

Staatssekretariats für Bildung, Forschung und Innovation SBFI

Euresearch Evaluation



GfK Switzerland

Auskünfte

Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation SBFI
Einsteinstrasse 2, CH-3003 Bern
Tel. +41 58 462 83 85, raphael.misteli@sbfi.admin.ch
www.sbfi.admin.ch

Impressum

Herausgeber: Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation SBFI
Autoren: Dr. Corinne Igel, Carola Eichmann, Markus Zumbühl, GfK Switzerland
Sprache: Deutsch

Inhaltsverzeichnis

Management Summary	7
1 Einleitung	10
1.1 Ausgangslage	10
1.2 Fragestellung und Zielsetzungen	11
2 Methoden und Vorgehen	11
2.1 Methoden	11
2.1.1 Deskresearch	11
2.1.2 Quantitative Befragung der Kunden von Euresearch	11
2.1.3 Stakeholder Interviews	11
2.1.4 Semi-qualitative Nachbefragung	12
2.2 Vorgehen: Fünf Evaluationsschritte	12
3 Aufbau von Euresearch, Leistungsauftrag und Steuerungsinstrumente	14
3.1 Methodisches Vorgehen	14
3.1.1 Dokumentenanalyse	14
3.1.2 Stakeholderinterviews	14
3.2 Überblick Organisation Euresearch	15
3.2.1 Verein und Organe	15
3.2.2 Euresearch Netzwerk	15
3.2.3 Kunden- und Ressourcenverteilung	17
3.2.4 Operative Neuerung im Rahmen der Masseneinwanderungsinitiative (MEI)	19
3.3 Inhalte des Leistungsauftrags	20
3.4 Bewertung der Steuerungsinstrumente	21
3.4.1 Leistungsauftrag	21
3.4.2 Strategieplanung	21
3.4.3 Geschäftsbericht 2014	22
3.4.4 Zwischenbericht	22
3.4.5 Steuerungsausschuss	22
4 Umsetzung des Leistungsauftrags aus Sicht der Stakeholder	23
4.1 Methodisches Vorgehen und Stichprobe Stakeholder	23
4.1.1 Methode, Interviewdauer und Leitfaden	23
4.1.2 Definition und Struktur der Stichprobe	24
4.2 Erfüllung des Leistungsauftrages aus Sicht der Stakeholder	25
4.2.1 Erfüllung der einzelnen Bestandteile des Leistungsauftrages	25
4.3 Zusammenarbeit im Euresearch Netzwerk	29
4.3.1 Head Office (HO) und Regional Offices (RO)	29
4.3.2 Neue Akteure im Netzwerk: Contact Points (CP)	31
4.3.3 National Contact Points (NCP)	34
4.3.4 SBFI und Euresearch	35
4.4 Ausblick: Weiterentwicklung von Euresearch	38
4.4.1 Weiterentwicklung Strukturen innerhalb des Netzwerkes	38
4.4.2 Messung der Leistung von Euresearch anhand von KPIs	39
5 Ergebnisse der Kundenbefragung	40
5.1 Methodisches Vorgehen und Erhebungsablauf	40
5.1.1 Hauptbefragung	40
5.1.2 Nachbefragung	42
5.2 Merkmale der Befragten und deren Institution	43
5.3 Bekanntheit	47
5.4 Kontakt mit Euresearch	49
5.4.1 Ergebnisse der Hauptbefragung	49
5.4.2 Ergebnisse der Nachbefragung	52

5.5	Kundenzufriedenheit und -bedürfnisse.....	55
5.5.1	Ergebnisse der Hauptbefragung	55
5.5.2	Ergebnisse der Nachbefragung	70
5.6	Wirkung.....	72
6	Synthese	74
6.1	Steuerungsinstrumente	74
6.1.1	Zusammenfassung.....	74
6.1.2	Handlungsempfehlungen	74
6.2	Zusammenarbeit im Netzwerk.....	75
6.2.1	Zusammenfassung.....	75
6.2.2	Handlungsempfehlungen	76
6.3	Struktur von Euresearch.....	76
6.3.1	Zusammenfassung.....	76
6.3.2	Handlungsempfehlungen	77
6.4	Erfüllung der zentralen Leistungskriterien: Motivation, Information, Beratung.....	77
6.4.1	Zusammenfassung.....	77
6.4.2	Handlungsempfehlungen	79
6.5	Sonderfall 2014: Annahme der Masseneinwanderungsinitiative	80
6.5.1	Zusammenfassung.....	80
6.5.2	Handlungsempfehlungen	81
7	Anhang	82
7.1	Erhebungsablauf Online Befragung	82
7.2	Leitfaden Stakeholderinterviews	83
7.3	Online Fragebogen (Haupterhebung)	87
7.4	Fragebogen Nachbefragung.....	98
7.5	Weitere Auswertungen	100
7.6	Bibliographie.....	102

