


# Evaluierung des Programmes »Ticket2West« – Ein überregionales Vermittlungsprojekt in den Bereichen Bau, Metall und Elektro zwischen Wien und Salzburg

Zentrale Ergebnisse einer Studie  
im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Wirtschaft

 Bundesministerium  
Arbeit und Wirtschaft

 ifz INTERNATIONALES FORSCHUNGSZENTRUM  
FÜR SOZIALE UND ETHISCHE FRAGEN

## 1 Ausgangslage und methodisches Vorgehen

Das Ziel des Programmes »Ticket2West« (T2W) lag darin, 50 als arbeitsuchend vorgemerkte Fachkräfte in den Bereichen Bau- und Baunebengewerbe, Metall, Elektro sowie Gas-, Wasser- und Heizungsinstallation von Wien ins Bundesland Salzburg zu vermitteln. Das überregionale Vermittlungsprogramm hatte eine Gesamtlaufzeit von zwölf Monaten und wurde im Zeitraum vom 30.4.2021 bis zum 30.4.2022 umgesetzt. Mit 16 erfolgreich nach Salzburg vermittelten Personen belief sich die Zielerreichungsquote zum regulären Programmende auf lediglich 32 Prozent. Darüber hinaus konnten 48 Programmteilnehmer\*innen innerhalb Wiens vermittelt werden, acht in andere Bundesländer. 470 Personen nahmen an einer Informationsveranstaltung zu Ticket2West teil, ohne anschließend in das Programm einzutreten, 87 Personen haben das Programm frühzeitig abgebrochen bzw. konnten keinen Job dadurch finden. Die vorliegende Evaluationsstudie gibt Auskunft über die Wahrnehmung des Programmes aus Sicht der Teilnehmer\*innen und beleuchtet die Frage, wie überregionale Vermittlungsprogramme in Zukunft erfolgreich gestaltet werden können. Methodisch verfolgt diese Studie,<sup>1</sup> die vom Internationalen Forschungszentrum für soziale und ethische Fragen (ifz)<sup>2</sup> im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Wirtschaft erstellt wurde, einen Mixed-Methods-Ansatz, bei dem quantitative und qualitative Forschungsmethoden (hier: Online-Fragebögen und leitfadengestützte Interviews) miteinander kombiniert werden.

<sup>1</sup> Download der Langfassung dieser Evaluation in der E-Library des AMS-Forschungsnetzwerkes unter [www.ams-forschungsnetzwerk.at/deutsch/publikationen/BibShow.asp?id=13914](http://www.ams-forschungsnetzwerk.at/deutsch/publikationen/BibShow.asp?id=13914).

<sup>2</sup> [www.ifz-salzburg.at](http://www.ifz-salzburg.at).

## 2 Zentrale Ergebnisse auf Grundlage der erhobenen Daten

### 2.1 Motive für die Teilnahme an Ticket2West bzw. an der Informationsveranstaltung

- **Finanzielle Motive:** Finanzielle Motive für die Teilnahme an Ticket2West (bzw. an der Informationsveranstaltung) sind bei allen drei Gruppen sehr stark vertreten. Die Aussicht auf besseren Lohn oder besseres Gehalt erachten 86,4 der Vermittelten, 70 Prozent der Abbrecher\*innen und 72,7 Prozent der Nicht-Eingetretenen als sehr oder eher wichtig. Die in Aussicht gestellte finanzielle Unterstützung durch Ticket2West schätzen 77,3 Prozent der Vermittelten, 90 Prozent der Abbrecher\*innen und 63,6 Prozent der Nicht-Eingetretenen als sehr oder eher wichtig für ihre Teilnahme ein.
- **Beratungs- und Betreuungsangebot:** Das in Aussicht gestellte Beratungs- und Betreuungsangebot liegt als Teilnahmemotiv für Ticket2West (bzw. an der Informationsveranstaltung) im oberen Mittelfeld: 68,2 Prozent der Vermittelten, 80 Prozent der Abbrecher\*innen und 57,5 Prozent der Nicht-Eingetretenen erachten dieses als sehr oder eher wichtig.
- **Aufforderung durch das AMS:** Externen Druck – in Form einer Aufforderung durch das AMS – nimmt lediglich die Gruppe der Nicht-Eingetretenen als entscheidendes Motiv für die Teilnahme an Ticket2West (bzw. an der Informationsveranstaltung) wahr: 75,8 Prozent erachten diese als sehr oder eher wichtig. Unter den Vermittelten sind es 27,2 Prozent, bei den Abbrecher\*innen 40 Prozent.
- **Vermittlungsort:** Der Vermittlungsort (Salzburg) bildet kein Hauptmotiv für die Entscheidung, an Ticket2West (bzw. an der Informationsveranstaltung) teilzunehmen, sondern dient lediglich als komplementäre Entscheidungshilfe. Die Attraktivität des Zielortes erachten 50 Prozent der Vermittelten, 55 Prozent der Abbrecher\*innen und 45,5 Prozent der Nicht-Eingetretenen als sehr oder eher wichtig.
- **Intrinsische Motive:** Motive dieser Provenienz spielen im Rahmen der Entscheidung, an Ticket2West (bzw. an der Informationsveranstaltung) teilzunehmen, eine differenzierte Rolle.

