



Activity Code 04

Summary Audit Report



Inhaltsverzeichnis

Einleitung	4
Methodisches Vorgehen	5
Zusammenfassung der nationalen Umfrageergebnisse	6
I. Identifizierung von spezifischen Kompetenzen und Wissen innerhalb der Kleinst- und Kleinunternehmen, die genutzt werden können, um die Entwicklung des gesamten Sektors zu unterstützen	6
Irland	7
Zypern	7
Deutschland	7
Griechenland	8
Italien	8
Rumänien	8
II. Feststellung der Lernpräferenzen von Kleinst- und Kleinunternehmern sowie angemessener Lernplattformen und -umgebungen für das Peer-to-Peer-Learning.	9
Irland	9
Zypern	10
Deutschland	10
Griechenland	11
Italien	11
Rumänien	11
III. Herausstellen von Lernbereichen in denen nur unzureichend Trainingsangebote existieren und somit durch die im Projekt erstellten Mini-Learning-Format Ressourcen adressiert werden müssen.	12
Irland	12
Zypern	13
Deutschland	13
Griechenland	14
Italien	14
Rumänien	15
IV. Identifizierung bereits existierender Kompetenzen innerhalb der Kleinst- und Kleinunternehmen, die als Informationsgrundlage bei der Gestaltung des Train-the-Trainer Programms benutzt werden können, um sicher zu stellen, dass die Kompetenzen, die innerhalb des Fort- und Weiterbildungssektors entwickelt werden, auch die Bedürfnisse der Unternehmen widerspiegeln.	15
Empfehlungen	16

Einleitung

SYNERGY ist eine B2B-Initiative die darauf abzielt, verschiedene Kleinst- und Kleinunternehmer miteinander zu verbinden, um hochwertige und langfristige Beziehungen zu schaffen. Durch die Nutzung von Sozialen Medien will SYNERGY Unternehmer, Trainer, Mentoren sowie Wirtschaftsförderungsunternehmen zusammenführen, um so eine Lernkultur innerhalb des Kleinunternehmenssektors zu schaffen und dadurch intelligentes, nachhaltiges und integratives Wachstum zu fördern. Als Teil dieses Prozesses verpflichteten sich die SYNERGY-Projektpartner ein sogenanntes ‚Research and Audit Framework‘ zu entwerfen und umzusetzen. Dieses stellt die Grundlage für die weiteren Forschungsaktivitäten dar, welche sowohl literatur- wie auch feldbasiert im Rahmen von Umfragen durchgeführt wurden. Die Forschungs- und Umfrageergebnisse werden als Datengrundlage für zukünftige Entwicklungsarbeiten des Projektes genutzt, insbesondere in Bezug auf das Training im Rahmen der ‚Induction to Pedagogy‘, das ‚Mini-Learning Format‘ und das ‚Peer-to-Peer-Learning‘, welche durch die ‚Micro-Social-Networks‘ ermöglicht wird. Die Erkenntnisse der Forschungsaktivitäten werden in dem „Summary Research Report“ (O3) zusammengetragen und zusammengefasst. Der Sinn dieses „Summary Audit Report“ (O4) ist es, die Ergebnisse der Umfragen zusammenzufassen, die in allen sechs beteiligten Ländern mit Kleinst- und Kleinunternehmern durchgeführt wurden (Irland, Zypern, Deutschland, Griechenland, Italien und Rumänien).

Auf Basis des SYNERGY Research Frameworks, das von CARDET entwickelt wurde, hat AOA Arges ein aus 24 Fragen sowie Hinweisen zur Umfragedurchführung bestehendes Audit Framework entwickelt. Der Zweck des Audit Framework war es als Anleitung für die Partner zu fungieren, um eine Umfrage mit den lokalen Kleinunternehmen durchzuführen, welche über die verschiedenen Partnerländer hinweg vergleichbar ist. Der Fokus liegt auf folgenden vier Bereichen:

- 1) Identifizierung von spezifischen Kompetenzen und Wissen innerhalb der bestehenden Kleinunternehmen, die genutzt werden können, um die Entwicklung des gesamten Sektors zu unterstützen.
- 2) Feststellung der Lernpräferenzen von Kleinst- und Kleinunternehmern sowie angemessener Lernplattformen und -umgebungen für das Peer-to-Peer-Learning.
- 3) Herausstellen von Lernbereichen in denen nur unzureichend Trainingsangebote existieren und somit durch die im Projekt erstellten Mini-Learning-Format Ressourcen adressiert werden müssen.
- 4) Identifizierung bereits existierender Kompetenzen innerhalb der Kleinunternehmen, die als Informationsgrundlage bei der Gestaltung der Train-the-Trainer Kurse benutzt werden können, um sicher zu stellen, dass die Kompetenzen, die innerhalb des Fort- und Weiterbildungssektors entwickelt werden auch die Bedürfnisse der Unternehmen widerspiegeln.

Das Projekt SYNERGY zielt darauf ab, die wahrgenommene Praxisferne existierender Fort- und Weiterbildungsangebote für Kleinst- und Kleinunternehmer zu reduzieren sowie den Anforderungen und Bedarfe ebendieser besser gerecht zu werden. Die OECD hat mangelnde

Führungskompetenzen, unangemessene Bildungsangebote, Zeitprobleme und eine schlechte Verbindung zwischen Fort- und Weiterbildungsanbietern und Kleinunternehmen als Schlüsselemente für das Scheitern ebendieser identifiziert. SYNERGY adressiert genau diesen Problemkontext und zielt darauf ab, die Leistungsfähigkeit der Unternehmen zu stärken und hierbei insbesondere die Bedeutung von Wissen und Expertise zu betonen. In Absprache mit Kleinst- und Kleinunternehmern in Europa entwickelt SYNERGY eine Serie von frei zugänglichen und nutzbaren Mini-Learning-Format Lern- und Informationsressourcen, die den realen Fort- und Weiterbildungsbedarfen von Kleinunternehmen entsprechen. Die Ergebnisse der Umfragen werden den Inhalt und das Format dieser Ressourcen bestimmen. Alle teilnehmenden Partner haben zugestimmt die Umfrage mit 20 lokalen Kleinst- und Kleinunternehmern durchzuführen und einen kurzen nationalen Auditbericht zu erstellen, der die wichtigsten Ergebnisse festhält. Diese Berichte wurden dann von AOA Arges verglichen und zusammengefasst.