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 2.2.1 Fünf Evaluationsschritte	12
Abbildung 3.2.1 Netzwerk Euresearch	15
Abbildung 3.2.2 Kundensegmente Euresearch	17
Abbildung 3.2.3 Regionale Verteilung der Euresearch Kunden	18
Abbildung 5.1.1 Themen Hauptbefragung	40
Abbildung 5.1.2 Themen Nachbefragung	42
Abbildung 5.2.1 Forschungsfeld	43
Abbildung 5.2.2 Position im Forschungsnetzwerk	43
Abbildung 5.2.3 Höchste Funktion in einem Forschungsnetzwerk	44
Abbildung 5.2.4 Teilnahme an der Erstellung eines Antrages	44
Abbildung 5.2.5 Projektteilnahme	45
Abbildung 5.2.6 Teilnahme an den Programmen von Horizon 2020	46
Abbildung 5.2.7 Teilnahme an den Programmen des 7. Forschungsrahmenprogramms	46
Abbildung 5.3.1 Bekanntheit Euresearch und andere Organisationen	47
Abbildung 5.3.2 Bekanntheit öffentliche Forschungsförderungen	48
Abbildung 5.4.1 Kontakt mit Euresearch	49
Abbildung 5.4.2 Gründe für Nicht-Kontakt	50
Abbildung 5.4.3 Kontaktart	50
Abbildung 5.4.4 Finden der geeigneten Kontaktperson	51
Abbildung 5.4.5 Unterschiede zwischen den einzelnen Euresearch Abteilungen	52
Abbildung 5.4.6 Kompetenzen der einzelnen Euresearch Abteilungen	53
Abbildung 5.4.7 Erfahrungen mit der Kontaktaufnahme	54
Abbildung 5.5.1 Informations- und Unterstützungsbedürfnis FRP	55
Abbildung 5.5.2 Zusätzlich gewünschte Dienstleistungen Teilassoziiierung – Top 10	56
Abbildung 5.5.3 Unterstützungsbedarf zu verschiedenen Zeitpunkten	57
Abbildung 5.5.4 Allgemeine Einschätzung der Leistung von Euresearch	58
Abbildung 5.5.5 Leistungsbewertung nach verschiedenen Kriterien	59
Abbildung 5.5.6 Bewertung der Qualität der Produkte und Dienstleistungen	60
Abbildung 5.5.7 Bewertung der Nützlichkeit der Produkte und Dienstleistungen, Vergleich mit der Bewertung der Qualität	61
Abbildung 5.5.8 Handlungsportfolios: Erkennen von Stärken & Schwächen	62
Abbildung 5.5.9 Handlungsportfolio: Alle befragten Kunden	63
Abbildung 5.5.10 Handlungsportfolio: Uni, ETHs und FHs	64
Abbildung 5.5.11 Handlungsportfolio: KMU	64
Abbildung 5.5.12 Handlungsportfolio: Wissenschaft und Technik	66
Abbildung 5.5.13 Handlungsportfolio: Geistes- und Sozialwissenschaften	67
Abbildung 5.5.14 Weitere gewünschte Dienstleistungen Top 10	67
Abbildung 5.5.15 Koordinatorenfunktion	68
Abbildung 5.5.16 Nichteinreichung eines Antrages	69
Abbildung 5.5.17 Gründe Nichteinreichung eines Antrages	69
Abbildung 5.6.1 Wirkung Antragssteller	72
Abbildung 5.6.2 Wirkung Projektteilnehmer	73
Abbildung 7.1.1 Anteile der realisierten Interviews (in Prozent) im Zeitverlauf	82

