Arbeitsmarktservice

Österreich

Evaluierung des eAMS-Konto

AMS-KundInnenbefragung

Projektleitung AMS:

Mag. Bettina Huber

Projektleitung GfK: Dr. Doris Kostera

Wien, Dezember 2012

Inhalt

Einleitung **1**
Daten zur Untersuchung 2

1 Zusammenfasssung der Ergebnisse **3**

Die Ergebnisse **6**

2 Das Studiendesign **7**
2.1 Die Zielgruppen 7
2.2 Erhebungsmethoden 7
2.2.1 Die qualitative Erhebung 7
2.2.2 Die quantitative Befragung 10

3 Samplestruktur **10**

4 Die Ergebnisse der Qualitativen Erhebung **11**
4.1 Die KundInnen 11
4.1.1 Das eAMS-Konto allgemein 11
4.1.2 Informationsquellen eAMS-Konto 12
4.1.3 Nutzung und Bewertung der Services im Detail 13
4.1.4 Barrieren 16
4.1.5 Weiterempfehlung und Verbesserungswünsche 16
4.1.6 Stimmigkeit und bevorzugter Informationskanal 16
4.2 Die BeraterInnen 17
4.2.1 Das eAMS-Konto allgemein 17
4.2.2 Informationsquelle eAMS-Konto 18
4.2.3 Services im speziellen und wahrgenommene Probleme 18
4.2.4 Einstellung der BeraterInnen/Barrieren 19
4.2.5 Verbesserungsvorschläge 20
4.2.6 Stimmigkeit und Charakterisierung des Kontakts zu den KundInnen 20

5 Die Ergebnisse der Quantitativen Erhebung **21**
5.1 eAMS-Konto Nutzung 21
5.2 KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen 26
5.2.1 Ursachen für die Nicht-Aktivierung des eAMS-Kontos 26
5.2.2 Erwartungen an das eAMS-Konto 29
5.2.3 Informationsstand 30
5.2.4 Informationsquellen 32
5.2.5 Information durch den/die BeraterIn 33
5.2.6 Besuchsfrequenz beim Berater/der Beraterin 37
5.2.7 Nutzungsfrequenz anderer Kommunikationswege 43
5.2.8 Bevorzugte Kontaktart 43

5.2.9 IT-Ausstattung 47
5.2.10 Internetzugang und –nutzung 56
5.2.11 Computerkenntnisse 57
5.3 KundInnen, die das eAMS-Konto aktiv nutzen 61
5.3.1 Nutzungshäufigkeit eAMS-Konto 61
5.3.2 Nutzungsort 69
5.3.3 Nutzungsdauer 69
5.3.4 Nutzungsart 70
5.3.5 Nutzungsgründe 71
5.3.6 Beliebteste Services 72
5.3.7 Probleme und Abbrüche 78
5.3.8 Vor- und Nachteile des eAMS-Kontos 80
5.3.9 Verbesserungsvorschläge 85
5.3.10 Unterstützung durch das eAMS-Konto 86
5.3.11 Informationsstand 89
5.3.12 Informationsquellen 89
5.3.13 Information durch den/die Beraterin 90
5.3.14 Fragen zum eAMS-Konto 97
5.3.15 Besuchsfrequenz beim Berater/der Beraterin 99
5.3.16 Nutzung anderer Kommunikationsmittel 104
5.3.17 Bevorzugte Kontaktart 105
5.3.18 Subjektives Empfinden Datensicherheit 106
5.3.19 Weiterempfehlungstendenz 107
5.3.20 Erweiterung der AMS-Angebote 109
5.3.21 Internetnutzung 110

6 Die Ergebnisse in den Bundesländern 111
6.1 eAMS-Konto Nutzung 111
6.2 KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen 113
6.3 Aktive eAMS-Konto NutzerInnen 115

Fragebögen 121
Erläuterungen 136
Kontrollen 137

Einleitung

Seit 2007 haben die KundInnen des AMS die Möglichkeit auf elektronischem Weg mit dem Arbeitsmarktservice in Kontakt zu treten. Im Laufe der vergangenen 5 Jahre wurden die Services des eAMS-Kontos immer wieder erweitert und die Usability verbessert.

Trotz der zahlreichen Funktionen, die das elektronische Konto bietet, lag die Zahl der aktiven eAMS-Konto NutzerInnen im ersten Halbjahr 2012 österreichweit nur bei 24 % der Vorgemerkten, wobei die Anteile in den Bundesländern stark variieren: Spitzenreiter sind die Steiermark (31 %), Oberösterreich (30 %) und Salzburg (28 %). Das Burgenland (24 %), Niederösterreich (24 %) und Kärnten (23 %) rangieren im Mittelfeld und Tirol (22 %), Vorarlberg (21 %) sowie Wien (20 %) haben die niedrigsten Anteile an aktiven eAMS-Konto NutzerInnen[1].

Die Zahl der eAMS-Konto BesitzerInnen und der Nutzungen der Services soll nun in den nächsten Jahren erhöht werden. Voraussetzung für die Steigerung des Nutzungsgrades ist es allerdings herauszufinden, weshalb und unter welchen Umständen das eAMS-Konto genutzt wird bzw. wie eine stärkere Verbreitung erreicht werden kann.

Das Arbeitsmarktservice – konkret die Abteilung Service für Arbeitskräfte - hat daher GfK Austria mit einer qualitativ-explorierenden und einer quantitativen KundInnenbefragung beauftragt, mit dem Ziel die Zufriedenheit der KundInnen mit dem eAMS-Konto zu eruieren, Mängel und Probleme aus NutzerInnensicht zu identifizieren, um in Folge die Nutzung steigern zu können.

[1] Quelle: DWH-SFA-BVS-Würfel "Auswertung von Interventionen auf Basis der Statusepisoden", Abfrage am

© 2012 GfK Austria GmbH

Daten zur Untersuchung

Thema:	**Evaluierung eAMS-Konto**
Befragungszeitraum:	23.07. – 01.08.2012
Grundgesamtheit:	AMS-KundInnen mit eAMS-Konto Status interessiert/informiert/noch nicht aktiviert/aktiv/aktiv ohne Email/deaktiviert/gelöscht/ (Stichtag 31.05.2012)
Befragungsgebiet:	Österreichweit
Art der Befragung:	Telefonische Befragung (CATI – Computer Assisted Telephone Interviewing)
Sampling Methode:	Random Sampling
Erreichte Interviews:	N=1.210
Gewichtung:	Faktorengewichtung
Tabellenbasis:	N=1.200
Fragebogen:	2 Fragebögen (aktive eAMS-Konto NutzerInnen und KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen), gemeinsam mit dem Auftraggeber erarbeitet
Studienleitung:	Dr. Doris Kostera doris.kostera@gfk.com Mag. Silvia Fraberger silvia.fraberger@gfk.com

Alle Untersuchungsprojekte werden in Übereinstimmung mit den Bestimmungen des von IHK / ESOMAR erstellten internationalen Kodex zur Praxis der Marketing- und Sozialforschung durchgeführt.

© 2012 GfK Austria GmbH

1 Zusammenfasssung der Ergebnisse

Für die Befragung wurden 2 Gruppen unterschieden: KundInnen mit aktiviertem/aktivem eAMS-Konto und in KundInnen mit nicht aktiviertem bzw. nicht genutztem eAMS-Konto. Zu den KundInnen mit nicht aktiviertem eAMS-Konto zählen jene mit einem noch nicht aktivierten, einem deaktivierten oder gelöschten Konto, weiters auch jene, die über das eAMS-Konto informiert wurden bzw. daran interessiert sind, sowie die KundInnen, die die das eAMS-Konto schon seit längerer Zeit nicht genutzt haben. Beide Gruppen wurden mit gesonderten Fragebögen befragt.

Fast die Hälfte der Befragten (48 %) sagte, dass sie das eAMS-Konto aktiv nutzt. An zweiter Stelle rangierte überraschenderweise die Gruppe jener KundInnen, die angaben das eAMS-Konto gar nicht zu kennen – fast jede/r Fünfte zählte sich dazu (18 %), obwohl die laut PST (Personenstammdaten) über das eAMS-Konto nicht Informierten bzw. daran nicht Interessierten von der Befragung ausgeschlossen waren. Weitere 16 % haben zwar ein eAMS-Konto, es wurde von ihnen aber schon länger bzw. schon lange nicht mehr genutzt. Weniger als 10 % gaben schließlich an, zwar kein eAMS-Konto zu haben aber darüber informiert worden bzw. auch interessiert daran zu sein (9 %). Die notwendigen Zugangsdaten erhalten zu haben, aber noch nicht eingestiegen zu sein, sagten 6% und 2 % haben das eAMS-Konto von sich aus wieder gelöscht.

Die KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiviert haben bzw. es nicht aktiv nutzen, begründeten diesen Umstand hauptsächlich mit fehlendem Eigennutzen und fehlender technischer Ausstattung. Der Verlust der Zugangsdaten und Zeitmangel spielten ebenfalls eine große Rolle. Bei den Erwartungen, die diese KundInnengruppe an das eAMS-Konto hat, stehen Jobangebote und Unterstützung bei der Arbeitssuche im Mittelpunkt. Obwohl sie es nicht aktiv nutzen, sind zwei Drittel mit ihrem Informationsstand in Bezug auf das eAMS-Konto zufrieden. Rund jede/r Vierte fühlt sich aber nicht ausreichend darüber informiert und gibt an, dass ihm/ihr in erster Linie Basiswissen (wie Funktionsweise, Einlog-Modus etc.) fehlt.

Die Hauptinfoquelle war in drei von vier Fällen der/die persönliche BeraterIn. Er/sie hat ihnen im Informationsgespräch das eAMS-Konto vorgestellt und empfohlen – das gaben mehr als zwei Drittel der Befragten an. Weniger als die Hälfte hat noch zusätzliches Informationsmaterial erhalten und 13% wurden auf die Demo-Version des eAMS-Kontos hingewiesen. Was die Freiwilligkeit der Entscheidung für oder gegen das eAMS-Konto betrifft, so gab knapp jede/r dritte Kunde/In, die/der das eAMS-Konto nicht aktiv nutzt, an, dass sanfter Druck auf ihn/sie ausgeübt worden war, d.h. es wurde ihm/ihr nahegelegt ein eAMS-Konto zu nehmen. 14 % berichteten, dass sie gar nicht gefragt worden waren, ob sie ein eAMS-Konto möchten oder nicht, sondern der/die BeraterIn ihnen einfach eines gegeben hat. Und fast jede/r Zehnte erlebte starken Druck in der Form, dass der/die BeraterIn darauf bestanden hat, dass der/die Arbeitslose ein eAMS-Konto nimmt. 13 % der Befragten gaben schließlich an, dass ihnen das eAMS-Konto vorgestellt und empfohlen wurde, sie sich aber dagegen entschieden haben. Das Informationsgespräch selbst wurde von etwas mehr als der Hälfte der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, durchaus als motivierend empfunden. Nur ein ganz kleiner Teil hat es als demotivierend erlebt. 40 % bewerteten es allerdings neutral, d.h. als weder motivierend noch demotivierend. Positiver als die Motivationskraft des Gesprächs wurde die Kompetenz des/der jeweiligen BeraterIn beurteilt: er/sie wirkte beim Thema eAMS-Konto auf acht von zehn Befragten kompetent und nur auf 5 % als inkompetent.13 % konnten sich auf keine der beiden Ausprägungen festlegen.

© 2012 GfK Austria GmbH

Was den Kontakt zum AMS anbelangt, so kommen die KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, durchschnittlich einmal im Monat beim Berater/der Beraterin vorbei. Jede/r Fünfte kommt aber öfter. Neben dem persönlichen Gespräch ist es in erster Linie das Telefon, das diese KundInnengruppe benutzt, um mit dem AMS zu kommunizieren. Die Kontaktart, die sie bevorzugen, ist aber ganz klar das persönliche Gespräch.

Die IT-Ausstattung der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, ist durchaus als gut zu bezeichnen. Mehr als die Hälfte von ihnen verfügt über PC, Laptop und Drucker. Nur ein Scanner ist mehrheitlich nicht vorhanden. Deutlich schlechter ausgestattet sind allerdings diejenigen, die das eAMS-Konto gar nicht kennen. Auch die Möglichkeit ins Internet einzusteigen ist bei der großen Mehrheit (84 %) gegeben, wobei auch hier wieder die KundInnen, denen das eAMS-Konto unbekannt ist, benachteiligt sind: jede/r Fünfte dieser Gruppe kann nicht aufs Internet zugreifen. Ihre Computerkenntnisse bewerten die KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, schließlich im Durchschnitt als gut bis zufriedenstellend.

Die KundInnen, die das eAMS-Konto aktiv nutzen, unterscheiden sich von den KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, vor allem im Hinblick auf Alter und Bildungsniveau. Sie sind häufiger im mittleren Alter (30 bis 49 Jahre) und formal höher qualifiziert. Nach Bundesland sind sie vermehrt in der Steiermark, in Oberösterreich und in Salzburg anzutreffen.

Die aktiven UserInnen verwenden das eAMS-Konto eifrig. 41 % von ihnen greifen täglich darauf zu, 10 % gaben sogar an, es mehrmals täglich zu nutzen. Im Durchschnitt wird das eAMS-Konto zweimal pro Woche genutzt. Der Hauptnutzungsort ist das eigene Zuhause, jede/r Zehnte, vor allem MigrantInnen, verwendet es aber auch mobil.

Was die Art der Nutzung des eAMS-Kontos betrifft, so sagen zwei von dreien, dass sie aktiv mit dem AMS in Kontakt treten. 34 % verhalten sich dagegen vorwiegend passiv: sie “sehen sich meistens alles nur an”. Der mehr passive Nutzungstyp unterscheidet sich von den anderen vor allem dadurch, dass er/sie das eAMS-Konto eher seltener nutzt und es auch verstärkt als nicht sehr hilfreich empfindet. Er/sie bevorzugt den persönlichen oder telefonischen Kontakt zum AMS. Den aktiven Typ, der mit dem AMS übers eAMS-Konto kommuniziert, charakterisiert wiederum die intensive eAMS-Kontonutzung (77% täglich bis mehrmals täglich). Das eAMS-Konto nutzt er/sie hauptsächlich deshalb, weil er/sie so weniger oft zum Berater/zur Beraterin kommen muß bzw. weil er/sie sich damit den Weg zum AMS erspart.

Der schnelle Informationsaustausch mit dem AMS und die zeitunabhängige Nutzungsmöglichkeit waren für die Befragten die wichtigsten Gründe sich für ein eAMS-Konto zu entscheiden. Zeitersparnis, die Dokumentation aller Vorgänge, die unkomplizierte Handhabung aber auch die Modernität des Tools spielten aber ebenfalls bei vielen aktiven eAMS-Konto NutzerInnen eine große Rolle. Die beliebtesten Services sind das Senden und Empfangen von Emails sowie die Jobsuche im eJob-Room. Nachrichten erhalten ist dabei beliebter als Nachrichten zu senden.

Etwas mehr als ein Viertel der aktiven eAMS-Konto NutzerInnen hatte schon einmal Probleme mit dem eAMS-Konto. Probleme bereitete in erster Linie die zeitweilige Nicht-Erreichbarkeit des Servers, aber auch Schwierigkeiten beim Einloggen und Wartungsarbeiten kamen häufiger vor. 16 % haben auch schon einmal eine Aktion abgebrochen. Die Ursachen dafür lagen zumeist in Problemen mit dem Internet. Rund ein Fünftel hat aber auch von sich aus Aktionen abgebrochen oder begründetete den Abbruch mit Problemen mit der Seite.

© 2012 GfK Austria GmbH

Die größten Vorteile des eAMS-Kontos sehen die aktiven UserInnen in der Zeitersparnis und in der zeit- und ortsunabhängigen Nutzungsmöglichkeit. Die Nachteile des eAMS-Kontos liegen nach Ansicht der NutzerInnen vor allem im Verlust des persönlichen Kontakts sowie in der Voraussetzung eines gewissen Ausmaßes an Computerkenntnissen. Die Verbesserungsvorschläge, die die aktiven UserInnen zum eAMS-Konto haben, gehen hauptsächlich in Richtung einer generell einfacheren und übersichtlicheren Gestaltung des eAMS-Kontos bzw. bezogen sich auf Serviceerweiterungen. Eine Verbesserung des Jobangebotes im Sinne von mehr, aktuelleren und zugleich besseren Jobs ist den UserInnen ebenfalls ein Anliegen.

Was die Unterstützung im allgemeinen betrifft, so wird diese von der überwältigenden Mehrheit der NutzerInnen sehr positiv beurteilt – 94 % sagten, dass das eAMS-Konto für sie sehr oder eher hilfreich ist und nur 5 % sahen das anders. Nicht mehr ganz so positiv ist der Befund allerdings, wenn es um den Nutzen speziell bei der Arbeitssuche geht: in diesem Punkt sahen sich nur mehr zwei Drittel der befragten NutzerInnen durch das eAMS-Konto unterstützt, während es für 29 % (eher) keine Unterstützung bot.

Der Informationsstand der aktiven eAMS-Konto NutzerInnen ist deutlich besser als der der Gruppe der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen. 94 % der NutzerInnen bezeichnen sich selbst als ausreichend über Funktionen und Möglichkeiten des eAMS-Kontos informiert. Die erste Informationsquelle war auch bei den aktiven NutzerInnen der persönliche Berater/die Beraterin. Im Vergleich mit denen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, wurden sie aber besser informiert, haben allerdings auch mehr sanften Druck sich ein eAMS-Konto zu nehmen erfahren. Sie wurden vom Infogespräch häufiger motiviert und dieses gab bei ihnen auch den Ausschlag für die Aktivierung des eAMS-Kontos. Bei rund einem Viertel der NutzerInnen sind schon einmal Fragen in bezug auf die Handhabung des eAMS-Kontos aufgetaucht. Beantwortet wurden diese Fragen in den meisten Fällen vom persönlichen Berater/der Beraterin.

Die aktiven eAMS-Konto NutzerInnen suchen ihre/n persönliche/n BeraterIn nicht ganz so oft auf wie die KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen. Die durchschnittliche Besuchsfrequenz tendiert bei ihnen mehr in Richtung von einmal in sechs Wochen. Aktive NutzerInnen mit Einstellungszusage kommen dabei etwas häufiger persönlich vorbei als jene ohne Einstellungszusage. Beim Kontakt mit dem AMS bevorzugen sie die elektronische Kommunikation. Das meistgenutzte Mittel zum Informationsaustausch ist die eAMS-Konto Nachricht, gefolgt von Email und Telefon.

In puncto Datensicherheit war bei den befragten NutzerInnen keine Verunsicherung festzustellen. Neun von zehn fühlen sich bei der elektronischen Kommunikation mit dem AMS sicher. Lediglich 8 % äußerten Sicherheitsbedenken.

Gefragt, ob sie das eAMS-Konto denn weiterempfehlen würden, antworteten 96% mit „ja“ – mehr als die Hälfte sagten sogar „ja, unbedingt“ (51 %). Die Vorzüge, die das eAMS-Konto ihrer Ansicht nach zu bieten hat und die sie spontan auf Nachfrage nannten, liegen hauptsächlich in der einfachen Handhabung und dem praktischen Nutzen. Nahezu alle befragten aktiven eAMS-Konto NutzerInnen (98 %) halten das eAMS-Konto überdies für eine gute Erweiterung der AMS-Angebote. 61 % sind sogar „unbedingt“ dieser Ansicht.

© 2012 GfK Austria GmbH

Die Ergebnisse

© 2012 GfK Austria GmbH

2 Das Studiendesign

2.1 Die Zielgruppen

Die Zielgruppe der Erhebungen waren beim AMS vorgemerkte Personen, die sich in 5 Gruppen unterteilten:

- KundInnen mit einem noch nicht aktivierten eAMS-Konto[2]
- KundInnen mit einem deaktivierten eAMS-Konto[3]
- KundInnen, die über das eAMS-Konto informiert wurden, aber keine Zugangsdaten erhalten haben, bzw. an einem eAMS-Konto interessierte KundInnen
- KundInnen, die ihr eAMS-Konto gelöscht haben
- KundInnen mit einem aktiven eAMS-Konto

2.2 Erhebungsmethoden

2.2.1 Die qualitative Erhebung

Die Aufgabenstellung der qualitativen Erhebung, die der quantitativen Befragung zeitlich vorangestellt war (alle Gruppen fanden im Juni 2012 statt), war im Rahmen von Fokusgruppen, die mit kreativen Elementen angereichert wurden, einerseits das konkrete Nutzungsverhalten von eAMS-Konto NutzerInnen zu beleuchten und andererseits bei der Gruppe der KundInnen, die kein aktives eAMS-Konto haben, jene Barrieren zu identifizieren, die einer effektiven Nutzung des Kommunikationstools eAMS-Konto im Wege stehen.

Zusätzlich sollte auch die Sicht der AMS-BeraterInnen bei der Evaluierung des eAMS-Kontos zum Ausdruck kommen: sie schilderten ihre Erfahrungen in 2 Fokusgruppen – eine Gruppe bestand aus BeraterInnen aus RGS mit vielen aktivierten eAMS-Konten, die zweite aus BeraterInnen aus RGS mit wenigen aktivierten eAMS-Konten. In beiden Gruppen kamen BeraterInnen aus fast allen Bundesländern zu Wort.

Fokusgruppen mit kreativen Elementen – Kurzbeschreibung der Methode

Als Methode gelangten Fokusgruppen mit kreativen Elementen zur Anwendung. Diese Methode ist durch ihre spezifische Ausrichtung auf den **emotionalen** Bereich gekennzeichnet. Es kommen unter professioneller Animation verstärkt projektive, d.h. indirekte Fragemethoden sowie non-verbale Methoden, die eine Bild- und Symbolsprache erfordern, zum Einsatz. Der rational determinierte Stil der Gesprächsführung, wie er in der traditionellen Form der Gruppendiskussion dominierend zur Anwendung kommt, wird in dieser Form ebenso, aber in geringerem Umfang eingesetzt. Die Erweiterung des rationalen Diskussionsmodus um projektive verbale und non-verbale Techniken begünstigt – unter Nutzung gruppendynamischer Prozesse – die Optimierung von Phantasiearbeit

[2] Die Zugangsdaten wurden ausgegeben, die Kundin/der Kunde hat das eAMS-Konto aber noch nicht aktiviert.
[3] Das eAMS-Konto wurde nach Ausgabe der Zugangskennung vom Kunden/von der Kundin nicht aktiviert und deshalb nach 3 Monaten automatisch deaktiviert.

© 2012 GfK Austria GmbH

und kreativer Leistungsfähigkeit, sie erlaubt direkten Einblick in die Gefühls- und Erlebniswelt der Probanden. Durch die Arbeit mit Ausdrucksmitteln, die nicht der rationalen Kontrolle unterliegen, können Artikulationsbarrieren, Hemmungen und Defensivhaltungen bei den Testpersonen vermieden werden. Die Ergebnisse sind gegenüber klassischen Gruppen-Explorationsmethoden wesentlich reichhaltiger, tiefer und aussagekräftiger.

Die Kenntnis unbewusster Vorgänge gewinnt in diesem Zusammenhang immer mehr Bedeutung:

Abbildung 1: Das Eisbergmodell



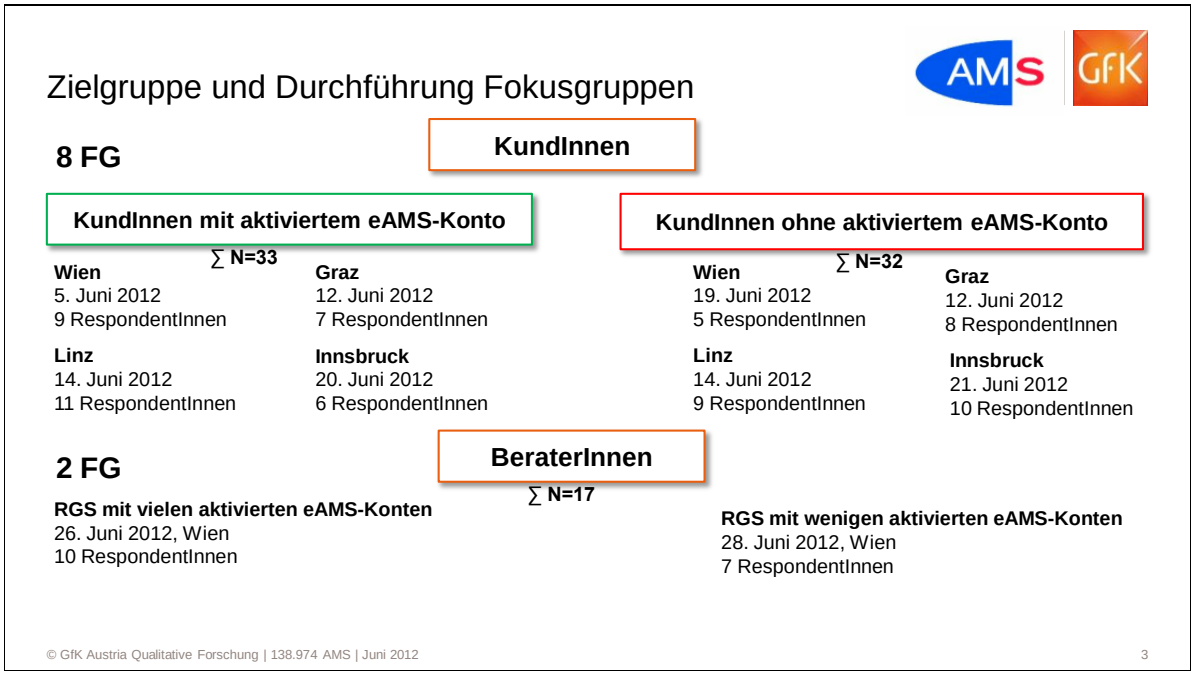
© 2012 GfK Austria GmbH

Die Zielgruppe der KundInnen mit aktiviertem eAMS-Konto sowie der KundInnen ohne aktiviertem eAMS-Konto wurde an 4 Samplepoints – in Wien, Linz, Graz und Innsbruck – im Rahmen von jeweils einer Fokusgruppe befragt. Somit wurden auf KundInnen-Seite 8 Fokusgruppen mit insgesamt 65 KundInnen durchgeführt.

Zusätzlich wurden BeraterInnen in 2 Fokusgruppen in Wien befragt, wobei BeraterInnen aus RGS mit vielen aktivierten eAMS-Konten aus ganz Österreich eine Fokusgruppe bildeten und BeraterInnen aus RGS mit wenigen aktivierten eAMS-Konten eine zweite Fokusgruppe bildeten. Insgesamt wurden 17 BeraterInnen befragt. In jeder Fokusgruppe der BeraterInnen war auch jeweils 1 Person der ServiceLine vertreten.

Die insgesamt 10 Fokusgruppen teilten sich wie folgt auf:

Abbildung 2: Zielgruppe und Durchführung Fokusgruppen



Die Ergebnisse der Fokusgruppen lieferten insgesamt einen wertvollen Input bei der Entwicklung des Fragebogens für die quantitative Befragung.

2.2.2 Die quantitative Befragung

Methode der Wahl war beim quantitativen Teil der Studie die telefonische Befragung. Für die Durchführung computergestützter telefonischer Interviews sprach vor allem der Umstand, dass viele KundInnen ohne ein aktiviertes eAMS-Konto über Email (eine Online-Befragung wäre die Alternative gewesen) nicht erreicht werden können. Ein weiterer Nachteil einer Online-Befragung wäre das "Alleinsein" der RespondentInnen mit dem Fragebogen und der daraus resultierenden Möglichkeit von Mißverständnissen gewesen.

Die telefonischen Interviews (n=1.200) wurden in der Zeit vom 23.07. bis 01.08.2012 durchgeführt. Die Pretests zeigten eine durchgängige Verständlichkeit des Fragebogens, sodass nur mehr geringfügige Adaptierungen notwendig waren. Allerdings stellte sich heraus, dass einige befragte Personen bereits wieder eine Arbeit hatten und an der Beantwortung von Fragen zum eAMS-Konto nicht mehr interessiert waren. Nach Rücksprache mit dem AMS wurde diese Gruppe mittels einer Screeening-Frage zu Beginn des Interviews ausgeschlossen.

Die durchschnittliche Interviewdauer lag bei 15 Minuten. Einzige Auffälligkeit während der Feldphase war die überaus hohe Teilnahmebereitschaft der kontaktierten AMS-KundInnen, die auf ein hohes Verpflichtungsgefühl gegenüber dem Arbeitsmarktservice schließen läßt, aber möglicherweise auch auf Angst vor Sanktionen, wenn das Interview verweigert wird. Die Frage "Muss ich da jetzt mitmachen?" wurde jedenfalls häufig gestellt.

Die Interviews wurden in deutscher Sprache durchgeführt.

3 Samplestruktur

Für die Gesamtstichprobe von **n=1.200 AMS-KundInnen** wurden mit dem Auftraggeber AMS folgende Quotierung verschiedener relevanter Merkmale – entsprechend ihrer Verteilung in der Grundgesamtheit – vereinbart:

- *Geschlecht*: 50 % Frauen und 50 % Männer
- *Bildungsniveau*: 40 % der befragten Personen hatten eine formale Ausbildung auf Pflichtschulniveau (mit oder ohne Abschluß), weitere 30 % haben eine Lehre absolviert. Je 10 % hatten einen mittleren Schulabschluß bzw. Matura oder waren Universitäts-/FachhochschulabsolventInnen.
- *Status*: 30 % der Befragten nahmen zum Zeitpunkt der Umfrage an einer Schulungsmaßnahme teil, 70 % hatten den Status AF (übers Internet schon arbeitslos gemeldet), AL (arbeitslos), AS (arbeitssuchend) oder LS (lehrstellensuchend).
- *Geschäftsfalldauer*: 40 % hatten eine Geschäftsfalldauer von bis zu drei Monaten, 20 % zwischen drei und sechs Monate und 19 % zwischen sechs und 12 Monate. Weitere 21 % waren schon seit über einem Jahr beim AMS gemeldet.
- *Einstellungszusage*: 15 % der RespondentInnen verfügten über eine Einstellungszusage.
- *Migrationshintergrund*: fast jede/r Dritte hatte einen Migrationshintergrund.

© 2012 GfK Austria GmbH

- *eAMS-Kontostatus*: die Mehrheit der Befragten waren aktive eAMS-Konto NutzerInnen (53 % mit Status aktiv und 5 % mit Status aktiv ohne Email). 23 % hatten den eAMS-Konto-Status informiert und 3 % den Status interessiert. Bei jedem/r Zehnten wurde das eAMS-Konto wiederum nach 92 Tagen deaktiviert, nachdem es von ihm/ihr vorher nicht aktiviert worden war. 6 % hatten die Zugangsdaten für das eAMS-Konto bereits erhalten, waren aber noch nicht eingestiegen, und 1 % der Befragten hat das eAMS-Konto letztlich wieder gelöscht.

In den Bundesländern differierte die Verteilung in der Grundgesamtheit vor allem bei den Merkmalen *Migrationshintergrund* und *Einstellungszusage* erheblich: so betrug etwa der Anteil der KundInnen mit Migrationshintergrund in Wien 52 %, während er in Kärnten bei 18 % und im Burgenland bei 19 % lag. Im Tourismusbundesland Tirol, wo viele Beschäftige SaisonarbeiterInnen sind, hatte wiederum fast die Hälfte der Befragten bereits eine Einstellungszusage in der Tasche, was in der Bundeshauptstadt dagegen nur auf 4 % zutraf. Diese starken Unterschiede wurden auch bei der Stichprobenziehung berücksichtigt.

Aber auch die Zahl der KundInnen mit aktiviertem oder nicht aktiviertem eAMS-Konto war unterschiedlich hoch: so gab es in den Bundesländern Steiermark, Oberösterreich und Salzburg die meisten KundInnen mit aktiviertem eAMS-Konto (69%, 59%, 60%), die wenigsten in Wien (38%). In der Bundeshauptstadt lag andererseits der Anteil der informierten KundInnen mit 39 % deutlich über dem der anderen Länder – am wenigsten informiert wurde in der Steiermark (5 %).

Was die Anzahl der Interviews pro Bundesland betrifft, wurde ein Minimum von 100 Interviews pro Bundesland festgelegt, um so die Validität und Aussagekraft der Daten sicherzustellen. In den bevölkerungsstärksten Ländern war die Interviewanzahl entsprechend höher anzusetzen.

Folgende Bundesland-Verteilung wurde festgelegt:

© 2012 GfK Austria GmbH

Tabelle 1: Samplestruktur (n=1.200)

	Anzahl der Interviews	
	Total	**%**
Bundesland		
Wien	200	16,66
Niederösterreich	180	15,00
Oberösterreich	160	13,33
Burgenland	100	8,33
Steiermark	160	13,33
Kärnten	100	8,33
Salzburg	100	8,33
Tirol	100	8,33
Vorarlberg	100	8,33
Geschlecht		
Männlich	600	50,00
Weiblich	600	50,00
Einstellungszusage		
Ja	177	14,75
Nein	1023	82,25
Bildung		
Pflichtschule mit/ ohne Abschluß	480	40,00
Lehrabschluß	360	30,00
Berufsbildende Mittlere Schule	120	10,00
Matura	120	10,00
Universität/FH	120	10,00
Migrationshintergrund		
Ja	372	31,00
Nein	828	69,00
In Schulung		
Ja	360	30,00
Nein	840	70,00
eAMS-Kontostatus		
Interessiert	31	2,58
Informiert	274	22,80
Noch nicht aktiviert	70	5,83
Aktiv	635	52,92
Deaktiviert	125	10,42
Gelöscht	6	0,50
Aktiv ohne Email	59	4,92
Geschäftsfalldauer		
Bis 3 Monate	480	40,00
3-6 Monate	240	20,00
6-12 Monate	227	18,92
Länger als 12 Monate	253	21,08

© 2012 GfK Austria GmbH

Für die Sampleziehung standen 159.019 Adressdatensätze zur Verfügung (Bestand zum Stichtag 31/05/2012). Nach Abzug der Dubletten, ungültiger Telefonnummern bzw. von Datensätzen ohne Telefonnummer sowie einem Abgleich mit der internen „Robinson-Liste“[4] blieben 154.901 verwendbare Datensätze übrig.

[4] Liste von Personen, die zu Marktforschungszwecken nicht kontaktiert werden wollen.

© 2012 GfK Austria GmbH

4 Die Ergebnisse der Qualitativen Erhebung

4.1 Die KundInnen

4.1.1 Das eAMS-Konto allgemein

Spontan genannte Vor- und Nachteile des eAMS-Kontos

Die Analogie-Bilder, die vonseiten beider Subgruppen der KundInnen mit dem eAMS-Konto verbunden werden, verweisen auf ein langsames und schwer handhabbares System (Elefant, Schildkröte, Kaktus, Trabi). Insbesondere der Convenience-Faktor[5], wird von den KundInnen mit aktiviertem eAMS-Konto hervorgehoben. Die Möglichkeit der Dokumentation und Selbstverwaltung gefällt ebenso.

Das eAMS-Konto wird spontan von beiden Gruppen von KundInnen relativ unspezifisch als Online-Verbindung zum AMS beschrieben. Eine griffige Beschreibung ist den RespondentInnen nicht zu entlocken.

Als Vorteile werden von den KundInnen mit aktiviertem eAMS-Konto insbesondere die Convenience hervorgehoben sowie die Zeitunabhängigkeit und die Zeit- und Wegersparnis. Es seien weniger Kontrolltermine erforderlich. Auch hinsichtlich Informationsgehalt und der Möglichkeit, das eAMS-Konto als Kommunikationsweg zu nutzen, erweisen sich einige KundInnen mit aktiviertem eAMS-Konto als zufrieden mit dem Service. Die KundInnen mit aktiviertem eAMS-Konto goutieren die Möglichkeit der Dokumentation und Selbstverwaltung. Ein Vorteil ist die Schnelligkeit beim eAMS-Konto. Von einigen KundInnen mit aktiviertem eAMS-Konto wird die Entwicklungsmöglichkeit als einzige positive Eigenschaft erwähnt.

In der spontanen Bewertung zeigen sich auch einige Schwierigkeiten, die sich bei den KundInnen mit aktiviertem eAMS-Konto auf das Handling beziehen bzw. wird die unpersönliche Note bemängelt.

KundInnen ohne aktiviertes eAMS-Konto zeigen sich als zu wenig informiert über die Benefits des Systems, vereinzelt gibt es negative Erfahrungen. Vom eAMS-Konto erwarten sich die KundInnen ohne aktiviertes eAMS-Konto über die Convenience hinaus einfache Handhabung, die wirklich für jeden User gut auszuführen ist.

[5] Convenience = Arbeitserleichterung, bequeme Abwicklung

© 2012 GfK Austria GmbH

Der Online-Kontakt ermöglicht es auch, den persönlichen Kontakt mit dem/der BeraterIn zu vermeiden – für jene KundInnen, die das tun möchten. Allerdings wird teilweise auch der Verlust des persönlichen Kontakts kritisiert. Dieser Verlust ist auch ein Hauptvorbehalt der KundInnen ohne aktiviertes eAMS-Konto. Im Gegensatz zur Bewertung, die sonst einem Online-Kanal zugeschrieben wird, finden sich beim eAMS-Konto keine vergleichbaren positiven Eigenschaften.

Als typische Nutzerin des eAMS-Kontos wird von beiden Typen von KundInnen eine Mutter mit mehreren Kindern gesehen, die den Vorteil der Zeitunabhängigkeit nutzt. Als weitere NutzerInnen-Typen kommen alle Personen in Frage, die PC-Erfahrung aufweisen und zudem lernwillig sind.

4.1.2 Informationsquellen eAMS-Konto

Die Hauptinformationsquelle zum eAMS-Konto stellt der/die BeraterIn dar. Die weiteren Zugangsmöglichkeiten zum eAMS-Konto – AMS-Homepage und Finanz-Online sind den meisten DiskussionsteilnehmerInnen nicht bekannt.

Die Mehrheit der KundInnen ohne aktiviertem eAMS-Konto gibt an, nicht informiert worden zu sein. Es besteht allgemein der Wunsch nach Erklärung am PC/Direktschulung durch die BeraterIn.

Die Rückschau auf die Vorstellung des eAMS-Kontos durch den/die BeraterInnen ergibt, dass in den meisten Fällen bei KundInnen mit aktiviertem eAMS-Konto nur rudimentäre Information weitergegeben worden ist.

Laut eigenen Angaben fühlen sich die KundInnen ohne aktiviertes eAMS-Konto zum eAMS-Konto nicht ausreichend informiert. Im Rollenspiel, das die KundInnen ohne aktiviertes eAMS-Konto zur Situation der Erklärung des eAMS-Kontos ausgeführt haben, zeigt sich, dass nur rudimentäres Wissen über die Funktionen des eAMS-Kontos vorhanden ist. Wiedergegeben werden Senden und Empfangen von Nachrichten, An- und Abmeldung, Arbeitslosmeldung, Ausdrucken von Bestätigungen, Jobsuche und Informationen zur Weiterbildung. Im Rollenspiel wird auch die Situation widergespiegelt, dass nur die Zugangsdaten übergeben worden sind. Auch die Wahlmöglichkeit für oder gegen das eAMS-Konto kommt im Rollenspiel als Wunsch zum Ausdruck. Vereinzelt haben KundInnen ohne aktiviertes eAMS-Konto, die angeben, das eAMS-Konto bereits benutzt zu haben, keinen guten Eindruck davon.

Die weiterführende Frage nach der idealen Vorstellung des eAMS-Kontos zeigt bei den beiden Typen von KundInnen den Wunsch nach Schulung und Hilfestellungen zur konkreten Bedienung. Es wird angeregt, dass der/die BeraterIn das eAMS-Konto auf dem PC zeigen sollte. Weiters sollte eine Anleitungsbroschüre sowie ein Video mit Erklärungen im Internet zur Verfügung stehen. Erst

© 2012 GfK Austria GmbH

nachdem die EinsteigerInnen diese Informationen gesichtet haben, sollte die Frage nach der Bereitschaft zur Nutzung des eAMS-Kontos gestellt werden.

4.1.3 Nutzung und Bewertung der Services im Detail

Hinsichtlich der Nutzung der einzelnen Services werden fast alle Bausteine von „Mein eAMS“ (Nachrichten senden und erhalten, Änderungen der persönlichen Daten, Termine einsehen und Betreuungsvereinbarungen) von KundInnen mit aktiviertem eAMS-Konto mehrheitlich genutzt.

KundInnen mit aktiviertem eAMS-Konto

Die KundInnen mit aktiviertem eAMS-Konto, die in den Fokusgruppen befragt worden sind, geben an, das eAMS-Konto täglich oder mehrmals pro Woche zu nutzen.

Bei „Mein eAMS“ werden Termine und Betreuungsvereinbarungen ausschließlich positiv bewertet. Bei den Nachrichten ist teilweise nicht klar, an wen die Emails zugestellt werden bzw. werden Zeitverzögerungen oder das Fehlen von Mitteilungen über Wartungsarbeiten kritisiert.

Im Abschnitt Jobsuche werden Eigenbewerbungen, Inserate einsehen und bearbeiten sowie der eJob-Room mehrheitlich von den Fokusgruppen-TeilnehmerInnen genutzt. Der Jobroboter wurde weniger oft als benutztes Service angegeben – dieses Service wird auch beinahe ausschließlich mit kritischen Kommentaren versehen. Eigenbewerbungen werden polarisiert bewertet, während Inserate ausschließlich positiv kommentiert werden.

Der Bereich eServices, der An- und Abmelden beim AMS einschließt, wird vereinzelt von KundInnen mit aktiviertem eAMS-Konto in Linz und Graz verwendet, wobei polarisierte Wertungen dazu vorliegen. Ein ähnliches Bild ergibt sich bei den Beihilfen. Übersichten und Bestätigungen hingegen werden vielfach genutzt (v.a. Auszahlungen und Bescheide/Mitteilungen einsehen) und ausschließlich positiv bewertet.

Weiterbildungsdatenbank und Helpcenter werden nur teilweise genutzt und erhalten negative Bewertungen.

© 2012 GfK Austria GmbH

Abbildung 3: Nutzung eServices und Weiterbildung – gestützte Abfrage

Nutzung eServices und Weiterbildung – gestützte Abfrage
KundInnen – KundInnen mit aktiviertem eAMS-Konto

		Habe ich benutzt	Habe ich nicht benutzt
		Total N=33	Total N=33
eServices - Beim AMS an-/abmelden	Beim AMS arbeitslos melden	10	20
	Termin buchen bzw. Terminwunsch übermitteln	7	20
	Geldleistungen beantragen	8	22
	Beim AMS abmelden (z.B. Arbeitsaufnahme, Krankengeldbezug, Wochengeldbezug, Sonstiges)	8	23
	Beim AMS nach einer Unterbrechung von max. 62 Tagen wieder anmelden	6	23
eServices – Beihilfen nach dem AMSG	Begehren zu Beihilfen, z.B. Aus- und Weiterbildungsbeihilfen, Kinderbetreuungsbeihilfe, Vorstellungsbeihilfe	7	22
e-Services - Übersichten/ Bestätigungen	Auszahlungen einsehen	21	10
	Bescheide/Mitteilungen einsehen	26	5
	Bezugszeiten und Vormerkzeiten anfordern, einsehen und ausdrucken	17	11
	Beihilfen und Kursteilnahmen einsehen	16	14
Weiterbildung	Weiterbildungsdatenbank-Interessensmeldung übermittelt	9	19
	Helpcenter Anfragen	9	20

Absolute Zahlen
© GfK Austria Qualitative Forschung | 138.974 AMS | Juni 2012
Fehlende Personen geben an, das jeweilige Service nicht zu kennen.
23

Hinsichtlich aufgetretener Probleme im Umgang mit dem eAMS-Konto werden Serverprobleme berichtet, die als sehr störend erlebt werden. Manche Personen hatten Probleme mit den Zugangsdaten oder sich in der Anwendung zurechtzufinden. Besonders gravierend werden Schwierigkeiten mit dem System erlebt, wenn sie zur Einstellung des Bezugs führen.
Die Zielpersonen haben den Eindruck, dass sie bei den Fragen, die sie zur Handhabung und Struktur haben, selber eine Lösung finden müssen. Von den BeraterInnen fühlen sie sich zu wenig unterstützt.

KundInnen ohne aktiviertes eAMS-Konto

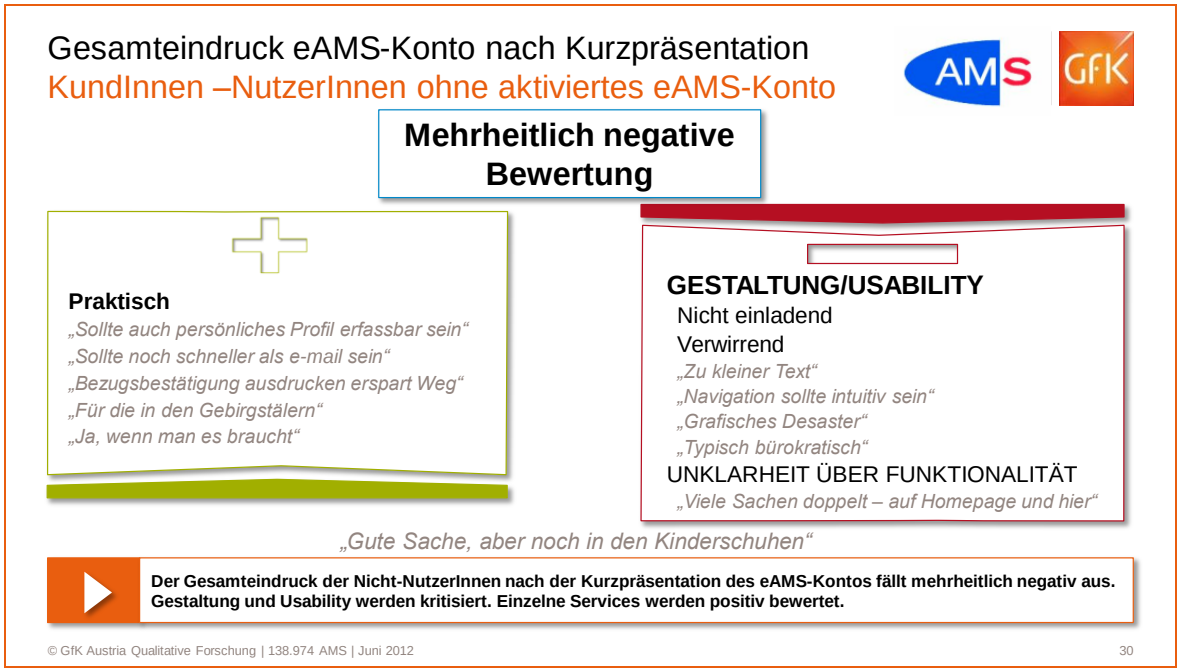
Den KundInnen ohne aktiviertes eAMS-Konto wurde die Demoversion des eAMS-Kontos vorgestellt und insgesamt mehrheitlich negativ kommentiert. Der Großteil der KundInnen ohne aktiviertes eAMS-Konto kann sich die Nutzung der Services von „Mein eAMS“ und „eServices“ vorstellen.

Die Spontanreaktionen zur 1. Seite von „Mein eAMS“ weisen mehrheitlich negative Bewertungen in den Fokusgruppen auf – der viele Text, das Fehlen von Hervorhebungen lässt die Seite in ihren Augen als unübersichtlich erscheinen. Es ergeben sich Fragen zur Struktur und zur Handhabung – die Fülle an Text und Balken lässt die Notwendigkeit der intensiven Auseinandersetzung mit der Seite vermuten. Gewünscht wird eine Seite mit leicht erkennbaren Buttons. Teilweise wird die Seite auch als einfach klassifiziert, vornehmlich von jenen, die das System schon ansatzweise kennengelernt haben.