Methodisches Vorgehen

Die Umfrage mit den Kleinst- und Kleinunternehmern im Rahmen des Projektes SYNERGY war eine Notwendigkeit, um sicher zu stellen, dass der Inhalt der Ressourcen, die entwickelt werden, die tatsächlichen Fort- und Weiterbildungsbedarfe der Zielgruppe anspricht und nicht überflüssig zu dem bereits vorhandenen Wissen der Kleinst- und Kleinunternehmer ist. Ein besonderes Augenmerk wurde darauf gelegt, dass die Fragen prägnant, pointiert und stichhaltig sind, sowie dass ihr Umfang nicht zu ausschweifend ist. Durch die Implementierung des Audit Frameworks gewährleisteten die SYNERGY Partner, dass die entwickelten Lernressourcen die Bedürfnisse von den teilnehmenden Kleinst- und Kleinunternehmern adressieren. Der Einbezug von lokalen Kleinst- und Kleinunternehmern stellt nicht nur eine bedarfsorientierte und –gerechte Entwicklung sicher, sondern leitet auch Teile der Entwicklungsaktivitäten maßgeblich an. Dies betrifft unter anderem die Entwicklung der Induction to Pedagogy sowie die der Lernressourcen, welche die vorhandenen Kenntnisse und Expertisen sinnvoll ergänzen sowie die Fähigkeiten insbesondere in Bezug auf das Peer-to-Peer Lernen stärken sollen. So wird eine bedarfs- und bedürfnisgerechte Entwicklungsarbeit gewährleistet.

Die Umfrage wurde in den sechs verschiedenen Partnerländern durchgeführt. Einige der bevorzugten Methodologie beinhalteten Onlineumfragen, Gruppentreffen sowie persönliche Treffen, Skype- und Telefoninterviews. Die Partner hatten somit die Möglichkeit, frei aus den angeführten als Alternative zur eigentlichen Online Umfrage zurück zu greifen. Die Methodenauswahl konnte somit dem Zugang der Partner zu lokalen Kleinst- und Kleinunternehmern sowie den häufig zeitlichen Beschränkungen ebendieser angepasst werden.

Das Ziel der Umfrage war es die Kompetenzen und Lernbedarfe der Kleinst- und Kleinunternehmen herauszustellen. Es wurde vereinbart, dass teilnehmende Unternehmen idealerweise nicht mehr als zehn Angestellte haben sollten. Die Teilnehmergruppe bestand zu 84,8% aus eben solchen Unternehmen. Diese Unternehmen agierten bei allen Partnerländern vorwiegend im Dienstleistungs- und IT-Sektor, wobei die Bereiche Lebensmittel, Landwirtschaft, Baugewerbe und Maschinenbau am häufigsten vorkamen. In Irland, Griechenland, Rumänien und Zypern wurde die Mehrheit der Unternehmen (54%) in

den letzten ein bis fünf Jahren gegründet. Dies ist jedoch in Deutschland und Italien anders, in denen ein Großteil der befragten Unternehmen bereits seit über 15 Jahren existiert (51,8%). Insgesamt wurden 132 Kleinst- und Kleinunternehmen von den sechs Projektpartnern befragt. Diese Gruppe von 132 Unternehmen bestand aus 30 Unternehmen aus Irland, 21 aus Zypern, 23 aus Deutschland, 24 aus Griechenland, 14 aus Italien und 20 aus Rumänien.

Die Umfrage bestand aus 24 Fragen und dauerte ungefähr 10 bis 15 Minuten in ihrer Bearbeitung. Erfragt wurden demographische Charakteristika, Erfahrungen mit beruflicher Fort- und Weiterbildung, die Einstellungen zum Wissens- und Informationsaustausch, die Identifikation von Lernbedürfnissen in der Fort- und Weiterbildung, Erfahrungen mit früheren Angeboten, Hürden für die Wahrnehmung von Fort- und Weiterbildungsangeboten und die bevorzugte Art des Lernens. Die Umfrage zielte zum einen darauf ab Unternehmer zu identifizieren, die in der Lage sind an weiteren Aktivitäten im Kontext von SYNERGY teilzunehmen und zum anderen eine Verbindung zwischen dem Projekt SYNERGY und den Unternehmern bzw. dem Sektor zu entwickeln.

Nach der Beendigung der Umfrage, wurden die Umfrageergebnisse der verschiedenen Partnerländer, welche auf einer SurveyMonkey Plattform durchgeführt und analysiert wurden, in nationalen Audit Reports zusammengefasst. Diese nationalen Berichte stehen zum Download unter der SYNERGY-Homepage bereit: www.projectsynergy.eu.

Zusammenfassung der nationalen Umfrageergebnisse

Dieser ‚Summary Audit Report‘ ist als eine auf die Kernaussagen reduzierte Zusammenfassung der länderspezifischen Umfrage Reporte, den sog. National Audit Reports, zu verstehen, in welchen diese die Ergebnisse der mit lokalen Kleinst- und Kleinunternehmen durchgeführten Umfragen dargestellt haben. Das Audit Framework fokussierte die folgenden vier Hauptforschungsthemen: Herausstellen des bereits bestehenden sowie des für den Austausch zur Verfügung stehenden Wissens- und Kompetenzniveaus der Klein- und Kleinstunternehmer; die Lern- resp. methodischen Präferenzen ebendieser; das Ermitteln der Bedarfslage bezüglich neuer Fort- und Weiterbildungsangebote sowie der bereits vorhandenen Wissens- und Kompetenzressourcen die für das Train-the-Trainer Programm nutzbar gemacht werden können. Die Umfrageauswertung wurde ähnlich kategorisiert und die Antworten von jedem Partnerland wurden unter diesen vier Punkten zusammengefasst.

Die Ergebnisse der Umfrage konnten direkt den Hauptforschungsthemen zugeordnet werden, wie nachstehend gezeigt wird. Die Umfrageteilnehmer konnten neben der Beantwortung geschlossener Fragen auch Erklärungen zum Erfolg oder Misserfolg von Fort- und Weiterbildungsangeboten anbringen, an denen sie zuvor teilgenommen haben oder derzeit teilnehmen. Nachstehend sind die zentralen Ergebnisse nach den Hauptforschungszielen gegliedert sowie deren Beitrag zum Projekt, dargestellt.