Tabellenverzeichnis

Tabelle 3.1.1 Übersicht Steuerungsinstrumente	14
Tabelle 3.2.1 Regionale Ressourcenverteilung	19
Tabelle 3.3.1 Zentrale Inhalte des Leistungsauftrags 2014-2016.....	20
Tabelle 4.1.1 Verteilung nach Methode	23
Tabelle 4.1.2 Übersicht Stichprobe Stakeholder.....	24
Tabelle 7.1.1 Grundgesamtheit und Stichprobe.....	82
Tabelle 7.5.1 Bedürfnisse Teilassoziierung (Offene Frage 18.1).....	100
Tabelle 7.5.2 Weitere gewünschte Dienstleistungen (Offene Frage 18.2)	101

Management Summary

Die Schweiz nimmt seit 1987 an den Forschungsrahmenprogrammen der EU (FRP) teil. Diese ermöglichen den Schweizer Forschenden Zugang zu EU-Forschungsgeldern. Anlässlich des 7. Forschungsrahmenprogramms (FRP 7; 2007-2013) sind rund 1'560 Mio. CHF (Stand 2012) an Fördermitteln in die Schweiz geflossen. Sowohl Forschende aus Hochschulinstitutionen als auch aus der Privatwirtschaft profitieren von diesen Mitteln.

Das Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation (SBFI) vertritt die Schweiz auf politischer und strategischer Ebene, während die operative Informationsvermittlung durch Euresearch vorgenommen wird. Dieses Informationsnetzwerk informiert und berät die Schweizer Forschenden in Bezug auf eine Teilnahme an den FRP. Euresearch wird durch das SBFI finanziert und mandatiert. Die Beauftragung des Vereins Euresearch ist in einem Leistungsauftrag vertraglich geregelt. Der aktuelle Leistungsauftrag läuft 2016 aus.

Die vorliegende Evaluation des Vereins Euresearch dient der Vorbereitung einer allfälligen WTO-Ausschreibung zur Vergabe eines neuen Leistungsauftrages und basiert auf einer Dokumentenanalyse, den Ergebnissen von Stakeholderinterviews, der online Befragung von 2'162 Euresearch Kunden sowie einer semi-qualitativen Nachbefragung ausgewählter Kunden. In der Folge werden die wichtigsten Evaluationsergebnisse sowie die Handlungsempfehlungen zusammengefasst dargestellt.

Zusammenfassung der Ergebnisse

Die **Steuerungsinstrumente** (Leistungsauftrag, Strategieplanung, Geschäftsbericht und Steuerungsausschuss) sind gut entwickelt. In Bezug auf die Definition messbarer Leistungskriterien besteht Optimierungspotential.

Die **Zusammenarbeit im Netzwerk** wird von den Stakeholdern als gut bewertet. Die gemeinsame Arbeit wird als kollegial und gegenseitig unterstützend wahrgenommen. Als Stärken werden die hohe fachliche Kompetenz und das Fachwissen der Mitarbeiter in Bezug auf die FRP und die Forschungssuche identifiziert. Die Contact Points sind noch weniger gut in das Netzwerk integriert.

Die **Struktur von Euresearch** ist breit aufgestellt, was von den Stakeholdern grundsätzlich als positiv bewertet wird. Die Angliederung der National Contact Points (NCP) an das Head Office wird kontrovers diskutiert, aber grundsätzlich als sinnvoll erachtet: Die NCP können sich so gut austauschen und behalten ihre Neutralität. Eine stärkere Unterstützung der Regional Offices durch die NCP ist von Seiten der Regional Offices erwünscht.

Die Strukturen der Contact Points mit den neuen Untermmandaten für FH und KMU sind noch nicht vollständig ausgereift.

Die **Leistungskriterien Motivation, Information und Beratung** werden aus Stakeholdersicht gut durch Euresearch erfüllt. Auch die Kunden bewerten die Leistungen in diesen 3 Dimensionen mehrheitlich als gut. Wobei Euresearch von Kunden, die weniger stark in das Netzwerk involviert sind (kein Kontakt mit Euresearch, noch kein FRP-Projekt realisiert oder Antrag erfasst), schlechter bewertet wird.