Während Nachrichten und Persönliche Daten Fragen aufwerfen (An wen geht die Nachricht? Wie schnell? Datensicherheit?), werden die eServices (Beim AMS an-/abmelden, Beihilfen nach dem Arbeitsmarktgesetz, Übersichten/Bestätigungen) mehrheitlich positiv bewertet. Die Möglichkeit der Online-Verbindung zum AMS wird ebenso geschätzt wie die Übersichten und Bestätigungen und Auszahlungsdaten.

Dennoch ist der zusammenfassende Eindruck bei der Mehrheit der Zielpersonen negativ. Gestaltung und Usability werden kritisiert – die Seiten werden nicht als selbsterklärend angesehen.

Abbilung 4: Gesamteindruck eAMS-Konto nach Kurzpräsentation



4.1.4 Barrieren

Als Barrieren werden von beiden Typen von KundInnen fehlender Internetzugang und fehlende Information vonseiten der potentiellen NutzerInnen genannt.

Als vordergründige Barrieren werden fehlende PC-Kenntnisse oder fehlender Internetzugang angesehen. Die nächste große Hürde stellt ein Informationsmanko dar - wenn Erklärungen fehlen, werden die Vorbehalte größer. Wenn der persönliche Nutzen nicht gesehen wird, gibt es auch kein Bedürfnis nach Annäherung an das Tool. Die genannten Barrieren sind auch die Gründe, die die KundInnen ohne aktiviertes eAMS-Konto auf persönlicher Ebene für die Nicht-Nutzung des eAMS-Kontos anführen.
Weiters wird die Wichtigkeit von Datenschutz beim eAMS-Konto betont – es bestehen teilweise Vorbehalte zur Datensicherheit oder Einsichtnahme sensibler Daten (verstärkt bei den KundInnen mit aktiviertem eAMS-Konto, die mit den Details und dem Procedere bereits vertraut sind).

Nur von den KundInnen ohne aktiviertem eAMS-Konto wird die typische Nicht-NutzerIn als Person mit mangelnden Computer-Kenntnissen beschrieben. Der persönliche Kontakt zum AMS wird bevorzugt. Zusätzlich werden schlechte Beherrschung der deutschen Sprache sowie Belastungen in der Familie angenommen.

4.1.5 Weiterempfehlung und Verbesserungswünsche

Fast alle KundInnen mit aktiviertem eAMS-Konto würden eine Weiterempfehlung für das eAMS-Konto aussprechen – bei gleichzeitig bestehendem Wunsch nach Verbesserung der Benutzerfreundlichkeit.

Die Gründe für die Empfehlung des eAMS-Kontos sind Convenience und Zuverlässigkeit. Von einigen NutzerInnen wird geschätzt, dass vieles dokumentiert ist (Bescheide, Mitteilungen, Kurse, Vormerkungen).
Dennoch gibt es eindeutige Wünsche zur Verbesserung des eAMS-Kontos. Primär sollte die Benutzerfreundlichkeit (Struktur, zentrale Buttons, Verlauf, ansprechendere Optik) verbessert werden. Gewünscht wird auch eine Einschulung. Für den Teilbereich Jobsuche bestehen auch Wünsche, insbesondere im Hinblick auf die Aktualität der Jobangebote.

4.1.6 Stimmigkeit und bevorzugter Informationskanal

KundInnen mit aktiviertem eAMS-Konto betrachten das eAMS-Konto als fortschrittlich und begrüßen diese Möglichkeit, während KundInnen ohne aktiviertes eAMS-Konto den persönlichen Kontakt zur BeraterIn bevorzugen.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass die KundInnen mit aktiviertem eAMS-Konto das eAMS-Konto sehr fortschrittlich wahrnehmen, was nicht unbedingt zum konservativ-bürokratischen Bild des AMS, das die RespondentInnen haben, passt. Bei diesem neuen Tool steht die Eigeninitiative und

© 2012 GfK Austria GmbH

Schnelligkeit im Vordergrund – dementsprechend tritt auch die Bedeutung des persönlichen Kontakts bei den KundInnen mit aktiviertem eAMS-Konto in den Hintergrund.
Die KundInnen ohne aktiviertes eAMS-Konto erweisen sich hingegen zufrieden mit dem persönlichen Kontakt zur BeraterIn. Einige von ihnen schreiben dem eAMS-Konto Potential zu, auch wenn sie es noch zu wenig kennen.

4.2 Die BeraterInnen

4.2.1 Das eAMS-Konto allgemein

Spontan genannte Vor- und Nachteile des eAMS-Kontos

Bei den BeraterInnen zeigt sich der Unterschied zwischen RGS mit vielen eAMS-Konten und jenen mit wenigen eAMS-Konten ganz deutlich, insofern sich die BeraterInnen aus RGS mit vielen aktivierten eAMS-Konten als sehr gut vertraut mit den einzelnen Services erweisen.

BeraterInnen aus RGS mit wenigen aktivierten eAMS-Konten zeigen sich von Anfang an weniger informiert über das eAMS-Konto und seine Services und bringen ihre Vorbehalte mehr oder weniger deutlich zum Ausdruck.

BeraterInnen aus RGS mit vielen aktivierten eAMS-Konten streichen den Convenience-Aspekt hervor und erwähnen einzelne Services, wie An- und Abmeldung, Antragsstellung und Eigenbewerbungen. Kritisiert wird von ihnen auch der Mehraufwand in der Anfangsphase für KundInnen und BeraterInnen, der sich in der notwendigen Überzeugungsarbeit und erforderlichen Erklärungen in der Handhabung niederschlägt. BeraterInnen aus RGS mit vielen aktivierten eAMS-Konten bezeichnen sich selbst als gut bis sehr gut informiert. Die Analogien, die dem eAMS-Konto vonseiten der BeraterInnen aus RGS mit vielen aktivierten eAMS-Konten zugeschrieben werden, repräsentieren Macht und Stärke, teilweise auch Schnelligkeit. Dazu mischen sich allerdings auch Elemente fehlender Flexibilität und Modernität.

Als Services werden von BeraterInnen aus RGS mit wenigen aktivierten eAMS-Konten in dieser ersten spontanen Auseinandersetzung namentlich nur An- und Abmeldung und Einsicht von Terminen genannt. Diese BeraterInnen geben über ihren Wissensstand zum eAMS-Konto auch an, dass dieser ausreichend sei und ihnen ein Überblickswissen zur Verfügung steht. Es ist festzustellen, dass die Schulung zum eAMS-Konto bei BeraterInnen aus RGS mit wenigen aktivierten eAMS-Konten laut eigenen Angaben knapper ausgefallen ist als bei den BeraterInnen aus RGS mit vielen aktivierten eAMS-Konten.
BeraterInnen aus RGS mit wenigen aktivierten eAMS-Konten wählen bei den Analogien weniger sympathische Tiere aus, was wiederum als Ausdruck ihrer Distanziertheit zum Tool gewertet werden kann. Vom eAMS-Konto zeigen sie sich nicht überzeugt, vielmehr noch, stufen sie es teilweise sogar als bedrohlich für ihren Arbeitsalltag ein.

© 2012 GfK Austria GmbH

Aus rationaler Sicht liegen die Vorteile des eAMS-Kontos für beide Subgruppen von BeraterInnen in der Schnelligkeit der Übermittlung von Nachrichten oder Änderungen von Daten und in der hohen Convenience, die das Tool den KundInnen mit aktiviertem eAMS-Konto gewährleistet. In diesem Sinne wird das eAMS-Konto als moderne Möglichkeit für den Kontakt zwischen AMS und KundInnen beschrieben. Zu den Schwächen zählen allerdings die mangelnde Benutzerfreundlichkeit und hohe Komplexität, die sich sowohl für KundInnen als auch für BeraterInnen als hemmend erweisen. Besonders kritisch sehen auch hier wiederum die BeraterInnen aus RGS mit wenigen aktivierten eAMS-Konten den persönlichen Mehraufwand, den das Tool für sie bringt. Ein weiterer Vorbehalt ist auch der Verlust der persönlichen Beziehung zu den KundInnen.
Als typische/r NutzerIn des eAMS-Kontos wird von BeraterInnen aus RGS mit vielen aktivierten eAMS-Konten eine Frau mit höherer Bildung, die Wert auf Flexibilität legt, beschrieben. Umgekehrt sehen BeraterInnen aus RGS mit wenigen aktivierten eAMS-Konten einen Mann als typischen Nutzer, der sich gut mit PC und Internet auskennt. In beiden Fällen wird ein hohes Maß an Selbständigkeit und Selbsthilfepotential attestiert.

4.2.2 Informationsquelle eAMS-Konto

Der hauptsächliche Zugang zum eAMS-Konto erfolgt über die BeraterIn. Lediglich vereinzelt gelangen KundInnen laut Angaben der befragten BeraterInnen über die AMS-Homepage oder FinanzOnline zum eAMS-Konto.

4.2.3 Services im speziellen und wahrgenommene Probleme

BeraterInnen aus RGS mit vielen aktivierten eAMS-Konten geben an, das eAMS-Konto selektiv zuzuteilen. BeraterInnen aus RGS mit wenigen aktivierten eAMS-Konten sehen den Mehraufwand, den das eAMS-Konto für sie bedeutet.

Prinzipiell wird das eAMS-Konto – laut Aussage der befragten BeraterInnen – allen KundInnen mit Email-Adresse angeboten. Während die BeraterInnen aus RGS mit vielen aktivierten eAMS-Konten die Akzeptanz von seiten der KundInnen differenziert bewerten, geben die BeraterInnen aus RGS mit wenigen aktivierten eAMS-Konten nur global an, dass das eAMS-Konto angenommen wird.

BeraterInnen aus RGS mit vielen aktivierten eAMS-Konten erweisen sich in der Zuteilung von eAMS-Konten als selektiv. Auch bei der Beantwortung von Fragen, die als Nachricht ankommen und in ihren Augen besser telefonisch zu beantworten sind, gehen sie differenzierter vor. Als problemlos genutzte Services werden „Nachrichten senden und erhalten“ und die Erfassung der persönlichen Daten genannt. Im Bereich Jobsuche sind es v.a. Inserate und Eigenbewerbungen, die laut den Angaben der BeraterInnen ohne Probleme genutzt werden. „Beim AMS arbeitslos melden“, „Abmeldung beim AMS“ und „Termin buchen“ im Bereich eServices werden problemlos genutzt.

© 2012 GfK Austria GmbH

Die BeraterInnen aus RGS mit vielen aktivierten eAMS-Konten dokumentieren bei der Nachfrage durch die Vielzahl von Nennungen ihr detailliertes Wissen zu Problemen mit der Nutzung des eAMS-Kontos.

Bei Eigenbewerbungen beobachten die BeraterInnen aus RGS mit vielen aktivierten eAMS-Konten auch Probleme. Auch bei den Services „Beim AMS nach 62 Tagen wieder anmelden", „Geldleistungen beantragen", „Begehren zu Beihilfen" und „Bezugszeiten anfordern" berichten diese BeraterInnen Probleme. Kritisiert wird auch, dass das Service „Eigenbewerbungen" schwer zu finden sei.

BeraterInnen aus RGS mit wenigen aktivierten eAMS-Konten betonen die Mängel im eAMS-Konto, die in den Augen dieser BeraterInnen einen Mehraufwand darstellen.
Es ist auch bei diesen Themenpunkten wiederum ersichtlich, dass die Antworten der BeraterInnen aus RGS mit wenigen aktivierten eAMS-Konten weniger detailliert ausfallen. Bei diesen BeraterInnen beziehen sich die berichteten Probleme eher auf eine übergeordnete Ebene als auf eine Detailebene.

Fragen zur Handhabung des Tools werden überwiegend an die ServiceLine gestellt.

4.2.4 Einstellung der BeraterInnen/Barrieren

Die BeraterInnen aus RGS mit vielen aktivierten eAMS-Konten stellen im Rollenspiel die Bewerbung des eAMS-Kontos anhand von vielen Details mit Begeisterung und High Involvement vor. Ihr fundiertes Wissen wird evident. Die BeraterInnen aus RGS mit wenigen aktivierten eAMS-Konten stellen mehrfach ihre Vorbehalte und ihre geringen Kenntnisse zum eAMS-Konto unter Beweis.

Die BeraterInnen aus RGS mit wenigen aktivierten eAMS-Konten zeigen eine reservierte Haltung und sind eher zurückhaltend in der Beschreibung der Funktionen und Vorteile.
Als wesentliche Nachteile für die BeraterInnen aus RGS mit wenigen aktivierten eAMS-Konten erscheint aus persönlicher Sicht der erhöhte Arbeitsaufwand, der sich zur emotionalen Abneigung gegen das eAMS-Konto gesellt. Ebenso werden die Vorgaben vonseiten des AMS zur Bewerbung des eAMS-Kontos nicht goutiert.

Die Barrieren gegenüber dem eAMS-Konto, die aus Sicht der BeraterInnen den KundInnen zugeschrieben werden können, sind in den wesentlichen Punkten deckungsgleich mit den Angaben der KundInnen selbst. Barrieren zum eAMS-Konto stellen mangelnde PC-Erfahrung und das komplizierte Handling dar. Angst vor dem Verlust von persönlichem Kontakt ist ein weiteres Hemmnis. Vorbehalte gegenüber Neuerungen können auch hinderlich sein. Besonders die BeraterInnen aus RGS mit wenigen aktivierten eAMS-Konten betonen den geringen

© 2012 GfK Austria GmbH

Informationsstand (wobei sie dies wohl auch auf ihr eigenes mangelndes Wissen beziehen) und die Angst vor Kontrolle, die dem System vermehrt zugeschrieben werden könnte.
Auch Bedenken bezüglich der Datensicherheit, die sich auf Lebenslauf, Bezugs- und Bankdaten beziehen, kommen als mögliche Barrieren in Frage. Generell wird der Geheimhaltung der Daten vor dem Arbeitgeber aus Sicht der KundInnen hohe Wichtigkeit zugeschrieben.
Als den personifizierten Nicht-Nutzer-Typ beschreiben die BeraterInnen einen (Bau-) Arbeiter mit geringem Bildungsniveau. Die BeraterInnen aus RGS mit wenigen aktivierten eAMS-Konten sehen eine Vielzahl von möglichen KundInnen ohne aktiviertes eAMS-Konto, etwa Personen mit Migrationshintergrund, die keinen PC besitzen oder denen Unzuverlässigkeit zugeschrieben wird. Auch in diesem Zusammenhang dokumentiert sich die reservierte Haltung BeraterInnen aus RGS mit wenigen aktivierten eAMS-Konten zum eAMS-Konto.

4.2.5 Verbesserungsvorschläge

Der wesentliche Verbesserungsvorschlag zum eAMS-Konto der BeraterInnen bezieht sich auf die Erhöhung der Benutzerfreundlichkeit.

Gewünscht wird eine klare Struktur mit gut ersichtlichen Buttons, wo auch die Begriffe für die AnwenderInnen möglichst eindeutig sein sollen. Die BeraterInnen aus RGS mit wenigen aktivierten eAMS-Konten wünschen sich mehr Reglementierung/Führung für die UserInnen und eine Begrenzung der Möglichkeiten des eAMS-Kontos, die sie als zu umfangreich erleben. Dies kann als Anzeichen ihrer distanzierten Haltung und ihrer mangelnden Vertrautheit mit dem eAMS-Konto angesehen werden.

4.2.6 Stimmigkeit und Charakterisierung des Kontakts zu den KundInnen

Von den BeraterInnen aus RGS mit vielen aktivierten eAMS-Konten wird mehrheitlich die Stimmigkeit von eAMS-Konto und AMS betont und herausgestrichen, dass das eAMS-Konto eine zeitgemäße Kommunikationsform darstellt. Kritischer sehen es wiederum die BeraterInnen aus RGS mit wenigen aktivierten eAMS-Konten, die den modernen Kanal Internet als unpassend zum AMS bewerten.

Der Kontakt zu den KundInnen erfolgt bei den BeraterInnen aus RGS mit vielen aktivierten eAMS-Konten vielfach bereits über das eAMS-Konto. Die BeraterInnen aus RGS mit wenigen aktivierten eAMS-Konten geben die persönliche Kommunikation als bevorzugte Form an und betonen das partnerschaftliche Verhältnis zu ihren KundInnen.

© 2012 GfK Austria GmbH

5 Die Ergebnisse der Quantitativen Erhebung

Die eingangs erwähnten 5 Zielgruppen wurden für die Befragung zu 2 Gruppen zusammengefasst: KundInnen mit einem aktiviertem und aktiv genutzten eAMS-Konto und KundInnen mit nicht aktiviertem bzw. aktuell nicht genutztem eAMS-Konto. Zu den KundInnen mit nicht aktiviertem eAMS-Konto zählen jene mit einem noch nicht aktivierten, einem deaktivierten oder gelöschten eAMS-Konto, weiters auch jene, die über das eAMS-Konto informiert wurden bzw. daran interessiert sind, sowie die KundInnen, die das eAMS-Konto schon länger oder schon lange nicht genutzt haben. Beide Gruppen wurden mit gesonderten Fragebögen befragt.

5.1 eAMS-Konto Nutzung

Fast jede/r Fünfte kennt das eAMS-Konto gar nicht.

Für die Filterung in KundInnen mit aktiviertem und nicht aktiviertem/nicht aktiv genutztem eAMS-Konto wurde gleich zu Beginn des Interviews die Frage nach der Art der Nutzung des eAMS-Kontos gestellt. Gleichzeitig sollte mit dieser Frage auch der auf dem Datenauszug vermerkte eAMS-Kontostatus überprüft werden. Da der Stand der Daten zum Zeitpunkt der Befragung nicht mehr ganz aktuell war (Stichtag der Daten war der 31/05/2012), war die Wahrscheinlichkeit relativ hoch, dass sich diesbezüglich bei den AMS-KundInnen bereits Veränderungen ergeben hatten. Wie schon erwähnt, hatten bei den Pretests einige Personen angegeben nicht mehr arbeitsuchend zu sein.

Fast die Hälfte der Befragten (48 %) sagte nun, dass sie das elektronische eAMS-Konto aktuell aktiv nutzt. An zweiter Stelle rangierte überraschenderweise die Gruppe jener KundInnen, die angaben das eAMS-Konto gar nicht zu kennen – fast jede/r Fünfte zählte sich dazu (18 %). Weitere 16 % haben zwar ein eAMS-Konto, es wurde von ihnen aber schon länger bzw. schon lange nicht mehr genutzt.

Weniger als 10 % gaben schließlich an, zwar kein eAMS-Konto zu haben aber darüber informiert worden bzw. auch interessiert daran zu sein (9 %). Die notwendigen Zugangsdaten erhalten zu haben, aber noch nicht eingestiegen zu sein, sagten 6% und 2 % haben das eAMS-Konto von sich aus wieder gelöscht.

© 2012 GfK Austria GmbH

Abbildung 5: Nutzung eAMS-Konto

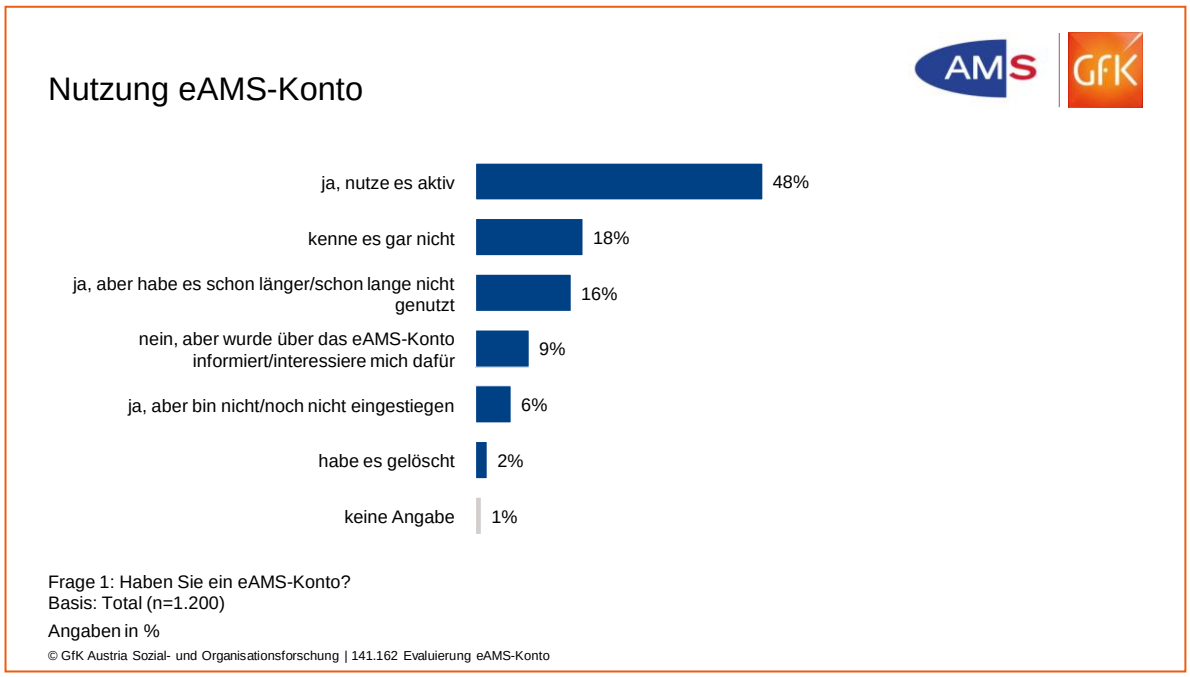


Tabelle 2: Nutzung eAMS-Konto

					Migrationshintergrund				Schulbildung									
	Gesamt		Männlich		Weiblich		Ja		Nein		Pflichtschule mit/ohne Ausbildung		Lehrabschluss		Berufsbildende mittlere Schule		Matura		Universität/FH	
	n=1.200		n=600		n=600		n=372		n=828		n=480		n=360		n=120		n=120		n=120	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
ja, nutze es aktiv	580	48	289	48	291	48	160	43	420	51	199	41	161	45	68	56	72	60	80	66
kenne es gar nicht	215	18	124	21	91	15	86	23	128	16	113	23	59	16	22	18	14	12	7	6
ja, aber habe es schon länger/schon lange nicht genutzt	189	16	89	15	100	17	57	15	132	16	87	18	50	14	14	11	15	13	23	19
nein, aber wurde über das eAMS-Konto informiert/ interessiere mich dafür	108	9	47	8	61	10	44	12	64	8	30	6	46	13	13	11	13	11	6	5
ja, aber bin nicht/noch nicht eingestiegen	71	6	37	6	34	6	19	5	52	6	29	6	29	8	4	4	4	4	3	3
habe es gelöscht	29	2	10	2	19	3	3	1	25	3	19	4	9	2	-	-	0	0	1	1
keine Angaben	8	1	4	1	4	1	2	1	6	1	3	1	5	1	-	-	-	-	-	-

© 2012 GfK Austria GmH

Vergleicht man nun den eAMS-Kontostatus laut Datenfile mit dem Antwortverhalten, dann zeigt sich:

- Personen mit eAMS-Kontostatus *aktiv* bestätigten diesen Status zu drei Viertel auch in der Befragung (76 %). Fast jede/r Fünfte (18 %) hat das eAMS-Konto aber schon längere Zeit nicht mehr benutzt.
- Die laut Datenfile *Informierten* bzw. *Interessierten* gaben am häufigsten an, dass ihnen das eAMS-Konto unbekannt ist (57 %). Bei weiteren 22 % stimmten Status und die gewählte Antwortmöglichkeit überein. 7 % sagten, dass sie das eAMS-Konto schon lange nicht genutzt haben, und je 6 %, dass sie noch nicht eingesteigen sind oder es bereits aktiv nutzen.
- Von den Befragten mit eAMS-Kontostatus *noch nicht aktiviert* waren die meisten zum Befragungszeitpunkt bereits aktive eAMS-Konto NutzerInnen (42 %). Ein Viertel bestätigte noch nicht eingestiegen zu sein und 12 % meinten zwar kein eAMS-Konto zu haben, aber darüber informiert worden zu sein.
- Jene mit Status eAMS-*Konto deaktiviert* sagten am häufigsten, dass sie ihr eAMS-Konto schon länger nicht genutzt haben (30 %). Ein Fünftel von ihnen kennt das elektronische eAMS-Konto aber gar nicht und ein weiteres Fünftel gab an, lediglich darüber informiert worden zu sein.

Das auffälligste Ergebnis der Frage zur Nutzungsart des eAMS-Konto ist die hohe Zahl an KundInnen, denen das eAMS-Konto unbekannt ist, obwohl sie im Erstgespräch vom Berater/der Beraterin darüber informiert wurden bzw. einen eAMS-Kontozugang erhalten haben.

Unterzieht man diese Kundengruppe einer genaueren Betrachtung, dann ist zu erkennen, dass hier ältere Personen über 50 Jahre und PflichtschulbesucherInnen (mit oder ohne Abschluß) leicht überrepräsentiert sind, ebenso wie Personen, die einen Migrationshintergrund haben, und Arbeitslose mit einer langen Geschäftsfalldauer. Geographisch gesehen ist ihr Anteil in Tirol, Kärnten und Wien am höchsten.

© 2012 GfK Austria GmbH

Tabelle 3: eAMS-Kontostatus lt. AMS-Daten vs. eAMS-Kontostatus lt. Befragten

	Gesamt		aktiv/aktiv ohne Email		informiert/ interessiert		noch nicht aktiviert		deaktiviert		gelöscht	
	n=1.200		n=694		n=305		n=70		n=125		n=6	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
ja, nutze es aktiv	580	48	525	76	19	6	29	42	7	6	-	-
ja, aber bin noch nicht eingestiegen	71	6	17	3	18	6	18	25	16	12	3	42
ja, aber habe es schon lange nicht genutzt	189	16	123	18	23	7	6	8	38	30	-	-
nein, aber wurde über das eAMS-Konto informiert/ interessiere mich dafür	108	9	8	1	66	22	9	12	25	20	1	15
habe es gelöscht	29	2	12	2	1	0	4	5	9	8	3	44
kenne es gar nicht	215	18	9	1	174	57	5	7	26	21	-	-
keine Angaben	8	1	-	-	4	1	-	-	4	3	-	-

© 2012 GfK Austria GmbH

5.2 KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen

5.2.1 Ursachen für die Nicht-Aktivierung/Löschung des eAMS-Kontos

Fehlender Eigennutzen und fehlende technische Ausstattung sind die Hauptgründe für die Nicht-Aktivierung des eAMS-Kontos. Der Verlust der Zugangsdaten und Zeitmangel spielen ebenfalls eine Rolle.

Außer bei den KundInnen, die ein eAMS-Konto haben aber es schon seit längerem nicht nutzen, sind die Erkenntnis, dass man aus der Nutzung des eAMS-Kontos keinen besonderen Vorteil für sich ziehen kann, und die fehlende technische Ausstattung die Hauptursachen dafür, dass auf das elektronische eAMS-Konto verzichtet wird.

“Brauche ich nicht” ist der Grund, der vor allem von den Befragten, die das eAMS-Konto noch nicht aktiviert haben, aber auch von denen, die über das eAMS-Konto informiert wurden, am häufigsten gebracht wurde als Antwort auf die Frage, warum sie diese Möglichkeit der Kommunikation mit dem AMS nicht in Anspruch nehmen.

Zuhause keinen PC bzw. keinen Internetanschluß zu haben, spielte bei jenen, die ihr eAMS-Konto wieder gelöscht haben, die größte Rolle, rangiert aber auch bei jenen, die das eAMS-Konto noch nicht aktiviert oder schon länger nicht genutzt haben, ganz oben. Die Zugangsdaten verloren zu haben, war ebenfalls ein häufig genannter Grund.

Von den Befragten mit noch nicht aktiviertem eAMS-Konto wurde auch noch Zeitmangel als wichtiger Grund ins Treffen geführt, während diejenigen, die ihr eAMS-Konto schon länger nicht genutzt haben, dies auch häufiger mit einer zwischenzeitlichen Erwerbstätigkeit bzw. mit Schulungsmaßnahmen begründeten. Diese letztgenannte Gruppe, die ja schon Erfahrung mit dem eAMS-Konto hat, brachte aber zusätzlich auch ihre Desillusionierung über die Arbeitssuche via eAMS-Konto zum Ausdruck: 9 % von ihnen meinten “das AMS hat keine Jobangebote für mich”, 7 % weichen daher auf andere Jobportale aus.

Für diejenigen, die ihr eAMS-Konto gelöscht haben, waren wiederum das Nicht-Funktionieren des eAMS-Kontos und der Umstand, dass sie das eAMS-Konto letztlich nicht verwendet haben, weitere maßgebliche Gründe, die sie zu diesem Schritt veranlasst haben.

© 2012 GfK Austria GmbH

Abbildung 6: KundInnen, die das eAMS-Konto noch nicht aktiviert haben: Gründe

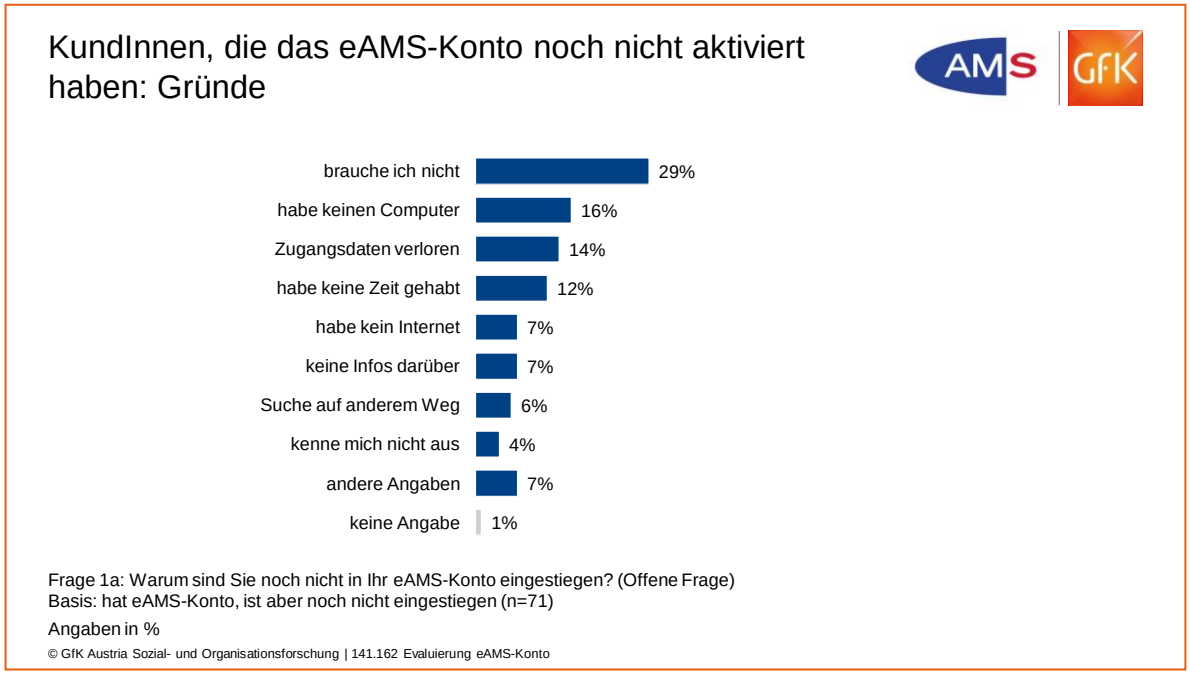


Abbildung 7: KundInnen, die das eAMS-Konto schon länger nicht genutzt haben: Gründe

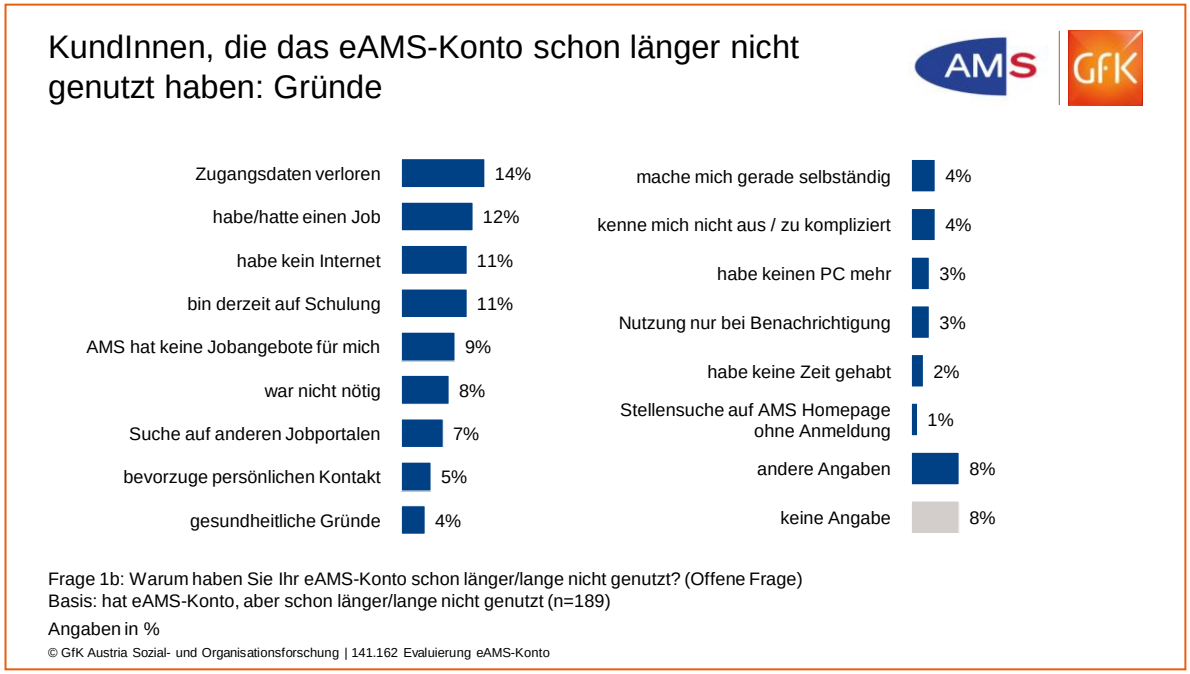


Abbildung 8: KundInnen, die über das eAMS-Konto informiert wurden/daran interessiert sind:Gründe

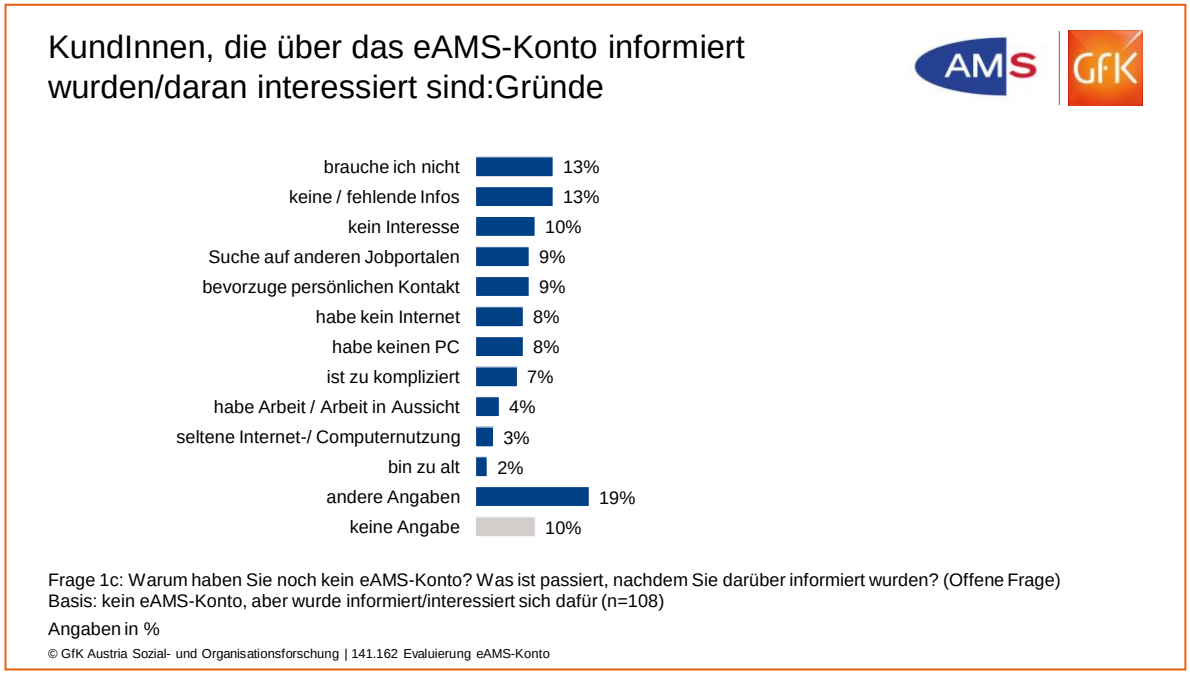
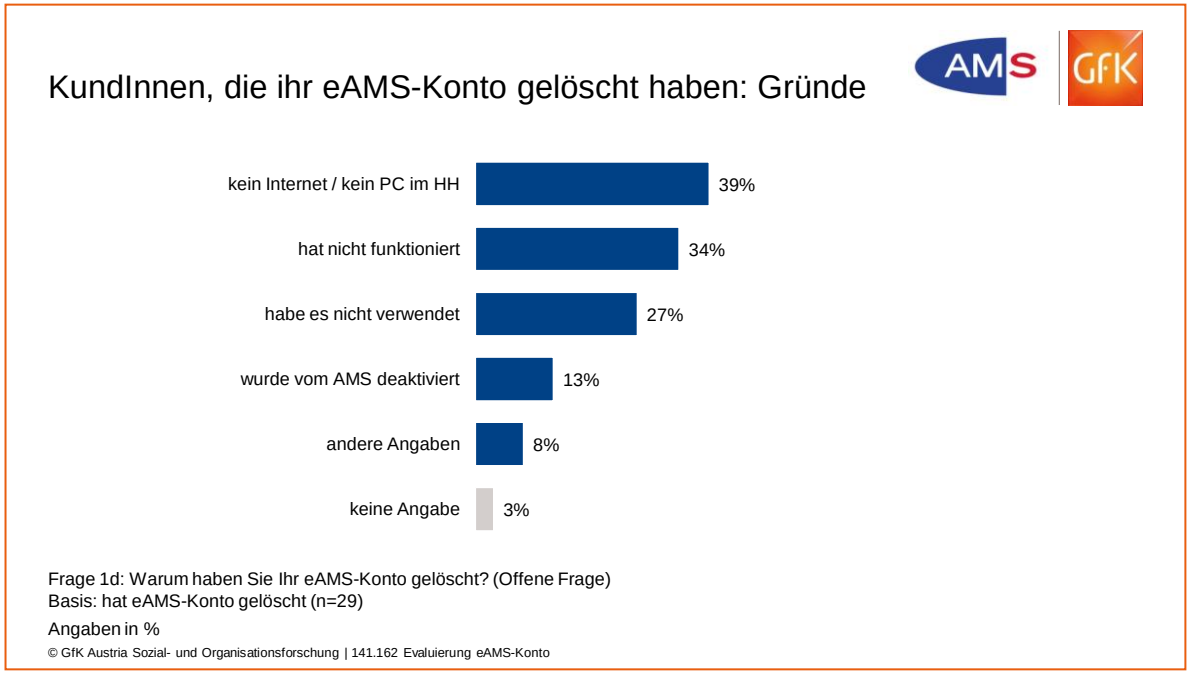


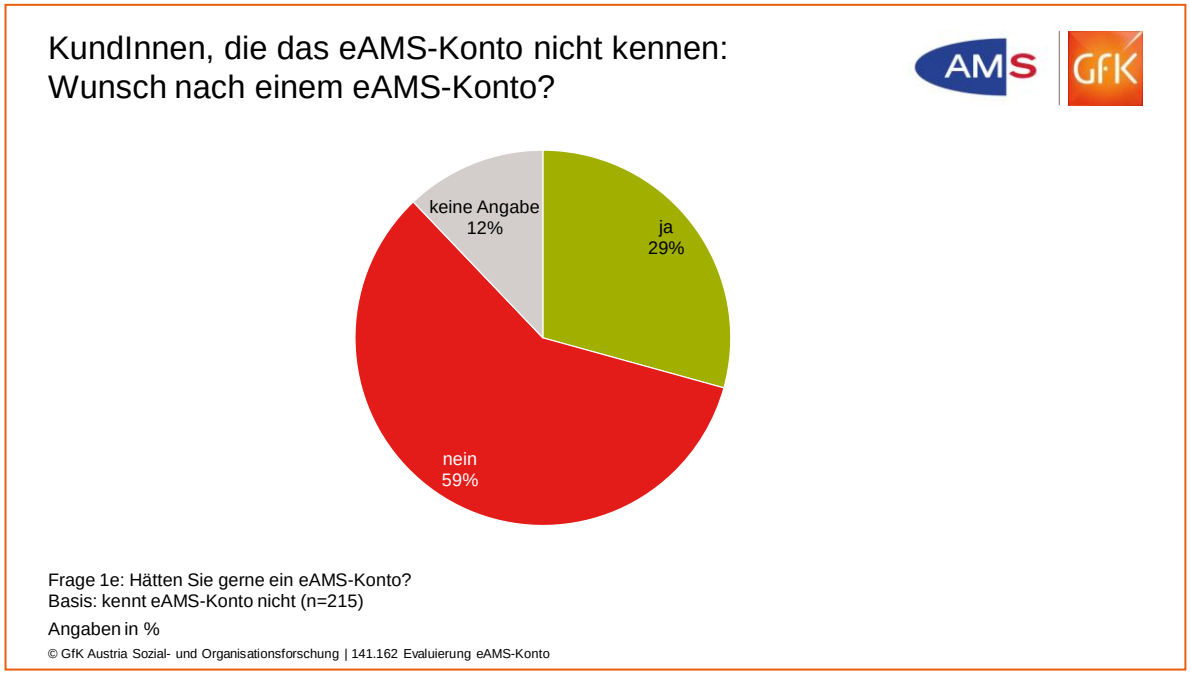
Abbildung 9: KundInnen, die ihr eAMS-Konto gelöscht haben: Gründe



Die Befragten, die angegeben hatten das eAMS-Konto gar nicht zu kennen, wurden weiter gefragt, ob sie gerne ein elektronisches eAMS-Konto hätten: die klare Mehrheit von ihnen hat diese Frage verneint (58 %), aber 29 % äußerten sich doch positiv dazu. Weitere 12% waren unschlüssig.

Tendenziell sagten vermehrt Personen mit Migrationshintergrund, dass sie gerne ein eAMS-Konto hätten.

Abbildung 10: KundInnen, die das eAMS-Konto nicht kennen: Wunsch nach einem eAMS-Konto



5.2.2 Erwartungen an das eAMS-Konto

Für 40 % stehen Jobangebote im Zentrum der Erwartungen. Nachrichtenaustausch und einfache Kommunikation sind weitere Wünsche.

Auf KundInnenseite erwartet man sich vom eAMS-Konto in erster Linie eine Hilfestellung beim zentralen Problem, dem Finden von Arbeit.

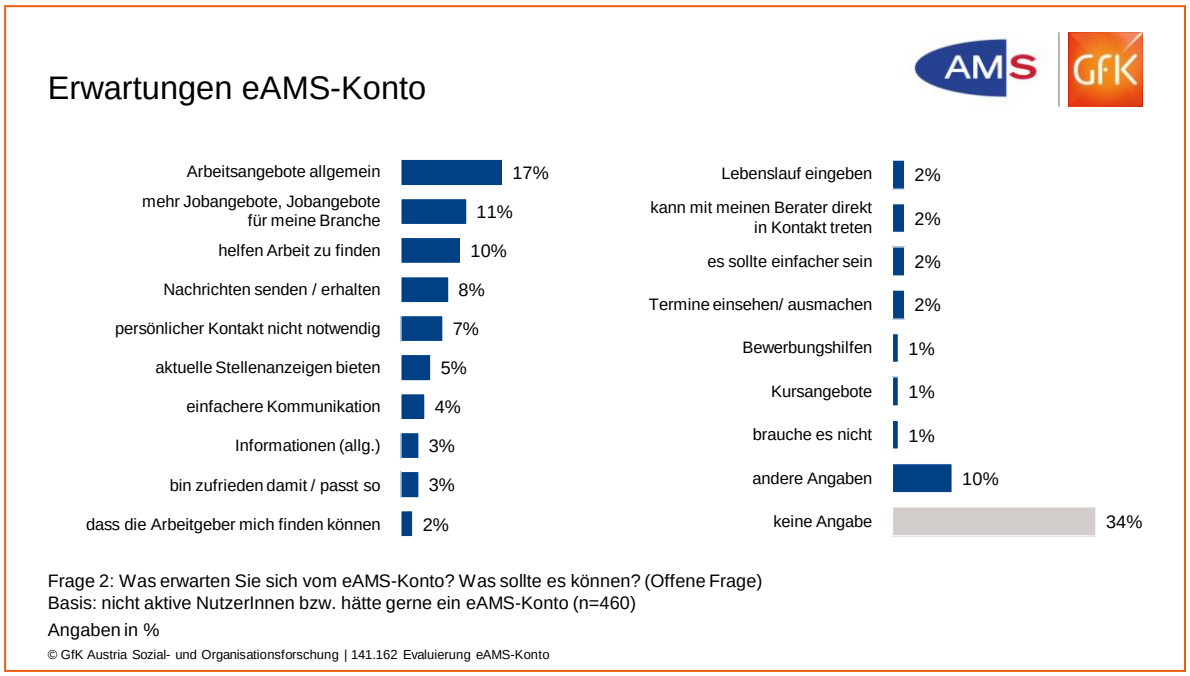
So gaben bei der (offenen) Frage nach ihren Erwartungen an das eAMS-Konto 17 % an, dass sie sich Arbeitsangebote wünschen. 11% spezifizierten, dass sie dort mehr Jobangebote bzw. auch passende Angebote aus der Branche finden möchten, in der sie bislang tätig waren. 10 % erwarten sich vom eAMS-Konto Hilfestellung bei der Arbeitssuche und 5 % wollen möglichst aktuelle Stellenangebote vorfinden.

Wünsche, die in Richtung Kommunikation und Informationsbereitstellung gehen, liegen in der Reihung dahinter: am häufigsten geht es dabei um die Möglichkeit des Nachrichtenaustauschs (Nachrichten senden und erhalten 8 %) und um einfache Kommunikation (4 %). Ganz allgemein

Informationen erwarten sich 3% der befragten Nicht-Aktiven. 2 % möchten Termine einsehen und ausmachen können.

Ein kleiner Teil der spontan geäußerten Erwartungen ging auch in die Richtung eines Matchings von Arbeitgebern und Arbeitssuchenden über die Plattform eAMS-Konto – dass "die Arbeitgeber mich finden können" einerseits und man selber seinen Lebenslauf eingeben und präsentieren kann andererseits.