I. Identifizierung von spezifischen Kompetenzen und Wissen innerhalb der Kleinst- und Kleinunternehmen, die genutzt werden können, um die Entwicklung des gesamten Sektors zu unterstützen

Die Antworten zu den Fragen 11, 12 und 13 lieferten ausreichend Evidenz, dass die Befragten bereit sind besondere Fähigkeiten und Wissen mit anderen Kleinst- und Kleinunternehmen

zu teilen, um sie und ihre Unternehmung zu unterstützen. In der Regel war ein Großteil der Unternehmer bereit Informationen, Kompetenzen und Wissen mit anderen Unternehmern zu teilen (81% auf einer unentgeltlichen Basis). Dies spiegelt sich auch in den Zahlen von Unternehmen wieder, die bereits an solchen Projekten teilnehmen. Durchschnittlich haben 54% der Unternehmer bereits an einem Kompetenz-, Erfahrungs- und Expertiseaustausch mit anderen auf einer organisierten Basis teilgenommen; dies reichte über die verschiedenen Umfragen von 23% in Deutschland bis zu 90,48% in Zypern.

Irland

In Irland antworteten 80% der Befragten, dass sie bereit sind, ihre Kenntnisse und ihre Kompetenzen in Zukunft zu teilen. 69,2% sagten aus, dass sie die Kenntnisse auf einer Onlineplattform teilen würden. Die Befragten stellten auch ihre eigenen Kompetenzen und Kenntnisse heraus. Die folgende Liste stellt Bereiche heraus, in denen, nach Aussage der Umfrageteilnehmer, Kleinst- und Kleinunternehmer Kompetenzen ausbilden müssen, um ihr Unternehmen führen zu können:

- Kommunikation
- Management
- Marketing
- Teamwork
- Verhandlung
- Finanzen
- Informationstechnologie
- Human Resources/Personalwesen

Zusätzliche Kompetenz- und Kenntnisbereiche, die als wichtig hervorgehoben wurden, sind Planung, Problemlösung und Durchhaltevermögen.

Zypern

Von den 21 befragten Kleinst- und Kleinunternehmern, gaben 19 (90,48%) an, dass sie in Zukunft bereit sind, ihre Kenntnisse und ihr Wissen mit anderen Unternehmern zu teilen. Jedoch gaben 73,68% an, dass sie dies nur gegen ein Entgelt tun würden, während die anderen Befragten angaben, dass sie ihr Wissen auch unentgeltlich über eine Onlineplattform oder durch informelle Treffen mit anderen Kleinst- und Kleinunternehmern teilen würden. Die Befragten führten auf in welchen Bereichen sie Kompetenzen und Wissen haben. Sie unterstrichen, dass dieses Wissen im Rahmen ihrer unternehmerischen Ausbildung sehr interessante und wertvolle Sachgebiete für Unternehmensbesitzer und -führer sind:

- Kommunikation (66,75%)
- Management (61,9%)
- Teamwork (52,38%)
- Human Resources/Personalwesen (28,57%)
- Marketing (28,57%)
- Finanzen (14,29%)

Deutschland

Nahezu alle Teilnehmer (95,65%) erklärten, dass sie bereit seien Informationen und Wissen mit anderen Kleinst- und Kleinunternehmern zu teilen. In diesem Kontext konzentrierte sich

Frage 12 auf die Umstände, unter denen die Befragten bereit wären ihr Wissen zu teilen. Die Antworten sind schwer zu interpretieren. Fast 70% der Befragten (16 von 23) gaben an, dass sie für das Angebot eines Mentorings sowie die Zurverfügungstellung ihres Wissens ein Entgelt verlangen würden. Die übrigen sieben wären bereit ihr Wissen und ihre Kompetenzen über Onlineplattformen zur Verfügung zu stellen.

Die Ergebnisse der Fragen 13 und 14 spiegeln jene Kompetenzen wider, welche bei den Umfrageteilnehmern bereits vorliegen. Diese betreffen die Bereiche Kommunikation, Teamwork, Management und Marketing. Kompetenzen in diesen Bereichen werden als besonders wertvoll und förderlich für die Unternehmensgründung oder -führung betrachtet. Des Weiteren schätzen die Umfrageteilnehmer ihre Kompetenzen in den Bereichen Unternehmensstrategie und -wachstum sowie Informationstechnologie als gut ein. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Kompetenzen im deutschen Kleinst- und Kleinunternehmenssektor vielfältig sind und ein großes Potential zur Nutzung im Projekt SYNERGY bieten. Ein Großteil der Lernanforderungen können durch das SYNERGY Micro-Network in Deutschland adressiert werden.

Griechenland

Auf die Frage, ob sie ihre Kompetenzen mit anderen teilen würden, gaben 100% der Umfrageteilnehmer in Griechenland an, dass sie dazu bereit wären. 58,3% der Befragten haben bereits ihr Wissen, ihre Kompetenzen und/oder Erfahrungen mit anderen geteilt - 41,7% noch nicht. Jedoch gaben auch 41,7% an, dass sie hierzu nur gegen ein Entgelt bereit wären. Die restlichen Teilnehmer der Befragung sind bereit ihre Informationen und Erfahrungen unentgeltlich über eine Onlineplattform zu teilen.

Die Befragten wählten Unternehmensstrategie und -wachstum, Informationstechnologie, Marketing sowie Finanzen und Buchhaltung als Unternehmensbereiche in denen sie am kompetentesten sind. Dabei wurde die Relevanz der verschiedenen Kompetenzen wie folgt eingeschätzt: Management (62,5%), Marketing (58,3), Kommunikation (54,2%) und Teamwork (50%).

Italien

Die Umfrageergebnisse aus der italienischen Stichprobe bestätigen, dass fast alle der 14 Teilnehmer bereit sind ihr Wissen und ihre Kompetenzen mit anderen zu teilen (92,9%). 69,2% der Befragten stimmten zu, dass sie einen Wissensaustausch auf einer unentgeltlichen Basis durch eine Onlineplattform stattfinden lassen würden. Die Befragten gaben an, dass sie über Kompetenzen und Wissen in den folgenden Bereichen verfügen: Informationstechnologie, Supply Chain Management, Unternehmensstrategie und -wachstum sowie Finanzen und Buchhaltung. Als am relevantesten wurden Kompetenzen in den folgenden Bereichen betrachtet: Kommunikation (42,9%), Personalwesen (42,9%), Informationstechnologie (35,7%), Teamwork (28,6%) und Management (21,4%).

Rumänien

Von den 20 Umfrageteilnehmern aus Rumänien sind 89,47% bereit ihr Wissen mit anderen zu teilen. Die Mehrheit der Teilnehmer (88,24%) bevorzugt es, dies über eine Onlineplattform zu machen. 23,53% der Befragten würden ihr Wissen nur auf einer entgeltlichen Basis teilen. Die Umfrageteilnehmer stuften ihre Kompetenzen in den folgenden Bereich als am stärksten ein: Finanzen und Buchhaltung, Supply Chain Management, Marketing, Logistik und

Informationstechnologie. Dabei wurden Kompetenzen in den folgenden Bereichen als für Kleinst- und Kleinunternehmer am wichtigsten betrachtet: Management (72,22%), Kommunikation (61,11%), Teamwork (55,56%), Verhandlungsführung (44,44%), Marketing (38,89%) und Informationstechnologie (11,11%).

