

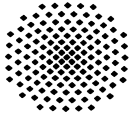
Berlin, 20. Juni 2005

Telearbeits- und Teleservicezentren im ländlichen Raum

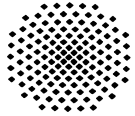
-

Erfolgs- und Hemmnisfaktoren beim Aufbau

Ergebnisse aus dem Forschungsprojekt „Teleland“
(gefördert durch das BMBF)

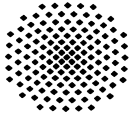


- 1. Telearbeits- und Teleservicezentren**
- 2. Ziele öffentlich geförderter TTZ in ländlichen Räumen**
- 3. Vorstellung der Primäruntersuchung**
- 4. Kernergebnisse zu Erfolgs- und Hemmnisfaktoren beim Aufbau von öffentlich geförderten TTZ**
- 5. Fazit**



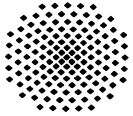
Was sind Telearbeits- und Teleservicezentren (TTZ) ?

**TTZ vereinigen Angebote, die für
Telearbeitszentren und für Teleservicezentren
charakteristisch sind.**



Telearbeit in Bezug auf TTZ =

- **I&K-gestützte Tätigkeiten**
- **Nutzung moderner I&K-Technologien zur Überwindung räumlicher Distanzen**



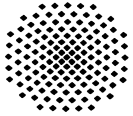
Telearbeitszentren =

In Telearbeitszentren werden Büroeinheiten mit I&K-Ausstattung sowie ein breites Service-Angebot bereitgestellt.

<i>Infrastrukturdienste</i>	<i>Sekretariatsdienste</i>	<i>Beratungsdienste</i>
<ul style="list-style-type: none">• <i>Büroeinheiten</i>• <i>I&K-Ausstattung</i>• ...	<ul style="list-style-type: none">• <i>Telefonservices wie Anrufannahme</i>• <i>Postdienste wie Postverteilung oder Mailing-Services ...</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>Beratung und Services in technischen Fragen</i>• <i>Schulungsangebote</i>• ...

Potentieller Kundenkreis:

- **Mitarbeiter externer Unternehmen oder öffentlicher Verwaltungen**
- **Existenzgründer bzw. Selbstständige**

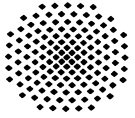


Teleservices =

Dienstleistungen, die mit Hilfe von I&K-Technologien erbracht und übermittelt bzw. geliefert werden.

Beispiele für Teleservices:

- **Call-Center-Dienste**
- **Schreibbürodienste wie z.B. Texterfassung und -bearbeitung oder Übersetzungsdienste**
- **Spezielle Tätigkeiten wie Datenerfassung und -verarbeitung sowie**
- **Datenbankpflege oder Programmierungstätigkeiten**

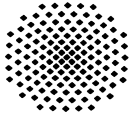


Teleservicezentren =

Unternehmen, die (Tele-)Services bzw. (Tele-)Dienstleistungen für den freien Markt anbieten.

Primär anvisierter Kundenkreis:

Lokale, regionale Unternehmen, Institutionen



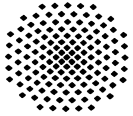
=> Dienstleistungsangebote von TTZ:

Infrastruktur für Telearbeitsplätze sowie damit verbundene

Dienstleistungen für Mieter und

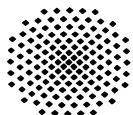
Dienstleistungen unter Nutzung moderner I&K-Technologien für

externe Kunden



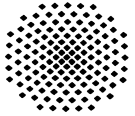
Verbindung zwischen TTZ, ländlichem Raum und öffentlicher Förderung

- **I&K-Technologien ermöglichen „ortsunabhängiges“
Arbeiten => Annahme: Standortnachteilen des
ländlichen Raumes könnte entgegen gewirkt werden.**
- **Tätigkeiten in Unternehmen der I&K-Branche gelten
(noch immer) als zukunftssträftig.**
- **Weg in eine moderne Dienstleistungsgesellschaft und
Informationsgesellschaft**