Abbildung 11: Erwartungen eAMS-Konto



5.2.3 Informationsstand

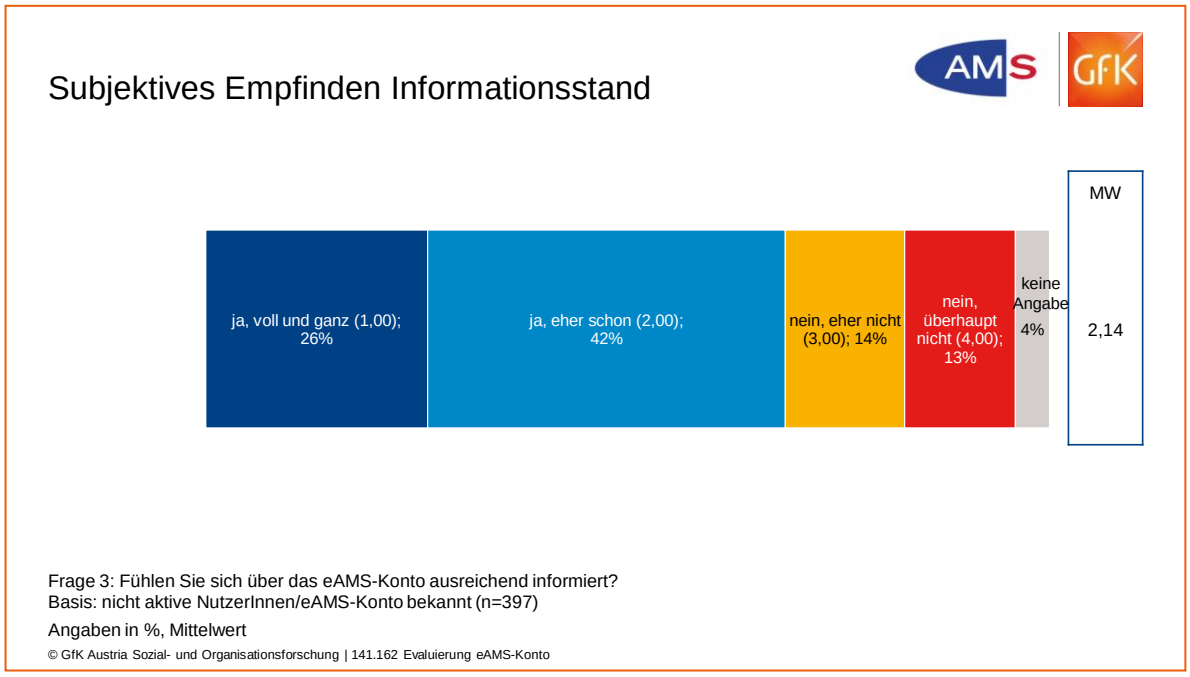
Zwei Drittel sind mit ihrem Informationsstand zum eAMS-Konto zufrieden. Rund jede/r Vierte fühlt sich aber nicht ausreichend informiert.

Zwei von drei befragten KundInnen mit nicht aktiviertem/nicht genutztem eAMS-Konto (68 %) sind mit ihrem Informationsstand bezüglich des eAMS-Kontos zufrieden. 42 % fühlen sich ausreichend informiert, rund ein Viertel (26 %) bezeichnet sich sogar als voll und ganz informiert. Nicht hinreichend informiert sieht sich dagegen ebenfalls rund jede/r vierte KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen.

In puncto Informationsstand unterscheiden sich die Antworten je nach eAMS-Kontostatus: diejenigen, die ihr eAMS-Konto zwar schon länger nicht benutzt aber damit bereits Erfahrungen gemacht haben, fühlen sich naturgemäß besser informiert als die Befragten, die noch nicht eingestiegen oder nur im Beratungsgespräch informiert worden sind, denen also der Praxistest fehlt.

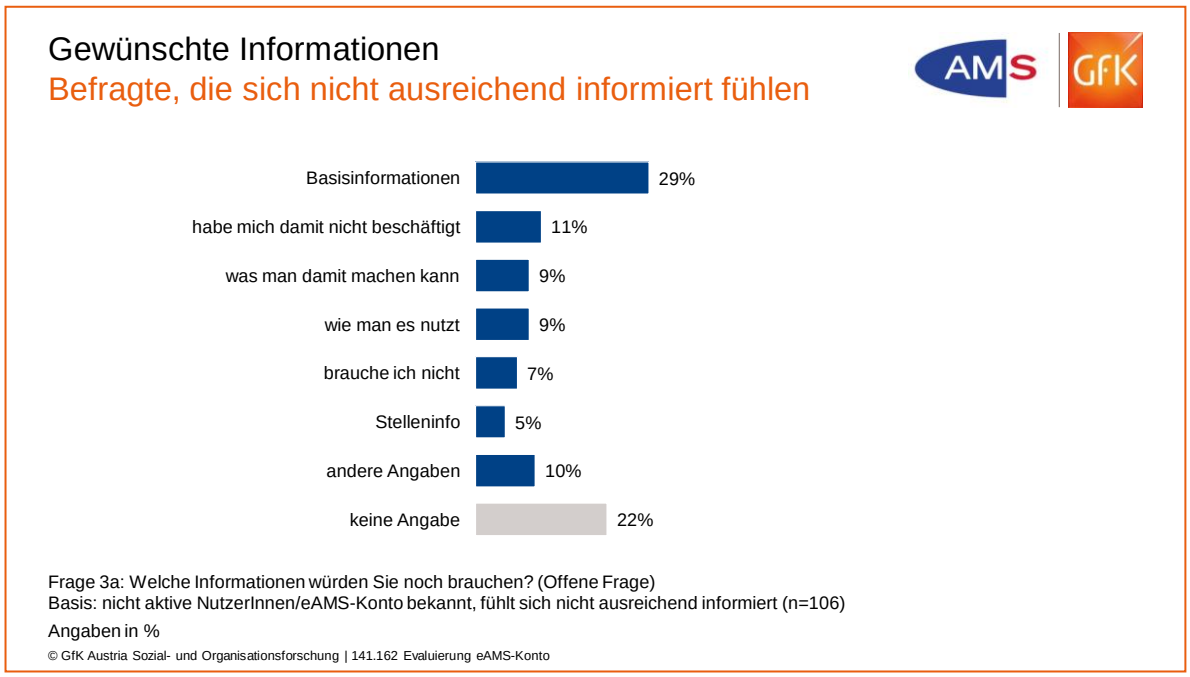
78 % der KundInnen, die ihr eAMS-Konto länger nicht genutzt haben, geben an ausreichend informiert zu sein, während die Zufriedenheit mit dem Informationsgrad von denen mit noch nicht aktiviertem eAMS-Konto und den Informierten/Interessierten unter dem Durchschnitt liegt.

Abbildung 12: Subjektives Empfinden Informationsstand



KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen und sich nicht ausreichend informiert fühlen, wurden nun weiter gefragt, welche Informationen sie noch brauchen. Sie gaben am häufigsten an, dass ihnen Basisinformationen zum eAMS-Konto - wie Funktionsweise, Einlog-Modus etc. – fehlen.

Abbildung 13: Gewünschte Informationen



5.2.4 Informationsquellen

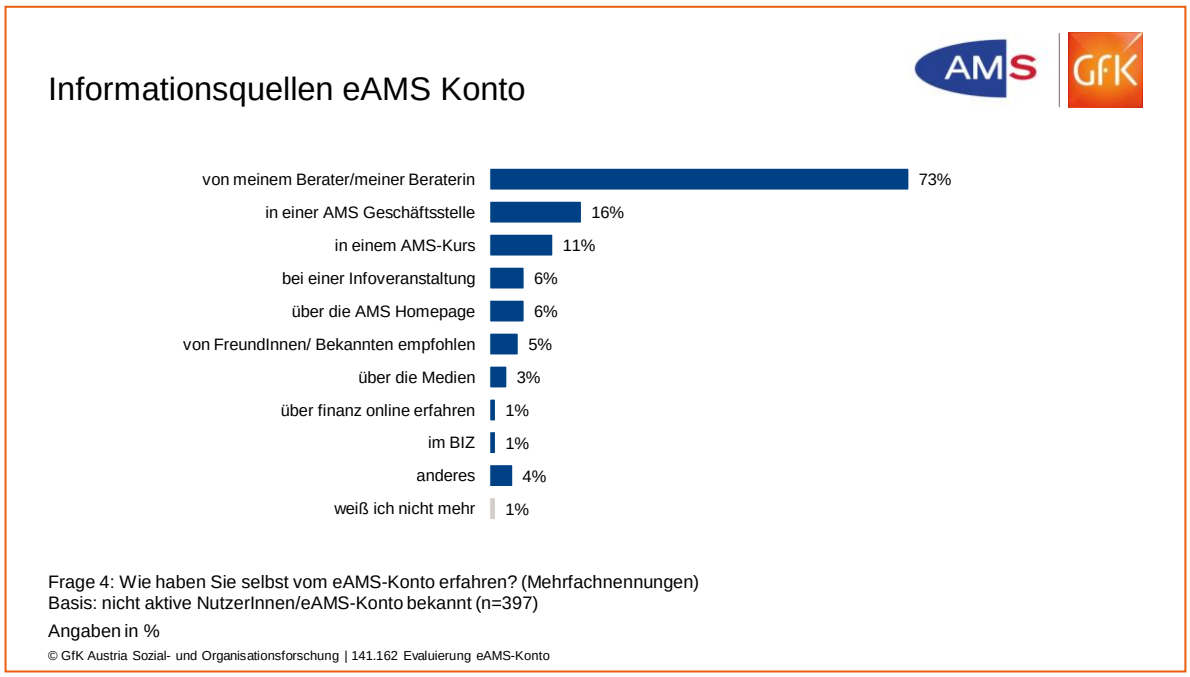
Hauptinfoquelle ist der/die persönliche BeraterIn. „FinanzOnline“ wird nicht verwendet.

Die Hauptinformationsquelle in Bezug auf das eAMS-Konto war in drei von vier Fällen der persönliche Berater/die Beraterin – sie sind ja angehalten, jede/n Arbeitslose(n) über die elektronische Kommunikationsmöglichkeit zu informieren und zu fragen, ob er/sie so ein eAMS-Konto haben will.

Alle anderen Infoquellen spielen nur eine untergeordnete Rolle – am ehesten waren es noch die AMS Geschäftsstellen und AMS-Kurse, wo 16 % bzw. 11 % der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, vom eAMS-Konto erfahren haben.

Je 6 % haben sich bei einer Infoveranstaltung oder über die AMS Homepage informiert, 5 % wurde das eAMS-Konto von FreundInnen/Bekannten empfohlen. Über die Medien, über ”FinanzOnline” bzw. in einem BIZ hat nur ein ganz kleiner Prozentsatz der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, vom eAMS-Konto erfahren (3% und je 1 %).

Abbildung 14: Informationsquellen eAMS-Konto



Von der Möglichkeit über "FinanzOnline" ins eAMS-Konto einzustiegen machen aktuell nur ganz wenige KundInnen Gebrauch. Nur 3 Personen (!) aus der Gruppe der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, haben überhaupt angegeben über diesen online Service vom eAMS-Konto erfahren zu haben – 2 von ihnen sind dann auch auf diesem Weg eingestiegen.

5.2.5 Information durch den/die BeraterIn

Weniger als die Hälfte der KundInnen mit nicht aktiviertem/nicht genutztem eAMS-Konto hat Infomaterial erhalten, 13 % wurden auf die Demo-Version hingewiesen. Auf jede/n Dritte(n) wurde sanfter Druck ausgeübt. Die Informationsgespräche selbst wurden mehrheitlich als motivierend erlebt.

Besonders bei der Gruppe der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, war es wichtig herauszufinden, wie das Informationsgespräch über das eAMS-Konto konkret abgelaufen ist und wie es von dieser Kundengruppe erlebt wurde. Wurde etwa Druck auf sie ausgeübt sich ein eAMS-Konto zu nehmen oder wurde zu wenig Infomaterial zur Verfügung gestellt etc.? War das Gespräch demotivierend verlaufen oder vermittelte der/die BeraterIn selbst keinen kompetenten Eindruck?

Die Ergebnisse zeigen, dass den meisten Befragten – mehr als zwei Drittel - in diesem Informationsgespräch das eAMS-Konto zunächst vorgestellt und empfohlen wurde. Weniger als der Hälfte der Personen wurde Informationsmaterial mitgegeben, um sich zuhause in Ruhe und im eigenen Tempo mit dem eAMS-Konto auseinandersetzen zu können. 13 % wurden auf die Demo-Version des eAMS-Kontos hingewiesen.

Was nun die Freiwilligkeit der Entscheidung für oder gegen das eAMS-Konto betrifft, so gab knapp jede/r dritte Kunde/In, die/der das eAMS-Konto nicht aktiv nutzt, an, dass sanfter Druck auf ihn/sie ausgeübt worden war, d.h. es wurde ihm/ihr nahegelegt ein eAMS-Konto zu nehmen. 14 % berichteten, dass sie gar nicht gefragt worden waren, ob sie ein eAMS-Konto möchten oder nicht, sondern der/die BeraterIn ihnen einfach eines gegeben hat. Und fast jede/r Zehnte erlebte starken Druck in der Form, dass der/die BeraterIn darauf bestanden hat, dass der/die Arbeitslose ein eAMS-Konto nimmt. 13 % der Befragten gaben schließlich an, dass ihnen das eAMS-Konto vorgestellt und empfohlen wurde, sie sich aber dagegen entschieden haben.

Beim Blick in die Subgruppen zeigt sich, dass tendenziell

- diejenigen, die ihr eAMS-Konto schon länger nicht genutzt haben, im Rückblick auf dieses Informationsgespräch häufiger als die anderen Gruppen von sanftem aber auch starkem Druck sprechen bzw. auch davon, gar nicht gefragt worden zu sein.
- sanfter Druck öfter auf Männer als auf Frauen ausgeübt wird.
- Auch SchulungsteilnehmerInnen wurde es überdurchschnittlich oft nahegelegt ein eAMS-Konto zu nehmen, sie haben gleichzeitig aber auch häufiger Infomaterial dazu ausgehändigt bekommen.
- Personen mit Migrationshintergrund gaben häufiger an, dass starker Druck auf sie ausgeübt wurde, und weniger oft, dass sie ein eAMS-Konto abgelehnt haben. Darüber hinaus haben sie seltener Infomaterial bekommen und wurden auch seltener auf die Demo-Version hingewiesen.

Abbildung 15: Information durch den/die BeraterIn

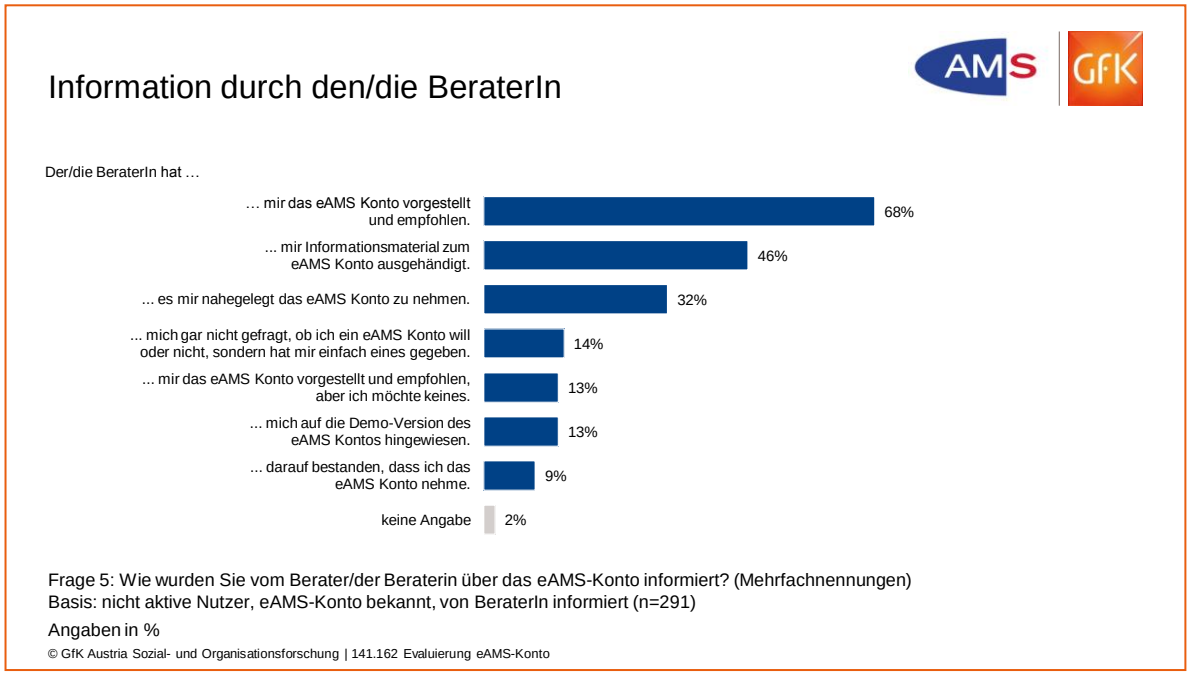


Tabelle 4.1: Information durch Berater (Mehrfachnennungen möglich)

							Migrationshintergrund				In Schulung			
	Gesamt		Frauen		Männer		Ja		Nein		Ja		Nein	
	n=1.200		n=600		n=600		n=372		n=828		n=360		n=840	
Der/Die BeraterIn hat…	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
mir das eAMS-Konto vorgestellt und empfohlen.	197	68	105	69	91	66	63	77	134	64	53	66	144	68
mir das eAMS-Konto vorgestellt und empfohlen, aber ich möchte keines.	39	13	22	15	16	12	6	7	32	16	11	13	28	13
es mir nahegelegt das eAMS-Konto zu nehmen.	94	32	41	27	53	38	17	21	76	37	32	39	62	29
darauf bestanden, dass ich das eAMS-Konto nehme.	26	9	8	5	18	13	11	14	14	7	5	7	20	10
mich gar nicht gefragt, ob ich ein eAMS-Konto will oder nicht, sondern hat mir einfach eines gegeben.	41	14	21	14	20	14	14	17	27	13	16	19	25	12
mir Informationsmaterial zum eAMS-Konto ausgehändigt.	135	46	71	47	64	46	30	37	104	50	45	55	90	43
mich auf die Demo-Version des eAMS-Kontos hingewiesen.	37	13	16	11	20	15	6	7	31	15	12	14	25	12
Keine Angabe	5	2	4	2	1	1	2	3	2	1	3	3	2	1

© 2012 GfK Austria GmbH

Tabelle 4.2: Information durch Berater (Mehrfachnennungen möglich)

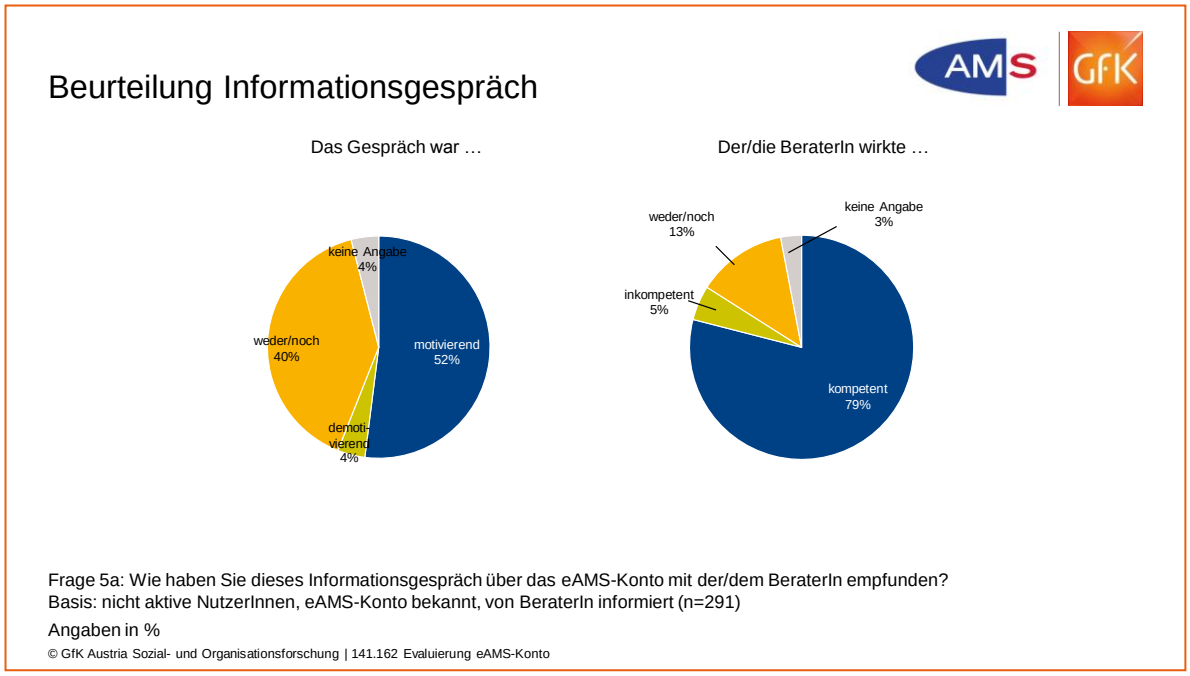
			eAMS-Kontostatus							
	Gesamt		Noch nicht eingestiegen		Schon länger nicht genutzt		Informiert/ interessiert		Gelöscht	
	n=1.200		n=50		n=150		n=65		n=26	
Der/Die BeraterIn hat…	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
mir das eAMS-Konto vorgestellt und empfohlen.	197	68	28	55	115	76	41	64	13	50
mir das eAMS-Konto vorgestellt und empfohlen, aber ich möchte keines.	39	13	6	12	5	3	22	33	6	24
es mir nahegelegt das eAMS-Konto zu nehmen.	94	32	9	19	55	37	16	25	13	51
darauf bestanden, dass ich das eAMS-Konto nehme.	26	9	2	5	22	14	1	2	0	2
mich gar nicht gefragt, ob ich ein eAMS-Konto will oder nicht, sondern hat mir einfach eines gegeben.	41	14	7	14	27	18	7	10	-	-
mir Informationsmaterial zum eAMS-Konto ausgehändigt.	135	46	21	41	67	45	33	51	14	54
mich auf die Demo-Version des eAMS-Kontos hingewiesen.	37	13	-	-	23	15	14	21	0	2
Keine Angabe	5	2	2	4	3	2	-	-	-	-

© 2012 GfK Austria GmbH

Das Informationsgespräch selbst wurde von etwas mehr als der Hälfte der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, durchaus als motivierend empfunden. Nur ein ganz kleiner Teil hat es als demotivierend erlebt. 40 % bewerteten es allerdings neutral, d.h. als weder motivierend noch demotivierend.

Positiver als die Motivationskraft des Gesprächs wurde die Kompetenz des/der jeweiligen BeraterIn beurteilt: er/sie wirkte beim Thema eAMS-Konto auf acht von zehn Befragten kompetent und nur auf 5 % als inkompetent.13 % konnten sich auf keine der beiden Ausprägungen festlegen.

Abbildung 16: Beurteilung Informationsgespräch



5.2.6 Besuchsfrequenz bei dem Berater/der Beraterin

Persönliche Besuche finden zumeist einmal im Monat statt, jede/r Fünfte kommt aber häufiger.

Durchschnittlich werden die KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, alle vier bis sechs Wochen bei ihrem Berater/ihrer Beraterin vorstellig.

Die meisten kommen einmal im Monat vorbei (38 %), etwas über ein Fünftel (22 %) besucht den Berater oder die Beraterin aber häufiger. Bei 15 % beträgt die Besuchsfrequenz einmal alle sechs Wochen bzw. einmal alle zwei Monate. Ein weiteres Fünftel kommt noch seltener.

Einen höheren Bedarf an persönlicher Betreuung haben dabei

- Jene KundInnen, die sagen, dass sie das eAMS-Konto gar nicht kennen
- Die männlichen Kunden, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen
- Personen mit oder ohne Pflichschulabschluß
- Personen mit Migrationshintergrund

- Die KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen und in Kleinstädten wohnen

Weniger oft als der Durchschnitt kommen hingegen

- Die KundInnen, die ihr eAMS-Konto schon länger nicht genutzt haben, sowie die übers eAMS-Konto Informierten bzw. daran Interessierten
- Die Über-40-Jährigen
- Personen mit Einstellungszusage bzw. in Schulung
- Personen mit langer Geschäftsfalldauer
- Die KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen und am Land leben

Abbildung 17: Häufigkeit persönlicher Besuche bei Berater/Beraterin

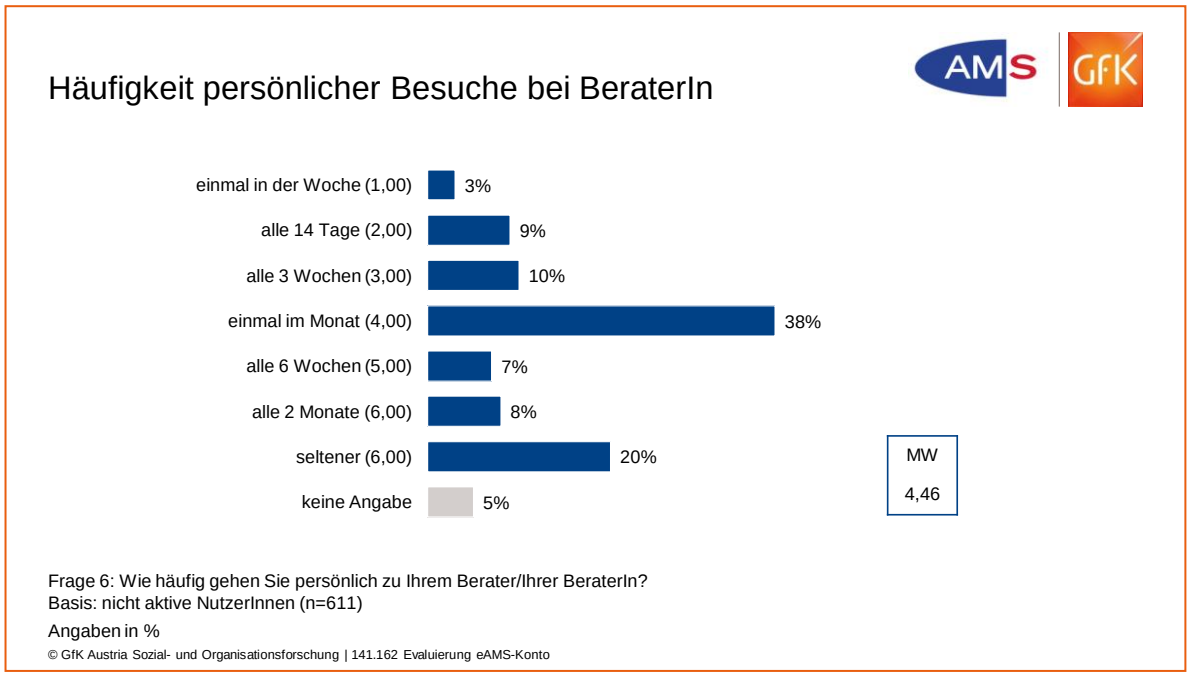


Tabelle 5.1: Besuchsfrequenz beim Berater/ der Beraterin

							Migrationshintergrund				Schulbildung									
	Gesamt		Männlich		Weiblich		Ja		Nein		Pflichtschule mit/ohne Ausbildung		Lehrabschluss		Berufsbildende mittlere Schule		Matura		Universität/FH	
	n=1.200		n=600		n=600		n=372		n=828		n=480		n=360		n=120		n=120		n=120	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
einmal in der Woche	19	3	11	3	9	3	10	5	9	2	17	6	1	0	-	-	2	4	-	-
alle 14 Tage	57	9	35	12	21	7	13	6	44	11	33	12	18	9	5	10	1	2	-	-
alle 3 Wochen	59	10	32	10	27	9	25	12	35	9	35	13	15	8	1	3	6	12	2	6
einmal im Monat	235	38	121	39	114	37	92	44	143	36	113	41	66	34	25	49	12	26	18	44
alle 6 Wochen	42	7	20	6	22	7	12	6	30	7	14	5	11	6	4	8	10	21	3	7
alle 2 Monate	48	8	23	8	25	8	10	5	37	9	13	5	17	9	6	11	4	9	7	18
seltener	121	20	47	15	74	24	29	14	91	23	41	15	48	25	10	20	12	26	10	24
keine Angabe	31	5	18	6	13	4	18	9	13	3	13	5	18	9	-	-	0	1	-	-

© 2012 GfK Austria GmbH

Tabelle 5.2: Besuchsfrequenz beim Berater/ der Beraterin

			Topografie								eAMS-Kontostatus											
	Gesamt		Dorf		Kleinstadt		Stadt mittlerer Größe		Großstadt		Aktiv		Noch nicht eingestiegen		Schon länger nicht genutzt		Informiert/ interessiert		Gelöscht		Kenne es nicht	
	n=1.200		n=442		n=208		n=207		n=333		n=580		n=71		n=189		n=108		n=29		n=215	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Einmal in der Woche	19	3	6	3	4	4	4	4	5	3	-	-	3	4	7	4	1	1	2	5	6	3
Alle 14 Tage	57	9	23	10	13	13	14	14	5	3	-	-	4	5	12	6	8	7	7	24	27	12
Alle 3 Wochen	59	10	15	7	18	18	11	11	14	8	-	-	9	13	18	10	7	7	2	7	22	10
Einmal im Monat	235	38	78	35	30	29	33	32	92	51	-	-	30	42	69	36	40	37	12	43	84	39
Alle 6 Wochen	42	7	19	8	6	6	5	5	11	6	-	-	4	6	12	6	10	9	1	4	14	7
Alle 2 Monate	48	8	12	5	8	8	9	9	19	10	-	-	3	4	22	12	14	13	-	-	8	4
seltener	121	20	58	26	12	11	20	20	31	17	-	-	16	22	44	23	20	18	5	17	36	17
Keine Angabe	31	5	10	4	12	12	4	4	2	1	-	-	2	2	5	2	8	7	-	-	17	8

© 2012 GfK Austria GmbH

Tabelle 5.3: Besuchsfrequenz beim Berater/ der Beraterin

			In Schulung				Altersgruppe											
	Gesamt		Ja		Nein		Bis 19 Jahre		20-29 Jahre		30-39 Jahre		40-49 Jahre		50-59 Jahre		60 Jahre und älter	
	n=1.200		n=360		n=840		n=96		n=344		n=294		n=255		n=194		n=16	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
einmal in der Woche	19	3	10	5	10	2	9	13	3	2	5	4	1	1	1	1	-	-
alle 14 Tage	57	9	13	7	44	10	4	6	20	10	15	11	11	10	7	7	-	-
alle 3 Wochen	59	10	15	8	45	10	2	3	24	12	8	6	8	7	12	12	5	43
einmal im Monat	235	38	52	28	183	43	19	30	72	37	60	47	43	38	36	36	4	36
alle 6 Wochen	42	7	14	8	28	6	6	9	10	5	6	5	13	11	6	6	1	5
alle 2 Monate	48	8	10	5	38	9	4	6	15	8	12	9	7	7	9	9	1	6
seltener	121	20	66	35	55	13	17	26	33	17	21	16	25	23	23	23	1	9
keine Angabe	31	5	6	3	25	6	4	6	15	8	2	2	4	4	6	6	-	-

© 2012 GfK Austria GmbH

Tabelle 5.4: Besuchsfrequenz beim Berater/ der Beraterin

			Einstellungszusage				Geschäftsfalldauer							
	Gesamt		Ja		Nein		Bis 3 Monate		3-6 Monate		6-12 Monate		Länger als 12 Monate	
	n=1.200		n=188		n=1.002		n=480		n=240		n=227		n=253	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
einmal in der Woche	19	3	1	1	19	4	7	3	5	4	2	2	6	4
alle 14 Tage	57	9	3	4	51	10	28	11	10	9	8	9	10	7
alle 3 Wochen	59	10	11	11	48	9	20	8	9	8	13	14	17	12
einmal im Monat	235	38	34	35	201	40	98	38	48	42	40	43	49	33
alle 6 Wochen	42	7	1	1	41	8	18	7	5	5	6	6	12	9
alle 2 Monate	48	8	12	12	35	7	16	6	13	11	8	8	11	8
seltener	121	20	26	26	92	18	53	21	18	16	13	14	36	25
keine Angabe	31	5	10	10	21	4	17	7	7	6	3	3	4	3

© 2012 GfK Austria GmbH

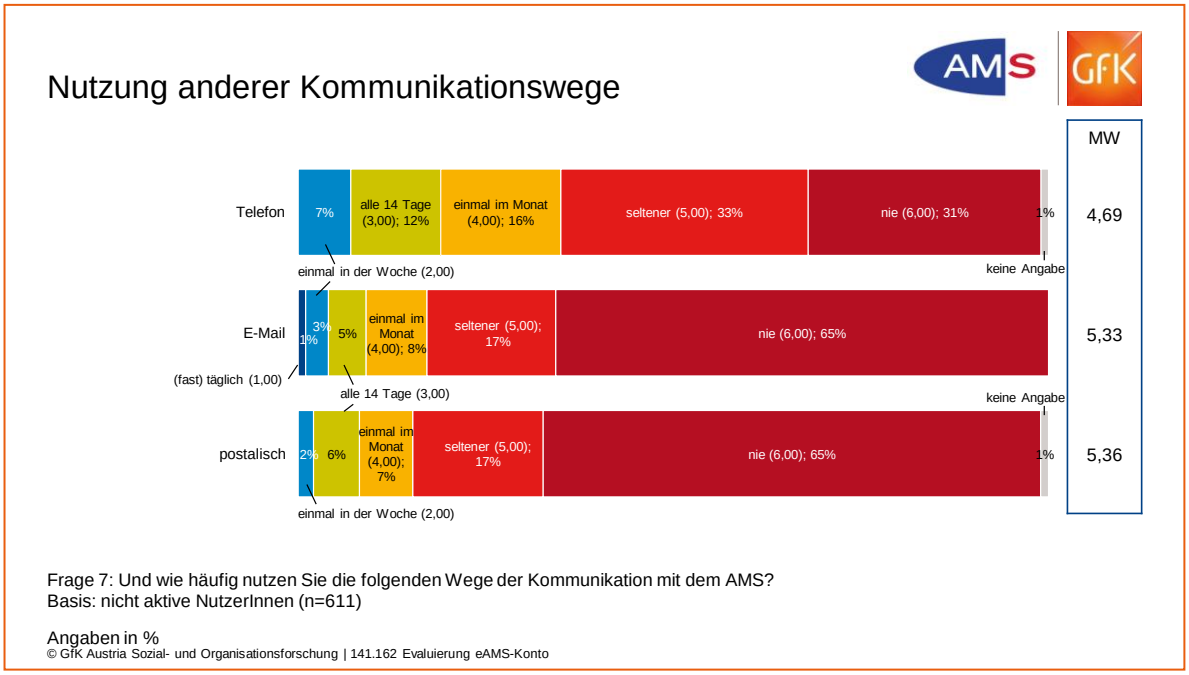
5.2.7 Nutzungsfrequenz anderer Kommunikationswege

Das Telefon wird weit häufiger genutzt als Email und Postweg.

Neben dem persönlichen Gespräch ist es in erster Linie das Telefon, über das die KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, mit dem AMS kommunizieren. Immerhin 7 % melden sich einmal in der Woche telefonisch beim AMS. Weitere 12 % rufen alle 14 Tage an, 16 % einmal im Monat. Bei einem Drittel der Befragten ist dies seltener der Fall und bei 31 % gar nie.

Email und der Postweg sind weniger oft die Kommunikationsmittel der Wahl. Während 33 % doch mindestens einmal im Monat mit dem AMS telefonieren, tun dies per Email nur 17 % und per Post nur 15 %. Zwei von dreien nutzen Email und Post überhaupt nie.

Abbildung 18: Nutzung anderer Kommunikationswege



Frage 7: Und wie häufig nutzen Sie die folgenden Wege der Kommunikation mit dem AMS?
Basis: nicht aktive NutzerInnen (n=611)

Angaben in %

© GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung | 141.162 Evaluierung eAMS-Konto

5.2.8 Bevorzugte Kontaktart

KundInnen mit nicht aktiviertem oder genutztem eAMS-Konto halten am liebsten persönlich oder telefonisch Kontakt zum AMS.

Gefragt, wie sie am liebsten mit dem AMS in Kontakt treten, entschied sich eine klare Mehrheit der befragten KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen (59 %), für das persönliche Gespräch. 29 % favorisieren den Kontakt per Telefon, während Email und postalische Kommunikation mit weniger als 10 % Nennungen nur eine geringe Rolle spielen.

Bei der bevorzugten Kontaktart waren in den Subgruppen folgende Unterschiede zu erkennen:

- Die KundInnengruppe, die ihr eAMS-Konto schon länger nicht genutzt hat, nannte häufiger das Telefon als liebstes Kommunikationsmittel. Die Gruppe der Informierten und Interessierten tendiert wiederum etwas häufiger als die anderen Gruppen zum Email.
- Bei den Altersgruppen 30 bis 39 Jahre und 50 plus ist der Anteil der persönlichen Kommunikation am höchsten, während die Unter-30-Jährigen häufiger das Telefon bevorzugen.
- Bei MaturantInnen und vor allem AkademikerInnen scheint es einen Trend zum Email-Kontakt zu geben (der aufgrund kleiner Fallzahlen aber nicht gesichert ist).
- Je länger die Geschäftsfalldauer, desto mehr gewinnen andere Kontaktarten als das persönliche Gespräch an Bedeutung: nach drei Monaten nimmt der Anteil derer zu, die mit dem AMS lieber telefonieren, und nach sechs Monaten der Anteil derer, die lieber Emails schicken.

Abbildung 19: Bevorzugte Konaktart

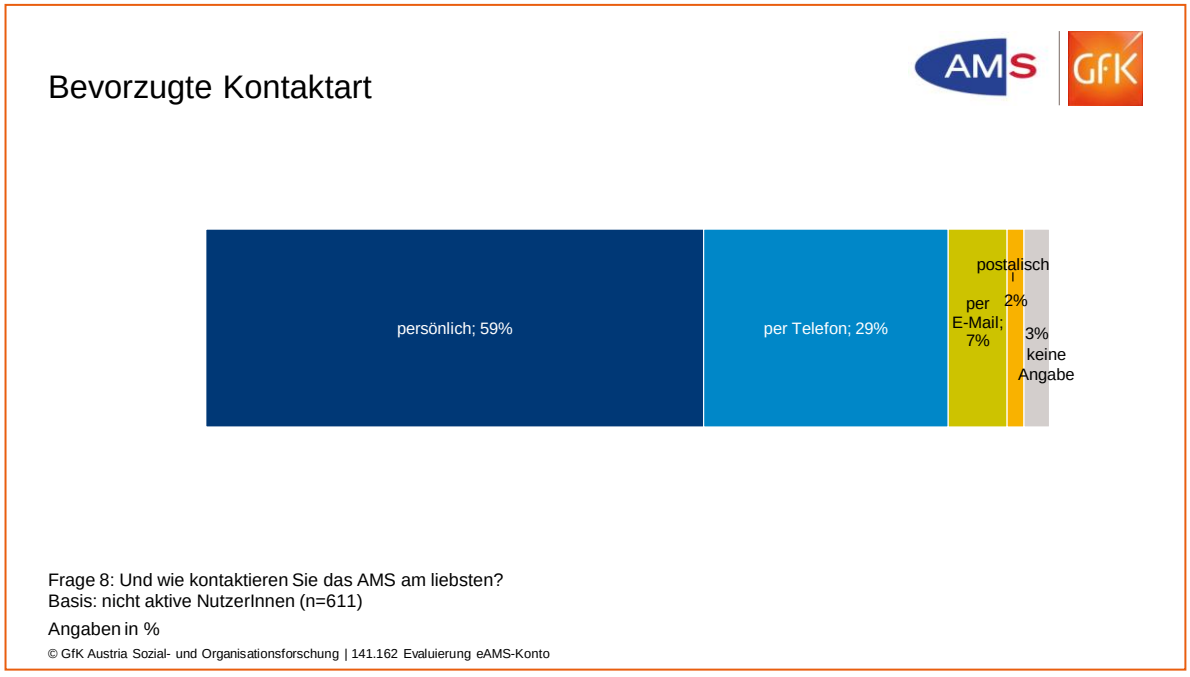


Tabelle 6.1: Bevorzugte Kontaktart

			Vormerkdauer								eAMS-Kontostatus											
	Gesamt		Bis 3 Monate		3-6 Monate		6-12 Monate		Länger als 12 Monate		Aktiv		Noch nicht eingestiegen		Schon länger nicht genutzt		Informiert/ interessiert		Gelöscht		Kenne es nicht	
	n=1.200		n=480		n=240		n=227		n=253		n=580		n=71		n=189		n=108		n=29		n=215	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Persönlich	358	59	161	62	61	53	54	58	83	56	-	-	48	67	98	52	58	53	20	70	134	62
Per Telefon	180	29	69	27	42	37	26	28	42	29	-	-	19	27	66	35	30	28	6	21	58	27
Per Email	45	7	12	5	10	8	10	10	14	10	-	-	2	3	17	9	13	12	3	9	10	5
Postalisch	10	2	3	1	1	1	1	1	6	4	-	-	-	-	3	1	-	-	-	-	8	3
Keine Angaben	19	3	13	5	1	1	3	3	2	1	-	-	2	3	4	2	8	7	-	-	5	2

© 2012 GfK Austria GmbH

Tabelle 6.2: Bevorzugte Kontaktart

			Schulbildung									
	Gesamt		Pflichtschule mit/ohne Abschluss		Lehrabschluss		Berufsbildende mittlere Schule		Matura		Universität/FH	
	n=1.200		n=480		n=360		n=120		n=120		n=120	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Persönlich	358	59	168	60	114	59	26	51	31	66	18	45
Per Telefon	180	29	88	32	55	29	18	34	9	18	10	25
Per Email	45	7	10	4	15	8	5	9	7	15	9	23
Postalisch	10	2	6	2	4	2	-	-	-	-	-	-
Keine Angaben	19	3	6	2	6	3	4	7	1	1	3	7

Tabelle 6.3: Bevorzugte Kontaktart

			Altersgruppe											
	Gesamt		Bis 19 Jahre		20-29 Jahre		30-39 Jahre		40-49 Jahre		50-59 Jahre		60 Jahre und älter	
	n=1.200		n=96		n=344		n=294		n=255		n=194		n=16	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Persönlich	358	59	27	41	100	52	86	66	64	57	72	72	10	78
Per Telefon	180	29	32	49	74	38	28	22	32	28	11	11	3	22
Per Email	45	7	6	9	11	6	10	7	9	8	10	10	-	-
Postalisch	10	2	-	-	-	-	4	3	3	2	4	4	-	-
Keine Angaben	19	3	0	1	8	4	2	2	5	5	3	3	-	-

© 2012 GfK Austria GmbH

5.2.9 IT-Ausstattung

Gute IT-Ausstattung der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, Scanner fehlen aber.

Anders als man vielleicht vermuten würde, ist die IT-Austattung der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, durchaus als gut zu bezeichnen. Mehr als die Hälfte von ihnen verfügt über PC, Laptop und Drucker. Nur ein Scanner ist mehrheitlich nicht vorhanden.

Innerhalb der Gruppe der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, ist die Ausstattung mit IT-Geräten aber sehr unterschiedlich:

- Am besten ausgestattet sind die KundInnen, die ihr eAMS-Konto schon länger nicht genutzt haben: 95 % besitzen einen PC oder Laptop, 72 % einen Drucker und 60 % einen Scanner.
- Ganz anders die Situation bei denen, die das eAMS-Konto gar nicht kennen: hier verfügen 28 % weder über PC noch Laptop, 60 % haben keinen Drucker und 70 % keinen Scanner.
- Über das eAMS-Konto Informierte bzw. daran Interessierte besitzen häufiger Laptops als PCs. Laptops sind auch unter jüngeren Arbeitslosen starker verbreitet, ebenso unter SchulungsteilnehmerInnen und Personen mit einer Geschäftsfalldauer unter 3 Monaten.
- Zwischen Personen mit und ohne Migrationshintergrund war zwar kein nennenswerter Unterschied in der Austattung mit PC und Laptop zu beobachten, sehr wohl aber beim Besitz von Drucker und Scanner. MigrantInnen sind damit schlechter ausgestattet.
- Druckergeräte sind unter den Über- 40-jährigen KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, stärker verbreitet als bei den jüngeren Altersgruppen. Die SchulungsteilnehmerInnen wiederum sind sowohl mit Drucker als auch mit Scanner besser ausgestattet als der Durchschnitt. Topograhisch betrachtet sind am Land mehr Drucker- und vor allem Scannergeräte in den Arbeitslosen-Haushalten vorhanden als in der Stadt.