II. Feststellung der Lernpräferenzen von Kleinst- und Kleinunternehmern sowie angemessener Lernplattformen und -umgebungen für das Peer-to-Peer-Learning.

Die Auswertung der Umfrageergebnisse zeigt, dass eine Priorisierung der Lern- und Unterstützungsmethoden wie folgt dargestellt werden kann:

- Mentoring gehört zu den vier häufigsten Antworten in Irland, Zypern, Deutschland, Griechenland und Rumänien. Daraus lässt sich schließen, dass Mentoring einer der bevorzugten methodischen Ansätze ist.
- Interaktives Lernen ist in vier von den sechs Partnerländern auf dem zweiten Platz.
- Onlinekurse als Lernplattform sind in Zypern, Griechenland und Rumänien die erste Wahl. In Irland, Deutschland und Italien ist sie die dritte oder vierte Wahl.
- Peer-to-Peer Lernen ist drittplatziert in Irland, Zypern, Italien und viertplatziert in Deutschland. In Griechenland und Rumänien wurde es nicht unter die Top-Antworten gewählt.

Die Ergebnisse zeigen auch, dass die Teilnehmer mit den traditionellen Lernformen zufrieden sind. Bezüglich der Lernressourcen bevorzugten die Teilnehmer Seminare, Webinare, Fallstudien und Arbeitsblätter. Negativ fielen bei der Inanspruchnahme früherer Fort- und Weiterbildungsangebote insbesondere die hiermit in Verbindung stehenden Kosten sowie der Zeitaufwand auf.

Irland

Die Antworten zu Frage 12 zeigen deutlich, dass die Befragten bereit sind zwischen einer und drei Stunden auf einer wöchentlichen Basis für Fort- und Weiterbildungsaktivitäten aufzubringen. Bezüglich der Lern- und Trainingsunterstützung antworteten die Befragten auf die Frage 16, dass Mentoring die Wichtigste ist. Jedoch muss auch angemerkt werden, dass ein großer Anteil der Umfrageteilnehmer, die das Mentoring als bevorzugte Lernunterstützung einstufen, aus dem Essen- und Gastgewerbe stammt. Hierauf folgten die Präferenzen für interaktives Lernen, Peer-to-Peer Lernen, Fallstudien, Onlinekursen und zuletzt von Podcasts. Es kann also festgehalten werden, dass vor allem interaktive Angebote von den Umfrageteilnehmern bevorzugt werden. Des Weiteren trafen die Umfrageteilnehmer auch Aussagen zu Aspekten die sie bei der Inanspruchnahme von Fort- und Weiterbildungsangeboten zu früheren Zeitpunkten negativ wahrgenommen haben. Als am negativsten wahrgenommen stellte sich die Relevanz bzw. Irrelevanz der Kursinhalte, die bei der Ausbildung angeboten wurden, heraus. Des Weiteren wurden die Kosten sowie die Örtlichkeit häufig als negativ wahrgenommen.

Die Antworten auf Frage 23 zeigen, dass es, sofern ein begleiteter im Gegensatz zu einem selbstgesteuerten Lernprozess vorliegt, eine Präferenz zur Begleitung auf Basis extern gelieferter Materialien gibt. Mentoring durch erfahrene Personen war die zweite Wahl, gefolgt vom Peer-to-Peer Lernen. Diese Informationen sind insbesondere insofern wertvoll, als das sie bei der Erstellung der Lernressourcen im Projekt SYNERGY Berücksichtigung finden, um

sicherzustellen, dass die Bedürfnisse der Kleinst- und Kleinunternehmer adressiert werden. Bezüglich der Lernressourcen zeigten die Befragten Präferenzen zu Seminaren und/oder Webinaren. Gefolgt werden diese von Fallstudien, Arbeitsblättern und bereitgestellten Materialien. Dahinter liegen Podcasts und Reden, während Onlinekurse am wenigsten bevorzugt wurden.

Zypern

Wie aus den Antworten der Umfrageteilnehmer hervorgeht, sind Onlinekurse das bevorzugte Lernmedium, gefolgt von Podcast, Peer-to-Peer Lernen und Mentoring. Fallstudien und Interaktives Lernen sind bei den zypriotischen Partnern am unbeliebtesten. Es wird deutlich, dass Kleinst- und Kleinunternehmer eine technische Herangehensweise gegenüber den traditionellen Methoden wie bspw. Fallstudien bevorzugen. Eine mögliche Schlussfolgerung ist, dass dieses Bild durch die nur sehr begrenzte, wöchentliche Verfügbarkeit für face-to-face Fort- und Weiterbildungsangebote begründet ist.

Des Weiteren erklärten die Umfrageteilnehmer, dass das Lernen in der Peer-Group ihre bevorzugteste Methode des angeleiteten Lernens ist. In der Präferenz folgen das Mentoring und Lernen angeleitet durch Experten. Somit zeigten die befragten Kleinst- und Kleinunternehmer eine klare Vorliebe zum Lernen das auf Gegenseitigkeit und Networking beruht. Angeleitete Lernmethoden durch Externe oder professionelle Anbieter konnten hier nicht als präferiert herausgestellt werden.

Unter Anbetracht der Zielsetzungen und des Ansatzes des Projektes SYNERGY, können diese Ergebnisse also als die Projektidee bestärkend gewertet werden, da gerade der Netzwerk-Gedanke unterstützt wird. Wie bereits herausgestellt werden konnte, bevorzugen die Kleinst- und Kleinunternehmer aus Zypern Onlinekurse als Lernressource. Als zweitbeliebteste Lernressourcen konnten Seminare und Webinare herausgestellt werden, gefolgt von Podcasts oder Reden. Fallstudien, Artikel oder Bücher bilden die am wenigsten beliebten Ressourcen zum Wissens- und Kenntniserwerb dar.