Zielsetzungen von öffentlich geförderten TTZ in ländlichen Räumen

Ländlicher Raum	Ziele	TTZ-Konzept
Mangel an Arbeitsplätzen	Schaffung von Arbeitsplätzen	Aufbau zu einem wirtschaftlich eigenständigen Unternehmen
	Erreichung der Eigenwirtschaftlichkeit	
	Initiierung von weiteren Existenzgründungen	TTZ als Gründerzentrum
Digitale Lücke in Bezug auf <i>betriebliche</i> Nutzung von Neuen Medien in KMU		Dienstleistungsportfolio im Bereich Teleservices
Digitale Lücke in Bezug auf <i>berufliche</i> Nutzung der Neuen Medien	Unterstützung der Diffusion Neuer Medien in ländliche Räume	
Digitale Lücke in Bezug auf <i>private</i> Nutzung der Neuen Medien		Breites Schulungsangebot
Mangel an qualifizierten Arbeitskräften	Berufliche Qualifikation von Erwerbsfähigen	

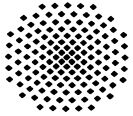


Fragestellung:

Welches sind die fördernden und hemmenden Faktoren für den Aufbau und das Funktionieren von Teleservice- und Telearbeitszentren im ländlichen Raum?

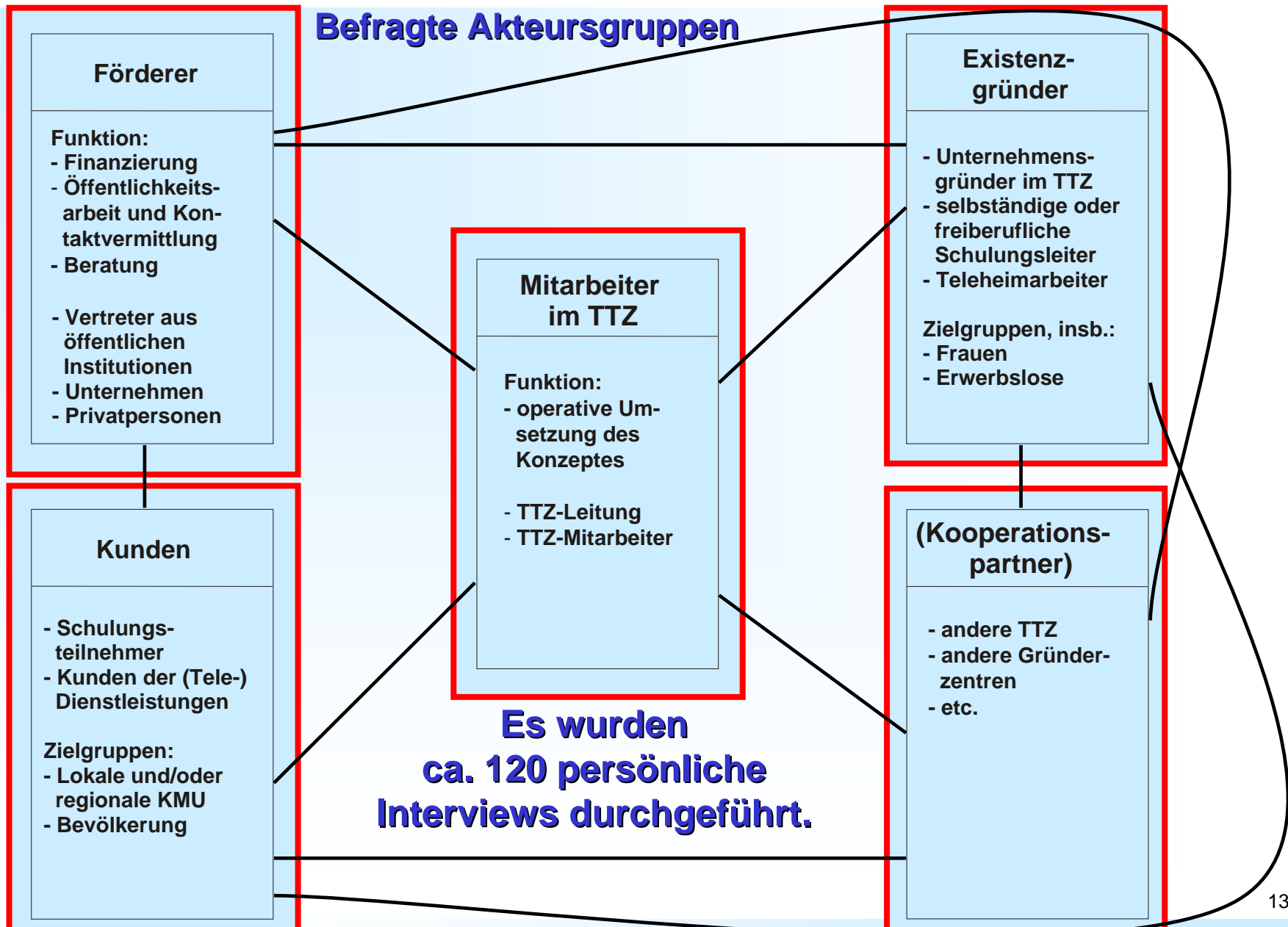
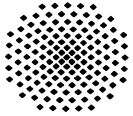