Von den Nicht-Eingetretenen bezeichnen lediglich 18,2 Prozent den Wunsch nach einem Ortswechsel als sehr oder eher wichtig für ihre Entscheidung zur Teilnahme. Unter den Vermittelten sind es 59,1 Prozent, bei den Abbrecher\*innen 40 Prozent. Personen, die diesen Faktor als sehr oder eher wichtig erachten, zählen mit signifikanter Wahrscheinlichkeit zur Gruppe der Vermittelten. Den Wunsch nach beruflicher Veränderung erachten 45,5 Prozent der Vermittelten, 60 Prozent der Abbrecher\*innen und 39,4 Prozent der Nicht-Eingetretenen als sehr oder eher wichtig.

## 2.2 Gelingens- und Hinderungsfaktoren für die überregionale Vermittlung

- **Alter:** Das Alter hat einen statistisch schwach signifikanten Einfluss darauf, ob eine Person erfolgreich vermittelt wird: Jüngere Befragte unter 40 Jahren zählen mit höherer Wahrscheinlichkeit zu den Vermittelten als ältere Befragte.
- **Externer Druck:** Externer Druck hat einen statistisch signifikanten Einfluss darauf, ob eine Person erfolgreich vermittelt wird – im negativen Sinne: Personen, die eine Aufforderung durch das AMS als sehr wichtigen bzw. eher wichtigen Grund für ihre Teilnahme an Ticket2West (bzw. an der Informationsveranstaltung) nennen, zählen mit geringerer Wahrscheinlichkeit zur Gruppe der Vermittelten.
- **Soziale und familiäre Verankerung:** Ihre soziale und familiäre Verankerung in Wien bildet den häufigsten Grund dafür, weshalb Personen Ticket2West abbrechen oder gar nicht erst in das Programm eintreten: Der Umstand, dass sich die Familie und das soziale Umfeld in Wien befinden, ist für 35 Prozent der Abbrecher\*innen und 63,6 Prozent der Nicht-Eingetretenen entscheidend für den Abbruch bzw. Nicht-Eintritt.
- **Unattraktive Jobangebote:** 35 Prozent der Abbrecher\*innen geben an, durch Ticket2West keine attraktiven Jobangebote erhalten zu haben und das Programm aus diesem Grund abgebrochen zu haben.
- **Weitere Gründe:** Unter den Nicht-Eingetretenen ist – neben dem Hauptfaktor »Soziale und familiäre Verankerung in Wien« – eine Reihe an weiteren Gründen für ihre Entscheidung relevant, nicht in Ticket2West einzutreten. Dazu zählen: der zu hohe finanzielle Aufwand für eine Jobaufnahme außerhalb Wiens (39,4 Prozent), der zu hohe organisatorische Aufwand für eine Jobaufnahme außerhalb Wiens (36,4 Prozent), die Skepsis gegenüber einem Lebensmittelpunkt außerhalb Wiens (30,3 Prozent) sowie die Tatsache, auf anderem Weg einen Job erhalten zu haben (30,3 Prozent).
- **Persönliches Interesse:** Das persönliche Interesse an einer überregionalen Jobvermittlung unterscheidet sich zwischen den Abbrecher\*innen und Nicht-Eingetretenen erheblich: Während 55 Prozent der Abbrecher\*innen an einer überregionalen Jobvermittlung sehr oder eher interessiert sind, geben lediglich 15,2 Prozent der Nicht-Eingetretenen an, eher interessiert zu sein.
- **Sofort verfügbarer Wohnkostenzuschuss:** Die Einschätzung, ob ein sofort verfügbarer Wohnkostenzuschuss dazu motivieren könnte, einen Job außerhalb Wiens anzunehmen, unterscheidet sich zwischen den Abbrecher\*innen und Nicht-Eingetretenen erheblich: Während 65 Prozent der Abbrecher\*innen angeben,

dadurch auf jeden Fall oder eher motiviert zu werden, meinen dies lediglich 27,3 Prozent der Nicht-Eingetretenen.