Besonders gut beurteilt werden praktische, antragsspezifische Dienst- und Beratungsleistungen und die Kunden schätzen die hohe fachliche Kompetenz der Euresearch Mitarbeiter, deren Zuverlässigkeit sowie die Aktualität der zur Verfügung gestellten Informationen. Klares Optimierungspotential besteht bei den beiden Dienstleistungen "basic information and training on European RDI opportunities" und "legal and financial training".

Die Kontaktaufnahme mit Euresearch läuft für eine grosse Mehrheit der Befragten reibungslos, lediglich 9 Prozent berichten über Schwierigkeiten.

Die Bekanntheit der Forschungsrahmenprogramme, COST und EUREKA ist bei den jeweiligen Zielgruppen hoch. 93 Prozent der befragten Kunden kennen die Forschungsrahmenprogramme, 80 Prozent der ETHs kennen COST und die Bekanntheit von EUREKA liegt bei den befragten KMU bei 70 Prozent. Weniger häufig bekannt ist das Enterprise Europe Network mit einer Bekanntheitsrate von 42 Prozent bei den Privatunternehmen. Dies zeigt, dass der Leistungsauftrag im Bereich Information für die Euresearch Kunden gut umgesetzt wird.

Die Information und Motivation durch Euresearch zu den Möglichkeiten der Übernahme einer Koordinatorenfunktion wird von den befragten Kunden kritisch eingeschätzt. Gleichzeitig gibt eine Mehrheit von 70% der Befragten an, dass diese Funktion für die persönliche Entwicklung und die Karrieremöglichkeiten der Forschenden wichtig ist.

Während die Qualität der Leistungen von Euresearch von den Projektteilnehmern und Antragsstellern generell als gut bewertet wird, wird die Wirkung oftmals als eher moderat eingeschätzt.

Sowohl die Stakeholder als auch die Kunden beurteilen den Umgang Euresearchs mit den **Auswirkungen der Annahme der Masseneinwanderungsinitiative** als erfolgreich. Die initiierten Informations- und Beratungsleistungen konnten die neu entstandene Unsicherheit gut abfedern. Aus Stakeholdersicht war die Reaktionszeit teilweise etwas verzögert und auch die Kunden wünschen sich vor allem regelmässige, zeitnahe und klare Informationen insbesondere auch zu Teilnahmeberechtigung und -bedingungen.

Handlungsempfehlungen

Aus den Evaluationsergebnissen lassen sich folgende zentrale Handlungsempfehlungen ableiten:

- Die Definition der Leistungskriterien vor allem auf der Wirkungsebene sowie deren Messung sollten überprüft werden. Wir empfehlen kontinuierliche Messungen auf Mikroebene, z.B. anhand regionaler, zielgruppen- und dienstleistungsspezifischer Evaluationen.
- Eine klare Differenzierung der verschiedenen Kundengruppen sollte in Betracht gezogen werden. Dies ermöglicht eine Überprüfung der Prioritäten und einen zielgerichteten Einsatz der vorhandenen Mittel.
- Es stellt sich die Frage, inwiefern das Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation sowie die Regional Offices stärker in die Strategieplanung miteinbezogen werden können und sollen.
- Die wenig hierarchische und flexible Organisationsstruktur des Netzwerkes ist zentral für dessen Leistungsfähigkeit. Dies sollte bei strukturellen Anpassungen berücksichtigt werden. Gleichzeitig besteht die Gefahr, dass die Zuständigkeiten nicht immer eindeutig zuzuordnen sind. Vor allem in Bezug auf die Einarbeitung neuer Mitarbeiter besteht hier Optimierungspotential. Ausserdem gilt es Doppelspurigkeiten zwischen dem Head Office und den Regional Offices zu vermeiden.
- Das Profil der Contact Points sollte geprüft und geschärft werden. Wichtige Themen sind dabei eine klare Aufgabendefinition und Definition der Zielgruppe sowie die Prüfung des Namens (Verwechslungsgefahr mit den National Contact Points).
- Die beiden Angebote „basic information and training on European RDI opportunities“ und „legal and financial training“ sollten sowohl in Bezug auf die Inhalte als auch auf die anzusprechende Zielgruppe kritisch geprüft werden.
- Die Zielgruppen KMU und Kunden aus den Geistes- und Sozialwissenschaften benötigen weiterhin besondere Aufmerksamkeit. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die KMUs oftmals über knappe

finanzielle und zeitliche Mittel verfügen und auf ein proaktives Vorgehen von Euresearch angewiesen sind. Die aktuelle Situation der Forschenden aus den Geistes- und Sozialwissenschaften sollte erörtert und gegebenenfalls die nötigen Ressourcen vorgesehen werden.