Abbildung 20: IT-Ausstattung

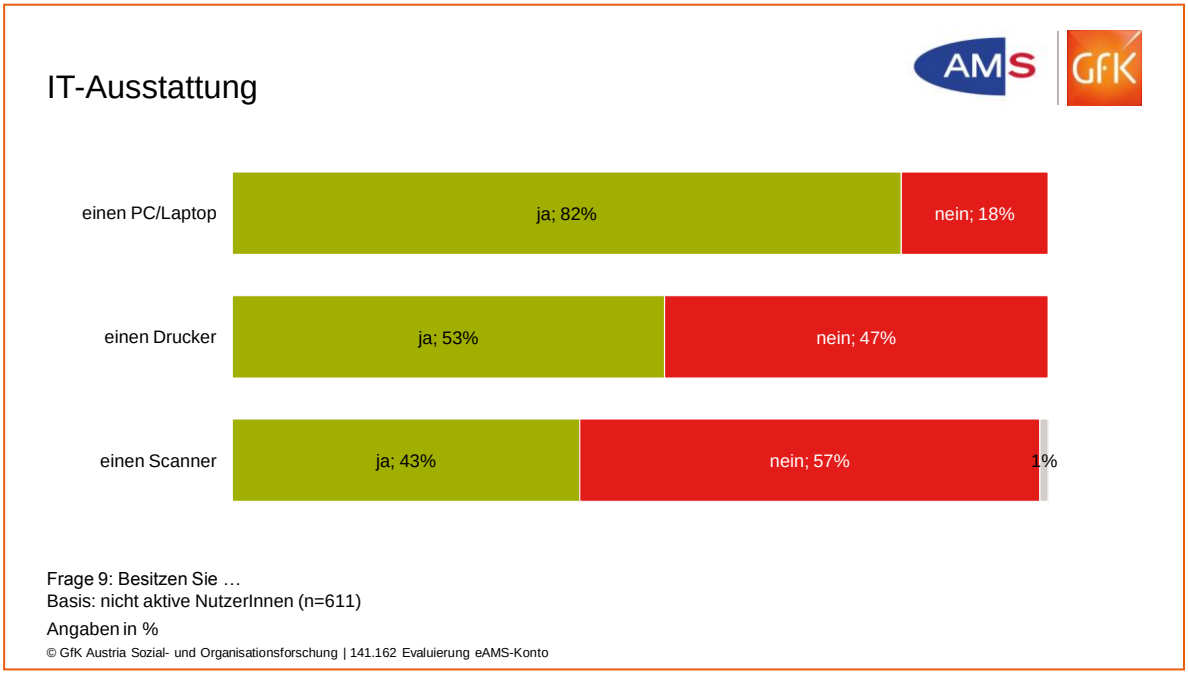


Tabelle 7.1: IT-Ausstattung: PC

			Altersgruppe												In Schulung			
	Gesamt		Bis 19 Jahre		20-29 Jahre		30-39 Jahre		40-49 Jahre		50-59 Jahre		60 Jahre und älter		Ja		Nein	
	n=1.200		n=96		n=344		n=294		n=255		n=194		n=16		n=360		n=840	
PC	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Ja	372	61	47	72	114	59	73	57	70	63	56	56	11	87	113	61	259	61
Nein	240	39	18	28	78	41	56	43	42	37	44	44	2	13	72	39	167	39

			Geschäftsfalldauer								Topografie							
	Gesamt		Bis 3 Monate		3-6 Monate		6-12 Monate		Länger als 12 Monate		Dorf		Kleinstadt		Stadt mittlerer Größe		Großstadt	
	n=1.200		n=480		n=240		n=227		n=253		n=442		n=208		n=207		n=333	
PC	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Ja	372	61	153	59	73	64	59	63	87	59	142	64	60	58	71	70	98	55
Nein	240	39	105	41	41	36	34	37	60	41	80	36	44	42	30	30	81	45

© 2012 GfK Austria GmbH

			eAMS-Kontostatus												Migrationshintergrund			
	Gesamt		Aktiv		Noch nicht eingestiegen		Schon länger nicht genutzt		Informiert/ interessiert		gelöscht		Kenne es nicht		Ja		Nein	
	n=1.200		n=580		n=71		n=189		n=108		n=29		n=215		n=372		n=828	
PC	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Ja	372	61	-	-	37	52	149	79	53	49	15	51	118	55	127	61	245	61
Nein	240	39	-	-	34	48	40	21	55	51	14	49	96	45	82	39	158	39

Tabelle 7.2: IT-Ausstattung: Laptop

			Altersgruppe												In Schulung			
	Gesamt		Bis 19 Jahre		20-29 Jahre		30-39 Jahre		40-49 Jahre		50-59 Jahre		60 Jahre und älter		Ja		Nein	
	n=1.200		n=96		n=344		n=294		n=255		n=194		n=16		n=360		n=840	
Laptop	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Ja	340	56	51	78	112	58	72	56	60	53	39	39	7	55	118	64	221	52
Nein	272	44	14	22	80	42	57	44	53	47	62	61	6	45	67	36	205	48

© 2012 GfK Austria GmbH

			Geschäftsfalldauer								Topografie							
	Gesamt		Bis 3 Monate		3-6 Monate		6-12 Monate		Länger als 12 Monate		Dorf		Kleinstadt		Stadt mittlerer Größe		Großstadt	
	n=1.200		n=480		n=240		n=227		n=253		n=442		n=208		n=207		n=333	
Laptop	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Ja	340	56	153	60	56	49	49	53	81	55	117	53	65	62	65	65	92	51
Nein	272	44	104	40	58	51	44	47	65	45	104	47	39	38	35	35	87	49

			eAMS-Kontostatus												Migrationshintergrund			
	Gesamt		Aktiv		Noch nicht eingestiegen		Schon länger nicht genutzt		Informiert/ interessiert		gelöscht		Kenne es nicht		Ja		Nein	
	n=1.200		n=580		n=71		n=189		n=108		n=29		n=215		n=372		n=828	
Laptop	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Ja	340	56	-	-	35	50	125	66	71	65	11	40	97	45	122	58	218	54
Nein	272	44	-	-	36	50	64	34	37	35	17	60	117	55	87	42	184	46

© 2012 GfK Austria GmbH

Tabelle 7.3: IT-Ausstattung: PC/ Laptop

			Altersgruppe												In Schulung			
	Gesamt		Bis 19 Jahre		20-29 Jahre		30-39 Jahre		40-49 Jahre		50-59 Jahre		60 Jahre und älter		Ja		Nein	
	n=1.200		n=96		n=344		n=294		n=255		n=194		n=16		n=360		n=840	
PC/ Laptop	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Ja	499	82	63	98	162	84	103	79	90	80	70	70	11	90	153	82	346	81
Nein	112	18	2	2	30	16	27	21	22	20	30	30	1	10	33	18	79	19

			Geschäftsfalldauer								Topografie							
	Gesamt		Bis 3 Monate		3-6 Monate		6-12 Monate		Länger als 12 Monate		Dorf		Kleinstadt		Stadt mittlerer Größe		Großstadt	
	n=1.200		n=480		n=240		n=227		n=253		n=442		n=208		n=207		n=333	
PC/ Laptop	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Ja	499	82	215	84	90	79	78	83	116	79	175	79	91	88	95	94	136	76
Nein	112	18	42	16	24	21	16	17	30	21	46	21	13	12	6	6	44	24

© 2012 GfK Austria GmbH

			eAMS-Kontostatus												Migrationshintergrund			
PC/ Laptop	Gesamt		Aktiv		Noch nicht eingestiegen		Schon länger nicht genutzt		Informiert/ interessiert		gelöscht		Kenne es nicht		Ja		Nein	
	n=1.200		n=580		n=71		n=189		n=108		n=29		n=215		n=372		n=828	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Ja	499	82	-	-	49	70	180	95	93	86	22	78	155	72	179	85	320	80
Nein	112	18	-	-	21	30	9	5	16	14	6	22	60	28	31	15	82	20

Tabelle 7.4: IT-Ausstattung: Drucker

			Altersgruppe												In Schulung			
	Gesamt		Bis 19 Jahre		20-29 Jahre		30-39 Jahre		40-49 Jahre		50-59 Jahre		60 Jahre und älter		Ja		Nein	
	n=1.200		n=96		n=344		n=294		n=255		n=194		n=16		n=360		n=840	
Drucker	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Ja	325	53	44	68	93	48	56	43	66	59	58	58	9	72	112	60	213	50
Nein	286	47	21	32	99	52	74	57	46	41	43	42	3	28	74	40	213	50

© 2012 GfK Austria GmbH

			Geschäftsfalldauer								Topografie							
	Gesamt		Bis 3 Monate		3-6 Monate		6-12 Monate		Länger als 12 Monate		Dorf		Kleinstadt		Stadt mittlerer Größe		Großstadt	
	n=1.200		n=480		n=240		n=227		n=253		n=442		n=208		n=207		n=333	
Drucker	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Ja	325	53	134	52	63	55	55	59	73	50	138	62	66	64	47	47	74	41
Nein	286	47	123	48	51	45	38	41	74	50	84	38	37	36	54	53	105	59

			eAMS-Kontostatus												Migrationshintergrund			
	Gesamt		Aktiv		Noch nicht eingestiegen		Schon länger nicht genutzt		Informiert/ interessiert		gelöscht		Kenne es nicht		Ja		Nein	
	n=1.200		n=580		n=71		n=189		n=108		n=29		n=215		n=372		n=828	
Drucker	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Ja	325	53	-	-	31	44	136	72	57	53	14	49	87	40	95	45	230	57
Nein	286	47	-	-	40	56	53	28	51	47	15	51	128	60	114	55	172	43

© 2012 GfK Austria GmbH

Tabelle 7.5: IT-Ausstattung: Scanner

			Altersgruppe												In Schulung			
	Gesamt		Bis 19 Jahre		20-29 Jahre		30-39 Jahre		40-49 Jahre		50-59 Jahre		60 Jahre und älter		Ja		Nein	
	n=1.200		n=96		n=344		n=294		n=255		n=194		n=16		n=360		n=840	
Scanner	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Ja	262	43	39	60	77	40	43	33	55	49	39	39	8	67	96	52	166	39
Nein	346	57	26	40	115	60	86	67	57	51	58	58	4	33	90	48	256	60

			Geschäftsfalldauer								Topografie							
	Gesamt		Bis 3 Monate		3-6 Monate		6-12 Monate		Länger als 12 Monate		Dorf		Kleinstadt		Stadt mittlerer Größe		Großstadt	
	n=1.200		n=480		n=240		n=227		n=253		n=442		n=208		n=207		n=333	
Scanner	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Ja	262	43	107	41	46	41	46	49	63	43	111	50	41	39	45	44	65	36
Nein	346	57	146	57	68	59	47	51	84	57	109	49	59	57	56	56	114	64

© 2012 GfK Austria GmbH

			eAMS-Kontostatus												Migrationshintergrund			
	Gesamt		Aktiv		Noch nicht eingestiegen		Schon länger nicht genutzt		Informiert/ interessiert		gelöscht		Kenne es nicht		Ja		Nein	
	n=1.200		n=580		n=71		n=189		n=108		n=29		n=215		n=372		n=828	
Scanner	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Ja	262	43	-	-	26	37	113	60	48	44	14	49	61	29	73	35	189	47
Nein	346	57	-	-	45	63	76	40	60	55	15	51	150	70	137	65	209	52

© 2012 GfK Austria GmbH

5.2.10 Internetzugang und –nutzung

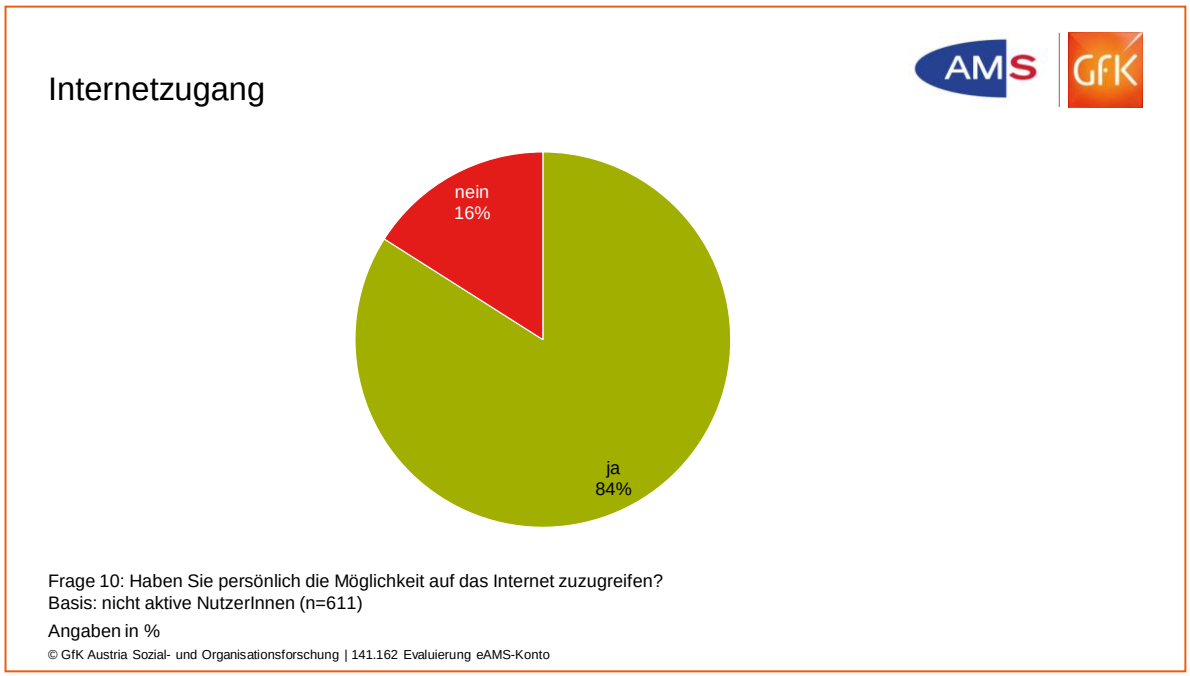
Fast alle KundInnen, die das eAMS-Konto schon länger nicht genutzt haben, haben Internetzugang, nicht jedoch diejenigen, die das eAMS-Konto nicht kennen. Ältere und gering Qualifizierte können häufiger nicht zugreifen.

Auch die Möglichkeit ins Internet einzusteigen ist bei der großen Mehrheit der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, gegeben – 84 % haben Zugang zum Internet.

Allerdings zeigt sich auch hier wieder, dass die Gruppe der KundInnen, die das eAMS-Konto schon länger nicht genutzt hat (aber eines hat), im Vorteil – neun von zehn haben Internetzugang - und die Gruppe derer, denen das eAMS-Konto unbekannt ist, benachteiligt ist: jede/r Fünfte von ihnen kann nicht aufs Internet zugreifen.

Die älteren KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, haben ebenfalls häufiger keine Einstiegsmöglichkeit. 21 % der 40 bis 49-Jährigen und 30 % der 50 bis 59-Jährigen gaben an keinen Internetzugang zu haben. Auch jede/r fünfte nicht aktive NutzerIn mit einem Lehrabschluss und jede/r Fünfte mit langer Geschäftsfalldauer (über ein Jahr) ist vom World Wide Web ausgeschlossen. Weniger Zugangsmöglichkeiten gibt es auch am Land – 22 % können dort nicht ins Netz einsteigen.

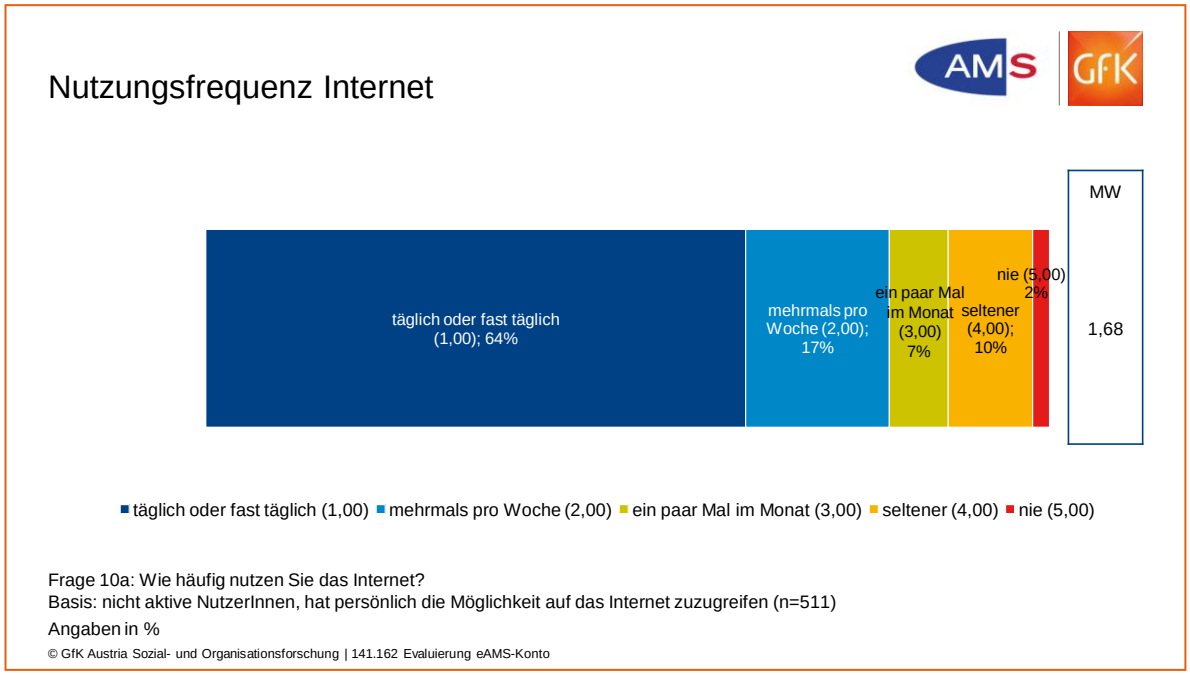
Abbildung 21: Internetzugang



Die KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen und einen Internetzugang haben, sind großteils (zu fast zwei Drittel) jeden Tag im Internet unterwegs.

Die intensivsten WebuserInnen sind auch wieder diejenigen mit länger nicht genutztem eAMS-Konto, erwartungsgemäß die jüngeren Altersgruppen sowie SchulungsteilnehmerInnen. Personen mit langer Geschäftsfalldauer sind häufiger online als jene mit kürzerer Geschäftsfalldauer und bei Personen mit Migrationshintergrund ist die Nutzungsfrequenz ebenfalls höher.

Abbildung 22: Nutzungsfrequenz Internet



5.2.11 Computerkenntnisse

KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, bewerten ihre Computerkenntnise zumeist als gut oder zufriedenstellend.

Bei den Überlegungen zu den Gründen für den niedrigen Nutzungsgrad des eAMS-Kontos stand natürlich auch die Vermutung im Raum, dass mangelnde Vertrautheit im Umgang mit dem Computer eine der Ursachen dafür sein könnte.

Die Ergebnisse der Befragung der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, zeigen nun, dass diese Gruppe ihre Computerkenntnisse im Durchschnitt als gut bis zufriedenstellend einstuft.

Konkret bezeichneten 35 %, also mehr als ein Drittel, ihr Wissen als gut, weitere 28 % meinten es sei zufriedenstellend.13 % gaben an sich eher schlecht mit dem Computer auszukennen, 3 % sogar sehr schlecht. Gar keine Kenntnisse hat nur ein geringer Prozentsatz von 4 %.

Die Gruppe der KundInnen, die das eAMS-Konto schon länger nicht genutzt hat, bewertet ihre Computerkenntnisse am positivsten: 32 % schätzen sie als sehr gut und 42 % als gut ein. Ihnen stehen diejeniegn, denen das eAMS-Konto nichts sagt, gegenüber: sie bezeichnen ihr

Computerwissen zu rund einem Viertel als schlecht. 11 % von ihnen haben gar keine Computerkenntnisse.

Im Detail zeigen die Ergebnisse, dass

- die eigenen Computerkenntnisse mit zunehmendem Alter immer schlechter bewertet werden.
- die Frauen dieser Gruppe ihr Computerwissen weniger positiv sehen als die Männer.
- Personen mit Einstellungszusage ihre Kenntnisse schlechter als der Durchschnitt bewerten, während SchulungsteilnehmerInnen mit ihrer Selbstbewertung über dem Mittel liegen.
- mit zunehmender Geschäftsfalldauer die Computerkenntnisse besser werden.
- das EDV-Wissen ist am Land in der Selbsteinschätzung geringer als in den Städten.

Abbildung 23: Computerkenntnisse

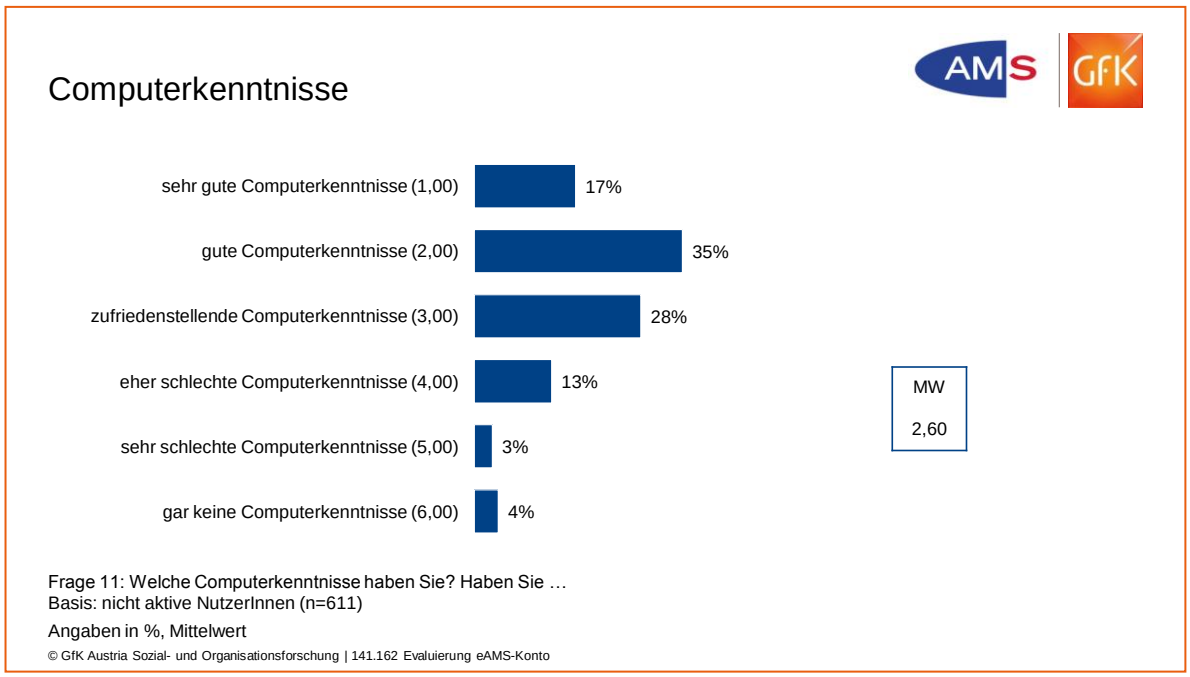


Tabelle 8.1: Computerkenntnisse

			Altersgruppe												Geschlecht				Einstellungszusage			
	Gesamt		Bis 19 Jahre		20-29 Jahre		30-39 Jahre		40-49 Jahre		50-59 Jahre		60 Jahre und älter		Männlich		Weiblich		Ja		Nein	
	n=1.200		n=96		n=344		n=294		n=255		n=194		n=16		n=600		n=600		n=188		n=1.002	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Sehr gute	107	17	14	22	43	23	22	17	12	10	15	15	-	-	62	20	44	14	17	18	89	18
Gute	216	35	35	54	86	45	34	27	28	25	31	31	1	11	96	31	120	39	30	30	183	36
Zufriedenstellende	169	28	11	18	44	23	42	32	42	38	25	25	4	30	90	29	79	26	28	28	139	27
eher schlechte	77	13	3	4	14	7	19	15	20	18	13	13	7	58	39	13	38	13	15	16	61	12
Sehr schlechte	16	3	1	2	5	2	3	3	3	3	4	4	-	-	7	2	10	3	1	1	15	3
Gar keine	25	4	-	-	-	-	9	7	6	5	11	11	-	-	12	4	13	4	7	7	18	4

© 2012 GfK Austria GmbH

Tabelle 8.2: Computerkenntnisse

			Geschäftsfalldauer								Topografie							
	Gesamt		Bis 3 Monate		3-6 Monate		6-12 Monate		Länger als 12 Monate		Dorf		Kleinstadt		Stadt mittlerer Größe		Großstadt	
	n=1.200		n=480		n=240		n=227		n=253		n=442		n=208		n=207		n=333	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Sehr gute	107	17	38	15	24	21	16	17	28	19	37	17	26	25	14	14	29	16
Gute	216	35	78	30	43	38	36	38	59	40	75	34	35	34	36	36	70	39
Zufriedenstellende	169	28	84	33	24	21	21	23	39	27	57	26	26	25	34	34	50	28
Eher schlechte	77	13	42	16	11	10	12	13	12	8	30	14	9	9	15	15	21	12
Sehr schlechte	16	3	5	2	5	5	3	4	3	2	5	2	5	4	1	1	5	3
Gar keine	25	4	9	4	7	6	3	3	6	4	16	7	3	3	0	0	3	2

© 2012 GfK Austria GmbH

5.3 KundInnen, die das eAMS-Konto aktiv nutzen

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Befragung der aktiven eAMS-Konto-NutzerInnen dargestellt, also jener KundInnengruppe, die ihr eAMS-Konto aktiviert hat und es auch nutzt. Zu dieser Gruppe zählen auch jene, die ihr eAMS-Konto aktiv nutzen, aber kein Email haben.

Aktive eAMS-Konto NutzerInnen sind häufiger im mittleren Alter und höher qualifiziert als die KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen.

Von den soziodemographischen Merkmalen her unterscheiden sich die aktiven eAMS-Konto-NutzerInnen von den KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, in erster Linie im Hinblick auf Alter und Bildungsniveau. Sie sind im mittleren Alter (30 bis 49 Jahre) überrepräsentiert und haben häufiger einen formal höheren Schulabschluss (mittlerer Schulabschluß und höher). Nach Bundesland sind sie häufiger in der Steiermark, in Oberösterreich und in Salzburg anzutreffen.

In Bezug auf die Variable Geschäftsfalldauer beträgt diese bei den aktiven NutzerInnen mehrheitlich drei bis zwölf Monate.

5.3.1 Nutzungshäufigkeit eAMS-Konto

Im Durchschnitt wird das eAMS-Konto zweimal die Woche genutzt. 41 % greifen täglich zu.

Die Gruppe der AMS-KundInnen, die das eAMS-Konto aktiv nutzen, verwendet es auch eifrig. 41 % von ihnen greifen täglich darauf zu, 10 % gaben sogar an es gleich mehrmals täglich zu nutzen. Weitere 30 % tun dies rund zweimal die Woche und 16 % einmal die Woche.

Darunter liegt die Nutzungshäufigkeit nur bei insgesamt 13 %: 8 % nutzen ihr eAMS-Konto alle 14 Tage oder noch seltener, während eine Minderheit von 5 % das eAMS-Konto überhaupt nur phasenweise in Anspruch nimmt (in erster Linie sind dies Befragte mit Einstellungszusage).

Im Durchschnitt nutzen die aktiven eAMS-Konto NutzerInnen ihr eAMS-Konto zweimal in der Woche.

Wer zählt nun zu den Viel-NutzerInnen und wer nutzt das elektronische eAMS-Konto weniger oft?

Besonders häufig nutzen es

- jene, die das eAMS-Konto genommen haben, weil sie so ihren Berater/ihre Beraterin weniger oft sehen.
- jene, die das eAMS-Konto als sehr hilfreich bei der Arbeitssuche erleben.
- jene, die dort am liebsten über “Jobroboter” Arbeit suchen bzw. Spaß daran haben ihr Jobprofil zu erstellen.
- jene, die sich über das eAMS-Konto voll und ganz informiert fühlen.
- Bei den aktiven eAMS-Konto NutzerInnen mit Migrationshintergrund fällt der besonders hohe Prozentsatz an Befragten auf, die das eAMS-Konto gleich mehrmals täglich nutzen (17 %).

Weniger oft nutzen das eAMS-Konto dagegen

- die NutzerInnen, die sich dort alles hauptsächlich nur ansehen, aber nicht aktiv mit dem AMS in Kontakt treten.

© 2012 GfK Austria GmbH

- diejenigen, denen es nahegelegt wurde das eAMS-Konto zu nehmen.
- Personen mit Einstellungszusage
- NutzerInnen im Alter zwischen 30 und 39 Jahren

sowie tendenziell auch jene,

- denen der persönliche Kontakt zum AMS am liebsten ist und
- deren Geschäftsfalldauer noch unter drei Monaten liegt.

Abbildung 24: Nutzungsfrequenz eAMS-Konto

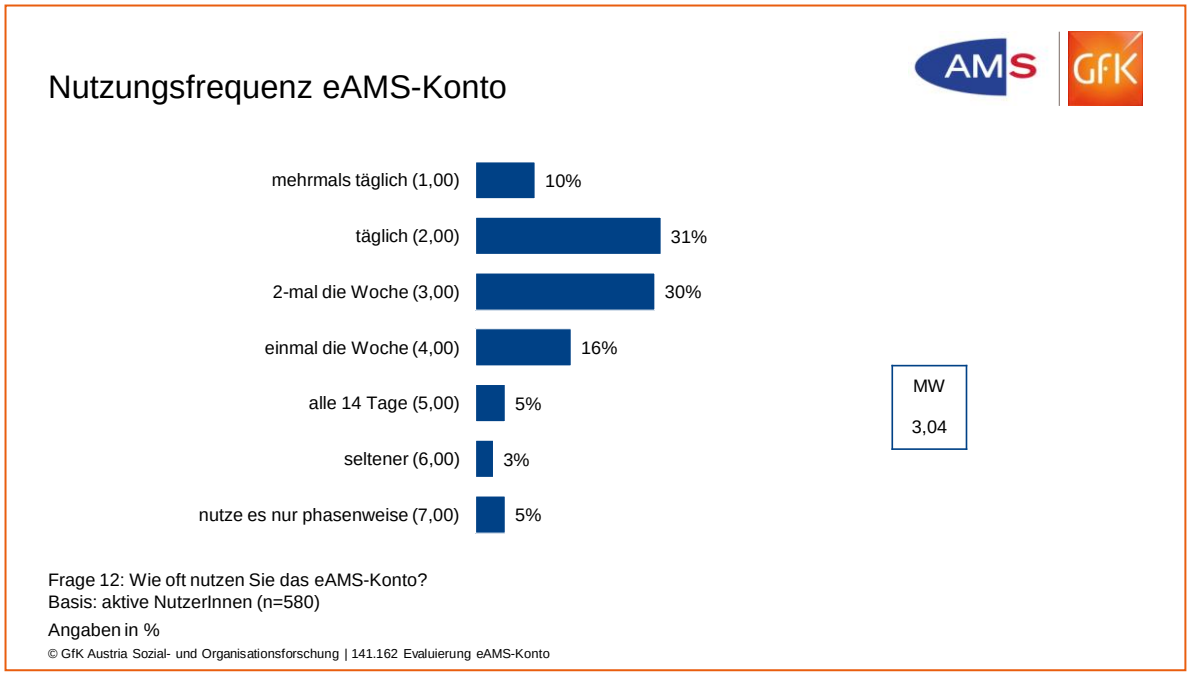


Tabelle 9.1.: Nutzungsfrequenz eAMS-Konto

			eAMS-Konto hilfreich						Informationen ausreichend								Migrationshintergrund			
	Gesamt		Sehr hilfreich		Eher hilfreich		Nicht hilfreich		Ja, voll und ganz		Ja, eher schon		Nein, eher nicht		Nein, überhaupt nicht		Ja		Nein	
	n=1.200		n=278		n=266		n=30		n=373		n=432		n=86		n=63		n=372		n=828	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Mehrmals täglich	59	10	35	13	22	8	1	9	38	14	17	7	3	10	-	-	28	17	31	7
Täglich	178	31	107	39	61	34	9	19	94	35	70	26	9	30	5	41	44	27	134	32
Zweimal die Woche	174	30	70	25	96	33	4	31	70	26	94	36	7	22	1	6	40	25	134	32
Einmal die Woche	92	16	33	12	50	15	7	22	38	14	43	16	9	29	3	21	18	11	73	17
Alle 14 Tage	28	5	10	4	14	4	4	8	12	4	11	4	0	1	2	16	14	8	14	3
Selterner	18	3	7	2	10	2	1	5	6	2	9	4	2	7	1	6	2	2	15	4
Phasenweise	30	5	16	6	10	5	4	5	11	4	18	7	-	-	1	10	13	8	17	4

© 2012 GfK Austria GmbH

Tabelle 9.2.: Nutzungsfrequenz eAMS-Konto

			Liebste Services													
	Gesamt		Nachricht erhalten		eJob-room		Nachrichten senden		jobroboter		Jobprofil erstellen		Bescheide einsehen		Termine einsehen	
	n=1.200		n=274		n=216		n=195		n=128		n=109		n=55		n=40	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Mehrmals täglich	59	10	25	9	22	10	15	8	22	17	17	15	6	11	5	12
Täglich	178	31	72	26	73	34	47	24	41	32	36	33	17	31	13	33
Zweimal die Woche	174	30	88	32	27	36	74	38	38	30	27	25	12	22	10	24
Einmal die Woche	92	16	45	16	6	12	31	16	17	13	21	20	14	26	9	22
Alle 14 Tage	28	5	11	4	4	3	10	5	3	3	5	4	1	2	2	4
Selterner	18	3	14	5	5	2	9	5	2	1	2	2	2	5	2	4
Phasenweise	30	5	20	7	2	2	9	5	3	3	1	1	2	3	1	1

© 2012 GfK Austria GmbH

Tabelle 9.3.: Nutzungsfrequenz eAMS-Konto

			Vorteile eAMS-Konto											
	Gesamt		Handhabung einfach		Kann Eigen-initiative zeigen		Mit Berater verbunden		Bescheide einsehen		Zeitverlauf einsehen		Termine verwalten	
	n=1.200		n=326		n=306		n=295		n=312		n=258		n=310	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Mehrmals täglich	59	10	31	9	30	10	30	10	29	9	25	10	26	8
Täglich	178	31	96	29	95	31	87	30	101	32	82	32	92	30
Zweimal die Woche	174	30	103	32	96	31	98	33	85	27	82	32	94	30
Einmal die Woche	92	16	49	15	46	15	47	16	53	17	37	14	49	16
Alle 14 Tage	28	5	16	5	12	4	14	5	15	5	10	4	12	4
Selterner	18	3	12	4	9	3	6	2	10	3	6	2	10	3
Phasenweise	30	5	19	6	17	6	13	4	19	6	17	6	26	9

			Vorteile eAMS-Konto											
	Gesamt		zeit/ orts-unabhängig		Eigenes Job-profil erstellen		Stellenan-gebote aktuell		alles dokumentiert		über Kurse informieren		zeitsparend	
	n=1.200		n=383		n=309		n=294		n=330		n=262		n=398	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Mehrmals täglich	59	10	34	9	34	11	32	11	28	8	26	10	41	10
Täglich	178	31	116	30	98	32	92	31	103	31	77	29	122	31
Zweimal die Woche	174	30	119	31	99	32	90	31	104	31	87	33	118	30
Einmal die Woche	92	16	64	17	43	14	40	14	57	17	37	14	60	15
Alle 14 Tage	28	5	16	4	14	4	15	5	12	4	12	5	19	5
Selterner	18	3	11	3	7	2	7	2	8	3	7	3	11	3
Phasenweise	30	5	22	6	14	4	18	6	18	6	15	6	25	6

© 2012 GfK Austria GmbH

Tabelle 9.4.: Nutzungsfrequenz eAMS-Konto

			Nutzungsart				Info von Berater										Einstellungszusage			
	Gesamt		Aktiv		Schaut nur		Vorgestellt und empfohlen		eAMS-Konto nahegelegt		Bestanden/ einfach gegeben		Infomaterial gegeben		Auf Demo-Version hingewiesen		Ja		Nein	
	n=1.200		n=382		n=198		n=346		n=167		n=56		n=229		n=63		n=188		n=1.002	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Mehrmals täglich	59	10	51	13	8	4	34	10	7	4	2	4	19	8	5	7	7	8	51	10
Täglich	178	31	133	35	45	23	114	33	44	27	23	40	63	28	22	35	21	24	155	32
Zweimal die Woche	174	30	110	29	64	33	101	29	62	37	15	27	69	30	17	26	32	36	142	29
Einmal die Woche	92	16	52	14	40	20	56	16	25	15	7	12	43	19	8	13	11	12	81	17
Alle 14 Tage	28	5	14	4	13	7	18	5	4	3	3	5	11	5	3	5	7	8	20	4
Selterner	18	3	8	2	10	5	7	2	5	3	2	3	6	2	3	4	3	3	15	3
Phasenweise	30	5	13	3	17	9	16	5	20	12	5	9	18	8	6	9	8	9	22	5

© 2012 GfK Austria GmbH

Tabelle 9.5.: Nutzungsfrequenz eAMS-Konto

			Altersgruppe											
	Gesamt		Bis 19 Jahre		20-29 Jahre		30-39 Jahre		40-49 Jahre		50-59 Jahre		60 Jahre und älter	
	n=1.200		n=96		n=344		n=294		n=255		n=194		n=16	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Mehrmals täglich	59	10	1	2	20	13	14	8	17	12	8	9	-	-
Täglich	178	31	8	27	48	32	42	25	45	32	33	36	1	34
Zweimal die Woche	174	30	15	47	39	26	48	29	43	30	30	33	-	-
Einmal die Woche	92	16	6	19	26	17	24	15	21	15	13	14	2	42
Alle 14 Tage	28	5	-	-	5	4	11	7	7	5	4	4	0	13
Selterner	18	3	1	2	7	5	5	3	3	2	3	4	-	-
Phasenweise	30	5	1	3	4	3	19	12	5	4	-	-	0	11

© 2012 GfK Austria GmbH

Tabelle 9.6.: Nutzungsfrequenz eAMS-Konto

			Kontakt zum AMS am liebsten …										Geschäftsfalldauer							
	Gesamt		Persönlich		Telefonisch		Per Email		Postalisch		Per eAMS-Konto Nachricht		Bis 3 Monate		3-6 Monate		6-12 Monate		Länger als 12 Monate	
	n=1.200		n=543		n=313		n=107		n=11		n=191		n=480		n=240		n=227		n=253	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Mehrmals täglich	59	10	14	8	11	9	10	16	-	-	22	12	14	6	20	16	17	13	7	7
Täglich	178	31	50	27	45	33	14	22	1	100	66	35	73	33	31	25	44	33	30	30
Zweimal die Woche	174	30	59	32	44	33	18	29	-	-	52	27	63	28	48	38	34	25	29	29
Einmal die Woche	92	16	32	17	13	10	12	19	-	-	34	18	35	16	15	12	24	18	17	17
Alle 14 Tage	28	5	9	5	6	5	3	4	-	-	7	4	10	4	5	4	8	6	5	5
Selterner	18	3	9	5	5	4	-	-	-	-	4	2	3	1	3	2	2	2	9	9
Phasenweise	30	5	11	6	7	5	6	10	-	-	5	3	23	10	2	2	2	1	3	3

© 2012 GfK Austria GmbH

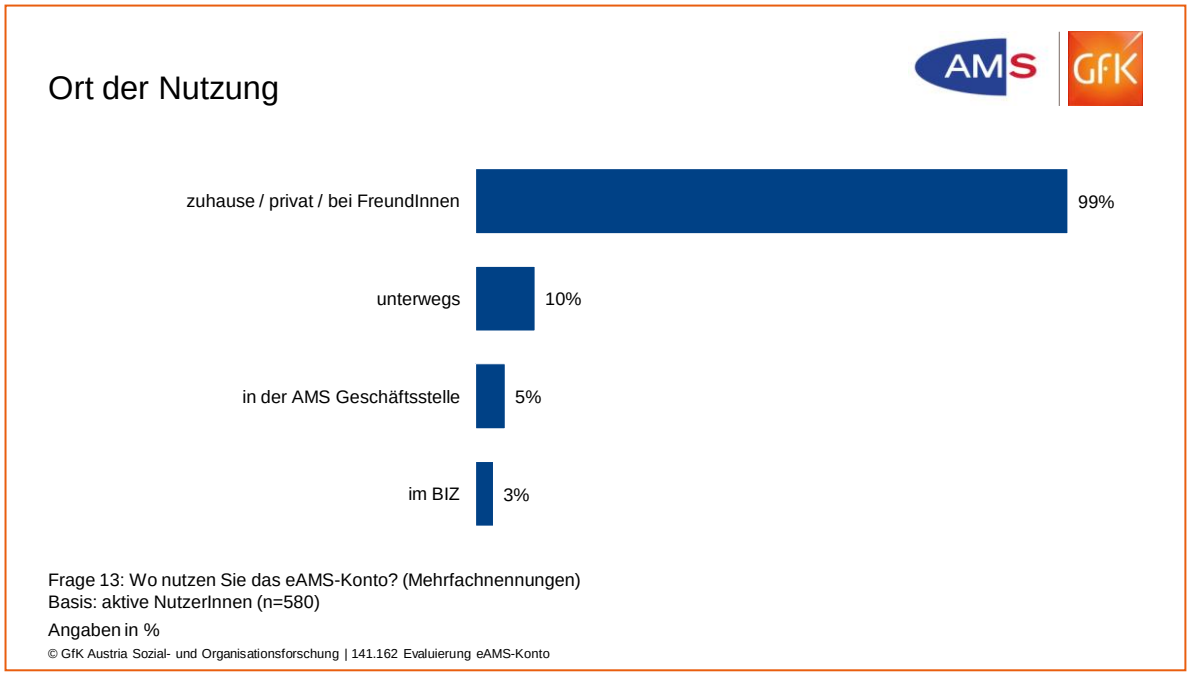
5.3.2 Nutzungsort

eAMS-Konto wird in erster Linie von zuhause aus genutzt, manchmal auch mobil, vor allem von MigrantInnen.

Der Ort, wo das eAMS-Konto hauptsächlich genutzt wird, ist das eigene Zuhause. Zusätzlich nutzt es jede/r zehnte aktive eAMS-Konto NutzerIn auch noch, wenn er/sie gerade unterwegs ist. Die AMS Geschäftsstellen bzw. die Berufsinformationszentren spielen als Nutzungsorte dagegen kaum eine Rolle.

Mobil wird das eAMS-Konto signifikant häufiger von MigrantInnen genutzt, aber auch von den aktiven eAMS-Konto NutzerInnen, die zwischen sechs und zwölf Monate vorgemerkt sind (sie steigen auch häufiger in den Geschäftsstellen ins eAMS-Konto ein). Einen tendenziell größeren Anteil hat die mobile Nutzung auch bei Männern und NutzerInnen, die in der Großstadt leben.

Abbildung 25: Ort der Nutzung



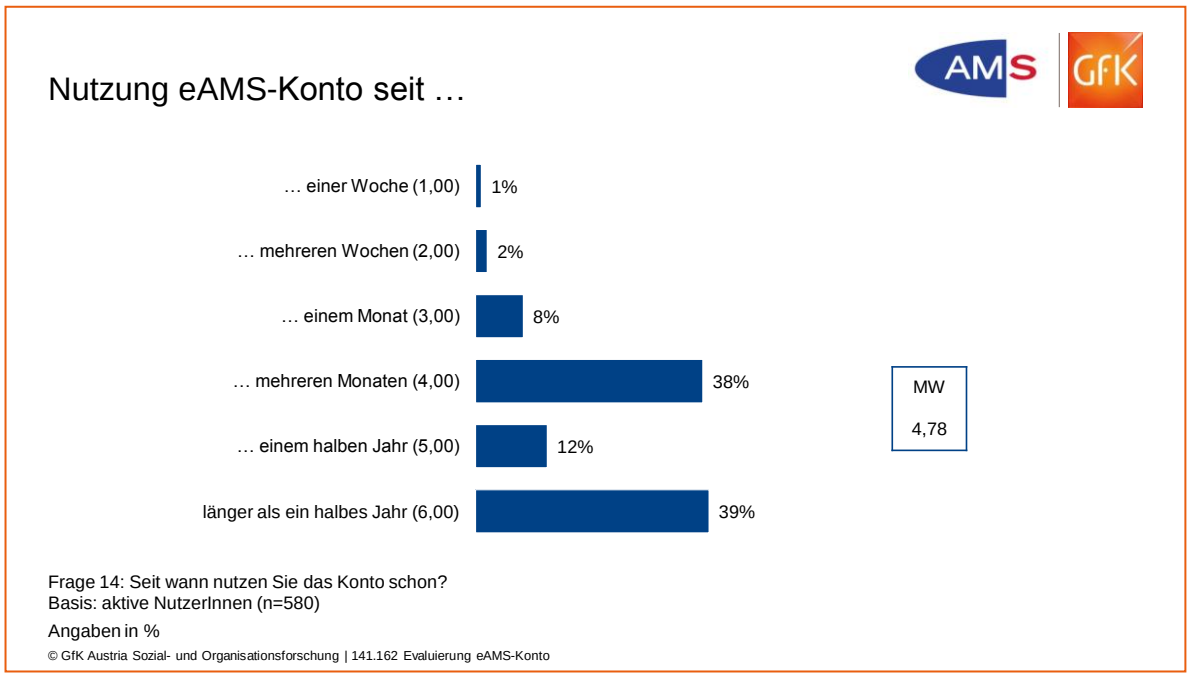
5.3.3 Nutzungsdauer

Nutzung des eAMS-Kontos im Durchschnitt zwischen einigen Monaten und einem halben Jahr.

Die meisten Befragten waren keine eAMS-Konto-NeueinsteigerInnen mehr, sondern mit dem eAMS-Konto bereits vertraut. Denn 39 % nutzten das eAMS-Konto schon länger als ein halbes Jahr und 38 % seit mehreren Monaten. 12 % gehören seit einem halben Jahr zum Kreis der aktiven eAMS-Konto NutzerInnen.

Rund ein Zehntel gab an, erst seit einem Monat oder noch kürzer eAMS-Konto-NutzerIn zu sein.

Abbildung 26: Nutzungsdauer eAMS-Konto



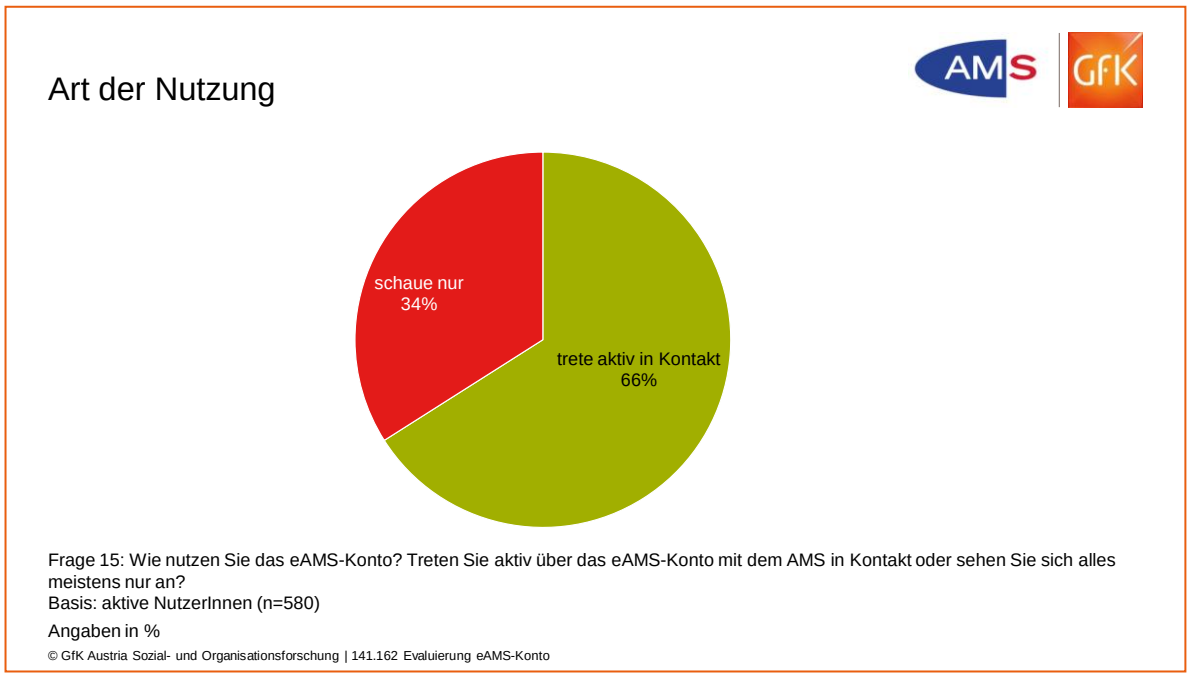
5.3.4 Nutzungsart

Es gibt mehr aktive als passive eAMS-Konto Nutzungstypen. Aktive Typen nutzen das eAMS-Konto intensiv, vor allem um sich den Weg zum AMS und zum Berater/zur Beraterin zu ersparen. Passive Typen nutzen das eAMS-Konto seltener und finden es auch nicht sehr hilfreich.

Was die Art der Nutzung des eAMS-Kontos betrifft, so sagen zwei von dreien, dass sie aktiv mit dem AMS in Kontakt treten. 34 % verhalten sich dagegen vorwiegend passiv: sie “sehen sich meistens alles nur an”.

- Der mehr passive Nutzungstyp unterscheidet sich von den anderen vor allem dadurch, dass er/sie das eAMS-Konto eher seltener nutzt und es auch verstärkt als nicht sehr hilfreich empfindet. Er/sie bevorzugt den persönlichen oder telefonischen Kontakt zum AMS und ist meist seit sechs bis zwölf Monaten arbeitslos gemeldet.
- Den aktiven Typ, der mit dem AMS übers eAMS-Konto kommuniziert, charakterisiert wiederum die intensive eAMS-Kontonutzung (77% täglich bis mehrmals täglich). Das eAMS-Konto nutzt er/sie hauptsächlich deshalb, weil er/sie so weniger oft zum Berater/zur Beraterin kommen muss bzw. weil er/sie sich damit den Weg zum AMS erspart. Seine/ihre liebsten eAMS-Konto-Services sind das Senden von Nachrichten und das Erstellen eines Jobprofils. Der aktive Typ findet, dass das eAMS-Konto generell aber auch speziell bei der Arbeitssuche sehr große Unterstützung bietet.

Abbildung 27: Art der Nutzung



5.3.5 Nutzungsgründe

Rasche Kommunikation und zeitunabhängige Nutzung stehen im Vordergrund. Zeitersparnis, Dokumentation, einfache Handhabung und Modernität sind ebenfalls wichtig.