## 2.3 Bewertung von Programmelementen und Programmabläufen

- **Gesamtzufriedenheit:** Die Gesamtzufriedenheit mit der Teilnahme an Ticket2West liegt auf einem hohen Niveau: 63,7 Prozent der Vermittelten sowie 75 Prozent der Abbrecher\*innen sind mit ihrer Teilnahme sehr oder eher zufrieden. 55 Prozent der Abbrecher\*innen sind trotz des Abbruchs nach wie vor an einer überregionalen Jobvermittlung sehr oder eher interessiert.
- **Zufriedenheit mit der Informationsveranstaltung:** Die Teilnehmenden fühlen sich durch die Informationsveranstaltung großteils klar und ausreichend über Ticket2West und die damit verbundenen Möglichkeiten informiert: Konkret trifft dies auf 59,1 Prozent der Vermittelten, 75 Prozent der Abbrecher\*innen und 84,8 Prozent der Nicht-Eingetretenen sehr oder eher zu.
- **»Atmosphäre«:** Die Teilnehmenden empfinden die im Rahmen von Ticket2West vermittelte »Atmosphäre« großteils als angenehm und wertschätzend. Konkret trifft dies auf 77,3 Prozent der Vermittelten, 75 Prozent der Abbrecher\*innen und 75,7 Prozent der Nicht-Eingetretenen sehr oder eher zu.
- **Bewerbscheck:** Der Bewerbungscheck wird von den Vermittelten als einziges aller abgefragten Programmelemente mehrheitlich positiv bewertet (63,7 Prozent sehr bzw. eher hilfreich).
- **Arbeitstraining:** Das vierwöchige Arbeitstraining bewerten 45,5 Prozent als sehr bzw. eher hilfreich.
- **Beratungs- und Betreuungsangebote:** Die Zufriedenheit mit den Beratungs- und Betreuungsangeboten von Ticket2West ist unter den Vermittelten mittelstark ausgeprägt: 36,4 Prozent geben an, dass sie wertvolle Unterstützung im Hinblick auf ihre Wohnsituation erhalten haben. 27,3 Prozent geben an, dass ihnen das Programm die soziale Eingliederung am Arbeitsort erleichtert hat.
- **Finanzielle Aspekte:** Die Zufriedenheit mit den finanziellen Aspekten von Ticket2West ist unter den Vermittelten nur gering ausgeprägt: 36,3 Prozent geben an, dass die finanziellen Förderungen ausreichend hoch für eine erfolgreiche Teilnahme waren. 27,2 Prozent geben an, dass die finanziellen Förderungen rasch und einfach erhalten werden konnten.
- **Zufriedenheit mit dem neuen Betrieb und am neuen Arbeitsort:** Die Zufriedenheit mit dem neuen Betrieb und am neuen Arbeitsort ist unter den Vermittelten mittelstark ausgeprägt: 59,1 Prozent hatten sehr oder eher den Eindruck, dass der Betrieb darum bemüht war, dass sie den Job annehmen. Exakt die Hälfte der Vermittelten fühlt bzw. fühlte sich in ihrem neuen Arbeitsumfeld willkommen. 59,1 Prozent sind mit ihrem sozialen Leben am vermittelten Arbeitsort voll oder eher zufrieden.

## 2.4 Charakter und Nachhaltigkeit der vermittelten Arbeitsverhältnisse

- Ein Großteil der während der Programmlaufzeit von Ticket2West vermittelten Arbeitsverhältnisse ist nicht nachhaltig: 63,6 Prozent der erfolgreich vermittelten Personen sind aktuell nicht mehr im vermittelten Job tätig.