- Eine klare Stärke von Euresearch ist die persönliche und kompetente Beratung der Forschenden durch die Mitarbeiter. Diese Stärke sollte gepflegt und auch bei neuen Mitgliedern im Netzwerk weiter ausgebaut werden.
- Die Möglichkeiten Euresearchs in Bezug auf die Information und Motivation der Kunden bei Übernahme einer Koordinatorenfunktion durch die Forschenden sollte überprüft werden.
- Um zukünftige Herausforderungen in Bezug auf die veränderte Situation nach Annahme der Masseneinwanderungsinitiative weiterhin gut zu meistern, sind zeitnahe und regelmässige Informationsleistungen wichtig. Die hierfür nötigen Prozesse und Strukturen sollten identifiziert und gestärkt werden.

1 Einleitung

1.1 Ausgangslage

Der Informationsdienst Euresearch wurde 2004 als Verein mit dem Ziel gegründet, Schweizer Forschende bei ihrer Beteiligung an den Europäischen Forschungsrahmenprogrammen (FRP) zu unterstützen. Beauftragt wird der Verein Euresearch durch das Staatssekretariat für Wirtschaft, Bildung und Innovation (SBFI).

Die **Europäischen Forschungsrahmenprogramme** haben eine langjährige Tradition in der Europäischen Union und gelten als wichtiges Element zur Umsetzung einer gemeinschaftlichen Wissenschafts- und Innovationspolitik. Die ersten FRPs starteten 1984 und wurden bis 2006 mit einer vier- bis fünfjährigen Laufzeit durchgeführt. Seit dem 7. FRP (2007-2014) dauern die Programme jeweils sieben Jahre. Horizon 2020 ist das 8. FRP und startete 2014. Es umfasst ein Gesamtbudget von 80 Milliarden Euro. Die Finanzierung der FRP erfolgt durch die Mitgliedstaaten der EU und die an die FRP assoziierten Staaten.

Wichtiges Merkmal der FRP ist die grenzüberschreitende Förderung der Forschungstätigkeiten. Die Europäische Kommission publiziert Ausschreibungen zu bestimmten Forschungsthemen (so genannte Calls). Die Anträge für die Projekte werden in der Regel durch eine Gemeinschaft aus Forschenden aus mehreren Mitgliedstaaten der EU eingereicht.

Während den ersten fünf FRP war die Schweiz als Nichtmitglied der EU im Drittlandstatus und verfügte nicht über die gleichen Rechte und Pflichten wie die restlichen teilnehmenden EU-Staaten oder assoziierten Staaten. Die Finanzierung erfolgte direkt durch den Bund. Seit 2004 wurde durch ein bilaterales Abkommen mit der EU die volle Assoziierung der Schweiz erzielt (6. FRP und 7. FRP).

Die **Annahme der Masseneinwanderungsinitiative** durch das Schweizer Stimmvolk am 9. Februar 2014 hatte Konsequenzen für die laufenden bilateralen Verhandlungen bezüglich der angestrebten Vollasoziiierung der Schweiz für das 8. FRP (Horizon 2020). Die EU sistierte die Verhandlungen. Am 5. Dezember 2014 unterzeichneten die EU-Kommission und die Schweiz ein neues Abkommen über eine sogenannte Teilasoziiierung. Dieses gilt rückwirkend per 15. September 2014 bis Ende 2016 und legt fest, dass die Schweiz am ersten Pfeiler von Horizon 2020 (Pillar I), am Programmteil „Spreading Excellence“ und an EURATOM weiterhin als assoziierter Staat teilnehmen kann. In fast allen anderen Bereichen wird die Schweiz als Drittstaat behandelt. Trotz ihres Drittlandstatus können Schweizer Forschende an nahezu allen FRP Ausschreibungen teilnehmen. Allerdings besteht im Drittstaatmodus im Falle der Bewilligung eines Projekts durch die EU keine Berechtigung, Forschungsfinanzierungen direkt von der EU zu erhalten. Hier setzt der Bund ein und finanziert die Teilnahme der schweizerischen Projektpartner an den durch die EU bewilligten Forschungsprojekten.