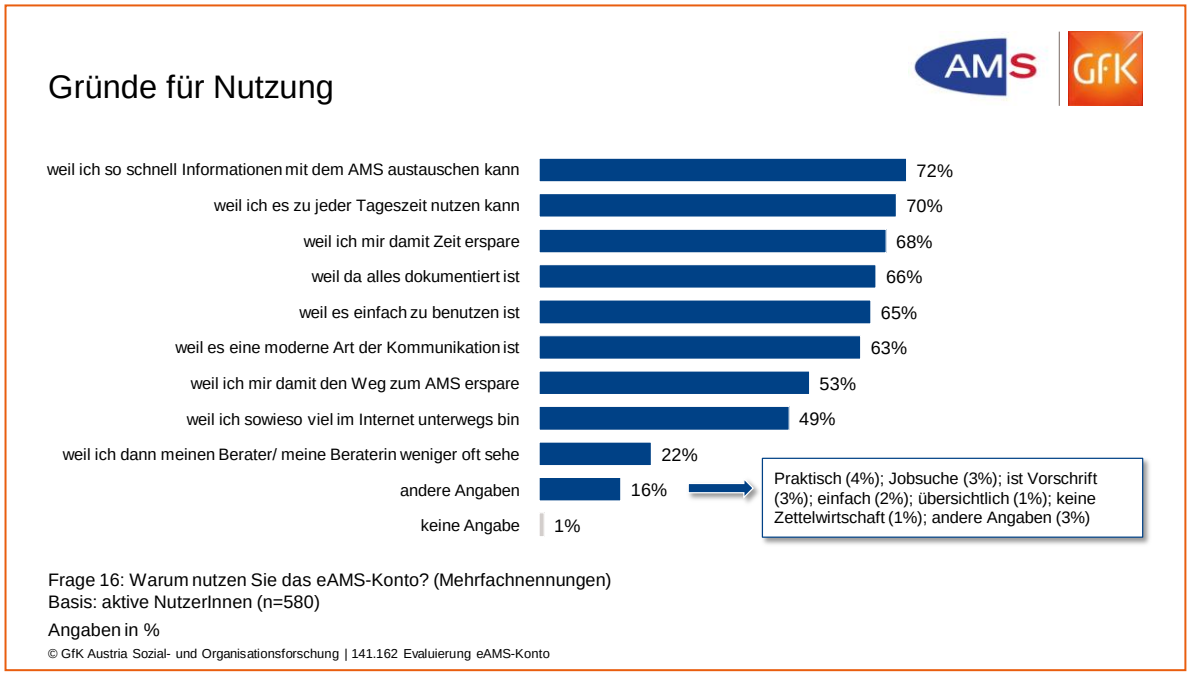
Der schnelle Informationsaustausch mit dem AMS und die zeitunabhängige Nutzungsmöglichkeit waren für die Befragten die wichtigsten Gründe sich für ein eAMS-Konto zu entscheiden. Zeitersparnis, die Dokumentation aller Vorgänge, die unkomplizierte Handhabung aber auch die Modernität des Tools spielten aber ebenfalls bei vielen aktiven eAMS-Konto NutzerInnen eine große Rolle.

Weniger oft, aber doch noch von rund der Hälfte genannte Gründe waren die Wegersparnis sowie der Umstand, sich ohnehin viel im Internet zu bewegen. Dass sie sich für ein eAMS-Konto entschieden haben, um weniger direkten Kontakt zum Berater/zur Beraterin haben zu müssen, das gab schließlich nur rund ein Fünftel an (vermehrt die älteren NutzerInnen über 40 Jahre).

Unterschiede in der Motivlage waren primär bei Befragten mit und ohne Migrationshintergrund bzw. Personen mit/ohne Einstellungszusage zu sehen. Die MigrantInnen legten mehr Wert auf die Zeitersparnis und vollständige Dokumentation durch das eAMS-Konto als die NutzerInnen ohne Migrationshintergrund, während die Befragten mit einer Einstellungszusage neben dem Dokumentationsmotiv insbesondere die tageszeitunanhängige Nutzung und die Modernität der Kommunikation betonten.

Geschlechtsspezifisch differierten die Nutzungsgründe lediglich in den Punkten Modernität der Kommunikation und Häufigkeit der Internetnutzung – beide Gründe spielen bei Männern eine größere Rolle als bei Frauen.

Abbildung 28: Gründe für Nutzung



5.3.6 Beliebteste Services

Nachrichtenaustausch und Jobsuche sind die Top Services. eJob-Room ist beliebter als Jobroboter.

Die elektronische Kommunikation mit dem AMS, also das Senden und Empfangen von Emails, sowie die Jobsuche im eJob-Room sind jene Services, die die aktiven eAMS-Konto KundInnen am liebsten nutzen.

Nachrichten erhalten ist dabei beliebter als Nachrichten zu senden (47 % vs. 34 %). Die anderen Services im Feld “Mein eAMS” sind im Gegensatz dazu nur von geringer Bedeutung: weniger als ein Zehntel der Befragten sieht am liebsten ihre Termine ein oder aktualisiert ihre persönlichen Daten oder liest sich die Betreuungsvereinbarung durch. Noch weniger beliebt sind Erinnerungen und das Einsehen bzw. Aktualisieren der persönlichen Daten Angehöriger.

In Summe mehr genutzt werden die Services rund um die Jobsuche. Mit deutlichem Abstand am beliebtesten ist der eJob-Room (37 %), gefolgt von der Suchmaschine “Jobroboter” (22 %) und den Eigenbewerbungen (19 %). Das eigene Inserat einsehen und bearbeiten machen 16 %.

Jede/r zehnte UserIn gab des Weiteren an, am liebsten Bescheide oder Mitteilungen einzusehen, bei 5 % traf dies auf Auszahlungen zu. Alle anderen Services wurden in einem verschwindend geringen Ausmaß genannt.

Folgende Zusammenhänge waren in bezug auf die beliebtesten Services des eAMS-Kontos zu erkennen:

- Wer das eAMS-Konto intensiver nutzt, d.h. zweimal die Woche bzw. (mehrmals) täglich einsteigt, sucht häufiger im eJob-Room oder über Jobroboter nach einer Stelle als es die Wenig-NutzerInnen tun.
- Je intensiver die eAMS-Kontonutzung, desto öfter wird auch das Service *Inserat einsehen und bearbeiten* in Anspruch genommen.
- NutzerInnen, die übers eAMS-Konto aktiv mit dem AMS in Kontakt treten, erstellen häufiger ein eigenes Jobprofil und nutzen häufiger den eJob-Room als jene, die sich zumeist passiv verhalten.
- Der eJob-Room wird am stärksten von Befragten mit einer Geschäftsfalldauer zwischen drei und zwölf Monaten genutzt, der jobroboter wiederum bei einer Geschäftsfalldauer zwischen sechs und zwölf Monaten.
- Bei einer Geschäftsfalldauer zwischen sechs und zwölf Monaten schreiben die NutzerInnen auch vermehrt Eigenbewerbungen.
- Der Migrationshintergrund spielen insofern eine Rolle, als MigrantInnen deutlich seltener ihr eigenes Jobprofil erstellen.
- Ein Zusammenhang zwischen Servicenutzung und Geschlecht war nur bei der Jobbörse Jobroboter zu beobachten – diese ist bei Männern beliebter als bei Frauen.

Abbildung 29.1: Beliebteste Services des eAMS-Kontos

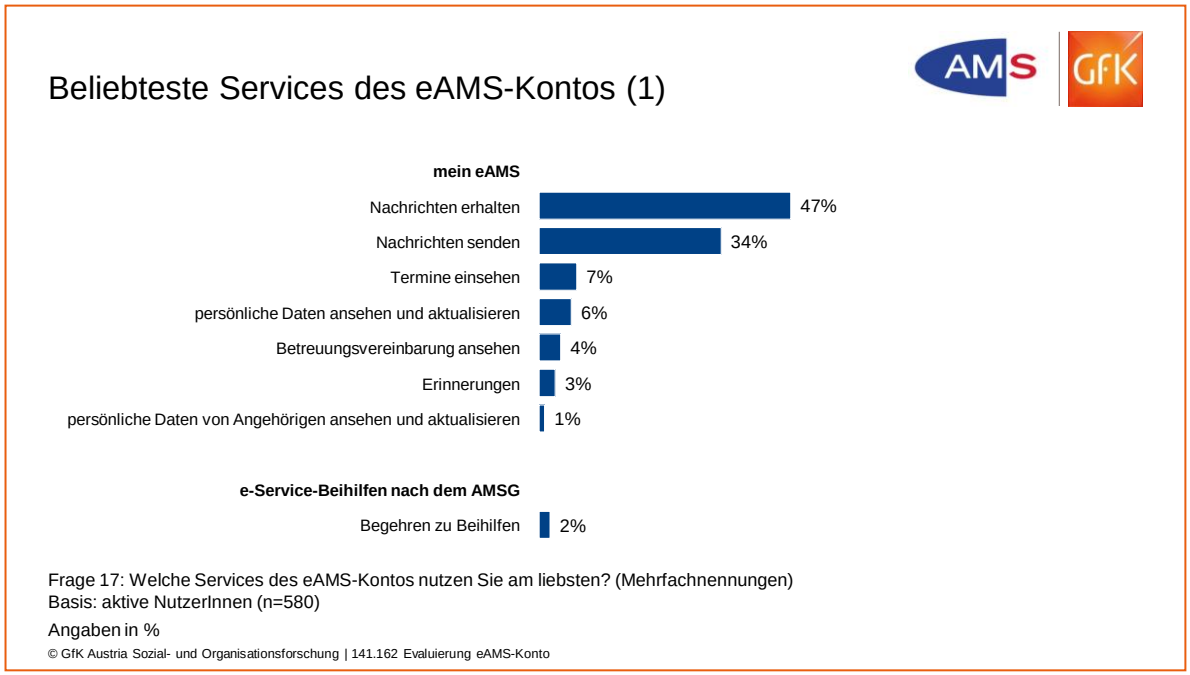
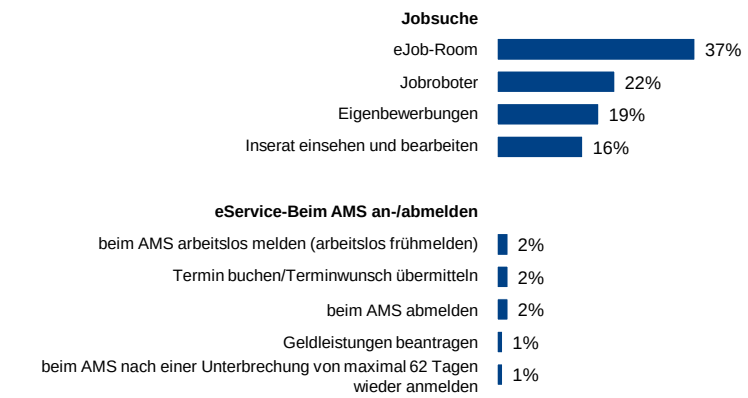


Abbildung 29.2: Beliebteste Services des eAMS-Kontos

Beliebteste Services der eAMS-Kontos (2)



Frage 17: Welche Services des eAMS-Kontos nutzen Sie am liebsten? (Mehrfachnennungen)
Basis: aktive NutzerInnen (n=580)

Angaben in %

© GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung | 141.162 Evaluierung eAMS-Konto

Abbildung 29.3: Beliebteste Services des eAMS-Kontos

Beliebteste Services der eAMS-Kontos (3)



Frage 17: Welche Services des eAMS-Kontos nutzen Sie am liebsten? (Mehrfachnennungen)
Basis: aktive NutzerInnen (n=580)

Angaben in %

© GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung | 141.162 Evaluierung eAMS-Konto

Das Angebot, auf elektronischem Weg auch Begehren zu Beihilfen zu stellen, findet aktuell noch kaum Anklang. Nur 9 Befragte gaben an, schon einen Antrag zur Beihilfe gestellt zu haben. In den meisten Fällen handelte es sich dabei um Aus- und Weiterbildungsbeihilfen.

Abbildung 30: Genutzte Beihilfen

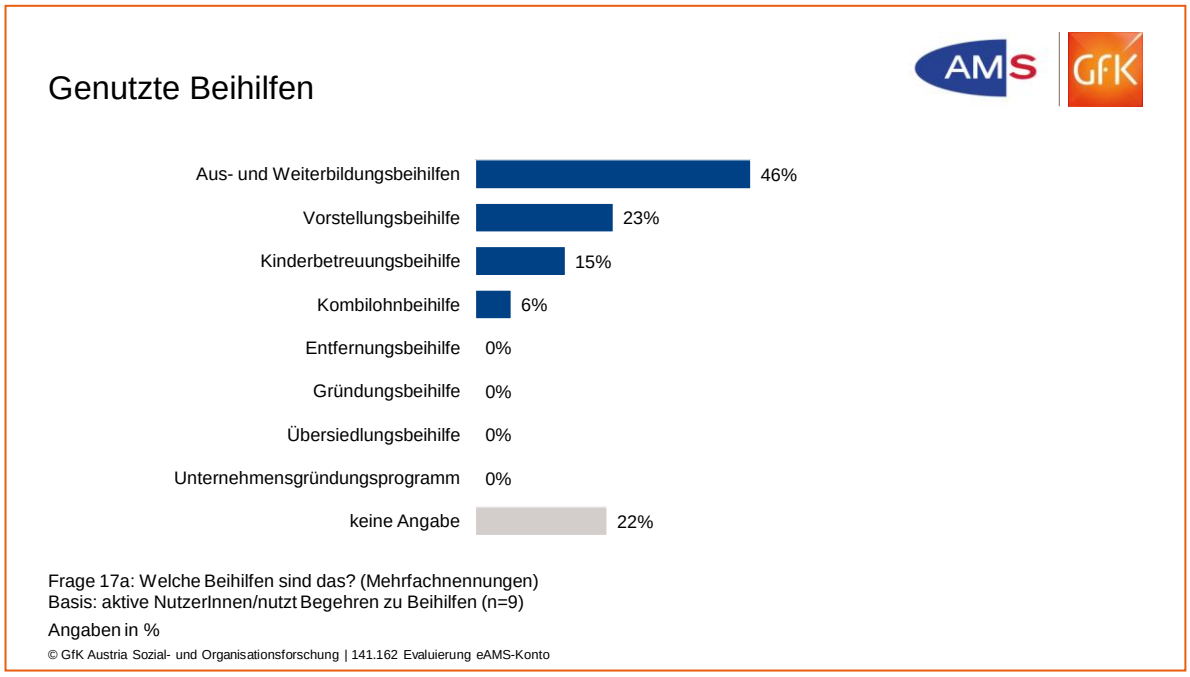


Tabelle 10.: Beliebteste Services des eAMS-Kontos im Bereich „Jobsuche“

			Nutzungshäufigkeit							
	Gesamt		Mehrmals täglich/täglich		Zweimal die Woche		Einmal die Woche		Alle 14 Tage/ seltner/ phasenweise	
	n=1.200		n=237		n=174		n=92		n=76	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
eJob-Room	216	37	95	40	78	45	27	29	15	20
Jobroboter	128	22	63	27	38	22	17	18	8	11
Inserat einsehen und bearbeiten	92	16	49	21	26	15	11	12	7	9

			Nutzungsart			
	Gesamt		Aktiv		Schaut nur	
	n=1.200		n=382		n=198	
	Total	%	Total	%	Total	%
Eigenwerbungen	109	19	82	21	27	14
eJob-Room	216	37	152	40	64	32

			Geschäftsfalldauer							
	Gesamt		Bis 3 Monate		3-6 Monate		6-12 Monate		Länger als 12 Monate	
	n=1.200		n=480		n=240		n=227		n=253	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
eJob-Room	216	37	78	35	53	42	53	40	32	32
Jobroboter	128	22	51	23	27	22	37	28	13	13
Eigenwerbungen	109	19	40	18	21	17	23	23	18	18

© 2012 GfK Austria GmbH

			Migrationshintergrund			
	Gesamt		Ja		Nein	
	n=1.200		n=372		n=828	
	Total	%	Total	%	Total	%
Eigenwerbungen:	109	19	19	12	90	21

			Geschlecht			
	Gesamt		Männlich		Weiblich	
	n=1.200		n=600		n=600	
	Total	%	Total	%	Total	%
Jobroboter	128	22	73	25	55	19

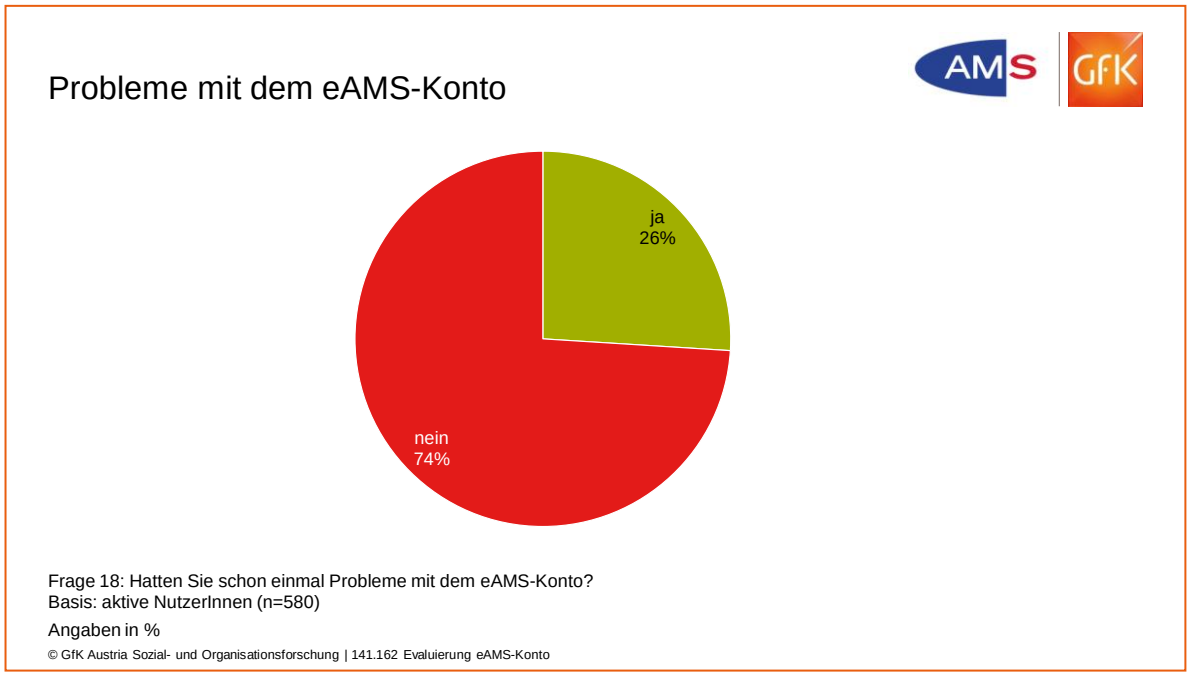
© 2012 GfK Austria GmbH

5.3.7 Probleme und Abbrüche

Probleme mit dem eAMS-Konto traten bei einem Viertel der NutzerInnen auf, 16 % berichteten von Abbrüchen von Aktionen.

Etwas mehr als ein Viertel der aktiven eAMS-Konto NutzerInnen hatte schon einmal Probleme mit dem eAMS-Konto. Vermehrt berichteten Viel-NutzerInnen darüber, aber auch Befragte mit langer Geschäftsfalldauer (über ein Jahr) bzw. mit Migrationshintergrund hatten bereits häufiger mit den Tücken der Technik zu kämpfen. Männer waren stärker als Frauen davon betroffen.

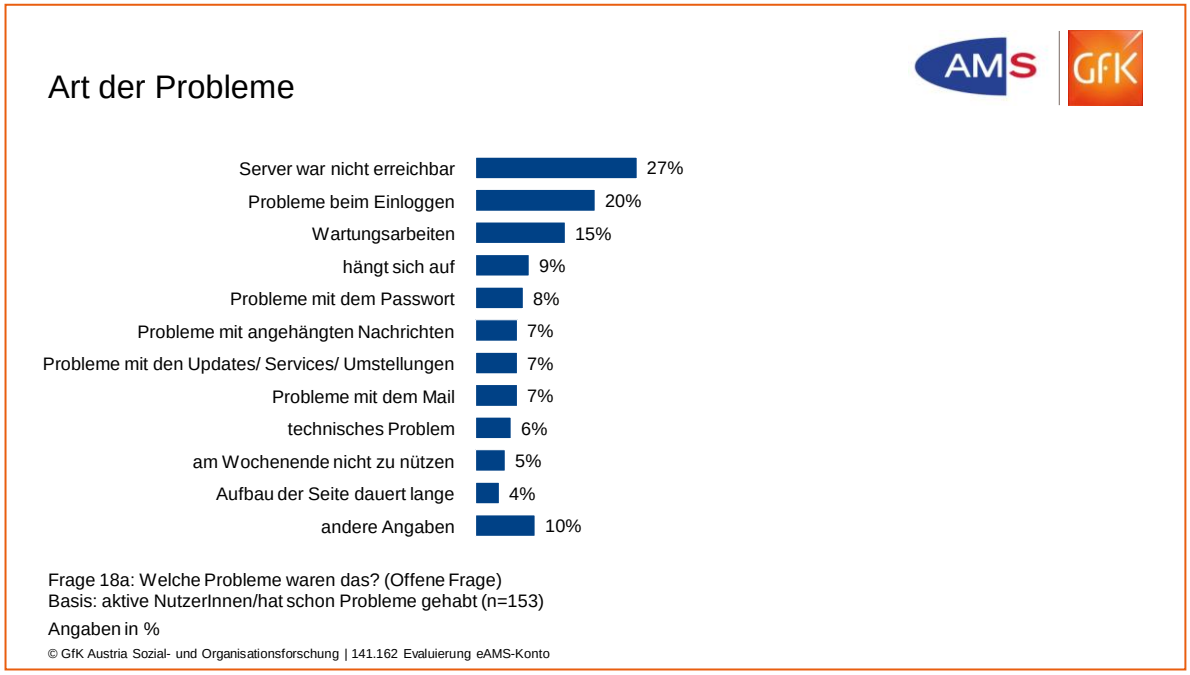
Abbildung 31: Probleme mit dem eAMS-Konto



Probleme bereitete in erster Linie die zeitweilige Nicht-Erreichbarkeit des Servers (von 27 % angegeben), aber auch Schwierigkeiten beim Einloggen und Wartungsarbeiten wurden häufiger erwähnt (20% und 15 %). Bei fast jedem/jeder Zehnten mit Problemen hat sich wiederum die website “aufgehängt”.

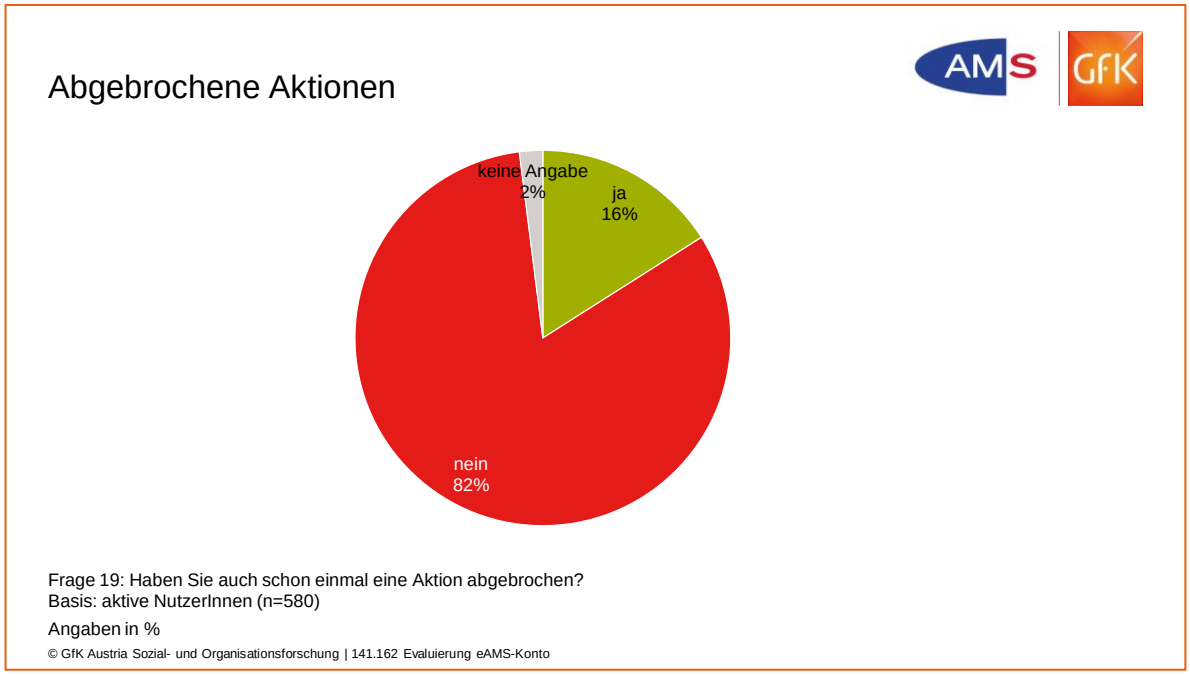
Weitere Nennungen bezogen sich auf Schwierigkeiten mit Passwörtern, mit Emails und Emailanhängen sowie mit updates, Umstellungen oder auch verschiedenen Services. Vereinzelt wurden auch die Nicht-Verfügbarkeit des eAMS-Kontos am Wochenende und ein überlanger Seitenaufbau moniert.

Abbildung 32: Art der Probleme



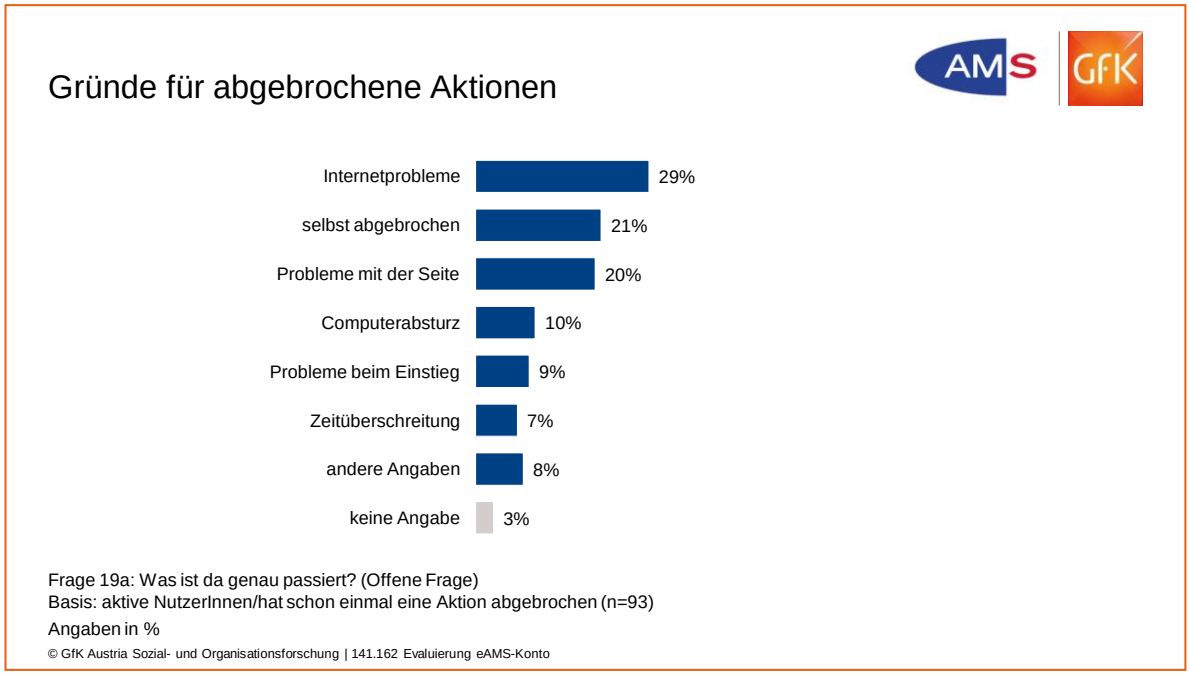
Geringer als die Zahl der Befragten, die Probleme bei der Nutzung des eAMS-Kontos hatten, war die Zahl derer, die schon einmal eine Aktion abgebrochen haben – 16 % haben diese Erfahrung schon gemacht.

Abbildung 33: Abbruch von Aktionen



Die Ursachen für den Abbruch einer Aktion lagen zumeist in Problemen mit dem Internet. Rund ein Fünftel hat aber auch von sich aus Aktionen abgebrochen oder begründetete den Abbruch mit Problemen mit der Seite. Schuld waren mitunter auch Computerabstürze, Einstiegsprobleme oder time-outs.

Abbildung 34: Gründe für abgebrochene Aktionen



5.3.8 Vor- und Nachteile des eAMS-Kontos

Zeitersparnis und die zeit-/ortsunabhängige Nutzungsmöglichkeit sind die wichtigsten Vorteile, der Verlust des persönlichen Kontakts gilt als größter Nachteil.

Von den verschiedenen Vorteilen, die das eAMS-Konto zu bieten hat, rangieren die Zeitersparnis und die zeit- und ortsunabhängige Nutzungsmöglichkeit bei den befragten Aktiven ganz oben. Die komplette Dokumentation und die einfache Handhabung des Tools werden zwar ebenfalls für wichtig gehalten, liegen aber mit etwas Abstand dahinter. Alle diese Vorteile zählen ja zusammen zu den wichtigsten Motiven für die Nutzung des eAMS-Kontos (siehe Punkt 3.3.5).

Auf die meisten anderen angeführten Vorzüge des eAMS-Kontos entfielen aber ebenfalls mehr als 50 % aller Nennungen.

Klare Schlußlichter im Ranking der Vorteile waren die Möglichkeiten den Zeitverlauf einzusehen bzw. sich über Kurse und Weiterbildungsangebote zu informieren.

Abbildung 35.1: Vorteile des eAMS-Kontos

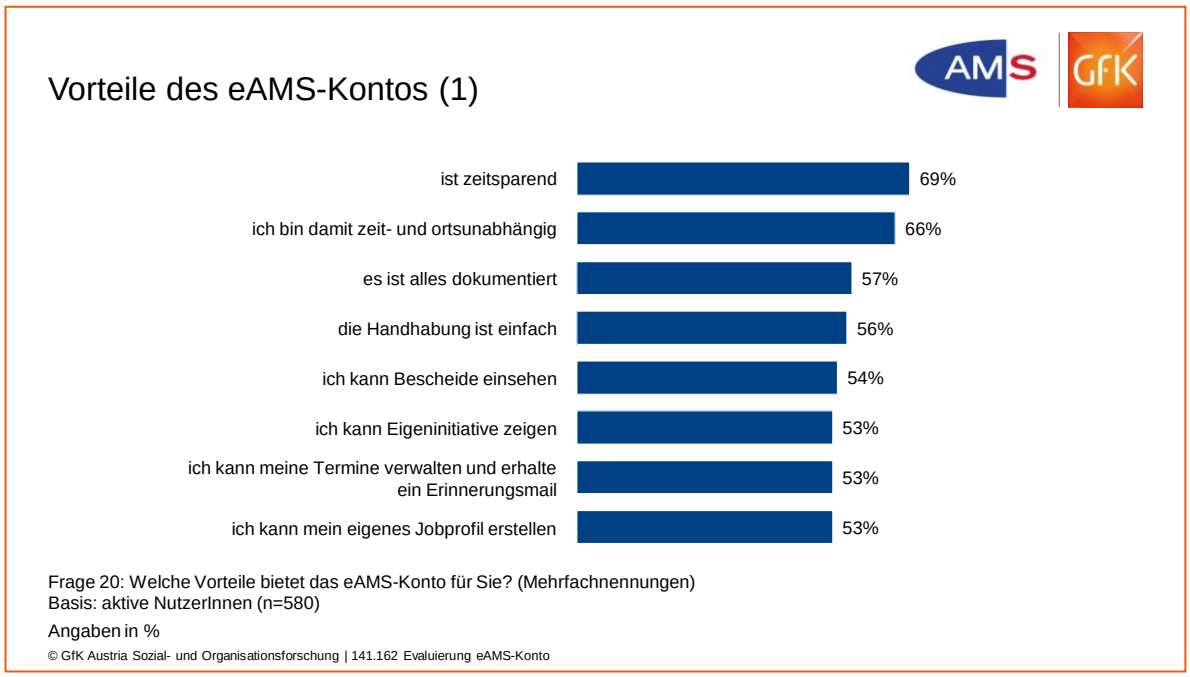
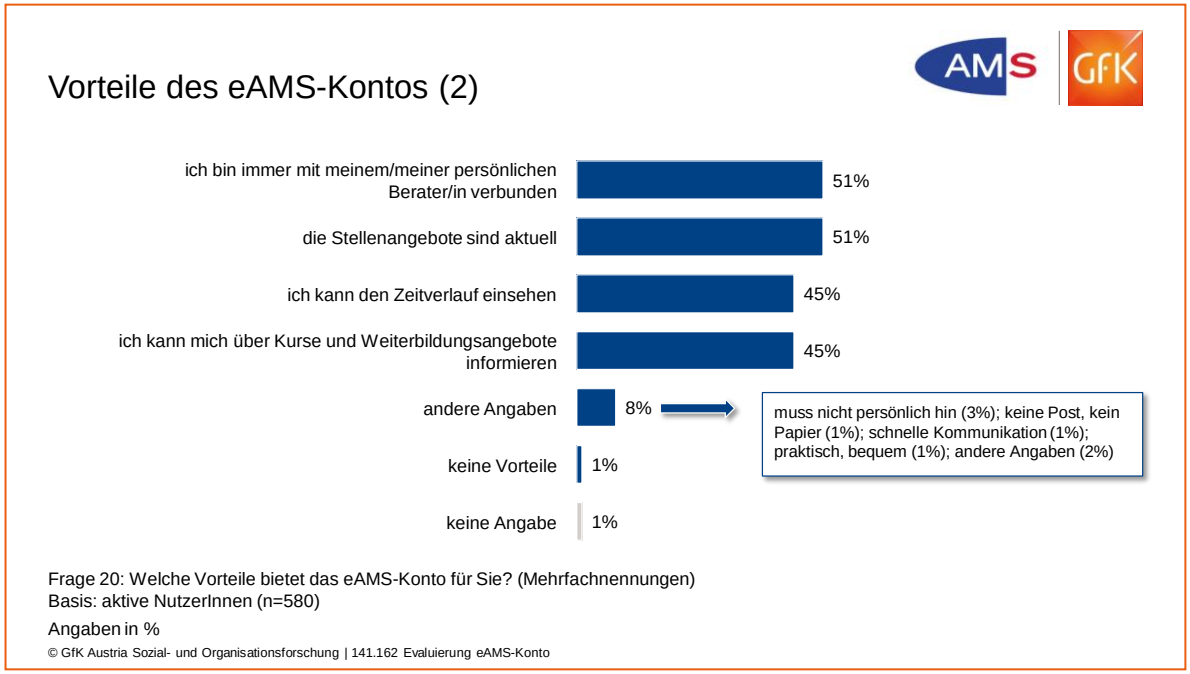


Abbildung 35.2: Vorteile des eAMS-Kontos



Was die Nachteile des eAMS-Kontos anbelangt, so ist zunächst festzuhalten, dass mehr als ein Drittel der NutzerInnen (36 %) das eAMS-Konto in einem so positiven Licht sieht, dass sie gar keine erkennen konnte. Diejenigen, die sich doch dazu äußerten, machten sich in erster Linie Sorgen, dass mit dem Umstieg auf elektronische Kommunikation der persönliche Kontakt weitgehend

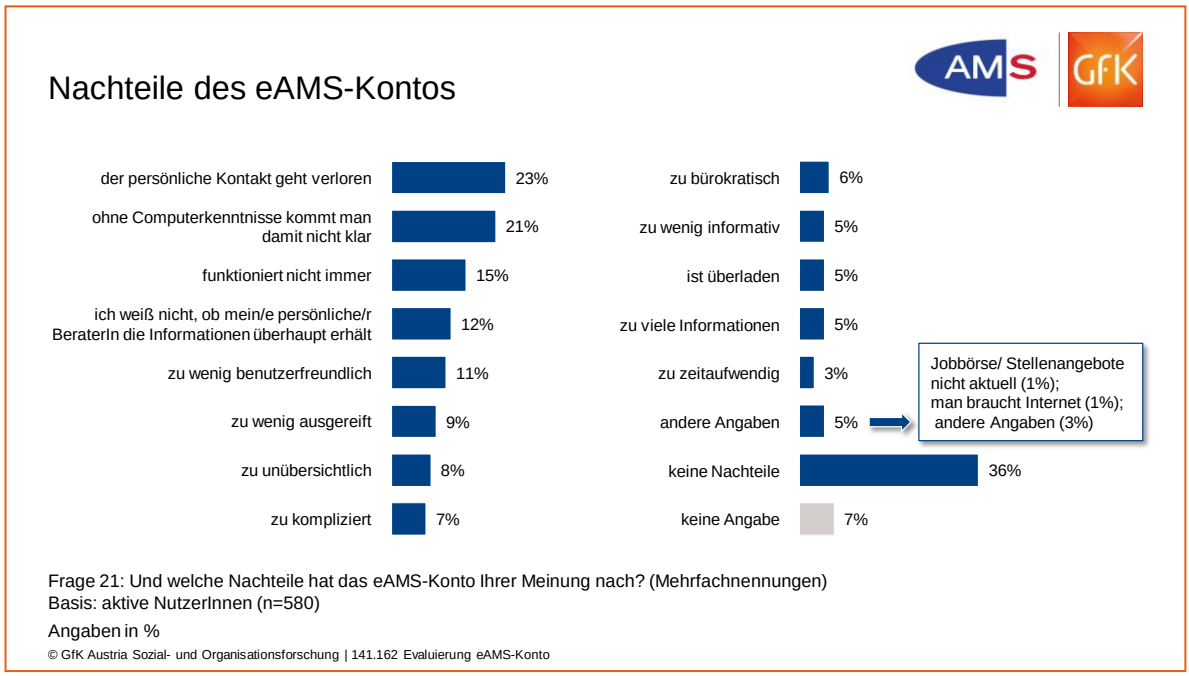
verloren gehen könnte bzw. befürchten, dass man ohne ein gewisses Maß an Computerkenntnissen das Tool nicht sinnvoll nutzen kann. Weitere Bedenken betrafen den Umstand, dass die E-Kommunikation nicht immer funktioniert oder bezogen sich auf die zu geringe BenutzerInnenfreundlichkeit. 12 % gaben an nicht zu wissen, ob ihr persönlicher Berater/ihre Beraterin die Informationen überhaupt erhält.

Die konkrete Gestaltung und der Aufbau des eAMS-Konto wurden weniger oft kritisiert: zwischen 6 % und 9 % der NutzerInnen empfanden das Tool als zu wenig ausgereift, zu unübersichtlich, zu kompliziert oder zu bürokratisch. Ein zu großes oder zu geringes Angebot an Informationen auf der Seite spielte ebenfalls keine so große Rolle mehr - jeweils 5 % sahen das als Nachteil an -, ebenso der mit der Nutzung verbundene Zeitaufwand, der nur für 3 % zu hoch ist.

In den Subgruppen war in bezug auf Vor- und Nachteile des eAMS-Kontos zu sehen, dass

- jene NutzerInnen, die noch nie Probleme mit dem eAMS-Konto hatten, deutlich häufiger den Vorteil der einfachen Handhabung betonten als jene, bei denen schon einmal Schwierigkeiten auftauchten (die dann auch weniger Zeitersparnis erleben).
- die vorwiegend passive NutzerInnengruppe, ebenso wie MigrantInnen, tendenziell häufiger die Aktualität der Stellenangebote hervorhoben.
- weiblichen NutzerInnen die Verbundenheit mit dem Berater/der Beraterin wichtiger als den männlichen war.
- wer schon einmal mit Problemen zu kämpfen hatte, vermehrt zu der Ansicht tendierte, dass man ohne Computerkenntnisse mit dem eAMS-Konto nicht klarkommt.
- insbesondere langzeitarbeitslose NutzerInnen und NutzerInnen, die in einer Kleinstadt wohnen, den Verlust des persönlichen Kontakts befürchteten.

Abbildung 36: Nachteile des eAMS-Kontos



Frage 21: Und welche Nachteile hat das eAMS-Konto Ihrer Meinung nach? (Mehrfachnennungen)
Basis: aktive NutzerInnen (n=580)

Angaben in %

© GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung | 141.162 Evaluierung eAMS-Konto

Tabelle 11.1.: ausgewählte/ signifikante Vor- und Nachteile des eAMS-Kontos

			Probleme mit eAMS-Konto			
	Gesamt		Ja		Nein	
	n=1.200		n=153		n=427	
	Total	%	Total	%	Total	%
Die Handhabung ist einfach	326	56	72	47	254	60
Ohne Computerkenntnisse kommt man damit nicht klar	121	21	39	26	82	19

Tabelle 11.2.: ausgewählte/ signifikante Vor- und Nachteile des eAMS-Kontos

			Nutzungsart				Migrationshintergrund			
	Gesamt		Aktiv		Schaut nur		Ja		Nein	
	n=1.200		n=382		n=198		n=372		n=828	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Die Stellenangebote sind aktuell	294	51	184	48	110	56	93	58	200	48

Tabelle 11.3.: ausgewählte/ signifikante Vor- und Nachteile des eAMS-Kontos

			Geschlecht			
	Gesamt		Männlich		Weiblich	
	n=1.200		n=600		n=600	
	Total	%	Total	%	Total	%
Ich bin immer mit meinem persönlichen Berater verbunden	295	51	135	47	160	55

© 2012 GfK Austria GmbH

Tabelle 11.4.: ausgewählte/ signifikante Vor- und Nachteile des eAMS-Kontos

			Geschäftsfalldauer							
	Gesamt		Bis 3 Monate		3-6 Monate		6-12 Monate		Länger als 12 Monate	
	n=1.200		n=480		n=240		n=227		n=253	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Der persönliche Kontakt geht verloren	136	23	51	23	27	22	27	20	30	30

			Topografie							
	Gesamt		Dorf		Kleinstadt		Stadt mittlerer Größe		Großstadt	
	n=1.200		n=442		n=208		n=207		n=333	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Der persönliche Kontakt geht verloren	136	23	47	22	36	35	18	17	33	22

© 2012 GfK Austria GmbH

5.3.9 Verbesserungsvorschläge

Die aktiven eAMS-Konto NutzerInnen wünschen sich eine einfachere und übersichtlichere Gestaltung der Website, eine Erweiterung der Serviceangebote und bessere Jobangebote.

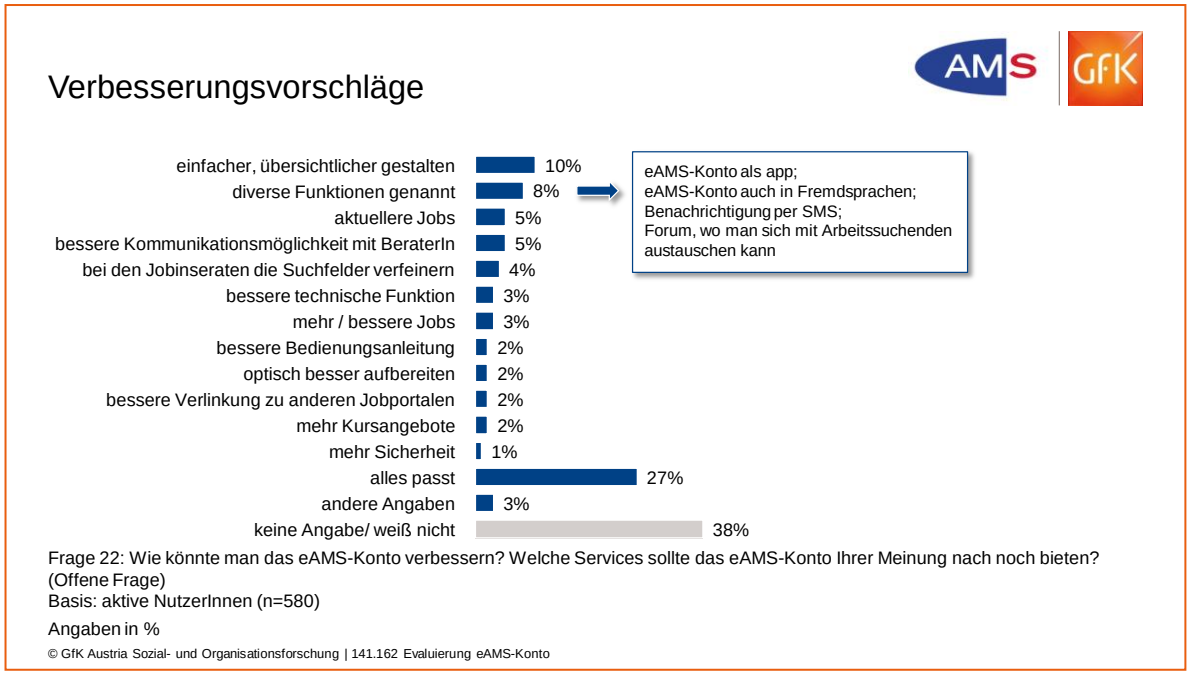
Auf die offen zu beantwortende Frage nach möglichen Verbesserungen des eAMS-Kontos und zusätzlichen Services, die gewünscht werden, kam zwar vom weitaus größten Teil der NutzerInnen kein Beitrag. Mehr als ein Viertel (27 %) gab spontan an, mit dem Status quo zufrieden zu sein – "Alles passt".

Die Vorschläge, die gemacht wurden, gingen hauptsächlich in Richtung einer generell einfacheren und übersichtlicheren Gestaltung des eAMS-Kontos (10 %) bzw. bezogen sich auf Serviceerweiterungen (8 % - „das eAMS-Konto sollte auch als App und in mehreren Fremdsprachen verfügbar gemacht werden, es sollte eine Benachrichtigung per SMS geben, es sollte ein Forum eröffnet werden, wo man sich mit anderen Arbeitssuchenden austauschen kann"). Eine Verbesserung des Jobangebotes im Sinne von mehr, aktuelleren und zugleich besseren Jobs war den aktiven eAMS-Konto NutzerInnen ebenfalls ein Anliegen.

Häufiger geäußert wurde darüber hinaus auch noch der Wunsch nach besseren Kommunikationsmöglichkeiten mit dem Berater/der Beraterin („direkte Verbindung, Information darüber ob der/die BeraterIn die Nachricht erhalten hat, Telefonnummern von BeraterInnen sollten bekanntgegeben werden"). Mehrfach vorgeschlagen wurden überdies eine Verbesserung der Suchfelder bei Jobinseraten und eine Verbesserung der technischen Funktion („technische Probleme sollten schneller behoben werden, es soll nicht dauernd was umgestellt werden" etc.).

Weiter hinten auf der Wunschliste standen noch: bessere Bedienungsanleitung, bessere optische Aufbereitung, bessere Verlinkung zu anderen Jobportalen, mehr Kursangebote und mehr Sicherheit.

Abbildung 37: Verbesserungsvorschläge



5.3.10 Unterstützung durch das eAMS-Konto

Im Allgemeinen ist das eAMS-Konto eine große Unterstützung, aber es wird als weniger hilfreich bei der Arbeitssuche erlebt.