- Der überwiegende Anteil der Vermittelten ist aktuell in dem von ihnen erlernten Beruf tätig (68,2 Prozent). Immerhin 22,7 Prozent sind einem anderen Beruf tätig, 9,1 Prozent sind arbeitsuchend gemeldet.
- Weniger als die Hälfte der befragten Vermittelten (45,4 Prozent) stimmt der Aussage voll oder eher zu, dass sich ihre berufliche Situation durch Ticket2West verbessert hat.

### 2.5 Soziodemographische Besonderheiten

- Die Personen aller drei untersuchten Gruppen sind überwiegend männlich (Vermittelte: 68,2 Prozent; Abbrecher\*innen: 95 Prozent; Nicht-Eingetretene: 84,8 Prozent).
- Programmteilnehmer\*innen sind vor ihrem Ticket2West-Eintritt meist nicht länger als sechs Monate arbeitsuchend (Vermittelte: 59,1 Prozent; Abbrecher\*innen: 50 Prozent).

## 3 Vorschläge für zukünftige überregionale Vermittlungsprogramme

Aus der Analyse des Fragebogen- und Interviewmaterials lassen sich folgende Vorschläge zur Gestaltung bzw. Adaption von Maßnahmen im Bereich der überregionalen Vermittlungsprogramme ableiten:<sup>3</sup>

### 3.1 Zielgruppenmonitoring

- Daten der Teilnehmer\*innen für Recherche-, Analyse- und Weiterentwicklungszwecke nach einheitlicher Systematik erfassen.
- Pool an motivierten Personen (insbesondere Abbrecher\*innen) aufbauen, die an überregionaler Vermittlung grundsätzlich interessiert sind.

<sup>3</sup> Siehe hier im Besonderen auch Kapitel 4 in der Langfassung.

### 3.2 Ressourcen- und Nachhaltigkeitsfokus

- Zielgruppenfokus mittels vorgelagerter Erhebung zur Teilnahmemotivation stärken und Einladungspolitik für Informationsveranstaltung danach anpassen.
- Bei Vermittlung auf übergeordnete Programmziele und individuelle Jobperspektiven der Teilnehmer\*innen achten.

### 3.3 Praxisbezug und Qualitätsmanagement

- Bürokratische Prozesse um finanzielle Unterstützungsleistungen einfach gestalten.
- Qualitätsvolle Firmenkontakte ausbauen.
- Arbeitssituation vor Ort für die Teilnehmenden greifbarer machen (z. B. durch persönliche Vorstellungsrunden mit Betrieben in Wien und Role-Model-Talks).

### 3.4 Unterstützungsangebote

- Unterstützung bei der Unterkunftssuche übergangs- und langfristig intensivieren.
- Innovative Beschäftigungsmodelle anbieten (wochentags: »work & stay« in Salzburg, Wochenende: Freizeit in Wien).
- Soziales Ankommen in der Region und am Arbeitsplatz erleichtern (Zusammenarbeit mit betreffenden Betrieben).



[www.ams-forschungsnetzwerk.at](http://www.ams-forschungsnetzwerk.at)

... ist die Internet-Adresse des AMS Österreich für die Arbeitsmarkt-, Berufs- und Qualifikationsforschung

#### Anschrift der Autor\*innen

ifz – Internationales Forschungszentrum für soziale und ethische Fragen  
 Dreifaltigkeitgasse 12  
 5020 Salzburg  
 Tel.: 0681 20507738  
 E-Mail: [office@ifz-salzburg.at](mailto:office@ifz-salzburg.at)  
 Internet: [www.ifz-salzburg.at](http://www.ifz-salzburg.at)

Alle Publikationen der Reihe AMS info können über das AMS-Forschungsnetzwerk abgerufen werden. Ebenso stehen dort viele weitere Infos und Ressourcen (Literaturdatenbank, verschiedene AMS-Publikationsreihen, wie z.B. AMS report, FokusInfo, Spezialthema Arbeitsmarkt, AMS-Qualifikationsstrukturbericht, AMS-Praxishandbücher) zur Verfügung – [www.ams-forschungsnetzwerk.at](http://www.ams-forschungsnetzwerk.at).

P. b. b.

Verlagspostamt 1200, 02Z030691M

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger: Arbeitsmarktservice Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation/ABI, Sabine Putz, René Sturm, Treustraße 35–43, 1200 Wien

Juni 2023 • Grafik: Lanz, 1030 Wien • Druck: Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., 3580 Horn