Die Forschenden reichen ihre entsprechenden Finanzierungsanträge per Webformular ein. Euresearch nimmt daraufhin eine formale Überprüfung vor und leitet diese weiter an die Bundesverwaltung. Die Finanzierungsgesuche werden anschliessend vom SBFI evaluiert und bei Erfüllung aller Voraussetzungen bewilligt.

Neben dieser neu etablierten Funktion der Prüfung und Weiterleitung von Finanzierungsgesuchen an den Bund übernimmt Euresearch die Information der Forschenden zu den FRP sowie deren Beratung und Unterstützung im Rahmen einer Projekteingabe. Die Leistungsziele von Euresearch sind vertraglich mit dem SBFI in einem sogenannten "Leistungsauftrag" geregelt, welcher am 31.12.2016 ausläuft.

Die vorliegende **Evaluation von Euresearch** dient der Vorbereitung einer allfälligen WTO-Ausschreibung zur Vergabe eines neuen Leistungsauftrages im kommenden Jahr. Eine Evaluation von Euresearch wurde bisher 2003, 2005 und 2010 vorgenommen. Die Evaluation 2015 bezieht die Ergebnisse der letzten Evaluation soweit wie möglich ein. Da aber vor allem bei der quantitativen Studie eine andere Zielgruppe befragt wurde, ist eine direkte Vergleichbarkeit nicht gegeben. Weitere Ausführungen hierzu finden sich in Kapitel 5.

1.2 Fragestellung und Zielsetzungen

Folgende Fragestellungen stehen im Mittelpunkt der Untersuchung:

- Welche Steuerungsinstrumente kommen zwischen dem SBFI und Euresearch zum Einsatz und wie können diese - insbesondere vor dem Hintergrund der Handlungsempfehlungen aus dem Evaluationsbericht von 2009/2010 - bewertet werden?
- Wie wird die Zusammenarbeit im Euresearch Netzwerk und die Organisation von Euresearch eingeschätzt?
- Sind die im Leistungsauftrag festgelegten Leistungskriterien erfüllt? Gibt es Bedarf, den bestehenden Leistungskatalog anzupassen?
- Wie schätzen die Kunden die Qualität der Beratungs- und Informationsdienstleistungen von Euresearch ein? Bestehen zielgruppenspezifische Unterschiede bei der Beurteilung?

Ziel ist es, durch die Analyse der gesammelten Daten praxisorientierte Handlungsempfehlungen abzuleiten, die eine Optimierung des Angebots, der Organisation von Euresearch und der Zusammenarbeit zwischen den unterschiedlichen Akteuren ermöglichen und gegebenenfalls in den zu erneuernden Leistungsauftrag mit aufgenommen werden können.

2 Methoden und Vorgehen

2.1 Methoden

Für die Beantwortung der Forschungsfragen kommen folgende Methoden zum Einsatz:

2.1.1 Deskresearch

Anhand einer Dokumentenanalyse werden die Struktur von Euresearch und die vereinbarten Leistungsziele herausgearbeitet. Anlehnend an die Vorgängerstudien und Bezug nehmend auf die Theorie des New Public Managements (Schedler und Proeller 2000), untersuchen wir zudem die zentralen Steuerungsinstrumente.

2.1.2 Quantitative Befragung der Kunden von Euresearch

Im Rahmen einer standardisierten Onlineerhebung werden die Kunden von Euresearch zu verschiedenen Themen befragt, wie z.B. die Qualität der Dienstleistungen, deren Nützlichkeit, die Bekanntheit verschiedener Organisationen und Forschungsprogramme. Bei der Befragung handelt es sich um eine Vollerhebung, d.h. alle Kunden aus der Customer Relation Management (CRM) von Euresearch wurden zur Teilnahme eingeladen.

Ziel der Befragung ist zu erörtern, inwiefern Euresearch den Leistungsauftrag aus Kundensicht erfüllt und wo Optimierungspotential besteht.

2.1.3 Stakeholder Interviews

Anhand von Gesprächen mit ausgewählten Stakeholdern wird erörtert, inwiefern Euresearch die Umsetzung des Leistungsauftrages aus der Perspektive der unterschiedlichen Stakeholder erfüllt. Dabei werden zentrale Akteure des internen und externen Netzwerks von Euresearch befragt.