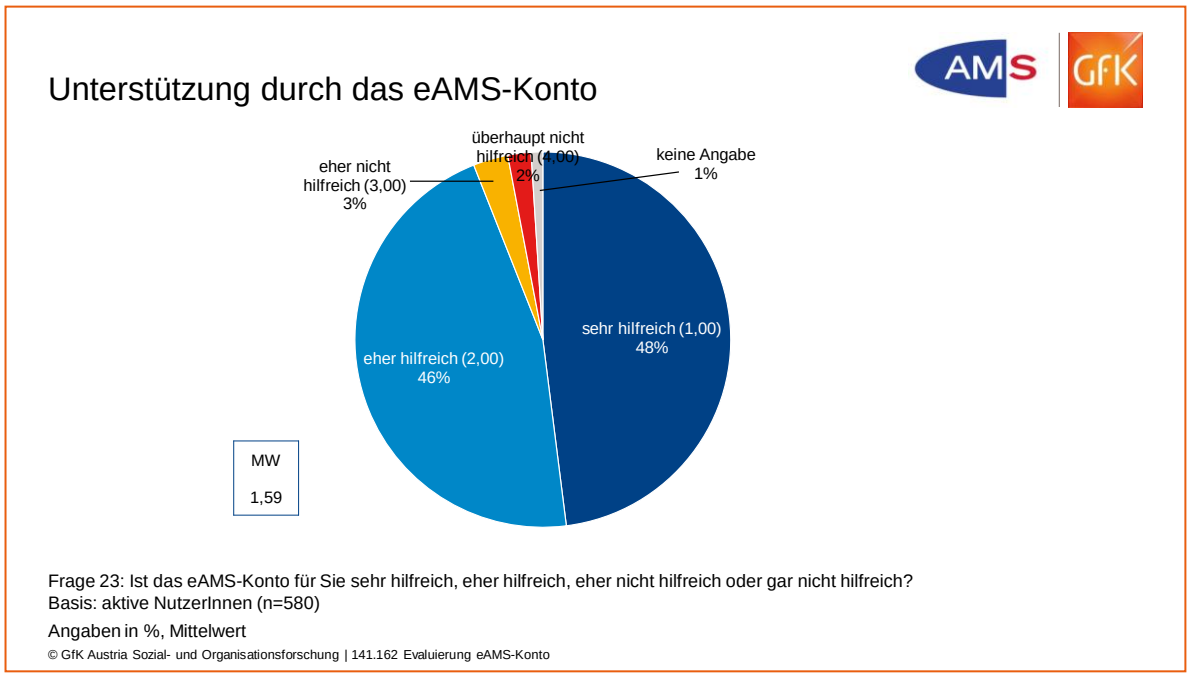
Was die Hilfestellung im allgemeinen betrifft, so wird diese von der überwältigenden Mehrheit der NutzerInnen sehr positiv beurteilt – 94 % sagten, dass das eAMS-Konto für sie sehr oder eher hilfreich ist und nur 5 % sahen das anders.

Nicht mehr ganz so positiv ist der Befund, wenn es um den Nutzen speziell bei der Arbeitssuche geht: in diesem Punkt sahen sich nur mehr zwei Drittel der befragten NutzerInnen durch das eAMS-Konto unterstützt, während es für 29 % (eher) keine Unterstützung bot.

Tendenziell sind es eher die älteren NutzerInnen, höher Qualifizierte, SchulungsteilnehmerInnen, zwischen drei bis sechs Monaten Vorgemerkte, vor allem aber die in der Großstadt lebenden NutzerInnen (39 %), die mit der Unterstützung bei der Jobsuche unzufrieden sind.

Umgekehrt waren wiederum Personen, die bereits eine Einstellungszusage bekommen haben, und solche mit/ohne Pflichtschulabschluß, aber auch MigrantInnen mit dem Support bei der Arbeitssuche überaus zufrieden.

Abbildung 38: Unterstützung durch das eAMS-Konto

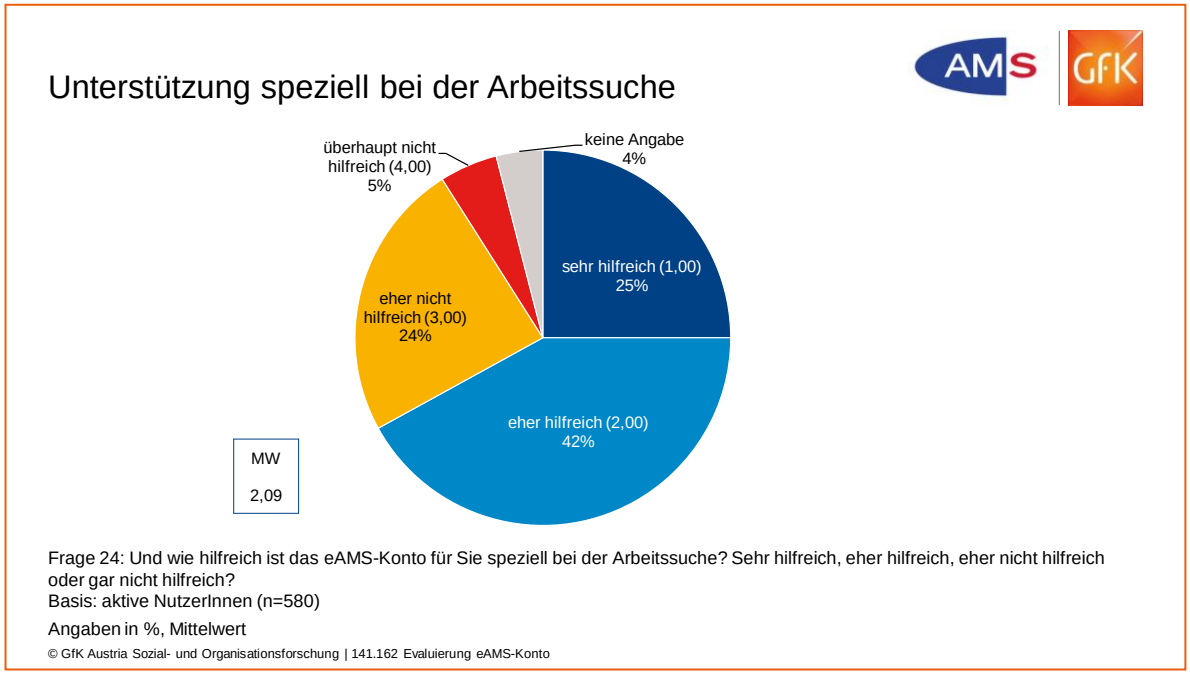


Frage 23: Ist das eAMS-Konto für Sie sehr hilfreich, eher hilfreich, eher nicht hilfreich oder gar nicht hilfreich?
Basis: aktive NutzerInnen (n=580)

Angaben in %, Mittelwert

© GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung | 141.162 Evaluierung eAMS-Konto

Abbildung 39: Unterstützung speziell bei der Arbeitssuche



Beide Gruppen – Zufriedene und Unzufriedene – gaben nun auf Nachfrage an, primär und fast im gleichen Ausmaß wegen des AMS-Stellenangebotes zufrieden bzw. unzufrieden mit der Unterstützung zu sein. Während die Zufriedenen generell die Verfügbarkeit („man sieht die offenen Stellen“) aber auch Aktualität des Stellenangebotes positiv hervorheben, haben die Unzufriedenen gegenteilige Erfahrungen gemacht: 35 % sagten aus, keine passenden Jobs gefunden oder angeboten bekommen zu haben, 18 % sind daher auf andere Jobportale ausgewichen und 10 % bemängeln, dass die Angebote nicht aktuell seien. Ein zu geringes oder gar nicht vorhandenes Arbeitsangebot, schlechte Suchmöglichkeiten, die Stellensuche direkt über die Homepage des AMS sowie ein fortgeschrittenes Alter waren weitere mehrfach genannte Gründe dafür, dass das eAMS-Konto als nicht hilfreich erlebt wurde.

Wesentliche Trigger der Zufriedenheit waren dagegen neben dem passenden Stellenangebot noch Zeitersparnis, die Möglichkeit sich direkt bei potentiellen Arbeitgebern bewerben zu können, das Informationsangebot, aber auch die Suchmöglichkeiten.

Abbildung 40: Gründe für „hilfreich bei der Arbeitssuche“

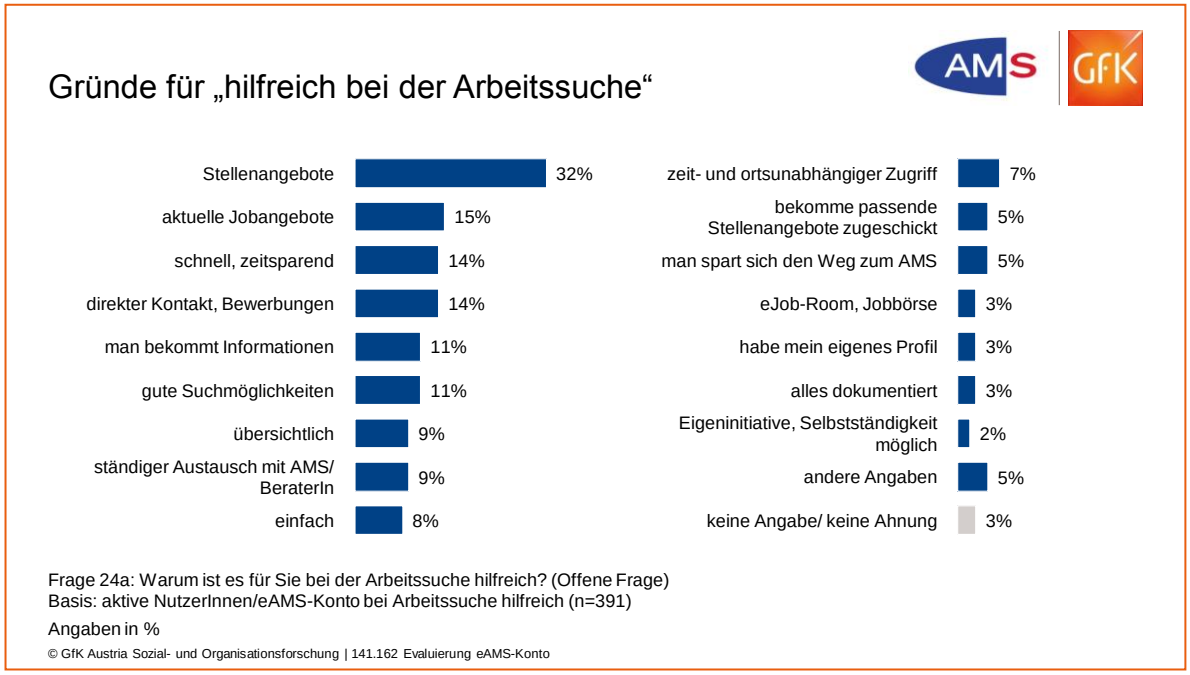
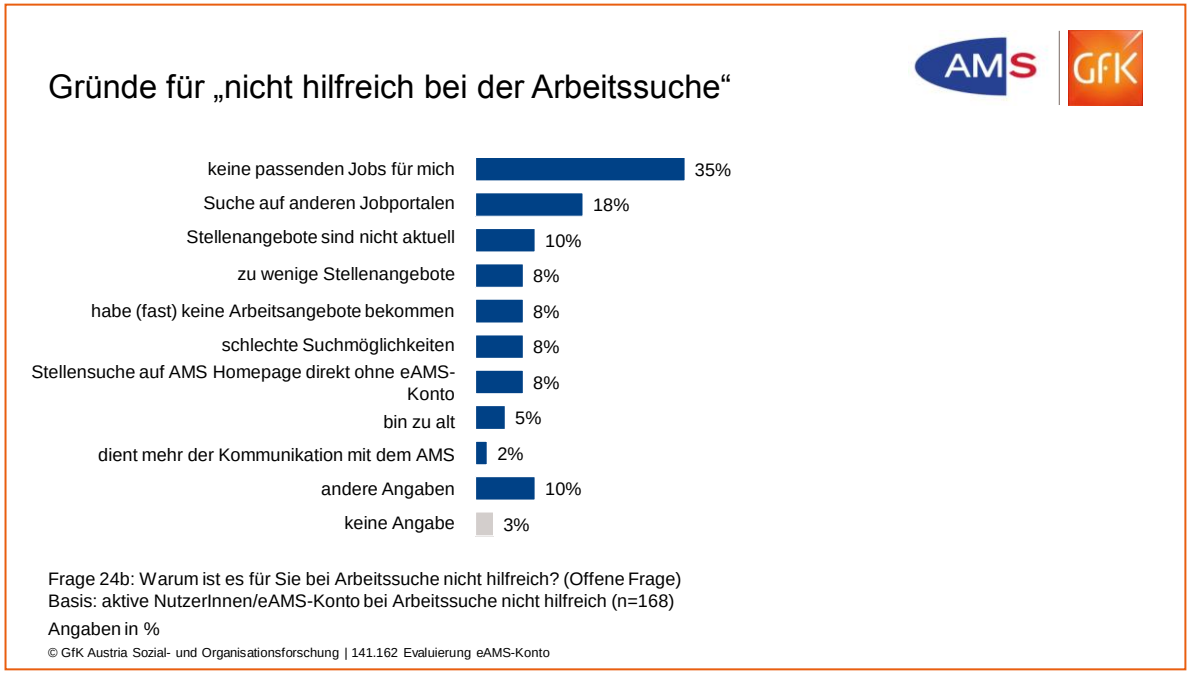


Abbildung 41: Gründe für „nicht hilfreich bei der Arbeitssuche“



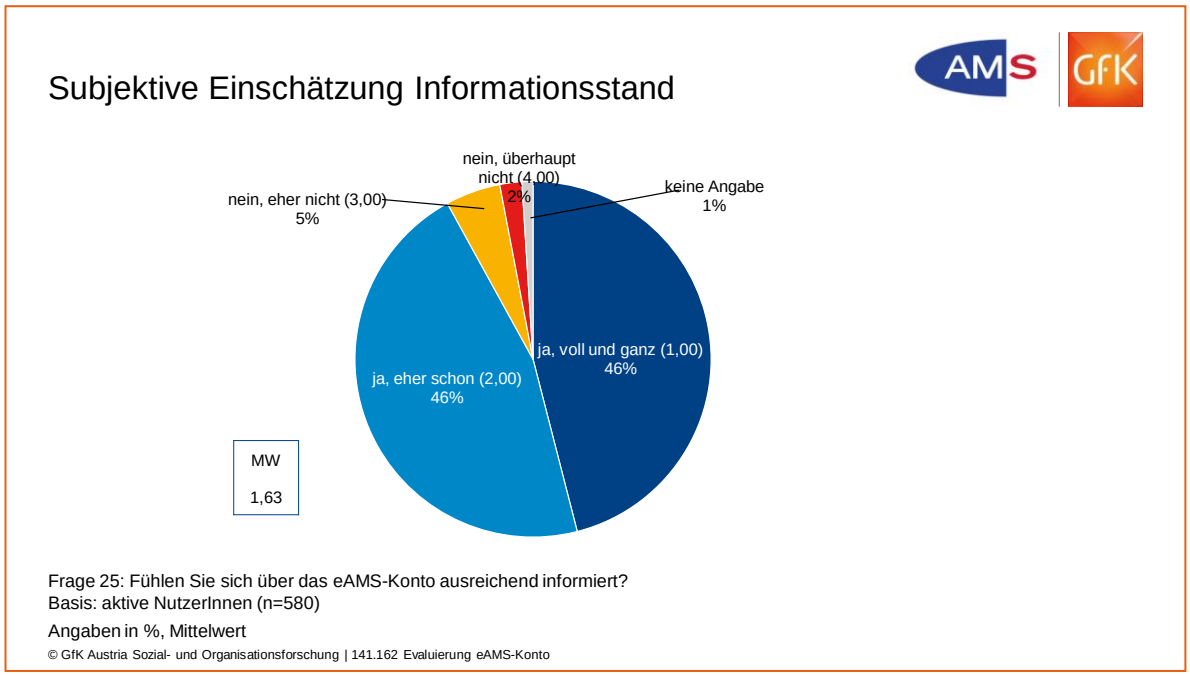
5.3.11 Informationsstand

Hohes Informationsniveau in bezug auf das eAMS-Konto bei den aktiven NutzerInnen gegeben.

Der Informationsstand der aktiven eAMS-Konto NutzerInnen ist deutlich besser als in der Gruppe der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen. 94 % der NutzerInnen bezeichnen sich selbst als ausreichend über Funktionen und Möglichkeiten des eAMS-Kontos informiert (KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen: 68 %). Nur 7 % haben noch weiteren Informationsbedarf.

Besonders gut fühlen sich die Viel-NutzerInnen, die es täglich nutzen, über das eAMS-Konto informiert, ebenso jene NutzerInnen, für die das eAMS-Konto bei der Arbeitssuche eine große Hilfe ist. Die SchulungsteilnehmerInnen sind eine weitere Gruppe, die ihren Wissensstand überdurchschnittlich hoch einschätzt.

Abbildung 42: Subjektives Empfinden Informationsstand



5.3.12 Informationsquellen

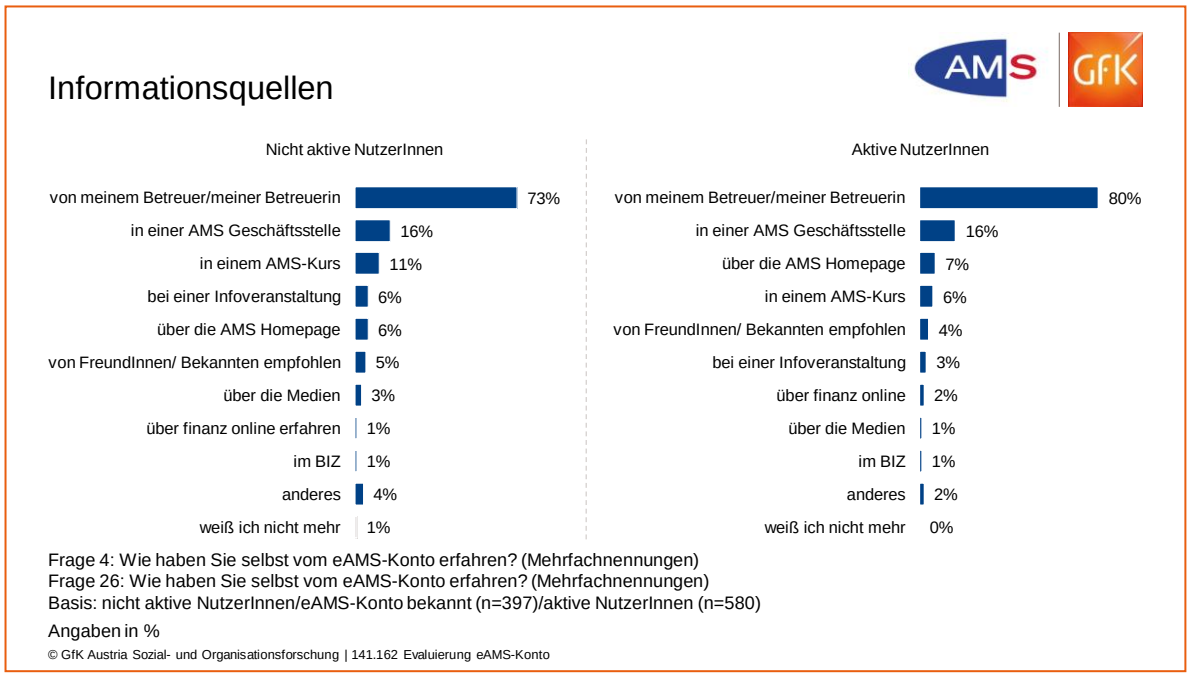
Hauptinfoquelle ist der/die persönliche BeraterIn. „FinanzOnline“ wird nicht verwendet.

Die erste Informationsquelle in bezug auf das eAMS-Konto war auch bei den aktiven eAMS-Konto NutzerInnen – und hier sogar in etwas größerem Ausmaß als bei den KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen – der persönliche Berater/die Beraterin – acht von zehn haben dort von diesem Tool erfahren.

Deutlich dahinter rangieren die AMS Geschäftsstellen und noch geringere Anteile haben andere Quellen wie die Homepage des AMS, AMS-Kurse, der Freundes- und Bekanntenkreis oder

Infoveranstaltungen. Praktisch keine Bedeutung im Informationsfluß haben „FinanzOnline“, die Medien und die Berufsinfozentren.

Abbildung 43: Informationsquellen



In absoluten Zahlen waren es aber doch unter den aktiven eAMS-Konto NutzerInnen einige Befragte mehr, die über „FinanzOnline“ vom eAMS-Konto erfahren haben (n=12, KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen: n=3). Sie sind mehrheitlich auch auf diesem Weg ins eAMS-Konto eingestiegen.

5.3.13 Information durch den/die Beraterin

Aktive eAMS-Konto NutzerInnen wurden besser informiert als die KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, haben aber mehr sanften Druck erlebt.Das Infogespräch war häufiger motivierend und ausschlaggebend für die Aktivierung des eAMS-Kontos.

Wie vorgesehen ist auch den aktiven eAMS-Konto NutzerInnen das eAMS-Konto im Rahmen des Erstgesprächs von ihrem Berater/ihrer Beraterin zunächst vorgestellt und empfohlen worden. Knapp die Hälfte von ihnen hat zusätzlich auch Informationsmaterial erhalten und 13 % wurden auf die Demo-Version hingewiesen.

Was nun den Druck, der auf die NutzerInnen in diesem Gespräch ausgeübt wurde, betrifft, so gab mehr als ein Drittel an, dass ihnen die Annahme des eAMS-Kontos nahegelegt wurde. Bei 8% wurde auf das eAMS-Konto bestanden, 6 % wurden gar nicht gefragt.

In der Detailbetrachtung waren folgende Zusammenhänge und Unterschiede zu erkennen:

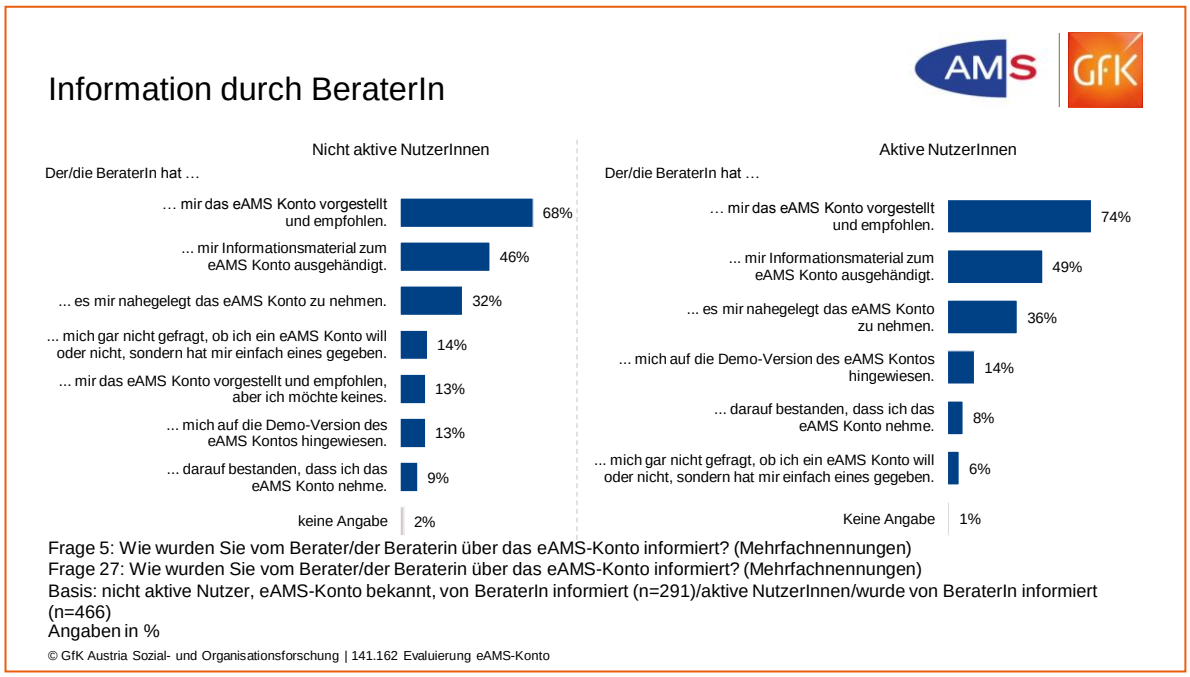
- Jene, die das eAMS-Konto nutzen, weil sie ohnehin viel im Internet unterwegs sind, gaben besonders häufig an, dass ihnen das eAMS-Konto nahegelegt wurde.
- Auch auf Frauen wurde im Vergleich zu den Männern vermehrt sanfter Druck ausgeübt, gleichzeitig haben sie aber mehr Infomaterial erhalten.
- Auf SchulungsteilnehmerInnen wurde andererseits wieder viel weniger sanfter Druck ausgeübt, sie haben aber auch weniger Infomaterial bekommen als jene, die an keiner Schulungsmaßnahme teilnehmen.
- Aktive mit kurzer Geschäftsfalldauer (bis zu drei Monate) berichten von mehr sanftem Druck aber auch Zwang, das eAMS-Konto zu nehmen als jene mit längerer Geschäftsfalldauer. Gleichzeitig wurde dieser Gruppe aber das eAMS-Konto weniger oft einfach nur vorgestellt und empfohlen.
- NutzerInnen mit Migrationshintergrund haben das eAMS-Konto zwar häufiger vorgestellt und empfohlen bekommen, aber weniger Infomaterial dazu erhalten als Nicht-MigrantInnen. Weiters haben sie weniger sanften aber mehr starken Druck erlebt.

Vergleicht man nun die Art und Weise, in der das Informationsgespräch bei aktiven NutzerInnen und KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, abgelaufen ist, dann zeigt sich, dass

- den aktiven eAMS-Konto NutzerInnen das eAMS-Konto generell öfter vorgestellt und empfohlen wurde (+6 Prozentpunkte).
- ihnen auch mehr Infomaterial ausgehändigt wurde (+3 Prozentpunkte).
- aber auch öfter sanfter Druck auf sie ausgeübt wurde (+4 Prozentpunkte).
- während die KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, viel häufiger gar nicht gefragt wurden, ob sie das eAMS-Konto möchten oder nicht, sondern man ihnen einfach eines zugeteilt hat (+8 Prozentpunkte).

© 2012 GfK Austria GmbH

Abbildung 44: Information durch BeraterIn



Frage 5: Wie wurden Sie vom Berater/der Beraterin über das eAMS-Konto informiert? (Mehrfachnennungen)
Frage 27: Wie wurden Sie vom Berater/der Beraterin über das eAMS-Konto informiert? (Mehrfachnennungen)
Basis: nicht aktive Nutzer, eAMS-Konto bekannt, von BeraterIn informiert (n=291)/aktive NutzerInnen/wurde von BeraterIn informiert (n=466)
Angaben in %

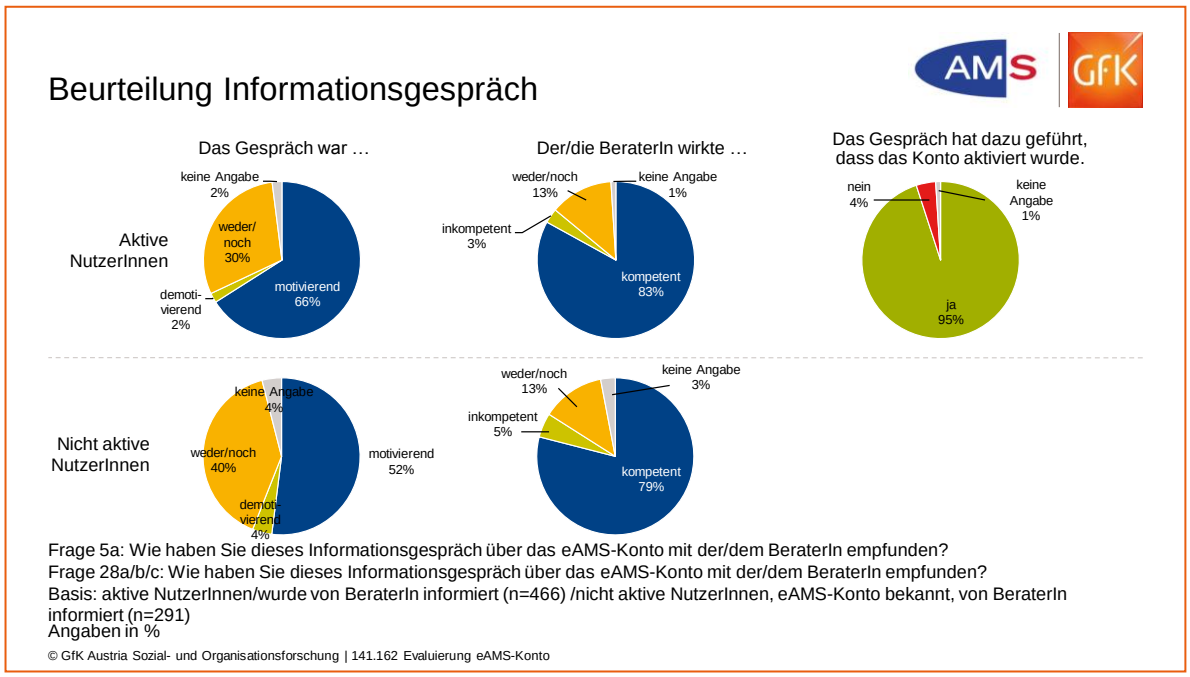
© GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung | 141.162 Evaluierung eAMS-Konto

Weitere wichtige Hinweise zur Bedeutung des Informationsgespräches hinsichtlich Annahme oder Ablehnung des eAMS-Kontos liefern auch die unterschiedlichen Beurteilungen durch die beiden NutzerInnengruppen.

So wurde das Gespräch von den KundInnen, die das eAMS-Konto aktiv nutzen, signifikant häufiger als motivierend empfunden (Aktive: 66 %, Nicht-Aktive: 52 %). Auch die Kompetenz des/der BeraterIn wurde von den aktiven eAMS-Konto NutzerInnen etwas besser bewertet, auch wenn hier der Unterschied weit weniger groß ist (aktive eAMS-Konto NutzerInnen: +4 Prozentpunkte). Zentraler Punkt ist aber, dass fast alle aktiven NutzerInnen (95 %!) aussagten, dass letztlich das Gespräch ausschlaggebend dafür war, dass sie das eAMS-Konto aktiviert haben.

Besonders groß war der Impact des Gesprächs auf jene, die das eAMS-Konto jetzt sehr intensiv nutzen und es als große Unterstützung erleben. Nach soziodemographischen Merkmalen waren es vor allem die gering Qualifizierten (Pflichtschule mit/ohne Abschluß) und die MigrantInnen, die vermehrt durch das Gespräch motiviert wurden.

Abbildung 45: Beurteilung Informationsgespräch



Frage 5a: Wie haben Sie dieses Informationsgespräch über das eAMS-Konto mit der/dem BeraterIn empfunden?
Frage 28a/b/c: Wie haben Sie dieses Informationsgespräch über das eAMS-Konto mit der/dem BeraterIn empfunden?
Basis: aktive NutzerInnen/wurde von BeraterIn informiert (n=466) /nicht aktive NutzerInnen, eAMS-Konto bekannt, von BeraterIn informiert (n=291)
Angaben in %

© GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung | 141.162 Evaluierung eAMS-Konto

Tabelle 12.1: Information durch den/die BeraterIn

			Nutzungsgründe																	
	Gesamt		Erspart Weg zum AMS		Zeitersparnis		Alles dokumentiert		Schneller Infoaustausch		Einfach zu benutzen		Zu jeder Tageszeit		Moderne Kommunikation		Weniger oft zum Berater		Viel im Internet	
	n=1.200		n=310		n=394		n=385		n=417		n=380		n=408		n=367		n=129		n=285	
Der/die BeraterIn hat..	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
mir das eAMS-Konto vorgestellt und empfohlen	346	74	195	78	243	76	226	73	225	76	235	77	251	76	218	75	90	84	163	71
es mir nahegelegt, das eAMS-Konto zu nehmen	167	36	100	40	125	39	128	41	127	38	121	39	128	39	119	41	39	37	101	44
darauf bestanden, dass ich das eAMS-Konto nehme	37	8	19	8	27	8	25	8	29	9	28	9	30	9	26	9	10	10	22	9
mich gar nicht gefragt, ob ich ein eAMS-Konto will, oder nicht, sondern hat mir einfach eines gegeben	27	6	13	5	19	6	15	5	19	6	15	5	18	5	18	6	6	6	14	6
mir Informationsmaterial zum eAMS-Konto ausgehändigt	229	49	142	57	171	53	171	56	178	53	164	54	175	53	153	53	52	48	117	51
mich auf die Demo-Version des eAMS-Kontos hingewiesen	63	14	38	15	51	16	54	18	56	17	53	17	54	16	50	17	12	11	37	16

© 2012 GfK Austria GmbH

Tabelle 12.2: Information durch den/die BeraterIn

			Geschlecht				In Schulung				Migrationshintergrund			
	Gesamt		Männlich		Weiblich		Ja		Nein		Ja		Nein	
	n=1.200		n=600		n=600		n=188		n=1.002		n=372		n=828	
Der/die BeraterIn hat..	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
mir das eAMS-Konto vorgestellt und empfohlen	346	74	171	74	174	74	98	75	247	74	104	81	241	71
es mir nahegelegt, das eAMS-Konto zu nehmen	167	36	75	33	92	39	34	26	133	40	38	30	129	38
darauf bestanden, dass ich das eAMS-Konto nehme	37	8	16	7	21	9	9	7	28	8	15	11	22	6
mich gar nicht gefragt, ob ich ein eAMS-Konto will, oder nicht, sondern hat mir einfach eines gegeben	27	6	16	7	10	4	4	3	22	7	9	7	17	5
mir Informationsmaterial zum eAMS-Konto ausgehändigt	229	49	105	46	123	52	53	40	176	52	56	43	173	51
mich auf die Demo-Version des eAMS-Kontos hingewiesen	63	14	27	12	37	16	21	16	43	13	20	16	43	13

© 2012 GfK Austria GmbH

Tabelle 12.3: Information durch den/die BeraterIn

			Geschäftsfalldauer							
	Gesamt		Bis 3 Monate		3-6 Monate		6-12 Monate		Länger als 12 Monate	
	n=1.200		n=480		n=240		n=227		n=253	
Der/die BeraterIn hat..	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
mir das eAMS-Konto vorgestellt und empfohlen	346	74	127	69	78	77	80	75	64	80
es mir nahegelegt, das eAMS-Konto zu nehmen	167	36	75	42	32	32	34	32	27	34
darauf bestanden, dass ich das eAMS-Konto nehme	37	8	21	12	7	7	4	4	5	6
mich gar nicht gefragt, ob ich ein eAMS-Konto will, oder nicht, sondern hat mir einfach eines gegeben	27	6	9	5	6	6	6	5	5	7
mir Informationsmaterial zum eAMS-Konto ausgehändigt	229	49	85	49	59	58	45	43	39	49
mich auf die Demo-Version des eAMS-Kontos hingewiesen	63	14	23	13	15	15	15	14	9	12

© 2012 GfK Austria GmbH

5.3.14 Fragen zum eAMS-Konto

Fragen werden in erster Linie vom persönlichen Berater/der Beraterin beantwortet.

Bei rund einem Viertel der NutzerInnen sind schon einmal Fragen in bezug auf die Handhabung des eAMS-Kontos aufgetaucht. Beantwortet wurden diese Fragen in den meisten Fällen vom persönlichen Berater/der Beraterin. Nur bei rund einem Fünftel war auch die Service-Line bei der Klärung involviert. Die Infozonen in den Geschäftsstellen und das Helpcenter leisteten eher selten Hilfestellung.

Mit der Beantwortung der Fragen war die Mehrheit (56 %) sogar sehr zufrieden, weitere 23 % eher zufrieden. Unzufrieden war kaum jemand.

Abbildung 46: Fragen zum eAMS-Konto

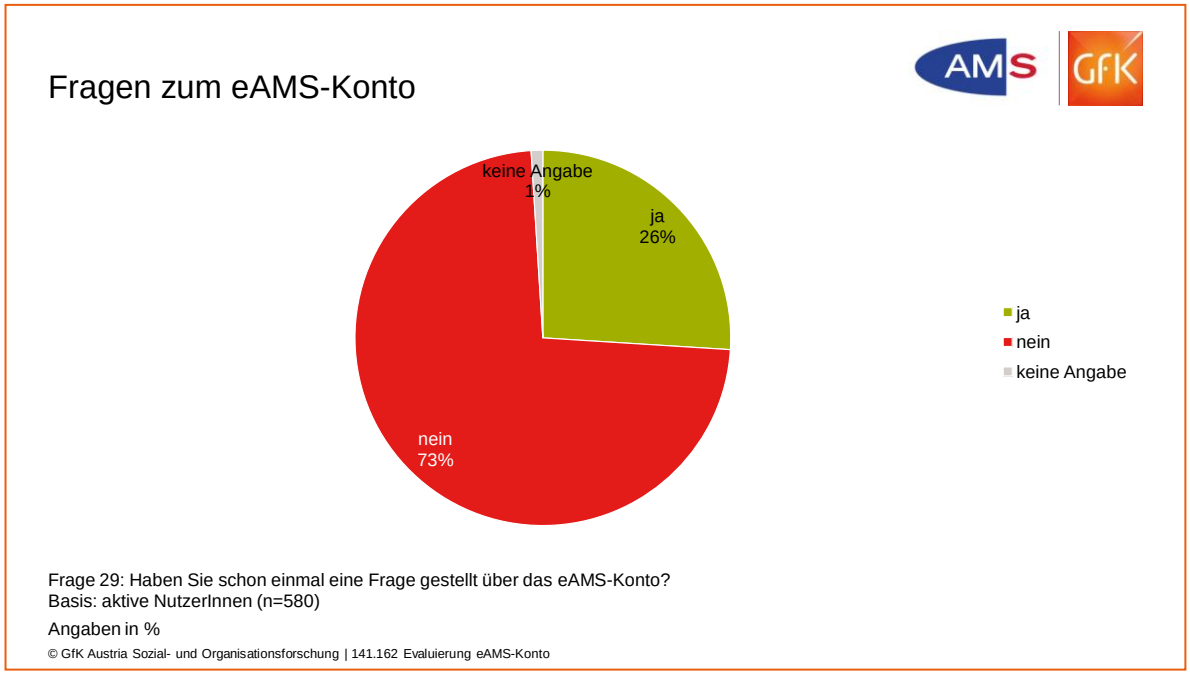
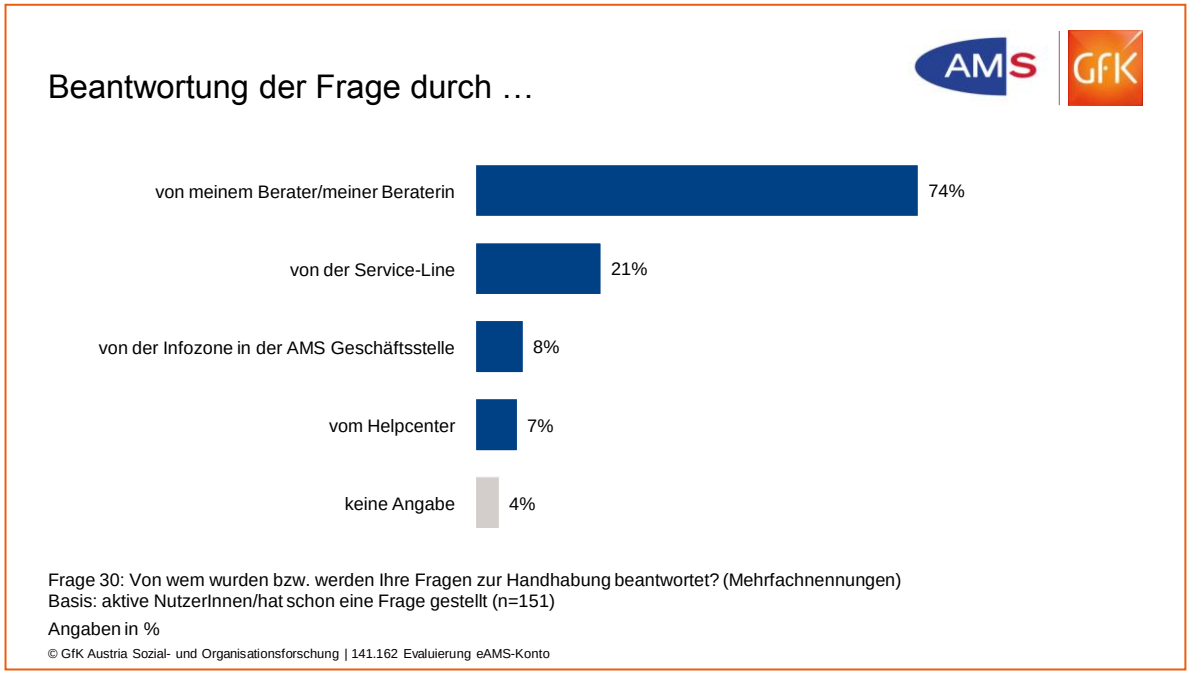


Abbildung 47: Beantwortung der Frage durch…

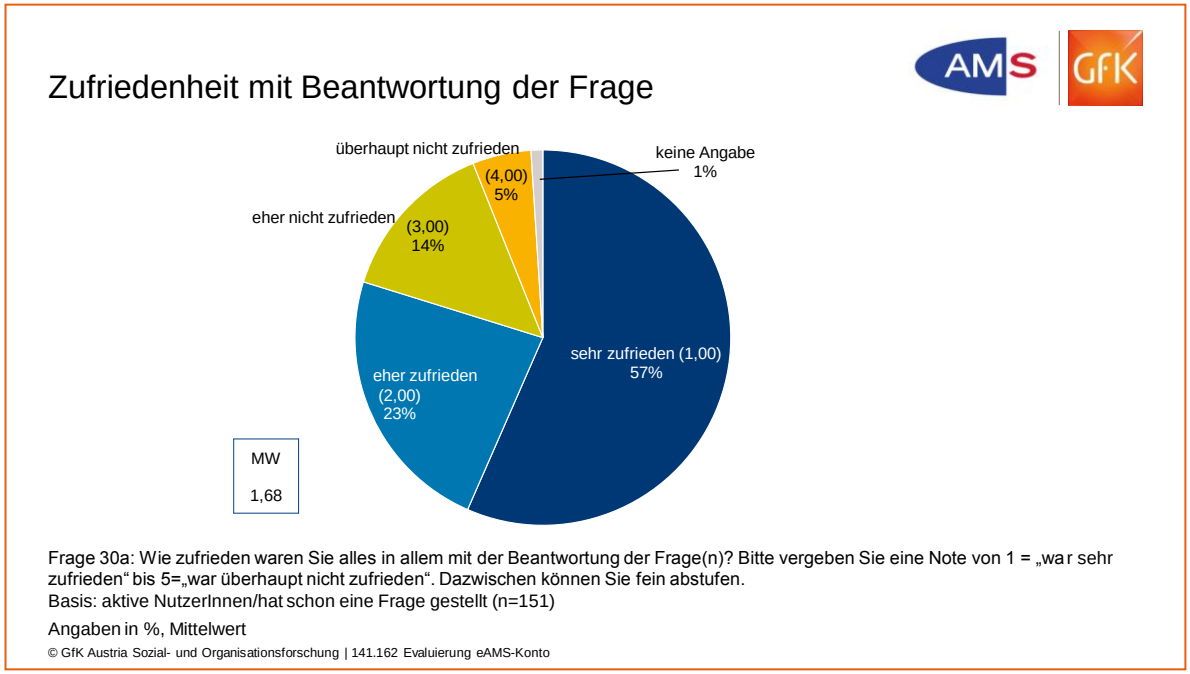


Frage 30: Von wem wurden bzw. werden Ihre Fragen zur Handhabung beantwortet? (Mehrfachnennungen)
Basis: aktive NutzerInnen/hat schon eine Frage gestellt (n=151)

Angaben in %

© GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung | 141.162 Evaluierung eAMS-Konto

Abbildung 48: Zufriedenheit mit Beantwortung der Frage



Frage 30a: Wie zufrieden waren Sie alles in allem mit der Beantwortung der Frage(n)? Bitte vergeben Sie eine Note von 1 = „war sehr zufrieden“ bis 5=„war überhaupt nicht zufrieden“. Dazwischen können Sie fein abstufen.
Basis: aktive NutzerInnen/hat schon eine Frage gestellt (n=151)

Angaben in %, Mittelwert

© GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung | 141.162 Evaluierung eAMS-Konto

5.3.15 Besuchsfrequenz beim Berater/der Beraterin

Aktive eAMS-Konto NutzerInnen kommen seltener persönlich vorbei.

Erwartungsgemäß suchen die aktiven eAMS-Konto NutzerInnen ihre/n persönliche/n BeraterIn nicht ganz so oft auf wie die KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen. Die durchschnittliche Besuchsfrequenz tendiert bei ihnen mehr in Richtung von einmal in sechs Wochen.

Der größte Teil der aktiven eAMS-Konto NutzerInnen (41 %) kommt einmal im Monat zum persönlichen Gespräch in die Geschäftsstelle. Häufiger schauen nur 15 % vorbei (KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen 22 %), alle sechs Wochen bis zwei Monate besprechen sich 21 % (KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen 15 %) mit ihrem/r BeraterIn. Bei einem Fünftel der aktiven eAMS-Konto NutzerInnen sind die Besuche seltener.

Innerhalb der Gruppe der aktiven eAMS-Konto NutzerInnen unterscheidet sich die Besuchsfrequenz nun ebenfalls und zwar in Abhängigkeit von/vom

- der Nutzungsart des eAMS-Kontos: die passiven KonsumentInnen, die hauptsächlich nur schauen, kommen häufiger als die, die aktiv mit dem AMS in Kontakt treten.
- dem subjektiven Support-Empfinden: wer das eAMS-Konto im Allgemeinen als sehr hilfreich erlebt, hat einen geringeren Betreuungsbedarf, allerdings kommen diejenigen, die das eAMS-Konto bei der Arbeitssuche als sehr hilfreich empfinden wiederum häufiger als jene, auf die das nicht zutrifft.
- Geschlecht: männlich aktive eAMS-Konto NutzerInnen sind betreuungsbedürftiger als weibliche.
- Alter: junge NutzerInnen suchen die/den AMS-BeraterIn deutlich häufiger auf als es die über 30-Jährigen tun.
- der Schulungsteilnahme: NutzerInnen, die gerade an einer Schulungsmaßnahme teilnehmen, kommen seltener persönlich vorbei.
- der Geschäftsfalldauer: aktive eAMS-Konto NutzerInnen mit einer Geschäftsfalldauer unter sechs Monaten haben einen geringeren Bedarf an persönlicher Betreuung als länger Arbeitslose.
- der Topographie: NutzerInnen, die in einer Stadt mittlerer Größe oder in der Großstadt leben, haben seltener persönlichen Kontakt zum/zur BeraterIn als in der Kleinstadt oder am Land Lebende.