Deutschland

Mehr als 75% der deutschen Umfrageteilnehmer stimmten zu, dass sie wöchentlich eine bis drei Stunden Zeit für die Inanspruchnahme von Fort- und Weiterbildungsangeboten zur Verfügung hätten. Die mangelnde inhaltliche Relevanz der Fort- und Weiterbildungsangebote unter Berücksichtigung der tatsächlichen Bedarfe sowie die Kosten zur Inanspruchnahme dieser wurden von den in Deutschland befragten Kleinst- und Kleinunternehmern als kritisch eingeschätzt. Dennoch, trotz dieser eher negativen Einschätzung bzw. diesen Erfahrungen, zeigen die in Deutschland Befragten eine Präferenz für eher traditionelle Lernformate und Fachliteratur. Des Weiteren wurden Seminare, themenspezifische Internetforen, Onlinejournale, Literatur jeglicher Art und Vorlesungen als bevorzugte Lernmethoden angegeben. Auf die Frage nach ihrer bevorzugten Art des begleiteten Lernens gaben die meisten Teilnehmer an, dass sie lieber von einem Experten oder einer erfahrenen Person angeleitet werden würden als am Peer-to-Peer Lernen teilzunehmen. Des Weiteren wurden Seminare, Webinare, Fallstudien und Arbeitsblätter gegenüber Onlinekursen, MOOCs, Podcasts und Gastrednern bevorzugt.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die deutschen Umfrageteilnehmer traditionelle Lernressourcen gegenüber den modernen digitalen Ressourcen sowie selbstgesteuertes

Lernen gegenüber fremdgesteuertem Lernen bevorzugen. Diese Ergebnisse sind für die Herangehensweise von SYNERGY, speziell für die geplanten Wissens-, Expertise-, und Erfahrungsaustauschnetzwerke sowie die Idee des Peer-to-Peer Austausches von Mini-Learning-Format Ressourcen, welche über die entwickelte Onlineplattform bereitgestellt werden, nicht unterstützend.

Griechenland

Unter den griechischen Teilnehmern konnten Onlinekurse, gefolgt von interaktivem Lernen, Fallstudien und Mentoring als bevorzugte methodische Ansätze herausgestellt werden. Peer-to-Peer Lernen und Podcast wurden am wenigsten favorisiert. Die Teilnehmer gaben an, dass sie wöchentlich eine bis drei Stunden für Fort- und Weiterbildungszwecke investieren würden (58,3%). Ein kleinerer Anteil der Befragten (25%) gab sogar an, dass sie drei bis fünf Stunden pro Woche für Fort- und Weiterbildungsaktivitäten aufwenden würden. Negativ wurden bei der früheren Inanspruchnahme von Fort- und Weiterbildungsangeboten die Kosten für die Inanspruchnahme der Angebote, die Relevanz der Kursinhalte, die Örtlichkeit und die methodische Aufbereitung des Inhalts wahrgenommen. Dies gilt ebenso für die Kursgröße und die für die Aktivitäten aufzuwendende Zeit.

Die Befragten gaben ferner an, dass sie im Rahmen des begleiteten Lernens Mentoring als Methode präferieren, gefolgt von der Begleitung durch eine erfahrene Person oder einen Experten. Das Lernen in der Peer-Group, also mit gleichgesinnten und –gestellten, konnte als am wenigstens bevorzugt herausgestellt werden. Als bevorzugte Lernressourcen, können Fallstudien und Arbeitsblätter sowie bereitgestelltes Lernmaterial mit Aufgaben zur eigenen Er- und Ausarbeitung hervorgehoben werden. Darauf folgen Artikel und/oder Bücher, Seminare und/oder Webinare, Onlinekurse und/oder MOOCs und zuletzt Podcast und/oder Reden, wie beispielsweise TED-Talks.

Italien

Die Kleinst- und Kleinunternehmer zeigen ein starkes Interesse an e-Learning Plattformen sowie Onlinekursen, aber auch an Fallstudien. Die Antworten zeigen, dass die italienischen Umfrageteilnehmer selbstgesteuertes Lernen durch Onlineplattformen bevorzugen jedoch Beispiele aus dem realen Leben brauchen, um das Theoretische zu kontextualisieren. Des Weiteren konnten Präferenzen für Podcasts, interaktives Lernen und Peer-to-Peer Lernen als methodische Ansätze herausgestellt werden. Mentoring wurde als unbeliebteste Methode dargestellt. Bezüglich ihrer bevorzugten Lernressourcen gaben die Befragten an, dass sie typischerweise Bücher, Journals, offene Seminare sowie Business Reviews benutzen, um ihr betriebswirtschaftliches Wissen zu stärken. Wenn man die Teilnehmer über ihre Erfahrung und wahrgenommene negative Aspekte bei vorangegangenen Fort- und Weiterbildungsangeboten befragt, gab die Mehrheit an, dass irrelevante Lerninhalte, die Örtlichkeiten und die Kosten der Ausbildung die größten Hindernisse waren. Bezüglich der Zeit, die sie wöchentlich der Fort- und Weiterbildung widmen würden, gab die Mehrheit an, dass sie idealerweise eine bis drei Stunden investieren würden.

Rumänien

Die rumänischen Kleinst- und Kleinunternehmer bevorzugten Onlinekurse als Lernmethode, gefolgt von Podcast, Mentoring und dem Lernen mit Peers. Fallstudien und interaktives Lernen konnten als am wenigsten bevorzugten Methoden herausgestellt werden. Ähnlich wie bei den Kleinst- und Kleinunternehmern der anderen Länder, bevorzugten die rumänischen

Umfrageteilnehmer zwischen einer und drei Stunden auf einer wöchentlichen Basis für Fort- und Weiterbildungsaktivitäten aufzuwenden. 25,53% der Befragten gaben an drei bis fünf Stunden investieren zu wollen; 11,76% wollten mehr als fünf Stunden pro Woche in die Fort- und Weiterbildung investieren und nur 5,88% sagten aus, dass sie weniger als eine Stunde pro Woche für eben diesen Zweck aufwenden können und wollen.

Auf die Frage, welche Art von Lernressourcen bevorzugt genutzt würden, gaben die Umfrageteilnehmer an, dass sie normalerweise Bücher, Onlinekurse, Onlinebücher, Fallstudien, Podcasts, Broschüren und Handbücher benutzen. Negativ wurden bei der früheren Inanspruchnahme von Fort- und Weiterbildungsangeboten vor allem der irrelevante Lerninhalte, die methodische Aufbereitung von ebendiesem, die Kurs- und Klassengrößen sowie die Kursdauer wahrgenommen.

III. Herausstellen von Lernbereichen in denen nur unzureichend Trainingsangebote existieren und somit durch die im Projekt erstellten Mini-Learning-Format Ressourcen adressiert werden müssen.

Hinsichtlich der Ermittlung des Bedarfs an neuen oder weiteren Fort- und Weiterbildungsangeboten erlaubten die Fragen 6 und 15 den Befragten solche betriebswirtschaftlichen Themenbereiche anzuführen in welchen sie sehr und weniger kompetent sind. Sie konnten auch spezifizieren welche Themen für Kleinst- und Kleinunternehmer am wichtigsten sind, um ihre Unternehmen erfolgreich führen zu können.