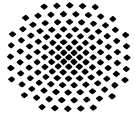
**Untersuchung von TTZ in Deutschland
und in Österreich**



Zentrale Inhalte der Befragungen

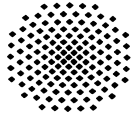
- **Entstehungsbedingungen und Vorgeschichte der TTZ**
- **Ziele und Zielgruppen**
- **Instrumente und Maßnahmen zur Förderung
(z.B. Finanzielle Mittel, Unterstützung bei der Öffentlichkeitsarbeit)**
- **Einfluss der zentralen Akteure auf den
Implementationsprozess**
- **Einschätzung zu den Erfolgs- und Hemmnisfaktoren
bei der Implementation**





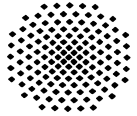
Einflussfaktoren lassen sich folgenden Bereichen zuordnen:

- a) Infrastruktur**
- b) TTZ(-Management)**
- c) Unterstützung und Förderung**
- d) Nachfrageseite**
- e) Zusammenspiel der zentralen Akteure**



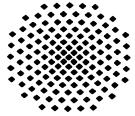
I&K-Infrastruktur

- **Grundvoraussetzung für das TTZ als Anbieter von Services im Bereich der I&K-Technologien ist die technische Anbindung an leistungsstarke Datenleitungen. Ohne breitbandige Internetanbindung ist die Konkurrenzfähigkeit der Teleservices nicht gewährleistet.**



TTZ(-Management)

- **Erstellung eines klar definierten Dienstleistungsprofils**
- **Technische Ausstattung**



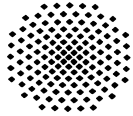
Unterstützung und Förderung seitens Dritter

➤ **Finanzielle Ressourcen**

Von einer Anschubfinanzierung hängen u.a. ab:

- **(technische) Infrastruktur**
- **Anzahl und Qualifikation der TTZ-Mitarbeiter**
- **Einsatz von Marketingmaßnahmen**

➤ **Unterstützung bei der Öffentlichkeitsarbeit und Vermittlung von Kontakten**



Nachfrageseite

Potentielle Existenzgründer

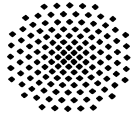
- **Nachfrage ist vorhanden**
- **z.T. niedriges Qualifikationsniveau**

Nachfrage in Bezug auf Schulungen

- **Geringe Kundendichte**
- **Erschließung breiter Ziel- und Kundengruppen**
- **Hohe Vermittlungsquote der qualifizierten Erwerbsfähigen**
- **z.T. Konkurrenzsituation mit örtlichen Volkshochschulen**