© 2012 GfK Austria GmbH

Abbildung 49: Häufigkeit persönlicher Besuche bei BeraterIn

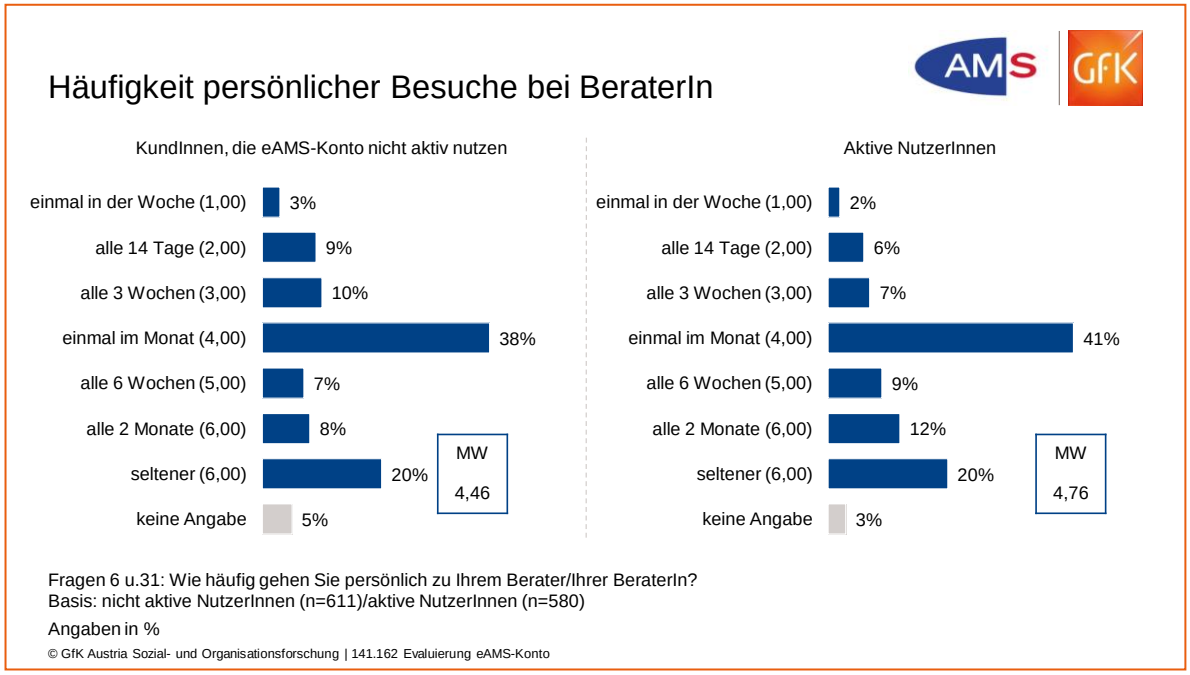


Tabelle 13.1: Besuchsfrequenz beim Berater/ der Beraterin

			Nuztungsart				eAMS-Konto hilfreich						Bei Arbeitssuche					
	Gesamt		Aktiv		Schaut nur		Sehr hilfreich		Eher hilfreich		Nicht hilfreich		Sehr hilfreich		Eher hilfreich		Nicht hilfreich	
	n=1.200		n=382		n=198		n=278		n=266		n=30		n=146		n=245		n=168	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Einmal in der Woche	11	2	5	1	6	3	5	2	6	2	-	-	3	2	3	1	5	3
Alle 14 Tage	38	6	18	5	18	9	12	4	20	7	5	16	9	6	22	9	5	3
Alle 3 Wochen	41	7	31	8	10	5	15	5	23	9	3	11	13	9	8	3	21	12
Einmal im Monat	237	41	146	38	92	46	107	38	113	43	12	39	73	50	108	44	51	31
Alle 6 Wochen	53	9	38	10	15	8	25	9	24	9	4	12	6	4	22	9	23	14
Alle 2 Monate	67	12	56	15	11	5	39	14	25	10	2	8	12	8	24	10	27	16
seltener	121	21	79	21	42	21	69	25	47	18	4	14	27	19	52	21	32	19

© 2012 GfK Austria GmbH

Tabelle 13.2: Besuchsfrequenz beim Berater/ der Beraterin

			Geschlecht				Altersgruppe											
	Gesamt		Männlich		Weiblich		Bis 19 Jahre		20-29 Jahre		30-39 Jahre		40-49 Jahre		50-59 Jahre		60 Jahre und älter	
	n=1.200		n=600		n=600		n=96		n=344		n=294		n=255		n=194		n=16	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Einmal in der Woche	11	2	5	2	6	2	1	4	-	-	1	1	5	3	4	4	-	-
Alle 14 Tage	38	6	26	9	11	4	5	14	17	11	6	4	5	4	3	4	-	-
Alle 3 Wochen	41	7	18	6	23	8	1	5	20	13	9	6	7	5	3	3	-	-
Einmal im Monat	237	41	117	40	120	41	14	46	54	36	67	41	70	50	31	35	1	34
Alle 6 Wochen	53	9	26	9	27	9	1	3	13	9	16	10	10	7	13	14	-	-
Alle 2 Monate	67	12	30	10	38	13	1	2	12	8	17	11	24	17	13	14	0	13
seltener	121	21	61	21	60	20	9	27	26	17	45	28	19	13	20	22	2	52

© 2012 GfK Austria GmbH

Tabelle 13.3: Besuchsfrequenz beim Berater/ der Beraterin

			In Schulung				Geschäftsfalldauer								Topografie							
	Gesamt		Ja		Nein		Bis 3 Monate		3-6 Monate		6-12 Monate		Länger als 12 Monate		Dorf		Kleinstadt		Stadt mittlerer Größe		Großstadt	
	n=1.200		n=360		n=840		n=480		n=240		n=227		n=253		n=442		n=208		n=207		n=333	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Einmal in der Woche	11	2	3	2	8	2	1	1	6	4	2	2	2	2	8	4	1	1	-	-	2	1
Alle 14 Tage	38	6	4	2	32	8	21	9	7	5	5	4	4	4	18	8	7	6	6	6	6	4
Alle 3 Wochen	41	7	21	12	20	5	12	6	17	13	8	6	3	3	13	6	8	7	10	10	10	6
Einmal im Monat	237	41	63	37	174	43	94	43	52	41	52	39	39	38	89	41	44	43	35	33	68	45
Alle 6 Wochen	53	9	16	9	37	9	18	8	9	7	12	9	14	14	22	10	14	14	7	6	9	6
Alle 2 Monate	67	12	19	11	48	12	18	8	13	10	22	16	14	14	21	9	11	11	9	9	25	17
seltener	121	21	37	22	83	20	49	22	20	16	31	23	21	20	44	20	15	14	33	32	29	19

© 2012 GfK Austria GmbH

5.3.16 Nutzung anderer Kommunikationsmittel

Von den aktiven eAMS-Konto NutzerInnen wird die elektronische Kommunikation bevorzugt.

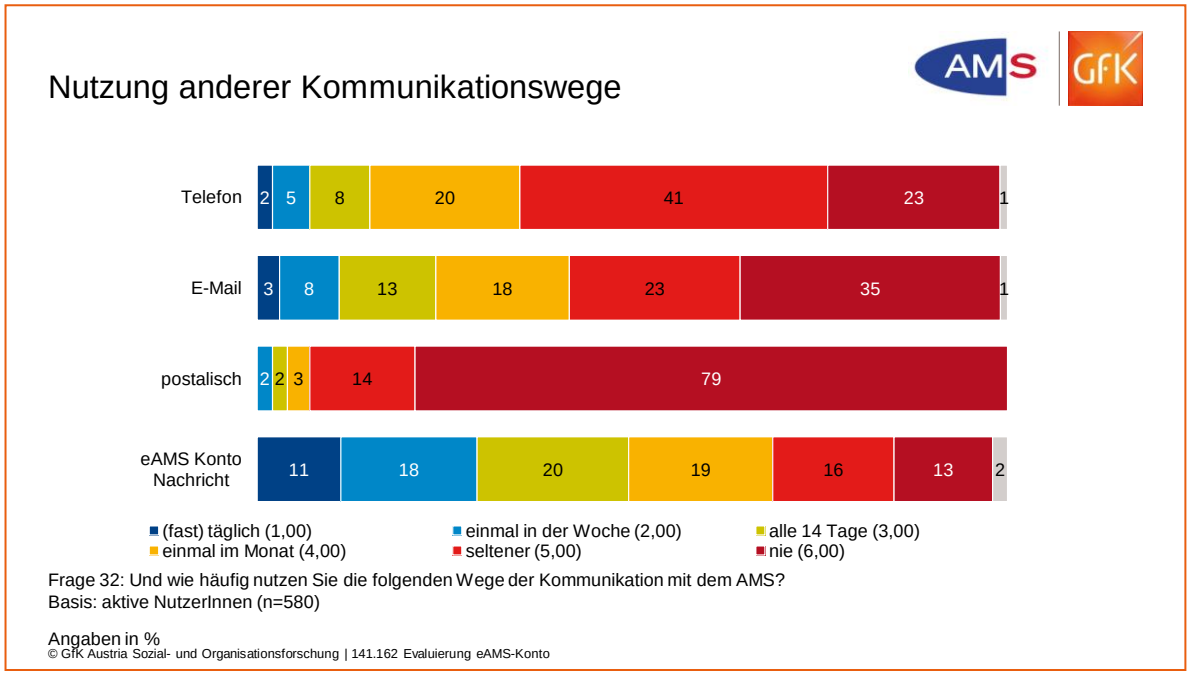
Unter den anderen Wegen der Kommunikation mit dem AMS spielt die elektronische Kommunikation bei den aktiven eAMS-Konto NutzerInnen eine viel größere Rolle als bei der Gruppe der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen.

Die eAMS-Konto Nachricht ist hier das meistgenutzte Mittel zum Informationsaustausch. 11 % kommunizieren täglich auf diesem Weg mit dem AMS, weitere 18 % einmal in der Woche und je ein Fünftel alle 14 Tage bzw. einmal im Monat. Nie nutzen die eAMS-Konto Nachrichten nur 13 %.

Der zweitwichtigste Kommunikationsweg ist die Email, die rund ein Zehntel mindestens einmal wöchentlich versendet und die von den aktiven eAMS-Konto NutzerInnen weitaus häufiger genutzt wird als von den KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen. In der Frequenz nicht weit dahinter rangiert das Telefon, das die aktiven eAMS-Konto NutzerInnen im Schnitt fast gleich oft in die Hand nehmen als die Nicht-Aktiven.

Kaum mehr von Bedeutung ist dagegen der Postweg, den 79 % nie nutzen.

Abbildung 50: Nutzung anderer Kommunikationswege



Frage 32: Und wie häufig nutzen Sie die folgenden Wege der Kommunikation mit dem AMS?
Basis: aktive NutzerInnen (n=580)

Angaben in %

© GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung | 141.162 Evaluierung eAMS-Konto

5.3.17 Bevorzugte Kontaktart

eAMS-Konto Nachricht und persönlicher Kontakt liegen bei den UserInnen gleichauf. Das persönliche Gespräch ist für KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, viel wichtiger.

Im Hinblick auf die bevorzugte Kontaktart ergab die Befragung keine eindeutige Reihung. Ein Drittel entschied sich für die Kommunikation via eAMS-Konto Nachricht und ein weiteres knappes Drittel für den persönlichen Kontakt. Telefon und Email rangieren dahinter.

Im Detail betrachtet sind es klarerweise die eAMS-Konto-IntensivnutzerInnen, die lieber per eAMS-Konto Nachrichten kommunizieren. Auch wer das eAMS-Konto unter anderem deswegen nutzt, weil er/sie sich so den Weg zum AMS erspart, bevorzugt den Kontakt via eAMS-Konto. Die altersmäßig mittleren Jahrgänge, Männer und die NutzerInnen, die ihren Wohnsitz am Land haben, tendieren ebenfalls verstärkt zu dieser Kontaktart.

Die mehr passiven NutzerInnen, die formal gering Qualifizierten, Personen mit langer Geschäftsfalldauer und MigrantInnen, aber auch die in der Großstadt beheimateten NutzerInnen fühlen sich wiederum im persönlichen Kontakt mit dem AMS am wohlsten.

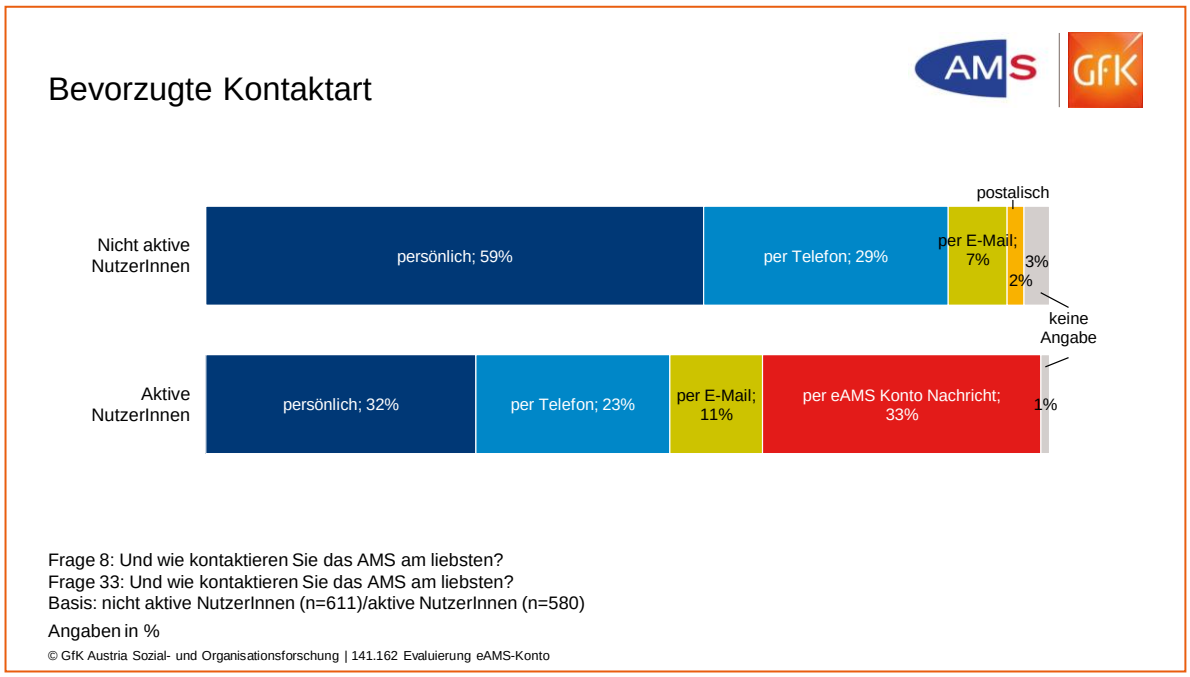
Etwas andere Präferenzen zeigen die weiblichen eAMS-KontonutzerInnen: für sie ist die Kommunikation per Telefon sogar eine Spur wichtiger als das persönliche Gespräch. Die erste Stelle nimmt aber auch bei ihnen die eAMS-Konto Nachricht ein.

Im Vergleich der bevorzugten Kontaktarten von aktiven eAMS-Konto NutzerInnen und KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, fällt sofort die große Bedeutung, die die persönliche Kommunikation für die Gruppe der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, hat, auf. 59 % von ihnen, aber nur 32 % der aktiven eAMS-Konto NutzerInnen gaben an am liebsten auf persönlichem Weg mit dem AMS in Kontakt zu treten.

Auch das Telefon ist für sie wichtiger als für aktive eAMS-Konto NutzerInnen, wenn auch hier die Diskrepanz viel geringer ist (+6 Prozentpunkte). Umgekehrt hat bei den aktiven eAMS-Konto NutzerInnen die Kommunikation über Email einen etwas höheren Stellenwert (+4 Prozentpunkte).

© 2012 GfK Austria GmbH

Abbildung 51: Bevorzugte Kontaktart



5.3.18 Subjektives Empfinden Datensicherheit

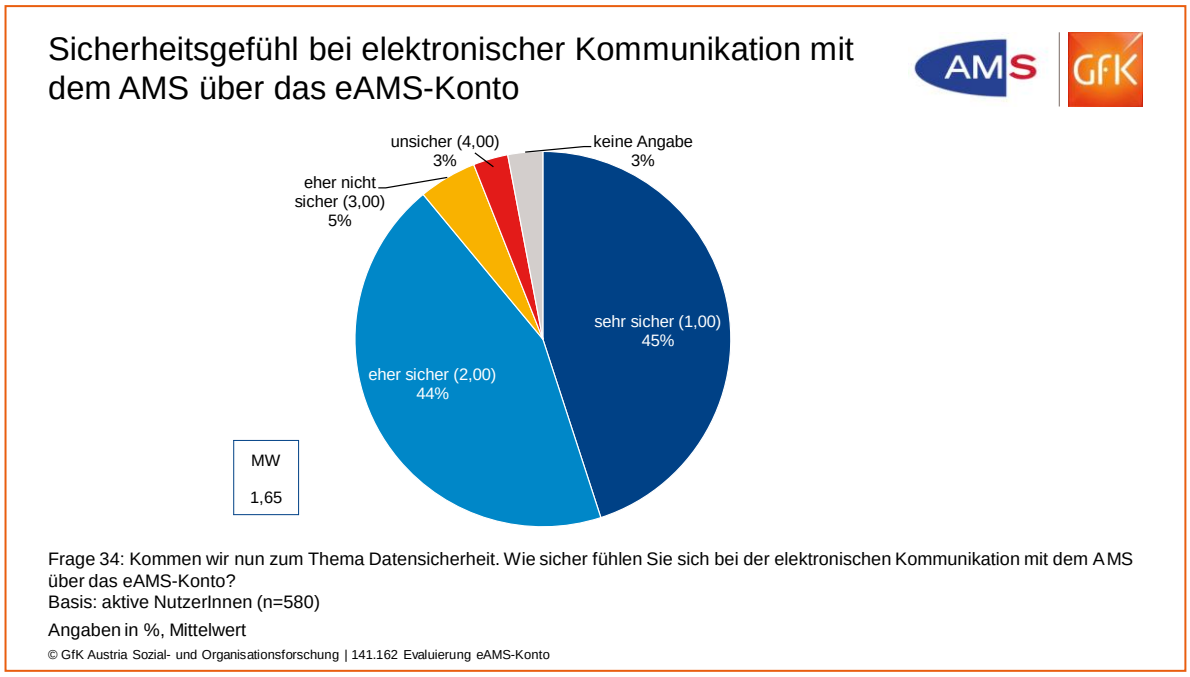
Hohes Sicherheitsempfinden und kaum Bedenken bei den NutzerInnen des eAMS-Kontos.

In puncto Datensicherheit war bei den befragten NutzerInnen keine Verunsicherung festzustellen. Trotz vieler negativer Medienberichte im Zusammenhang mit diesem Thema und obwohl hier sensible Daten übermittelt werden, fühlen sich neun von zehn bei der elektronischen Kommunikation mit dem AMS sicher. Lediglich 8 % äußerten Sicherheitsbedenken.

Es sind vor allem die jungen, besonders nutzungsfreudigen und vom eAMS-Konto überzeugten NutzerInnen, die volles Vertrauen in die Sicherheit der Datenübertragung haben. Auch MigrantInnen haben häufiger eine unkritische Einstellung.

Vice versa sind die mit dem eAMS-Konto und seiner Handhabung eher Unzufriendenen sowie die, die den Verlust des persönlichen Kontakts bei der eAMS-Kontonutzung monieren, skeptischer, was die Sicherheit der Datenübertagung anbelangt.

Abbildung 52: Sicherheitsgefühl bei elektronischer Kommunikation mit dem AMS über das AMS über das eAMS-Konto



5.3.19 Weiterempfehlungstendenz

Fast alle würden es weiterempfehlen. Einfache Handhabung und praktischer Nutzen sind die größten Vorzüge.

Die Bilanz, die die NutzerInnen gegen Ende der Befragung hinsichtlich des eAMS-Kontos ziehen, ist eine überaus positive. Gefragt, ob sie das eAMS-Konto denn weiterempfehlen würden, antworteten 96% mit „ja“ – mehr als die Hälfte sagten sogar „ja, unbedingt“ (51 %).

Die Vorzüge, die das eAMS-Konto ihrer Ansicht nach zu bieten hat und die sie spontan auf Nachfrage nannten, liegen hauptsächlich in der einfachen Handhabung und dem praktischen Nutzen. Viele sehen es auch als guten Weg an mit dem AMS zu kommunizieren. Die Zeit- und Wegersparnis bzw. die zeit- und ortsunabhängige Nutzungsmöglichkeit wurden ebenfalls mehrfach betont. Dass das Tool schnell und informativ ist, ist ein weiterer wichtiger Grund das eAMS-Konto weiterzuempfehlen.

Nur 16 Befragte wollen das eAMS-Konto nicht weiterempfehlen, hauptsächlich weil sie andere Kommunikationswege präferieren oder weil sie keinen wirklichen Nutzen aus dem eAMS-Konto ziehen können.

Als Gruppe mit besonders hoher Weiterempfehlungsneigung stechen erneut die nutzungsfreudigen NutzerInnen hervor, aber auch jene, die das eAMS-Konto insgesamt aber ebenso bei der Arbeitssuche als sehr unterstützend erleben und sich damit gut auskennen, zählen dazu. Wer das eAMS-Konto nutzt, um sich Zeit und den Weg zum AMS zu ersparen (wie bspw. Personen mit einer Einstellungszusage), tendiert ebenfalls stärker zur Weiterempfehlung. Darüber hinaus äußerten die

weiblichen Nutzerinnen häufiger Empfehlungsabsichten als die männlichen. Nach Altersgruppen betrachtet sind es vermehrt die älteren Über-40-Jährigen, die eine Empfehlung abgeben würden.

Abbildung 53: Weiterempfehlungstendenz

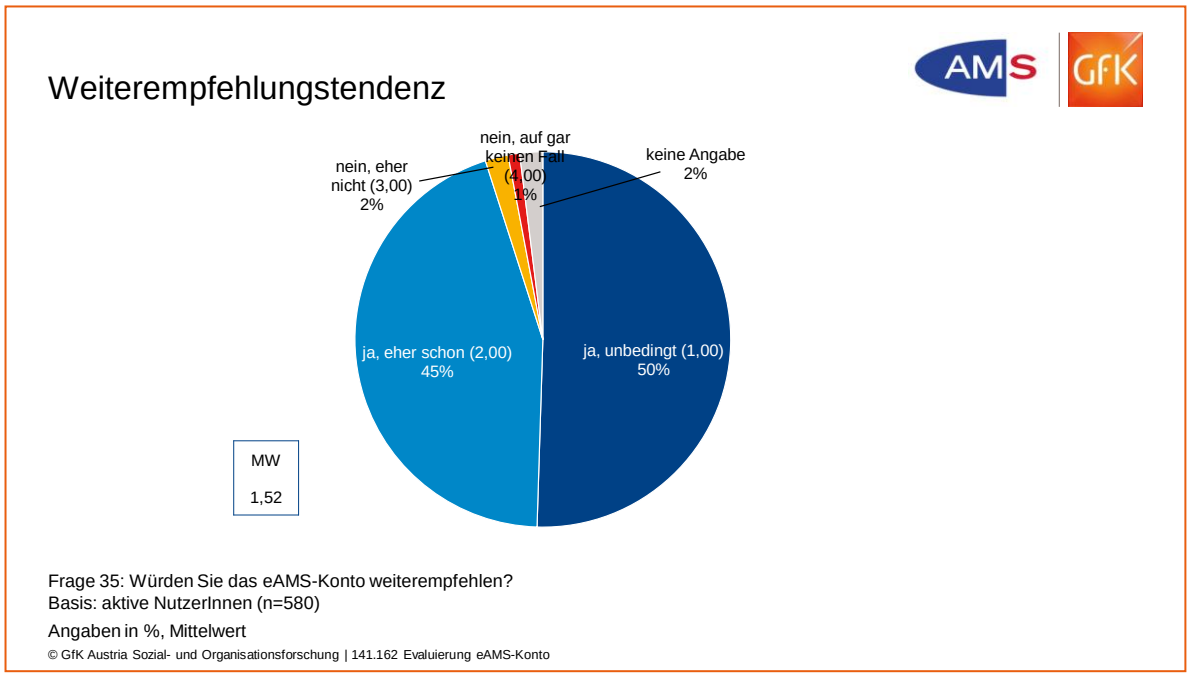
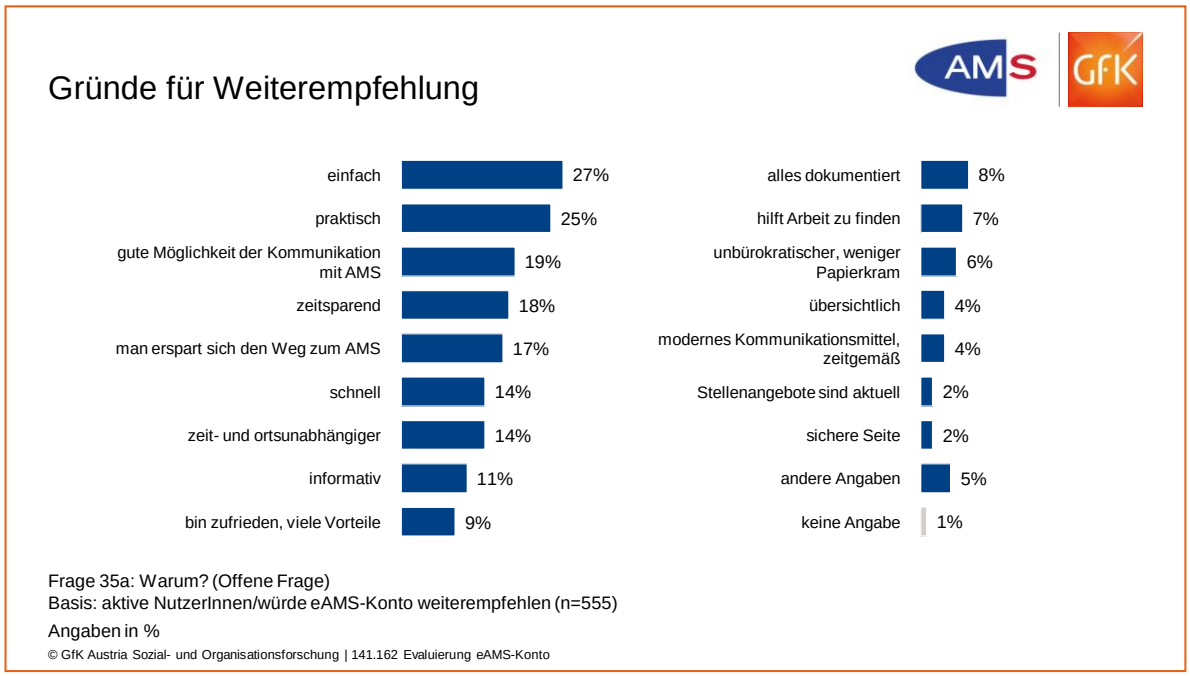


Abbildung 54: Gründe für Weiterempfehlung



5.3.20 Erweiterung der AMS-Angebote

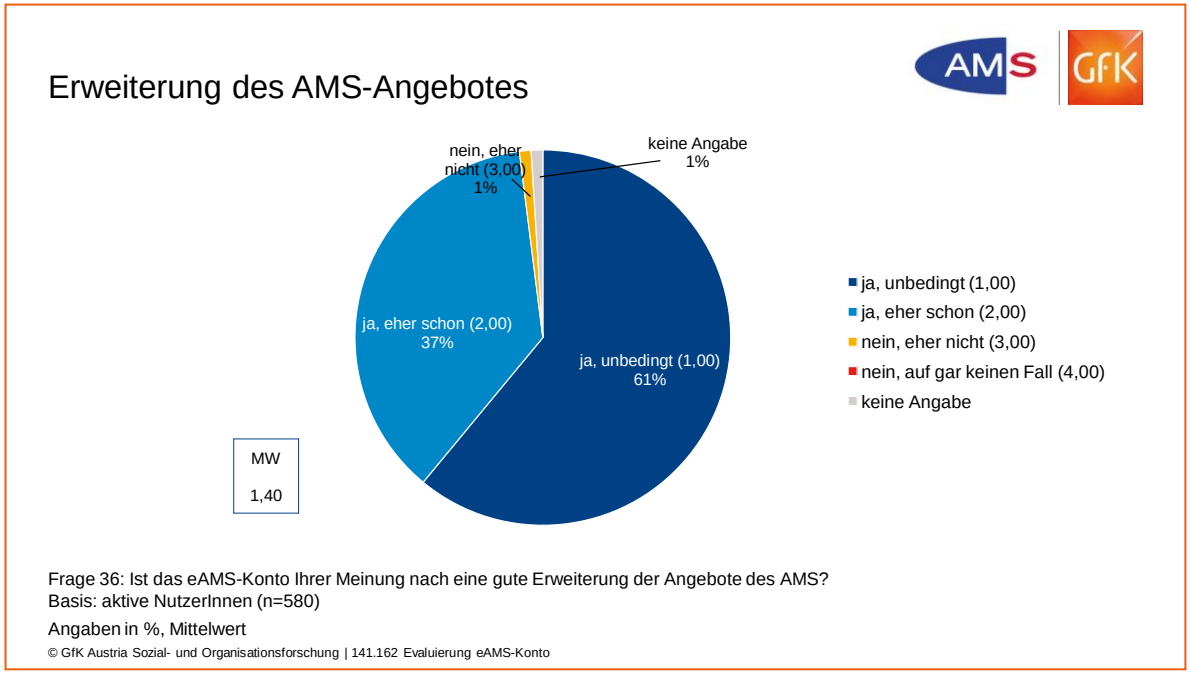
Das eAMS-Konto wird von den aktiven eAMS-Konto NutzerInnen als stimmig mit den anderen Services des AMS wahrgenommen.

Überboten wird die große Zahl derer, die das eAMS-Konto weiterempfehlen würden, nur noch durch die Zahl derer, die finden dass das eAMS-Konto gut ins Produktportfolio des Arbeitsmarktservice passt.

Nahezu alle befragten aktiven eAMS-Konto NutzerInnen (98 %) halten das eAMS-Konto für eine gute Erweiterung der AMS-Angebote. 61 % sind sogar „unbedingt" dieser Ansicht.

Auch hier ist es wieder das vorhin skizzierte Befragtenspektrum – eAMS-Konto VielnutzerInnen, eAMS-Konto wird als sehr hilfreich wahrgenommen, fühlt sich voll und ganz darüber informiert -, das dieser Aussage in überdurchschnittlichem Ausmaß zustimmt. Wer sehr großes Vertrauen in die Datensicherheit hat und das eAMS-Konto unbedingt weiterempfehlen würde, teilt diese Ansicht ebenfalls häufiger.

Abbildung 55: Erweiterung des AMS-Angebotes



Frage 36: Ist das eAMS-Konto Ihrer Meinung nach eine gute Erweiterung der Angebote des AMS?
Basis: aktive NutzerInnen (n=580)
Angaben in %, Mittelwert

© GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung | 141.162 Evaluierung eAMS-Konto

5.3.21 Internetnutzung

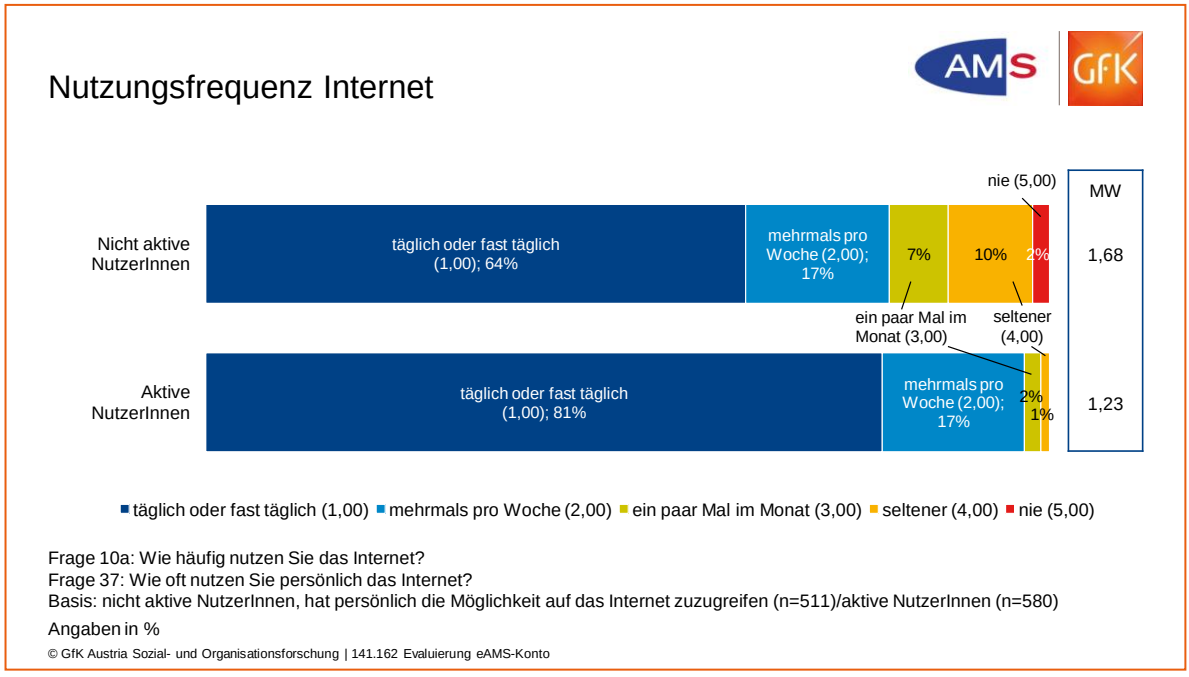
Höhere Internetaffinität der aktiven eAMS-Konto NutzerInnen.

Die Frequenz, mit der das Internet generell genutzt wird, liegt bei den aktiven eAMS-Konto NutzerInnen deutlich über der der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen.

81 % der aktiven eAMS-Konto NutzerInnen aber nur 64 % der KundInnnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, geben an täglich oder fast täglich im World Wide Web unterwegs zu sein. Mehrmals in der Woche steigen 17 % ein, ein paar Mal im Monat oder noch seltener gar nur mehr 3 %.

Im Umgang mit dem Internet sind die aktiven eAMS-Konto NutzerInnen also gewandter, haben eine höhere Affinität diesem Medium gegenüber als es bei der Gruppe der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, der Fall ist.

Abbildung 56: Nutzungsfrequenz Internet



Frage 10a: Wie häufig nutzen Sie das Internet?
Frage 37: Wie oft nutzen Sie persönlich das Internet?
Basis: nicht aktive NutzerInnen, hat persönlich die Möglichkeit auf das Internet zuzugreifen (n=511)/aktive NutzerInnen (n=580)
Angaben in %

© GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung | 141.162 Evaluierung eAMS-Konto

6 Die Ergebnisse in den Bundesländern

Für jedes Bundesland wurde beim Design der Studie eine Mindestanzahl von 100 Interviews festgelegt (siehe Punkt 2 Samplestruktur), um aussagekräftige Ergebnisse zu erhalten. Durch die Filterung der Befragten in aktive eAMS-Konto NutzerInnen und KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, liegen die Fallzahlen für diese Subgruppen zumeist jedoch deutlich darunter, was bedeutet, dass die Ergebnisse zu den Bundesländern nur als Tendenz- und grobe Orientierungswerte interpretiert werden können und keine generalisierenden Rückschlüsse zulassen. Die folgende Darstellung ist daher nur als Überblick über die tendenzielle Verteilung zu verstehen.

6.1 eAMS-Konto Nutzung

Die meisten aktiven eAMS-Konto NutzerInnen gab es in der Steiermark (63 %), in Salzburg (61 %) und in Oberösterreich (60 %), aber auch im Burgenland zählten mehr als die Hälfte der Befragten zu den aktiv eAMS-Konto NutzerInnen (51 %). Unter dem Gesamtdurchschnitt lag ihr Anteil in Niederösterreich (45 %), in Tirol (37 %) und ebenso in der Bundeshauptstadt (36 %).

Dass sie über ein eAMS-Konto verfügen aber noch nicht eingestiegen sind, gaben besonders Befragte aus dem Burgenland (10 %) und aus Kärnten (11 %) an. Ihr eAMS-Konto schon länger nicht genutzt haben wiederum vor allem die AMS-KundInnen aus Kärnten und Tirol (21 % und 20 %), während der Anteil der über das eAMS-Konto Informierten bzw. daran Interessierten in Wien und Vorarlberg am höchsten war (15 % und 14 %).

Überraschend groß war insgesamt die Zahl der Personen, die angaben, das eAMS-Konto gar nicht zu kennen (18 %) – obwohl die laut PST (Personenstammdaten) nicht Informierten bzw. nicht Interessierten von der Befragung ausgeschlossen waren. Nach Bundesländern betrachtet zeigte sich, dass das eAMS-Konto in erster Linie bei Kärntner und Tiroler Befragten unbekannt ist – rund einem Viertel von ihnen war das eAMS-Konto kein Begriff. Aber auch in der Ostregion – Wien, Niederösterreich und Burgenland – lag der Prozentsatz etwas über dem Durchnittswert. Sehr niedrig war dagegen die Zahl der Befragten, denen das eAMS-Konto gar nichts sagte, in der Steiermark (7 %).

© 2012 GfK Austria GmbH

Tabelle 14: eAMS-Konto Nutzung - Bundeslandverteilung

	Gesamt		Wien		Niederösterreich		Burgenland		Steiermark		Kärnten		Oberösterreich		Salzburg		Tirol		Vorarlberg	
	n=1.200		n=199		n=177		n=102		n=157		n=99		n=161		n=101		n=101		n=99	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Ja, nutze es aktiv	580	48	72	36	79	45	52	51	99	63	34	34	96	60	62	61	38	38	47	47
Ja, aber habe es schon länger/ schon lange nicht genutzt	71	6	15	7	12	7	10	10	6	4	10	11	4	3	4	4	4	3	6	6
Ja, aber habe es schon länger/ schon lange nicht genutt	189	16	33	17	29	16	12	12	24	15	21	21	20	13	13	13	20	20	18	18
Nein, aber wurde über das eAMS-Konto informiert/ interessierte mich dafür	108	9	30	15	17	10	7	7	10	6	6	6	11	7	4	4	9	9	14	14
Habe es gelöscht	29	2	3	1	3	2	-	-	7	5	5	5	3	2	3	3	5	5	-	-
Kenne es gar nicht	215	18	44	22	33	19	21	20	11	7	23	23	26	16	15	15	25	25	15	15
Keine Angabe	8	1	2	1	4	2	-	-	-	-	-	-	1	0	1	1	-	-	-	-

© 2012 GfK Austria GmbH

6.2 KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen

- Erwartungen an das eAMS-Konto
  In allen Bundesländern war die Bereitstellung von Arbeitsangeboten die zentrale Anforderung, die die KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, an das eAMS-Konto stellen. Tendenziell haben aber die Befragten in der Steiermark und ganz im Westen Österreichs (Tirol, Vorarlberg) diesem Wunsch stärker Nachdruck verliehen als es in den anderen Bundesländern der Fall war. Von den potentiellen ArbeitgeberInnen gefunden werden zu können, war häufiger ein Anliegen der SalzburgerInnen. Die Befragten, die in Tirol leben, erwarten sich vermehrt eine Vereinfachung der Kommunikation mit dem AMS durch das eAMS-Konto und dadurch auch eine Reduktion des persönlichen Kontakts – ein Wunsch, den auch die VorarlbergerInnen stärker äußerten.

- Informationsstand eAMS-Konto
  Im österreichischen Durchschnitt fühlen sich die KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, „eher schon“ ausreichend informiert über das eAMS-Konto. Am besten bewerteten die VorarlbergerInnen und BurgenländerInnen ihren Informationsstand, am schlechtesten die SteirerInnen und WienerInnen.

- Informationsquellen
  Die Hauptinformationsquelle in bezug auf das eAMS-Konto war in allen Bundesländern der/die BeraterIn – zum weitaus größten Teil in Salzburg und Tirol und in geringerem Ausmaß in Wien und Niederösterreich. Weniger wichtige Quellen waren insgesamt die AMS-Geschäftsstellen, die aber von den Niederösterreichischen und Tiroler Befragten häufiger erwähnt wurden, ebenso Kurse des AMS, die wiederum in Kärnten und Vorarlberg eine größere Rolle gespielt haben dürften. Infoveranstaltungen waren zudem in Wien als Informationsquelle von größerer Bedeutung gewesen, die Medien im Burgenland, die AMS-Homepage in Niederösterreich und der Freundes- und Bekanntenkreis in Tirol.

- Information durch den/die BeraterIn
  Die Information der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, erfolgte in den meisten Fällen so, dass ihnen das eAMS-Konto vom Berater/der Beraterin vorgestellt und empfohlen wurde, was tendenziell am öftesten im Burgenland und in Vorarlberg und am seltensten in Kärnten der Fall war. Zusätzliches Infomaterial wurde am häufigsten in Niederösterreich zur Verfügung gestellt, wo auch die meisten Hinweise auf die Demo-Version des eAMS-Kontos von den BeraterInnen kamen. Sanften Druck, sich so ein eAMS-Konto doch zu nehmen, erlebten vor allem die Befragten ganz im Westen Österreichs, starken Druck – der/die BeraterIn hat auf dem eAMS-Konto bestanden – dagegen eher die Steirer, Kärntner und Oberösterreichischen KundInnen. In Kärnten und der Steiermark kam es außerdem weit häufiger als in anderen Bundesländern vor, dass KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, gar nicht gefragt wurden, ob sie ein eAMS-Konto wollen oder nicht, sondern man ihnen einfach eines gegeben hat (Kärnten 25 %, Steiermark 23 %).

  Das Informationsgespräch über das eAMS-Konto wurde insgesamt von einer leichten Mehrheit der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, als motivierend erlebt – tendenziell besonders von den Befragten im Westen des Landes (Tirol, Vorarlberg). Anders die Situation in Wien, wo 60 % der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen,

© 2012 GfK Austria GmbH

angaben, das Gespräch weder als motivierend noch als demotivierend empfunden zu haben. Eine überaus hohe Kompetenz in bezug auf das eAMS-Konto attestierten den BeraterInnen dabei die OberösterreicherInnen.

- Besuchsfrequenz beim Berater/der Beraterin
  Im Durchschnitt schauen die KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, einmal im Monat bis alle sechs Wochen persönlich bei ihrem Berater/ihrer Beraterin vorbei. Häufiger kommen vor allem die KärntnerInnen und BurgenländerInnen, weniger oft dagegen VorarlbergerInnen und SteirerInnen.

- Nutzung anderer Kommunikationswege
  Andere Kommunikationswege werden von dieser NutzerInnengruppe seltener genutzt. Was die Kontaktaufnahme per Telefon betrifft, so wird diese am ehesten noch von den Salzburger und Vorarlberger KundInnen in Anspruch genommen, während die WienerInnen und KärntnerInnen am seltensten zum Hörer greifen. E-Maiil und der Postweg werden in allen Bundesländern weniger als einmal im Monat bis gar nie verwendet.

- Bevorzugte Kontaktart
  Im Schnitt kontaktieren 59 % der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, das AMS am liebsten auf persönlichem Weg. Deutlich höher war dieser Prozentsatz jedoch in Kärnten und in Tirol (78 % und 74 %), deutlich niedriger dagegen in Vorarlberg (43 %), wo eine fast gleich große Zahl bei der Kommunikation mit dem AMS dem Telefon den Vorzug gibt. Auch in Niederösterreich wird der telefonische Kontakt überdurchschnittlich oft präferiert, ebenso wie die Email Kommunikation mit dem AMS.

- IT-Ausstattung
  In puncto IT-Austattung fällt auf, dass die Wiener KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, mit allen IT-Geräten am schlechtesten ausgestattet sind. Überdurchschnittlich gut bestückt sind vice versa die Nieder- und großteils auch die OberösterreicherInnen. In Vorarlberg wiederum ist einerseits die Austattung mit Druckergeräten sehr hoch, andererseits liegt dieses Bundesland aber bei der Verfügbarkeit von Scannern an letzter Stelle.

- Internetzugang und –nutzung
  In den meisten Bundesländern haben mehr als 80 % der KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, Zugang zum Internet. Ausgenommen sind jedoch das Burgenland und die Steiermark, wo 24 % bzw. 29 % angaben, keine Zugriffsmöglichkeit zu haben. In diesen Ländern ist die Nutzungsfrequenz auch am niedrigsten. Spitzenreiter bei der Häufigkeit der Internetnutzung sind dagegen Oberösterreich und Tirol.

- Computerkenntnisse
  Die befragten KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, stuften ihre eigenen Computerkenntnisse im Durchschnitt als „gut“ bis „zufriedenstellend“ ein. Selbstbewußter waren die WienerInnen und OberösterreicherInnen, die ihren Wissensstand eher als „gut“ bezeichnen, während besonders die SalzburgerInnen und TirolerInnen mehr in Richtung „zufriedenstellend“ tendierten.

© 2012 GfK Austria GmbH

6.3 Aktive eAMS-Konto NutzerInnen

- Nutzungshäufigkeit eAMS-Konto
  Bei der Häufigkeit, mit der das eAMS-Konto genutzt wird, waren in den Bundesländern nur geringe Unterschiede festzustellen. Lediglich Vorarlberg und Wien stechen hervor – in Vorarlberg wird das eAMS-Konto am intensivsten genutzt, in Wien dagegen am wenigsten.

- Nutzungsort
  99 % der NutzerInnen nutzen das eAMS-Konto im privaten Umfeld, also zuhause oder auch im Freundeskreis. Jede/r Zehnte gab an es unterwegs zu nutzen, was der Tendenz nach häufiger in Niederösterreich und der Steiermark der Fall war. Die AMS-Geschäftsstellen spielen als Nutzungsort kaum eine Rolle, wenn dann noch am ehesten in Kärnten und Tirol.

- Nutzungsdauer
  Im Durchschnitt wurde das eAMS-Konto seit mehreren Monaten bzw. seit einem halben Jahr genutzt. Eine längere Nutzungsdauer gaben die Befragten aus Vorarlberg und Kärnten sowie aus dem Burgenland und aus Niederösterreich an. Unter dem Mittel lag sie vor allem in Tirol und in der Steiermark.

- Nutzungsart
  Drei von vier NutzerInnen nutzen das eAMS-Konto derart, dass sie über das eAMS-Konto aktiv mit dem AMS in Kontakt treten. Das restliche Drittel ist dagegen lieber passiv und schaut sich alles meistens nur an. Im Bundesländersplit ist zu erkennen, dass es in Wien, Oberösterreich und Vorarlberg die meisten NutzerInnen gibt, die das eAMS-Konto aktiv nutzen: 71 % in Wien und Vorarlberg, 74 % in Oberösterreich. Die größte Anzahl an passiven NutzerInnen verzeichnen im Gegensatz dazu Tirol (60 %) und Kärnten (49 %).

- Nutzungsgründe
  In bezug auf die Motive der Nutzung des eAMS-Kontos waren in den Bundesländern tendenziell ganz unterschiedliche Schwerpunkte zu erkennen. Bei den Niederösterreichischen NutzerInnen stehen etwa die Zeit- und Wegersparnis sowie die Dokumentation stärker im Vordergrund, aber auch der Umstand, dass es sich bei dem eAMS-Konto um eine moderne Art der Kommunikation handelt, wird von ihnen hervorgehoben. Die SteirerInnen und KärntnerInnen nutzen das eAMS-Konto häufiger aufgrund des schnellen Informationsaustausches, der damit möglich wird, und wegen der einfachen Benutzbarkeit. Bei den Steirischen Befragten kommt noch als weiteres Motiv die Ersparnis des Weges zum AMS und des Kontakts mit dem Berater/der Beraterin dazu, während für die KärtnerInnen zudem die tageszeitunabhängige Nutzungsmöglichkeit sehr wichtig ist. Die OberösterreicherInnen wiederum betonen häufiger, dass sie sich mit dem eAMS-Konto den Weg zum AMS ersparen, außerdem aber auch die tageszeitunabhängige Nutzungsmöglichkeit und die Modernität der Kommunikations via eAMS-Konto. SalzburgerInnen wie TirolerInnen nutzen das eAMS-Konto häufiger aus Gründen der Zeitersparnis und weil alles dokumentiert wird (die Tiroler Befragten heben aber auch die meisten anderen Motive stärker hervor, außer der Ersparnis des Weges zum AMS und des Kontakts mit dem Berater/der Beraterin). Die VorarlbergerInnen schließlich haben sich – zusammen mit den SteirerInnen - vermehrt ein eAMS-Konto genommen, um so den Kontakt zum Berater/der Beraterin reduzieren zu können.