Aus den Antworten zu den benannten Fragen haben die Projektpartner interessante Schlussfolgerungen bezüglich der wahrgenommenen Bedarfe in der Fort- und Weiterbildung sowie zu der Auffassung von Kleinst- und Kleinunternehmern zur Frage des zum erfolgreichen Führen ihres Unternehmens notwendigen Wissens ziehen können.

Irland

Die Kleinst- und Kleinunternehmer waren zum größten Teil davon überzeugt, dass Kompetenzen im Marketing (73,3) die am wichtigsten und relevantesten seien. Unternehmensstrategie und -wachstum lag auf dem zweiten Platz mit 66,7%. Gefolgt wurde dieses von Finanzen und Buchhaltung mit 40%, Informationstechnologie mit 36,7% und Kapitalbeschaffung mit 33,3% der Antworten. Dahinter folgten Wirtschaftsrecht mit 16,7%, Logistik und Supply Chain Management mit jeweils 10% und zuletzt Verhandlungsführung mit 3,1%. Diese Antworten bieten ein Grundlage um die im Projekt SYNERGY verankerten Mini-Learning-Format Ressourcen weiterzuentwickeln sowie verschiedene Kompetenzen hervorzuheben, die in der Fort- und Weiterbildung adressiert werden müssen, um die europäische Business Community besser zu unterstützen. Somit kann hervorgehoben werden, dass qualitatives Training in den Bereichen Marketing, Unternehmensstrategie und -wachstum, Kommunikation, Networking und Finanzen und Buchhaltung bei aktuellen Fort- und Weiterbildungsangeboten in Irland unzureichend berücksichtigt werden.

In Bezug auf die Feststellung der Bedarfe in der Fort- und Weiterbildung wurden die Umfrageteilnehmer in Frage 14 gebeten ihr Wissen und ihre Kenntnisse, die sie in verschiedenen Geschäftsbereichen haben, einzuschätzen. Die Befragten stufen ihre betriebswirtschaftlichen Kenntnisse von einem bestimmten Fachbereich auf einer Skala von 1 (schlecht) bis 7 (exzellent) ein. Marketing wurde von den Teilnehmer als der Bereich

ausgewählt, in dem am meisten Wissen und Kompetenzen vorliegen, gefolgt von den Bereich der Informationstechnologie, Logistik, Unternehmensstrategie und -wachstum und Finanzen und Buchhaltung. In den Bereichen des Supply Chain Managements und Wirtschaftsrechts liegt den Ergebnissen zu folge das wenigste Wissen bzw. liegen die am wenigsten ausgeprägten Kompetenzen vor. Diese Ergebnisse zeigen in welchen Bereichen die Kleinunternehmen viel und wenig Wissen haben und wo Bedarfe für Fort- und Weiterbildungsangebote bestehen.

Zypern

Den Antworten der Kleinst- und Kleinunternehmer zufolge, die an der Umfrage teilgenommen haben, ist die Informationstechnologie der Bereich in dem der größte Trainingsbedarf besteht, da diese den niedrigsten Platz eingenommen hat. Dies könnte durch die demographischen Charakteristika der Teilnehmer begründet sein. Die Mehrheit ebendieser war zwischen 30 und 49 Jahren alt, wodurch unterstellt werden kann, dass keine hohe technische Affinität vorliegt. Die Bereiche in denen sie sich am besten auskennen sind das Supply Chain Management, Finanzen und Buchhaltung sowie Wirtschaftsrecht und in geringerem Maße Unternehmensstrategie und -wachstum, Logistik und Marketing. Die Ergebnisse zeigen, dass dank unterschiedlichen Kompetenzen und Fachkenntnissen der Kleinst- und Kleinunternehmer in Zypern, das Projekt SYNERGY und insb. die entwickelte Onlineplattform zu einem fruchtbaren Austausch verschiedensten Wissens und Kompetenzen innerhalb der Kleinst- und Kleinunternehmer beitragen kann.

Die Kleinst- und Kleinunternehmer wurden des Weiteren gefragt, in welchen Bereichen Wissen und Kompetenzen zur erfolgreichen Unternehmensführung am wichtigsten seien. Das Wissen hierüber soll die Entwicklung der Mini-Learning-Format Ressourcen insofern beeinflussen als das diese die tatsächlichen Bedarfe der Zielgruppe aufnehmen. Den Angaben der Umfrageteilnehmer zufolge sind die drei wichtigsten Kompetenzen, die während der Fort- und Weiterbildung entwickelt werden sollten und momentan durch die bestehenden Angebote nicht ausreichend abgedeckt werden: Unternehmensstrategie und -wachstum (57,14%), Marketing (47,62%) sowie Kommunikation und Networking (38,10%). Gefolgt wurden diese von Finanzen und Buchhaltung (33,33%), Kapitalbeschaffung (33,33%), Supply Chain Management (28,81%) und Informationstechnologie (28,57%). Als weniger wichtig wurden nach den Angaben der Umfrageteilnehmer Verhandlungsführung mit 19,05% und Logistik mit 14,29% eingeschätzt.

Deutschland

Die Umfrageteilnehmer wurden gebeten drei Bereiche anzugeben, die für Kleinst- und Kleinunternehmen am wichtigsten seien und bei denen sie das Gefühl haben, dass diese in der Fort- und Weiterbildung nicht hinreichend Berücksichtigung finden. Die folgenden Bereiche wurden angegeben: Unternehmensstrategie und -wachstum (56,52%), Kommunikation und Networking (52,17%) sowie Marketing (47,83%). Kompetenzen in den Bereichen Logistik (8,7%) und Supply Chain Management (4,35%) wurden als am wenigsten wichtig eingeschätzt. Obwohl diese Bereiche als die wichtigsten hervorgehoben wurden, ist darauf hinzuweisen, dass diese den Angaben der Kleinst- und Kleinunternehmerbezüglich ihre stärksten Kompetenzen entsprechen (Frage 6). Dies zeigt, dass die Kleinst- und Kleinunternehmer am stärksten in der Kommunikation (86,96%), Teamwork (86,61%), Marketing (65,22%) und allgemeinem Management (60,87%) sind. Jedoch deuten die Resultate nicht darauf hin, dass, obwohl es Lücken beim Supply Chain Management oder

Wirtschaftsrecht gibt, eine Intervention nötig sei. Dies kann beispielsweise auf eine Einschätzung dieser Bereich als nur wenig wichtig für den unternehmerischen Alltag hinweisen.