Nachfrage der lokalen/regionalen Unternehmen und Institutionen

- **Geringe Kundendichte**
- **z.T. (noch) starke Skepsis in Bezug auf den Nutzen moderner Medien**
- **Kundenaquise räumlich erweitern**



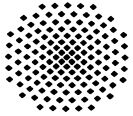
Zusammenspiel der zentralen Akteure

- **Nutzung bestehender Beziehungen zur Vermittlung von (lokalen) Kontakten**
- **Wichtigste Akteure und „treibende Kräfte“ der Implementation:**
 - **Personen der TTZ-Leitung**
 - **Personen aus der Gruppe der Förderer**
- **Zusammensetzung der Förderer (z.B. Gemeinde/Bürgermeister, Arbeitsamt)**

Eine generelle Schwierigkeit ist dabei die Steuerbarkeit bzw. Nicht-Steuerbarkeit des gegenseitigen Vertrauens der wichtigen Akteure als Basis für das Gelingen der TTZ-Implementierung.

Die Erfolgswahrscheinlichkeit für die TTZ-Implementierung steigt vor allem dann,

- **wenn der TTZ-Leiter aus der Region kommt und auf schon bestehende Kontakte zu lokalen Institutionen und Unternehmen zurückgreifen kann,**
- **wenn TTZ-Leitung und Förderer von Anfang an bei der Erstellung der Ideenskizze zusammenarbeiten, um eine höhere Identifizierung mit dem Projekt zu erreichen,**
- **wenn Förderer ihre Kontakte nutzen und sich aktiv am Aufbauprozess und an der Öffentlichkeitsarbeit beteiligen.**



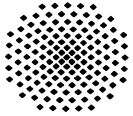
Telearbeitsplätze für abhängig Beschäftigte ...

**...externer Unternehmen werden in Einzelfällen von TTZ angeboten,
jedoch kaum nachgefragt:**

Telearbeitsplätze für Existenzgründer

nicht nur im Bereich von „Teleservices“ fördern, sondern auch

**⇒ Unternehmensgründer aus anderen Bereichen rund um das
Thema Neue Medien einbinden**

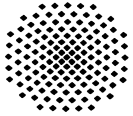


EDV-Schulungen

- ⇒ **Breites Angebot an EDV-Schulungen**
- ⇒ **Vertiefendes Angebot zur beruflichen Qualifikation**
(Arbeitsamt als Hauptkunde, aber Kundenkreis erweitern)

Die Idee der Teleservices im ländlichen Raum wird als erfolgsversprechend hervorgehoben. Problem der geringen lokalen und regionalen Nachfrage:

- ⇒ **Öffentlichkeitsarbeit und Kontakte nutzen**
- ⇒ **Angebot an Bedarf anpassen**
- ⇒ **Kundenkreis räumlich erweitern**



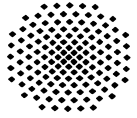
Der Begriff „Telearbeit“ wirkt verwirrend: Namensgebung der Projekte überdenken. „Zentrum für Neue Medien“, „Arbeit mit Neuen Medien“ ...

Erreichung der Eigenwirtschaftlichkeit als Zielsetzung wird bei einigen Fallbeispielen in Frage gestellt.

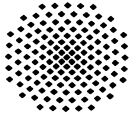
Telearbeits- und Teleservicezentren als Mischung zwischen

a) einer politische Strukturmaßnahme mit öffentlichem Auftrag auf der einen Seite und

b) einem eigenwirtschaftlichen Unternehmen auf der anderen Seite



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit !



Quelle: Gebauer, Hofmann. Eigene Berechnung nach Daten von EMNID Deutschland, Erhebung 2002

Online-Nutzer, Intender und Nicht-Nutzer nach der Raumkategorie des Wohnortes (N = 25.627)