© 2012 GfK Austria GmbH

- Beliebteste Services
  Das Senden bzw. Erhalten von Nachrichten und der eJob-Room sind österreichweit die Services, die die aktiven eAMS-Konto NutzerInnen am liebsten verwenden. Der Nachrichtenaustausch mit dem AMS ist besonders in Ostösterreich, in Wien und Niederösterreich, beliebt. Nachrichten erhalten aber im Bundesländervergleich am liebsten die VorarlbergerInnen. Von den beiden Jobbörsen eJob-Room und Jobroboter wird der eJob-Room bevorzugt, der vor allem in der Bundeshauptstadt, in Oberösterreich und in Tirol gerne genutzt wird, während der Jobroboter bei den KärntnerInnen am beliebtesten ist. Beide Jobbörsen stossen ganz im Westen, in Vorarlberg, auf das geringste Interesse. Ein Jobprofil von sich erstellen am liebsten die NutzerInnen aus dem Burgenland. Auffällig ist die Vielzahl an Services, die die KärtnerInnen favorisieren: neben dem Jobroboter nutzen sich noch besonders gerne Erinnerungen, sehen am häufigsten Termine ein und lesen auch die Betreuungsvereinbarung durch. Vor allem hier werden außerdem Inserate eingesehen und bearbeitet, Auszahlungen und Bescheide eingesehen sowie Interessensmeldungen in bezug auf die Weiterbildungsdatenbank übermittelt.

- Probleme und Abbrüche
  Von Problemen mit dem eAMS-Konto berichteten am öftesten – zu mehr als einem Drittel - die Salzburger, Oberösterreichischen und Wiener aktiven eAMS-Konto NutzerInnen, während vor allem in Süd- und Westösterreich (Kärnten, Tirol und Vorarlberg) Schwierigkeiten viel seltener auftraten. Abgebrochen wurden Aktionen dagegen am häufigsten in Salzburg, Kärnten und Niederösterreich – ein Fünftel bis ein Viertel hat dies schon einmal gemacht -, kaum jedoch in Tirol, Vorarlberg und in der Bundeshauptstadt.

- Vorteile des eAMS-Kontos
  In Summe bietet das eAMS-Konto sehr viele Vorteile für die aktiven eAMS-Konto NutzerInnen, am wichtigsten sind für sie aber die Zeitersparnis und die zeit- und ortsunabhängige Nutzungsmöglichkeit. Die Zeitersparnis spielt dabei für die Nieder- und Oberösterreichischen aber auch die Steirischen Befragten die größte Rolle – 73 % bestätigten diesen Vorteil -, während die TirolerInnen ebenso wie die OberösterreicherInnen die zeit- und ortsunabhängige Nutzung hervorheben (ebenfalls zu knapp drei Viertel). Die Tiroler und Oberösterreichischen NutzerInnen sind es auch, die dem eAMS-Konto die meisten Vorteile attestieren: die OberösterreicherInnen betonen zusätzlich zur Zeitersparnis und der zeit- und ortsunabhängigen Nutzungsmöglichkeit am stärksten die einfache Handhabung, die Verbindung zum/zur persönlichen BeraterIn sowie das Faktum, dass im eAMS-Konto alles dokumentiert wird. Die TirolerInnen sehen ergänzend auch das Einsehen von Bescheiden und vom Zeitverlauf, die Terminverwaltung, die Möglichkeit Eigeninitiative zu demonstrieren und sein Jobprofil zu erstellen, die Aktualität der Stellenangebote und die Möglichkeit sich über Kurse und das Weiterbildungsangebot zu informieren am öftesten als Vorteile des eAMS-Kontos an.

© 2012 GfK Austria GmbH

- Nachteile des eAMS-Kontos
  Im Bundesdurchschnitt sehen mehr als ein Drittel der befragten aktiven eAMS-Konto NutzerInnen keine Nachteile in bezug auf das eAMS-Konto. In Kärnten und in Tirol waren sogar deutlich mehr Personen – über 40 % - dieser Meinung. Ein weiteres knappes Viertel meint allerdings, dass mit dem eAMS-Konto der persönliche Kontakt zwischen Arbeitssuchenden und BeraterIn verloren geht – eine Ansicht, die tendenziell häufiger BurgenländerInnen, SteirerInnen und TirolerInnen äußerten. Ein Fünftel – vor allem KärntnerInnen, OberösterreicherInnen und SalzburgerInnen - glaubt, dass man ohne Computerkenntnisse mit dem eAMS-Konto nicht klar kommt. Dass das eAMS-Konto nicht immer funktioniere, beklagten wiederum am häufigsten die NutzerInnen aus dem Burgenland und aus Salzburg. In der Bundeshauptstadt hält man das eAMS-Konto dagegen vermehrt für zu wenig ausgereift, zu wenig benutzerfreundlich (stärker noch die VorarlbergerInnen) und auch für zu kompliziert.

- Verbesserungsvorschläge
  Der größte Teil der aktiven eAMS-Kotno NutzerInnen (38%) konnte oder wollte keine Verbesserungsvorschläge zum eAMS-Konto machen - in erster Linie waren es die Befragten aus Tirol, aus Salzburg und aus der Steiermark, die sich dazu nicht äußerten. Weitere 27 % waren mit dem Status quo zufrieden, fanden, dass „alles passt“ – dieser Ansicht waren vor allem die BurgenländerInnen, KärntnerInnen und OberösterreicherInnen. Die Vorschläge, die vom Rest der Befragten gemacht wurden, gingen in erster Linie in Richtung einer einfacheren und übersichtlicheren Gestaltung des eAMS-Kontos - eine Anregung, die am öftesten aus Wien und Vorarlberg kam. Eine größere Aktualität der angebotenen Jobs sicherzustellen war ein weiterer Änderungsvorschlag, den stärker die NiederösterreicherInnen äußerten. Die NutzerInnen aus Oberösterreich wünschten sich wiederum vermehrt eine bessere Bedienungsanleitung zum eAMS-Konto und die VorarlbergerInnen eine bessere Verlinkung zu anderen Jobportalen.

- Unterstützung durch das eAMS-Konto
  Das eAMS-Konto wird von fast allen aktiven eAMS-Konto NutzerInnen als Unterstützung erlebt. Österreichweit gaben 94 % an, dass das eAMS-Konto für sie sehr oder eher hilfreich ist. In den Bundesländern sind diesbezüglich keine großen Unterschiede auszumachen. Die Befragten aus dem Burgenland und aus Oberösterreich empfinden das eAMS-Konto jedoch als besonders große Unterstützung.
  Nicht ganz so zufrieden waren die aktiven eAMS-Konto NutzerInnen mit der Unterstützung, die ihnen das eAMS-Konto speziell bei der Arbeitssuche bietet. In diesem Punkt erlebten es nur zwei Drittel als hilfreich, während 29 % diese Ansicht nicht teilten. Die Befragten aus Oberösterreich waren auch mit der Unterstützung bei der Arbeitssuche am zufriedensten, die TirolerInnen und WienerInnen dagegen am unzufriedensten.
  Jene, die das eAMS-Konto bei der Arbeitssuche als hilfreich empfinden, begründeten dies in erster Linie mit dem Stellenangebot – vor allem die BurgenländerInnen und SteirerInnen – bzw. konkret mit der Aktualität des Stellenangebots, was hauptsächlich die TirolerInnen und KärntnerInnen als großes Plus sehen. Die Zeit, die man sich mit dem eAMS-Konto spart, wurde besonders von den Vorarlberger Befragten ins Treffen geführt.

© 2012 GfK Austria GmbH

Jene, die das eAMS-Konto als nicht hilfreich bei der Arbeitssuche erleben, begründeten dies am häufigsten damit, dass es keine passenden Jobs für sie gäbe – OberösterreicherInnen und TirolerInnen monierten darüber am öftesten.

- Subjektiver Informationsstand eAMS-Konto
  92 % der aktiven eAMS-Konto NutzerInnen fühlen sich über das eAMS-Konto ausreichend informiert – eine Hälfte davon „voll und ganz“ und die andere Hälfte „eher schon“. Der Informationsstand differiert in den Bundesländern nicht wesentlich. Am besten informiert sich jedoch die KärntnerInnen und am schlechtesten die BurgenländerInnen.

- Informationsquellen
  So wie die KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen, haben auch die aktiven eAMS-Konto NutzerInnen zuerst von ihrem Berater/ihrer Beraterin vom eAMS-Konto erfahren. Der/die BeraterIn war am häufigsten im Burgenland und in Vorarlberg die Hauptinfoquelle, deutlich weniger oft dagegen in Kärnten, wo überdurchschnittlich viele NutzerInnen auch in einer AMS-Geschäftsstelle bzw. in einem AMS-Kurs darüber informiert wurden. Auch in Niederösterreich und Salzburg spielten die AMS-Geschäftsstellen als Infoquelle eine größere Rolle, in Niederösterreich zusätzlich noch die AMS Homepage.

- Information durch den/die BeraterIn
  Drei Viertel gaben an, dass ihnen der/die Beraterin das eAMS-Konto vorgestellt und empfohlen hat, was häufiger vor allem in Wien, seltener aber im Burgenland und in den beiden westlichsten Bundesländern Tirol und Vorarlberg vorkam. Zusätzliches Infomaterial im Anschluss an das persönliche Gespräch erhielten am öftesten die Salzburger NutzerInnen, die zudem auch am häufigsten auf die Demo-Version des eAMS-Kontos hingewiesen wurden.
  Was den Druck anbelangt, der vom Berater/der Beraterin auf den einzelnen ausgeübt wurde, so berichteten die SalzburgerInnen und TirolerInnen vermehrt davon, dass es ihnen nahegelegt wurde, sich ein eAMS-Konto zu nehmen. In Wien wurde am öftesten starker Druck ausgeübt und in Kärnten wurden die aktiven eAMS-Konto NutzerInnen am öftesten gar nicht gefragt nach ihren Wünschen in bezug auf das eAMS-Konto.
  Das Gespräch selbst wurde insbesondere von den SalzburgerInnen als motivierend erlebt, die - zusammen mit den VorarlbergerInnen - den BeraterInnen auch die höchste Kompetenz attestierten. Die schlechteste Bewertung des Gesprächs kam dagegen von den BurgenländerInnen.

- Fragen zum eAMS-Konto
  Etwas mehr als ein Viertel der aktiven eAMS-Konto NutzerInnen hat schon einmal eine Frage über das eAMS-Konto gestellt. In der Steiermark und in Oberösterreich war dieser Prozentsatz höher, nämlich bei rund einem Drittel. Stark unterdurchschnittlich war der Anteil der Fragestellenden in Kärnten.
  Die Fragen wurden zumeist vom persönlichen Berater/der Beraterin beantwortet. Der Tendenz nach dürften in der Steiermark und in Salzburg auch andere Stellen, wie die Service-Line, das Helpcenter oder die Infozone in der AMS-Geschäftsstelle, öfter in Anspruch genommen worden sein, allerdings basiert diese Aussage auf sehr kleinen

© 2012 GfK Austria GmbH

Fallzahlen. Gleiches gilt in bezug auf die Zufriedenheit mit der Beantwortung der Fragen, die in Vorarlberg am größten und in der Steiermark am niedrigsten war.

- Besuchsfrequenz beim Berater/der Beraterin
  Im Durchschnitt suchen die aktiven eAMS-Konto NutzerInnen ihren Berater/ihre Beraterin einmal im Monat bis alle 6 Wochen auf. Häufiger als im Mittel kommen vor allem die NutzerInnen, die in Kärnten oder in Tirol leben, weniger oft dagegen die NutzerInnen aus Salzburg, aus der Steiermark, besonders aber aus Vorarlberg.

- Nutzung anderer Kommunikationswege
  Häufiger als die persönliche Kommunikation nutzen die aktiven eAMS-Konto NutzerInnen Emails, vor allem aber die eAMS-Konto Nachricht, um mit dem AMS in Kontakt zu treten. Über das eAMS-Konto wird im Schnitt alle 14 Tage bis einmal im Monat kommuniziert. Am höchsten ist die Nutzungsfrequenz in Vorarlberg, gefolgt von Salzburg und Oberösterreich. Am seltensten nutzen die Wiener und Kärtner NutzerInnen die eAMS-Konto Nachricht.
  Per Email kommunizieren die aktiven eAMS-Konto NutzerInnen durchschnittlich einmal im Monat bis noch seltener – am öftesten in Salzburg und der Steiermark, eher weniger als einmal im Monat dagegen in Vorarlberg. Der telefonische Kontakt spielt eine noch geringere Rolle, wobei vor allem die Befragten aus Wien und Vorarlberg kaum noch zum Telefon greifen, sondern eher die SteirerInnen. Fast nicht mehr genutzt wird schließlich der Postweg für die Kommunikation mit dem AMS.

- Bevorzugte Kontaktart
  Neben dem persönlichen Kontakt wird von den aktiven eAMS-Konto NutzerInnen auch die Kommunikation via eAMS-Konto sehr geschätzt. 33 % gaben an, das AMS am liebsten per eAMS-Konto Nachricht zu kontaktieren, und 32 % sagten, dass sie am liebsten persönlich vorbeikommen. Dahinter rangiert der telefonische Kontakt, den 23 % favorisieren. Weitere 11 % möchten schließlich in erster Linie per Email mit dem AMS kommunizieren. Nach Bundesländern aufgesplittet zeigt sich, dass der Kontakt per eAMS-Konto Nachricht vor allem in Niederösterreich und dem Burgenland präferiert wird. Ganz klar an erster Stelle steht dagegen der persönliche Kontakt in Kärnten (60 %) und in Tirol (57 %), aber auch in Wien gehen die meisten lieber persönlich zum AMS (41 %). In Vorarlberg ist generell die elektronische Kommunikation beliebter: 38 % kontaktieren das AMS am liebsten per eAMS-Konto Nachricht, 16 % per Email und nur 20 % bevorzugen dier persönliche Kommunikation.

- Datensicherheit
  In puncto Datensicherheit haben die aktiven eAMS-Konto NutzerInnen kaum Bedenken. 45 % fühlen sich sehr sicher bei der elektronischen Kommunikation über das eAMS-Konto und 44 % eher sicher. Nur 8 % sind eher nicht sicher bzw. unsicher. Am ausgeprägtesten ist das Sicherheitsgefühl bei den Vorarlberger NutzerInnen (61 % sehr sicher). Vermehrt Zweifel an der Datensicherheit äußerten andererseits die Befragten aus Kärnten und Niederösterreich (je 13 % nicht bzw. unsicher), noch stärker die WienerInnen (16 % nicht bzw. unsicher).

© 2012 GfK Austria GmbH

- Weiterempfehlungstendenz
  Die große Mehrheit der aktiven eAMS-Konto NutzerInnen ist mit dem eAMS-Konto so zufrieden, dass sie es auch an andere weiterempfehlen würde – mehr als die Hälfte von ihnen (51 %) würde das sogar „unbedingt“ machen und 45 % „eher schon“. Die Tendenz zur Weiterempfehlung ist dabei in Salzburg und Oberösterreich besonders groß. Etwas zurückhaltender zeigten sich demgegenüber die NutzerInnen aus Kärnten und Tirol.
  Begründet wurde die Weiterempfehlungsabsicht am häufigsten mit der einfachen und praktischen Handhabung des eAMS-Kontos und mit der Zeit- und Wegersparnis. Ganz allgemein wird es oft auch als gute Möglichkeit der Kommunikation mit dem AMS gesehen. Nach Bundesländern fielen die Begründungen sehr unterschiedlich aus: die NutzerInnen aus Salzburg hoben am stärksten die einfache Handhabung des eAMS-Kontos, die Schnelligkeit und die Wegersparnis hervor, während die NutzerInnen aus Oberösterreich die praktische Anwendung und Zeit- bzw. Ortsunabhängigkeit betonten. Die praktische Anwendung des eAMS-Kontos wurde auch von den Steirischen Befragten vermehrt angeführt, ebenso die Zeitersparnis, die auch den KärtnerInnen besonders wichtig ist. Die aktiven eAMS-Konto NutzerInnen aus Tirol würden das eAMS-Konto häufiger weiterempfehlen, weil sie es für eine gute Art der Kommunikation mit dem AMS halten, aber auch weil es ihrer Meinung nach übersichtlich gestaltet ist. Die VorarlbergerInnen sehen die Verringerung der Bürokratie als großen Vorteil, die BurgenländerInnen die Wegersparnis und die NiederösterreicherInnen die vollständige Dokumentation.

- eAMS-Konto als Erweiterung der Angebote des AMS
  98 % der aktiven eAMS-Konto NutzerInnen halten das eAMS-Konto für eine gute Erweiterung der Angebote des AMS – 61 % davon sind sogar „unbedingt“ dieser Ansicht. Wie schon bei der Weiterempfehlung sind es auch hier wieder die Salzburger NutzerInnen, die das eAMS-Konto besonders positiv sehen, und die KärntnerInnen – diesmal zusammen mit den BurgenländerInnen -, die in etwas geringerem Ausmaß diese Meinung teilen.

- Internetnutzung
  Die Internetnutzungsfrequenz der aktiven eAMS-Konto NutzerInnen ist hoch. 81 % sind täglich oder fast täglich online. In den Bundesländern sind diesbezüglich nur mehr geringe Unterschiede auszumachen. Am häufigsten wird das Internet dennoch in Wien und Niederösterreich genutzt, knapp vor Tirol und Vorarlberg. Die Schlusslichter sind, wenn auch mit wenig Abstand, die Steiermark und Oberösterreich.

© 2012 GfK Austria GmbH

Fragebögen

© 2012 GfK Austria GmbH

Fragebogen ①

KundInnen, die das eAMS-Konto nicht aktiv nutzen

(eAMS-Konto-Status: Über eAMS-Konto informiert/interessiert, eAMS-Konto nicht aktiviert/deaktiviert/gelöscht)

2012/141.162

Einleitung:

Guten Tag, mein Name ist ..... vom Marktforschungsinstitut GfK Austria. Wir führen zur Zeit im Auftrag des AMS eine Befragung über das eAMS-Konto durch und möchten Ihnen dazu gerne einige Fragen stellen.

Ausleitung:

Danke für das Interview!

SCREENING Frage: Sind Sie aktuell noch arbeitssuchend?

1. Ja
2. Nein ⇨ **INTERVIEW ENDE!**

Frage 1: Haben Sie ein eAMS-Konto?
Einfachnennung!

1. Ja, nutze es aktiv
2. Ja, aber bin nicht/noch nicht eingestiegen
3. Ja, aber habe es schon länger/schon lange nicht genutzt
4. Nein, aber wurde über das eAMS-Konto informiert/interessiere mich dafür
5. habe es gelöscht
6. kenne es gar nicht

Frage 1a: Warum sind Sie noch nicht in Ihr eAMS-Konto eingestiegen?
Offene Frage

Frage 1b: Warum haben Sie Ihr eAMS-Konto schon länger/lange nicht genutzt?
Offene Frage

Frage 1c: Warum haben Sie noch kein eAMS-Konto? Was ist passiert, nachdem Sie darüber informiert wurden?
Offene Frage

Frage 1d: Warum haben Sie Ihr eAMS-Konto gelöscht?

© 2012 GfK Austria GmbH

Offene Frage

Frage 1e: Hätten Sie gerne ein eAMS-Konto?
Einfachnennung!

1. Ja
2. Nein

Frage 2: Was erwarten Sie sich vom eAMS-Konto? Was sollte es können?
Offene Frage

Frage 3: Fühlen Sie sich über das eAMS-Konto ausreichend informiert?
Einfachnennung!

1. Ja, voll und ganz
2. Ja, eher schon
3. Nein, eher nicht
4. Nein, überhaupt nicht

Frage 3a: Welche Informationen würden Sie noch brauchen?
Offene Frage

Frage 4: Wie haben Sie selbst vom eAMS-Konto erfahren?
Mehrfachnennungen!

1. Von meinem Berater/meiner Beraterin
2. In einer AMS Geschäftsstelle
3. In einem AMS-Kurs
4. Bei einer Infoveranstaltung
5. Über die Medien
6. Über die AMS homepage
7. Über „finanz online“ erfahren
8. Von FreundInnen/Bekannten empfohlen
9. Im BIZ
10. Anderes
11. Weiß ich nicht mehr

Frage 4a: Und sind Sie auch über „finanz online“ ins eAMS-Konto eingestiegen?
Einfachnennung!

1. Ja
2. Nein

Frage 5: Wie wurden Sie vom Berater/der Beraterin über das eAMS-Konto informiert?
Mehrfachnennungen!

1. Der/die BeraterIn hat mir das eAMS-Konto vorgestellt und empfohlen.
2. Der/die BeraterIn hat mir das eAMS-Konto vorgestellt und empfohlen, aber ich möchte keines.

© 2012 GfK Austria GmbH

3. Der/die BeraterIn hat es mir nahegelegt das eAMS-Konto zu nehmen.
4. Der/die BeraterIn hat darauf bestanden, dass ich das eAMS-Konto nehme.
5. Der/die BeraterIn hat mich gar nicht gefragt, ob ich ein eAMS-Konto will oder nicht, sondern hat mir einfach eines gegeben.
6. Der/die BeraterIn hat mir Informationsmaterial zum eAMS-Konto ausgehändigt.
7. Der/die BeraterIn hat mich auf die Demo-Version des eAMS-Kontos hingewiesen.

Frage 5a: Wie haben Sie dieses Informationsgespräch über das eAMS-Konto mit der/dem BeraterIn empfunden?

Einfachnennung!

A. Das Gespräch war…
   1. motivierend
   2. demotivierend
   3. weder/noch

B. Der/die BeraterIn wirkte …
   1. kompetent
   2. inkompetent
   3. weder/noch

Frage 6: Wie häufig gehen Sie persönlich zu Ihrem Berater/Ihrer BeraterIn?

Einfachnennung!

1. Einmal in der Woche
2. Alle 14 Tage
3. Alle 3 Wochen
4. Einmal im Monat
5. Alle 6 Wochen
6. Alle 2 Monate
7. Seltener

Frage 7: Und wie häufig nutzen Sie die folgenden Wege der Kommunikation mit dem AMS?

Einfachnennung!

1. (fast) täglich
2. Einmal in der Woche
3. Alle 14 Tage
4. Einmal im Monat
5. Seltener
6. nie

A. Telefon
B. Email
C. postalisch

Frage 8: Und wie kontaktieren Sie das AMS am liebsten?

© 2012 GfK Austria GmbH

Einfachnennung!

1. persönlich
2. per Telefon
3. per Email
4. Postalisch

Frage 9: Besitzen Sie …

Einfachnennung!

1. Ja
2. Nein

A. Einen PC
B. Einen Laptop
C. Einen Drucker
D. Einen Scanner

Frage 10: Haben Sie persönlich die Möglichkeit auf das Internet zuzugreifen?

Einfachnennung!

1. Ja,
2. Nein

Frage 10a: Wie häufig nutzen Sie das Internet?

Einfachnennung!

1. täglich oder fast täglich
2. mehrmals pro Woche
3. ein paar Mal im Monat
4. seltener
5. nie

Frage 11: Welche Computerkenntnisse haben Sie? Haben Sie …

Einfachnennung!

1. Sehr gute Computerkenntnisse
2. Gute Computerkenntnisse
3. Zufriedenstellende Computerkenntnisse
4. Eher schlechte Computerkenntnisse
5. Sehr schlechte Computerkenntnisse
6. Gar keine Computerkenntnisse

© 2012 GfK Austria GmbH

Fragebogen ②

KundInnen, die das eAMS-Konto aktiv nutzen

(eAMS-Konto-Status: aktiv, aktiv ohne Email)

2012/141.162

SCREENING Frage: Sind Sie aktuell noch arbeitssuchend?

1. Ja
2. Nein ⇨ **INTERVIEW ENDE!**

Frage 1: Haben Sie ein eAMS-Konto?

Einfachnennung!

7. Ja, nutze es aktiv
8. Ja, aber bin nicht/noch nicht eingestiegen
9. Ja, aber habe es schon länger/schon lange nicht genutzt
10. Nein, aber wurde über das eAMS-Konto informiert/interessiere mich dafür
11. habe es gelöscht
12. kenne es gar nicht

Frage 12: Wie oft nutzen Sie das eAMS-Konto?

Einfachnennung!

1. Mehrmals täglich
2. Täglich
3. 2mal die Woche
4. Einmal die Woche
5. Alle 14 Tage
6. Seltener
7. nutze es nur phasenweise

Frage 13: Wo nutzen Sie das eAMS-Konto?

Mehrfachnennungen!

1. Zuhause/privat/bei FreundInnen
2. In der AMS Geschäftsstelle
3. Im BIZ
4. Unterwegs

Frage 14: Seit wann nutzen Sie das eAMS-Konto schon?

Einfachnennung!

1. Seit einer Woche
2. Seit mehreren Wochen

© 2012 GfK Austria GmbH

3. seit einem Monat
4. seit mehreren Monaten
5. seit einem halben Jahr
6. länger als ein halbes Jahr

Frage 15: Wie nutzen Sie das eAMS-Konto? Treten Sie aktiv über das eAMS-Konto mit dem AMS in Kontakt oder sehen Sie sich alles meistens nur an?
Einfachnennung!

1. Trete aktiv in Kontakt
2. Schaue nur

Frage 16: Warum nutzen Sie das eAMS-Konto?
Mehrfachnennungen!

1. Weil ich mir damit den Weg zum AMS erspare
2. Weil ich mir damit Zeit erspare
3. Weil da alles dokumentiert ist
4. Weil ich so schnell Informationen mit dem AMS austauschen kann
5. Weil es einfach zu benutzen ist
6. Weil ich es zu jeder Tageszeit nutzen kann
7. Weil es eine moderne Art der Kommunikation ist
8. Weil ich dann meinen Berater/meine Beraterin weniger oft sehe
9. Weil ich sowieso viel im Internet unterwegs bin
10. Andere Gründe

Frage 17: Welche Services des eAMS-Kontos nutzen Sie am liebsten?
Mehrfachnennungen!, INT.: nicht vorlesen, zuordnen!

<u>e-Service-Beihilfen nach dem AMSG</u>

[a]Begehren zu Beihilfen -

<u>Mein eAMS</u>

[a] Nachrichten senden

[b] Nachrichten erhalten

[d]Erinnerungen

[e]Persönliche Daten ansehen und aktualisieren

[f]Persönliche Daten von Angehörigen ansehen und aktualisieren

[g]Termine einsehen

[h]Betreuungsvereinbarung ansehen

© 2012 GfK Austria GmbH

Jobsuche

[i]Eigenbewerbungen: eigenes jobprofil erstellen

[j]Inserat einsehen und bearbeiten

[k]eJob-Room

[l]Jobroboter

eService-Beim AMS an-/abmelden

[m]Beim AMS arbeitslos melden (arbeitslos frühmelden)

[n]Termin buchen/Terminwunsch übermitteln

[o]Geldleistungen beantragen

[p]Beim AMS abmelden (z.B. bei Arbeitsaufnahme, Krankengeldbezug, Wochengeldbezug)

[q]Beim AMS nach einer Unterbrechung von maximal 62 Tagen wieder anmelden

eServices-Übersichten/Bestätigungen

[r]Auszahlungen einsehen

[s]Bescheide/Mitteilungen einsehen

[t]Bezugszeiten einsehen und ausdrucken

[u]Vormerkzeiten einsehen und ausdrucken

[v]Bezugs- oder Vormerkbestätigung anfordern

[w]Beihilfen und Kursteilnahmen einsehen

Weiterbildung

[x]Weiterbildungsdatenbank-Interessensmeldung übermitteln

[y]Helpcenter Anfragen

Anderes, und zwar: …….

Frage 17a: Welche Beihilfen sind das?
Mehrfachnennungen!

1. Aus- und Weiterbildungsbeihilfen

© 2012 GfK Austria GmbH

2. Entfernungsbeihilfe
3. Gründungsbeihilfe
4. Kinderbetreuungsbeihilfe
5. Kombilohnbeihilfe
6. Unternehmensgründungsprogramm
7. Übersiedlungsbeihilfe
8. Vorstellungsbeihilfe

Frage 18: Hatten Sie schon einmal Probleme mit dem eAMS-Konto?
Einfachnennung!

1. Ja
2. Nein

Frage 18a: Welche Probleme waren das?
Offene Frage

Frage 19: Haben Sie auch schon einmal eine Aktion abgebrochen?
Einfachnennung!

1. Ja
2. Nein

Frage 19a: Was ist da genau passiert?
Offene Frage

Frage 20: Welche Vorteile bietet das eAMS-Konto für Sie?
Mehrfachnennungen!

1. Die Handhabung ist einfach
2. Ich kann Eigeninitiative zeigen
3. Ich bin immer mit meinem persönlichen Berater/in verbunden
4. Ich kann Bescheide einsehen
5. Ich kann den Zeitverlauf einsehen
6. Ich kann meine Termine verwalten und erhalte ein Erinnerungsmail
7. Ich bin damit zeit- und ortsunabhängig
8. Ich kann mein eigenes Jobprofil erstellen
9. Die Stellenangebote sind aktuell
10. Es ist alles dokumentiert
11. Ich kann mich über Kurse und Weiterbildungsangebote informieren
12. Ist zeitsparend
13. Sonstige Vorteile, und zwar: ……
14. Keine Vorteile

Frage 21: Und welche Nachteile hat das eAMS-Konto Ihrer Meinung nach?
Mehrfachnennungen!

1. Zu kompliziert

© 2012 GfK Austria GmbH

2. Zu unübersichtlich
3. Zu wenig benutzerfreundlich
4. Zu bürokratisch
5. Funktioniert nicht immer
6. Ohne Computerkenntnisse kommt man damit nicht klar
7. Zu zeitaufwendig
8. Zu wenig informativ
9. Ist überladen
10. Zu viele Informationen
11. Der persönliche Kontakt geht verloren
12. Zu wenig ausgereift
13. Ich weiß nicht, ob mein/e persönliche/r BeraterIn die Informationen überhaupt erhält
14. Sonstige Nachteile, und zwar: ……
15. Keine Nachteile

Frage 22: Wie könnte man das eAMS-Konto verbessern? Welche Services sollte das eAMS-Konto Ihrer Meinung nach noch bieten?
Offene Frage

Frage 23: Ist das eAMS-Konto für Sie sehr hilfreich, eher hilfreich, eher nicht hilfreich oder gar nicht hilfreich?
Einfachnennung!

1. Sehr hilfreich
2. Eher hilfreich
3. Eher nicht hilfreich
4. Überhaupt nicht hilfreich

Frage 24: Und wie hilfreich ist das eAMS-Konto für Sie speziell bei der Arbeitssuche? Sehr hilfreich, eher hilfreich, eher nicht hilfreich oder gar nicht hilfreich?
Einfachnennung!

1. Sehr hilfreich
2. Eher hilfreich
3. Eher nicht hilfreich
4. Überhaupt nicht hilfreich

Frage 24a: Warum ist es für Sie bei der Arbeitssuche hilfreich?
Offene Frage

Frage 24b: Warum ist es für Sie bei Arbeitssuche nicht hilfreich?
Offene Frage

Frage 25: Fühlen Sie sich über das eAMS-Konto ausreichend informiert?
Einfachnennung!

1. Ja, voll und ganz
2. Ja, eher schon
3. Nein, eher nicht

© 2012 GfK Austria GmbH

4. Nein, überhaupt nicht

Frage 26: Wie haben Sie selbst vom eAMS-Konto erfahren?
Mehrfachnennungen!

1. Von meinem Berater/meiner Beraterin
2. In einer AMS Geschäftsstelle
3. In einem AMS-Kurs
4. Bei einer Infoveranstaltung
5. Über die Medien
6. Über die AMS homepage
7. Über „finanz online“
8. Von FreundInnen/Bekannten empfohlen
9. Im BIZ
10. anderes
11. Weiß ich nicht mehr

Frage 26a: Und sind Sie auch über „finanz online“ ins eAMS-Konto eingestiegen?
Einfachnennung!

1. Ja
2. Nein

Frage 27: Wie wurden Sie vom Berater/der Beraterin über das eAMS-Konto informiert?
Mehrfachnennungen!

1. Der/die BeraterIn hat mir das eAMS-Konto vorgestellt und empfohlen.
2. Der/die BeraterIn hat es mir nahegelegt, das eAMS-Konto zu nehmen.
3. Der/die BeraterIn hat darauf bestanden, dass ich das eAMS-Konto nehme.
4. Der/die BeraterIn hat mich gar nicht gefragt, ob ich ein eAMS-Konto will oder nicht, sondern hat mir einfach eines gegeben.
5. Der/die BeraterIn hat mir Informationsmaterial zum eAMS-Konto ausgehändigt.
6. Der/die BeraterIn hat mich auf die Demo-Version des eAMS-Kontos hingewiesen.

Frage 28: Wie haben Sie dieses Informationsgespräch über das eAMS-Konto mit der/dem BeraterIn empfunden?
Einfachnennung!

A. Das Gespräch war…
   1. motivierend
   2. demotivierend
   3. weder/noch

B. Der/die BeraterIn wirkte …
   1. kompetent
   2. inkompetent
   3. weder/noch

© 2012 GfK Austria GmbH

C. Das Gespräch hat dazu geführt, dass das eAMS-Konto aktiviert wurde
   1. Ja
   2. Nein

Frage 29: Haben Sie schon einmal eine Frage gestellt über das eAMS-Konto?
Einfachnennung!

1. Ja
2. Nein

Frage 30. Von wem wurden bzw. werden Ihre Fragen zur Handhabung beantwortet?
Mehrfachnennungen!

1. Von meinem Berater/meiner Beraterin
2. Von der Service-Line
3. Vom helpcenter
4. Von der Infozone in der AMS Geschäftsstelle

Frage 31a: Wie zufrieden waren Sie alles in allem mit der Beantwortung der Frage(n)? Bitte vergeben Sie eine Note von 1 = war sehr zufrieden bis 5=war überhaupt nicht zufrieden. Dazwischen können Sie fein abstufen.
Einfachnennung!

1=Sehr zufrieden
2=
3=
4=
5=überhaupt nicht zufrieden

Frage 31: Wie häufig gehen Sie persönlich zu Ihrem Berater/Ihrer BeraterIn?
Einfachnennung!

1. Einmal in der Woche
2. Alle 14 Tage
3. Alle 3 Wochen
4. Einmal im Monat
5. Alle 6 Wochen
6. Alle 2 Monate
7. Seltener

Frage 32: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Wege der Kommunikation mit dem AMS?
Einfachnennung!

1. (fast) täglich
2. Einmal in der Woche
3. Alle 14 Tage

© 2012 GfK Austria GmbH

4. Einmal im Monat
5. Seltener
6. nie

A. Telefon
B. Email
C. postalisch
D. eAMS-Konto Nachricht

Frage 33: Und wie kontaktieren Sie das AMS am liebsten?
Einfachnennung!

1. persönlich
2. per Telefon
3. per Email
4. postalisch
5. per eAMS-Konto Nachricht

Frage 34: Kommen wir nun zum Thema Datensicherheit. Wie sicher fühlen Sie sich bei der elektronischen Kommunikation mit dem AMS über das eAMS-Konto?
Einfachnennung!

1. Sehr sicher
2. Eher sicher
3. Eher nicht sicher
4. unsicher

Frage 35: Würden Sie das eAMS-Konto weiterempfehlen?
Einfachnennung!

1. Ja, unbedingt
2. Ja, eher schon
3. Nein, eher nicht
4. Nein, auf gar keinen Fall

Frage 35a: Warum?
Offene Frage

Frage 35b: Warum nicht?
Offene Frage

Frage 36: Ist das eAMS-Konto Ihrer Meinung nach eine gute Erweiterung der Angebote des AMS?
Einfachnennung!

1. Ja, unbedingt

© 2012 GfK Austria GmbH

2. Ja, eher schon
3. Nein, eher nicht
4. Nein, auf gar keinen Fall

Frage 37: Wie oft nutzen Sie persönlich das Internet?

Einfachnennung!

1. täglich/fast täglich
2. mehrmals pro Woche
3. ein paar Mal im Monat
4. seltener
5. nie

	STATISTIK (FÜR BEIDE FRAGEBÖGEN)	
S1.	Bundesland **Einfachnennung!**	- Vorarlberg 1 - Tirol 2 - Salzburg 3 - Oberösterreich 4 - Kärnten 5 - Steiermark 6 - Burgenland 7 - Niederösterreich 8 - Wien 9
S2.	Wo leben Sie derzeit? **Einfachnennung!**	- Dorf in rein ländlicher Umgebung 1 - Dorf in Nähe einer mittleren Stadt oder Großstadt 2 - ländliche Kleinstadt 3 - industrielle Kleinstadt 4 - Stadt mittlerer Größe, und zwar Zentrum oder zentrale Bezirke. 5 - Stadt mittlerer Größe, und zwar Randgebiete oder Vororte 6 - Großstadt, und zwar Zentrum oder zentrale Bezirke 7 - Großstadt, und zwar Randgebiete oder Vororte 8
S3.	Ortsgröße Wie viele Einwohner hat der Ort/die Stadt, in der Sie leben? **Einfachnennung!**	- bis 1.000 Einwohner 1 - bis 2.000 Einwohner 2 - bis 3.000 Einwohner 3 - bis 5.000 Einwohner 4 - bis 10.000 Einwohner 5 - bis 20.000 Einwohner 6 - bis 50.000 Einwohner 7 - bis 1 Mio. Einwohner 8 - 1 Mio. und mehr (Wien) 9

© 2012 GfK Austria GmbH

S4.	Einstellungszusage Haben Sie eine Einstellungszusage? **Einfachnennung!**	- Ja 1 - nein 2

© 2012 GfK Austria GmbH

Erläuterungen

ERKLÄRUNGEN ZUM LESEN DER TABELLEN

Die meisten Tabellen geben an, von wie viel Prozent der Befragten die ausgewiesenen Antworten gegeben wurden. Dabei erfolgt Prozentuierung in der ersten Zeile auf das Total (=alle Befragten), in den weiteren Zeilen auch auf Teilgruppen. Unter "Basis" (=Prozentuierbasis) wird die Zahl der Fälle in der Stichprobe angegeben, auf die prozentuiert wurde.

Summen, die in den Tabellen ausgewiesen werden, können infolge vorgenommener Auf- oder Abrundungen vom Sollwert (z.B. 100%) geringfügig abweichen (z.B. 99% oder 101%).

Vertikal prozentuierte Tabellen tragen die Bezeichnung STRUKTUR. In ihnen wird ausgewiesen, wie viel Prozent der Befragten, die eine bestimmte Antwort gegeben haben, aus den angeführten Teilgruppen stammen. Da in der ersten Zeile immer 100% stehen müsste, wird an dieser Stelle jeweils die Fallzahl ausgewiesen, auf die prozentuiert wurde.

Wenn Tabellen in PROJEKTION ausgewiesen werden, stellt jede Zahl dieser Tabellen eine Hochrechnung der Stichprobe auf die Grundgesamtheit dar.

Wenn in einer Tabelle ein INDEX aufscheint, dann handelt es sich um ein "gewogenes Mittel" aus den Antworthäufigkeiten. Die Gewichte, die den einzelnen Antworten zugeordnet wurden, sind aus der Spaltenbeschriftung der Tabelle ersichtlich.

Spezialtabellen über MITTELWERTE werden anhand des folgenden Beispieles erläutert:

	m	s	v	n
(2.000)	2,24	0,94	0,04	(1.937)

m (=Mittelwert)
entspricht dem arithmetischen Mittel

s (=Streuung)
ist ein Maß für die Homogenität aller abgegebenen Nennungen, wobei nach allgemeiner Konvention angegeben wird, in welchem Intervall ca. zwei Drittel aller Nennungen liegen. Je kleiner die Streuung (d.h. je näher Null), umso näher liegt die Mehrzahl aller Nennungen um den gemeinsamen Mittelwert.
z.B.: Rund zwei Drittel aller Nennungen liegen zwischen dem Mittelwert 2,24 + s, also zwischen 1,30 und 3,18.

v (=Vertrauensbereich)
Dieser Wert gibt an, innerhalb welchen Bereiches (Mittelwert + v) der tatsächliche Mittelwert mit 95%iger Wahrscheinlichkeit in der Grundgesamtheit liegt.
z.B.: Der tatsächliche Mittelwert liegt in der Grundgesamtheit mit 95%-iger Sicherheit zwischen 2,20 und 2,28.

n (= Anzahl der Personen, die numerische Angaben gemacht haben.)
z.B.: Von den 2.000 Befragten haben 1937 Personen eine Nennung abgegeben.

SCHWANKUNGSBREITEN

Die Schwankungsbreiten für Prozentwerte und die Vertrauensbereiche für Mittelwerte sind für den Fall einfacher Zufallsstichproben dargestellt. Sie werden üblicherweise auch für kompliziertere Sampling-Methoden als eine erste Annäherung verwendet.

Es beträgt die Schwankungsbreite (mit 95%-iger Sicherheit) je nach dem Prozentwert:

bei der Anzahl der Fälle	**% 3 97**	**% 5 95**	**% 10 90**	**% 15 85**	**% 20 80**	**% 25 75**	**% 30 70**	**% 40 60**	**% 50**
100	3,4	4,4	6,0	7,1	8,0	8,7	9,2	9,8	10,0
200	2,4	3,1	4,2	5,0	5,7	6,1	6,5	6,9	7,1
300	2,0	2,5	3,5	4,1	4,6	5,0	5,3	5,7	5,8
400	1,7	2,2	3,0	3,6	4,0	4,3	4,6	4,9	5,0
500	1,5	1,9	2,7	3,2	3,6	3,9	4,1	4,4	4,5
750	1,2	1,6	2,2	2,6	2,9	3,2	3,3	3,6	3,7
1.000	1,1	1,4	1,9	2,3	2,5	2,7	2,9	3,1	3,2
1.250	1,0	1,2	1,7	2,0	2,3	2,4	2,6	2,8	2,8
1.500	0,9	1,1	1,5	1,8	2,1	2,2	2,4	2,5	2,6
2.000	0,8	1,0	1,3	1,6	1,8	1,9	2,0	2,2	2,2
2.500	0,7	0,9	1,2	1,4	1,6	1,7	1,8	2,0	2,0
3.000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,5	1,6	1,7	1,8	1,8
3.500	0,6	0,7	1,0	1,2	1,4	1,5	1,5	1,6	1,7
4.000	0,5	0,7	0,9	1,1	1,3	1,4	1,4	1,5	1,6
5.000	0,5	0,6	0,8	1,0	1,1	1,2	1,3	1,4	1,4
7.500	0,4	0,5	0,7	0,8	0,9	1,0	1,1	1,1	1,2
10.000	0,3	0,4	0,6	0,7	0,8	0,9	0,9	1,0	1,0

Lesebeispiel:

Wird in einer Untergruppe, die ca.750 Fälle umfasst, ein Wert von 10% ausgewiesen, beträgt die Schwankungsbreite 2,2 %, d.h. der "wahre" Wert in der Grundgesamtheit ist zwischen 7,8 % und 12,2 % zu erwarten.

© 2012 GfK Austria GmbH

Kontrollen

Die langjährige Erfahrung des Unternehmens zeigt, dass von Interviewern nur dann verlässliche Arbeit erwartet werden kann, wenn einerseits eine regelmäßige Auslastung gegeben ist und andererseits den Interviewern bewusst ist, dass ihre Tätigkeit kontinuierlichen Kontrollen unterliegt.

REPRÄSENTATIV-BEFRAGUNGEN

Repräsentativ-Befragungen der Bevölkerung werden mehrphasig kontrolliert.

Die externen Kontrollen bestehen aus:

- Anwesenheitskontrolle: postalisch (mittels Kontrollkarten, 30 % der Stichprobe) oder telefonisch (10 % der Stichprobe).

- Inhaltskontrollen: die Kontrollfragen beziehen sich auf Zeitpunkt und Dauer des Interviews, die Verwendung von Befragungshilfen, die angewandte Fragetechnik, die vollständige Abfrage der Statistik sowie die Zielpersonenauswahl sowie die Überprüfung von Teilen des Fragebogeninhaltes.

- Totalkontrollen: 10 % der Interviewer werden kontinuierlich einer Totalkontrolle unterzogen, d.h. es werden alle Interviews des betreffenden Interviewers überprüft.

Intern werden kontrolliert:

- Fragebogenfehler
- Fehlinterpretationen von Anweisungen
- Eintragungsfehler
- Zielpersonenauswahl

Der langjährige Einsatz von modernsten elektronisch unterstützten Interview-Methoden hat Interviewerfehler weitestgehend eliminiert. Dennoch wird durch ein automatisiertes Interviewer-kontroll- und -beurteilungssystem die schnelle Reaktionsfähigkeit bei ggf. auftretenden Auffälligkeiten gewährleistet.
Eingehende Tests des Fragebogen-Skripts und die Durchführung zahlreicher Testinterviews sind ebenso Standard wie die Überprüfung der Datenablage sowie ein Check von Design und Layout des Fragebogens vor Beginn der Datenerhebung.

TELEFON-BEFRAGUNGEN

Die Durchführung der Telefoninterviews wird direkt durch Supervisoren beaufsichtigt. Es werden standardmäßig 15 % der Interviews eines Projekts kontinuierlich mittels Screen-/Phone-Check kontrolliert. Der Supervisor hat dadurch die Möglichkeit, sowohl das Interview mitzuhören als auch das Interview am Supervisor-Monitor zu verfolgen. Durch das Angebot der „gläsernen Feldarbeit“ hat auch der Auftraggeber die Möglichkeit, an der Durchführung der Interviews teilzunehmen.

ONLINE-BEFRAGUNGEN

Aufgrund der Tatsache, dass die Teilnehmer des GfK-Online-Pools nur nach Eingabe von User-ID und Passwort einen Fragebogen beantworten können, ist gewährleistet, dass pro Teilnehmer nur ein Fragebogen ausgefüllt werden kann. Weiters wird die Länge der Ausfülldauer überprüft und jene Interviews ausgeschieden, welche eindeutig unter der durchschnittlichen Ausfülldauer liegen.
Das Bestehen einer Teilnahmesperre bzw. die generelle Verfügbarkeit des Fragebogens über einen längeren Zeitraum hinweg gewährleisten eine Kontrolle dahingehend, dass breite Bevölkerungsschichten angesprochen werden und das Ausfüllen durch reine Internet-Heavy-User eingeschränkt werden kann.

PSYCHOLOGISCHE EINZELEXPLORATIONEN

Bei psychologischen Einzelexplorationen konzentriert sich die Kontrolle der Interviewer auf die Überprüfung, ob bzw. wie genau die vorgeschriebenen Zielgruppenmerkmale eingehalten wurden. Die Beurteilung der Interviewqualität wird anhand modernster digitaler Tonbandaufnahmen überprüft.

SPEZIELLE BEFRAGTENGRUPPEN

Interviews in speziellen Befragtengruppen (z.B. Ärzte, Direktoren, Führungskräfte, etc.) werden in erster Linie durch die Einholung von Besuchsbestätigungen kontrolliert.

© 2012 GfK Austria GmbH