Basierend auf diesen Resultaten wird empfohlen, dass sich die professionellen Fort- und Weiterbildungsanbieter nicht nur auf die Bereiche, die in den Fragen 6 und 15 angegeben wurden, konzentrieren. Es ist ebenso wichtig, auch Themen wie Verhandlungsführung, Finanzen, Steuern und Buchhaltung zu fokussieren, da die Nachfrage hierfür nicht innerhalb der Unternehmer-Gemeinschaft gedeckt werden kann. In diesem Kontext wird als Herangehensweise vorgeschlagen, die professionellen Fort- und Weiterbildungsanbieter in der Rolle als Organisator oder Vermittler von Lernprozessen anzusehen. Dieser Ansatz baut auf der Idee auf, dass die Kompetenzen, die es Bedarf um ein Unternehmen erfolgreich zu führen schon vorhanden sind aber für Fort- und Weiterbildungszwecke noch genutzt und vorbereitet werden müssen. Deshalb sollte eine Betrachtung der Rolle der Fort- und Weiterbildungsanbieter weg vom Wissensanbieter hin zum Vermittler Berücksichtigung finden.

Griechenland

Die Teilnehmer gaben an, dass Kompetenzen im Marketing (83,3%) als für sie als Kleinst- bzw. Kleinunternehmer am wichtigsten anzusehen seien, gefolgt von Unternehmensstrategie und -wachstum (66,7%) sowie Kommunikation und Networking (66,7%), Kapitalbeschaffung (41,7%) und Finanzen (37,5%). Verhandlungsführung (29,2%), Informationstechnologie (12,5%), Supply Chain Management (8,3%), Logistik (4,2%), und Wirtschaftsrecht (4,2%).

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Teilnehmer einige Kompetenzen für sich selbst als nicht wichtig einstufen. Gleichzeitig sind sie in diesen Bereichen nicht selbstsicher bezüglich der tatsächlichen Ausprägung der Kompetenzen. Es wird deshalb geschlussfolgert und empfohlen, dass die entsprechenden Bereiche als solche anzusehen sind in denen es weiterer oder neuer Fort- und Weiterbildungsangebote bedarf.

Italien

Ähnlich der Kleinst- und Kleinunternehmer in den anderen Partnerländern erachten ebendiese in Italien die folgenden Bereich als besonders wichtig: Unternehmensstrategie und -wachstum (78,6%), Kommunikation und Networking (57,1%) sowie Marketing (50%). Ebenfalls scheint es typisch, dass die Teilnehmer als Stärken Kommunikation (64,3%), Teamwork (57,1%) und allgemeines Management (57,1%) angaben. Dies zeigt, dass die Kleinst- und Kleinunternehmer die Kompetenzen, die sie besitzen als am wichtigsten einstufen, um ein Unternehmen erfolgreich zu führen. Obwohl dies nicht die Lücken in der Fort- und Weiterbildung aufzeigt, lässt ich hieraus schließen, dass Kommunikation und Networking und Business Management spezielle Kompetenzen sind, die diese Unternehmer besitzen und von denen 85,7% bereit wären diese über das SNYERGY Netzwerk resp. die Online Plattform zu teilen. Es wird somit empfohlen, Lernressourcen i. S. d. Mini-Learning-Formats für die Bereiche zu gestalten in denen den Kleinst- und Kleinunternehmern Kompetenzen fehlen, sprich in den Bereichen Finanzen (7,1%), Verhandlungsgeschick (14,3%) und Marketing (21,4%).

Rumänien

Um neue Materialien für die Fort- und Weiterbildungsangebote entwickeln zu können, wurden die Teilnehmer darum gebeten, die drei wichtigsten Kompetenzen für Unternehmensbesitzer und -führer der Priorität nach anzugeben. Die Ergebnisse zeigen, dass die rumänischen Kleinst- und Kleinunternehmer Networking (70,59%) als die wichtigste Kompetenz für angegeben haben. Gefolgt wurde diese von Marketing (64,71%), Unternehmensstrategie und -wachstum (59,94%), Verhandlungsführung (35,29%) Logistik (23,53%), Kapitalbeschaffung (23,53%), Wirtschaftsrecht und Supply Chain Management mit jeweils (11,76%) und als die unwichtigsten Kompetenzbereiche wurden Finanzen und Buchhaltung (5,88%) erachtet.

Die sechste Frage zielte darauf ab, jene Bereiche herauszustellen, in denen die Umfrageteilnehmer ihre Kompetenzen als besonders stark einschätzen und welche sie alltäglich in ihrem Arbeitsalltag als Unternehmer benötigen. Die Mehrheit der Teilnehmer gab Management (85,21%) als den wichtigsten Bereich an. Gefolgt wurde dieser von Kommunikation und Teamwork (mit jeweils 57,89%), Marketing (52,63%), Verhandlungsführung (36,84%), Informationstechnologie (21,05%), Personalwesen und Finanzen (mit jeweils 15,79%). Hier zeigt sich erneut, dass die als am wichtigsten eingeschätzten Kompetenzen, um ein Unternehmen zu führen, auch jene Kompetenzen sind in denen die Umfrageteilnehmer sich am stärksten einstufen. Dies ist speziell der Fall für Business Management, Kommunikation und Marketing. Bereiche in denen die Umfrageteilnehmer sich als weniger stark einstufen, wie Finanzen und Buchhaltung, wurden auch als Bereiche eingestuft, die zum Führen eines Unternehmens weniger wichtig zu sein scheinen. Dies ist ein allgemeiner Trend, der in allen Stichproben beobachtet werden konnte.

IV. Identifizierung bereits existierender Kompetenzen innerhalb der Kleinst- und Kleinunternehmen, die als Informationsgrundlage bei der Gestaltung des Train-the-Trainer Programms benutzt werden können, um sicher zu stellen, dass die Kompetenzen, die innerhalb des Fort- und Weiterbildungssektors entwickelt werden, auch die Bedürfnisse der Unternehmen widerspiegeln.

Bei allen sechs beteiligten Partnern, welche die Umfrage mit lokalen Kleinst- und Kleinunternehmen durchgeführt haben, konnten, konsolidiert, die folgenden Kompetenzen als die bedeutendsten identifiziert werden (Frage 14):

- Informationstechnologie
- Finanzen und Buchhaltung
- Unternehmensstrategie und -wachstum.
- Marketing
- Supply Chain Management
- Wirtschaftsrecht (nur in Zypern als Stärke angegeben)
- Logistik (nur in Zypern als Stärke angegeben)

Diese Kompetenzen können als Grundlage zur Entwicklung des Train-the-Trainer Curriculums herangezogen werden, da es im Interesse der Kleinst- und Kleinunternehmer ist mit den Fort- und Weiterbildungsanbietern zusammenzuarbeiten, um die Qualität und den Inhalt von zielgruppenspezifischer Fort- und Weiterbildung zu verbessern. Dies wird durch die Micro-Social-Networks ermöglicht, in denen Vertreter der Fort- und Weiterbildungsanbieter sowie

der Kleinst- und Kleinunternehmer zusammen an der Weiterentwicklung von Lernressourcen arbeiten.

Empfehlungen

Unter Berücksichtigung der Antworten aller Umfrageteilnehmer in den sechs verschiedenen Partnerländern, können die folgenden Empfehlungen zur Gestaltung und Entwicklung des Induction to Pedagogy, welche die Kleinst- und Kleinunternehmer adressiert, das Train-the-Trainer Curriculum, welches für Fort- und Weiterbildungsanbieter entwickelt wird, sowie der Mini-Learning-Format Ressourcen, welche sowohl von ersteren wie auch letzteren in verschiedenen Settings genutzt werden können, ausgesprochen werden.

1. Die Kleinst- und Kleinunternehmer gaben mehrheitlich an, dass sie für die Ausbildung wöchentlich eine bis drei Stunden investieren könnten und würden. Neue Fort- und Weiterbildungsangebote sollten sich entsprechend an dieser Vorgabe orientieren.
2. Die folgenden Bereiche wurden in den Umfragen aller Länder als am wichtigsten zur erfolgreichen Unternehmensführung identifiziert. Sie sollten damit priorisiert bei der Gestaltung und Entwicklung neuer Fort- und Weiterbildungsangebote berücksichtigt werden.
 - a. Management
 - b. Marketing
 - c. Kommunikation
 - d. Teamwork
 - e. Verhandlungsführung

Des Weiteren gaben die Umfrageteilnehmer an, dass sie über Kompetenzen in den Bereichen Unternehmensstrategie und -wachstum, Marketing, Kommunikation und Networking verfügen.

3. Ebenso konnte bezüglich der folgenden Bereiche ein großer Mangel an Fort- und Weiterbildungsangeboten für den Kleinst- und Kleinunternehmenssektor identifiziert werden. Wie bereits in vorangehend erwähnt, sind viele der Themen, die die Umfrageteilnehmer als wichtig für andere Kleinst- und Kleinunternehmer sowie -gründer einstufen, auch die Bereiche in denen sie bereits gute Kompetenzen ausgebildet haben. Eine mögliche Schlussfolgerung wäre, dass sie ihre eigenen Kompetenzen für wichtig empfinden, da sie diese ausgebildet haben, um ihr Unternehmen erfolgreich zu führen. In diesem Sinne interpretierten die Projektpartner die Ergebnisse so, dass die Fort- und Weiterbildungsbedarfe in den Bereichen liegen, in denen die Kleinst- und Kleinunternehmer in der Umfrage die am wenigsten stark ausgeprägten Kompetenzen und Fachkenntnisse angegeben haben. Hieraus folgt, dass der Bedarf an Fort- und Weiterbildungsangeboten vor allem in den folgenden Bereichen vorliegt:
 - a. Wirtschaftsrecht
 - b. Logistik
 - c. Supply Chain Management

Während dies die allgemeinen Umfrageergebnisse sind, kann im Einzelnen angemerkt werden, dass Unternehmer in Italien ihre Kompetenzen im Bereich Marketing und in

Deutschland im Finanzbereich am schwächsten einschätzen. Diese Defizite könnten durch Peer-to-Peer Learning und durch die Zusammenarbeit, die durch die Micro-Social-Networks ermöglicht werden kann, adressiert werden, da beispielsweise die Unternehmer aus Rumänien und Irland ihre Kompetenzen in den Bereichen Marketing und Finanzen als stärker einschätzen.

4. Ein bedeutendes, allgemeines Ergebnis der Umfrage ist, dass Kleinst- und Kleinunternehmer dazu bereit sind Informationen, Kompetenzen und Wissen mit anderen zu teilen (81% auf kostenfreier Basis), was auch durch die Anzahl von Unternehmen wiedergespiegelt wird, die bereits an solchen Aktivitäten teilnehmen. Vor dem Hintergrund des Projekt Gedankens ist dies ein sehr positives Ergebnis, da es die Orientierung der Zielgruppe hin zu ebendiesem zeigt.
5. Das Format und die Art der Trainings- und Lernressourcen, welche die Kleinst- und Kleinunternehmer bevorzugen, variierten innerhalb des Konsortiums sehr stark. In Anlehnung an die Auswertung der Umfrageergebnisse konnten folgende Unterstützungs- und Lernmethoden priorisiert werden:
 - a. Mentoring gehört zu den vier am besten eingestuften Methoden in Irland, Zypern, Deutschland, Griechenland und Rumänien. Es ist somit eine der absolut bevorzugten methodischen Ansätze.
 - b. Interaktives Lernen ist auf den zweiten Platz in vier der sechs Partnerländer.
 - c. Onlinekurse sind in Zypern, Griechenland und Rumänien als am meisten präferiert eingestuft worden. In Irland, Deutschland und Italien sind diese etwas weiter hinten an dritter oder vierter Stelle.
 - d. Peer-to-Peer Learning ist in Irland, Zypern und Italien drittplatziert. In Deutschland ist es auf dem vierten Platz. In Griechenland und Rumänien gehört es nicht zu den präferierten Lernformaten.

Die Ergebnisse zeigen des Weiteren, dass traditionelle Lernformate immer noch von vielen der Umfrageteilnehmer gerne genutzt werden. Dies gilt insbesondere für Deutschland. So zeigen die Ergebnisse hier, dass klassische Kurs- oder Klassenraum bezogene Fort- und Weiterbildungen Online Angeboten vorgezogen werden. Auch zeigt sich hier, dass die Umfrageteilnehmer einen durch Experten gesteuerten Lernprozess einem selbstgesteuerten mit ihren Peers vorziehen. Diese Ergebnisse sind insbesondere deshalb wichtig, als dass sie bei der Implementation der verschiedenen Curricula Berücksichtigung finden müssen.

Bezüglich der Lernressourcen, bevorzugten die Teilnehmer Business-Seminare und Webinare, Fallstudien und Arbeitsblätter. Bei der früheren Inanspruchnahme von Fort- und Weiterbildungsangeboten wurden der hiermit verbundene Kosten- und Zeitaufwand als negativ wahrgenommen.