Die explorativen Gespräche werden anhand der zentralen Fragestellungen inhaltsanalytisch ausgewertet. Basis dafür sind Protokolle, die es ermöglichen, über alle Interviews hinweg eine vergleichende Analyse zu erstellen und übergreifende Muster und Dynamiken aufzudecken. Im Gegensatz zu der Evaluation von 2009 werden die Forschenden nicht im Rahmen dieser qualitativen Studie befragt. Die Forschenden stellen eine eigene Zielgruppe dar, die Euresearch aus einer anderen Perspektive sehen,

da sie meist weniger stark Einblick in die internen Vorgänge bei Euresearch haben. Eine Befragung von einer sehr kleinen Anzahl trägt der Heterogenität der grossen Gruppe der Forschenden nicht Rechnung.

Anhand einer schriftlichen qualitativen Nachbefragung werden die Forschenden zu einzelnen Themen gezielt befragt (siehe Ausführungen nächster Abschnitt).

2.1.4 Semi-qualitative Nachbefragung

Nach einer ersten Auswertung der qualitativen und quantitativen Ergebnisse werden ausgewählte Forschende an einer semi-qualitativen Onlinebefragung teilnehmen, die ca. 4 bis 5 Themen behandelt. Anhand der Nachbefragung können möglicherweise Auffälligkeiten aus den quantitativen oder qualitativen Daten mit Inhalt gefüllt und/oder Widersprüche erklärt werden.

Methodologisch findet das schriftliche qualitative Interview in der sozialwissenschaftlichen Forschung zwar bislang eher wenig Beachtung, obwohl es in einigen bekannten soziologischen Studien wie z.B. der sogenannten Marienthal-Studie (Jahoda et al. 1975) und der Shell-Jugend-Studie (Jugendwerk der Dt. Shell 1984, 1985) zum Einsatz kam. Vor dem Hintergrund der neuen Möglichkeiten durch Onlineinstrumente (Onlinebefragung, Onlineblogs, Onlineforen) gewinnt die qualitative schriftliche Forschung in der Forscherpraxis jedoch zunehmend an Bedeutung.

Bei der schriftlichen qualitativen Nachbefragung der Forschenden ist der Interaktionspartner nicht direkt präsent. Trotzdem handelt es sich um einen reaktiven Prozess - ein zentraler Bestandteil der qualitativen Forschung - da der Befragte explizit und anhand verschiedener Stimuli (z.B. Ergebnisse der Hauptbefragung) zur Produktion eines Textes zu bestimmten Themen aufgefordert wird (Schiek 2014).

Da aber kein direkter Eingriff in den Schreibprozess durch den Interviewer vorgenommen wird (wie z.B. eine Steuerung durch einen Interviewleitfaden), spricht man von einer sogenannten monologischen Textproduktion durch den Forschenden (Schiek 2014). Dem Forschenden ist selbst überlassen, seine Gedankengänge zu strukturieren und die für die Beantwortung der Frage wichtigsten Punkte zu identifizieren. Forschende beherrschen diesen Prozess in der Regel sehr gut. Wir gehen demnach davon aus, dass die Abwesenheit des Interviewers keinen Nachteil darstellt: Der Forschende kann anonym und in „geschützter“ Atmosphäre seinen Gedanken freien Lauf lassen. Durch die Abwesenheit des Interviewers und die Asynchronität der Befragung hat der Forschende zudem die Möglichkeit, weitere Informationen einzuholen (z.B. Internetrecherche, Diskussion mit Kollegen).

2.2 Vorgehen: Fünf Evaluationsschritte

Der Ablauf der Evaluation gliedert sich in fünf Schritte wie in Abbildung 2.2.1 dargestellt.

Abbildung 2.2.1 Fünf Evaluationsschritte



Quelle: Eigene Darstellung

Im Rahmen eines **Fragebogenworkshops**, welcher am 15. Juni 2015 beim SBFI in Bern stattfand, wurden die zentralen Fragestellungen und deren Operationalisierung besprochen und festgelegt. Diese gemeinsame Erarbeitung der Inhalte der Evaluation war wichtig, um ein einheitliches Verständnis und eine hohe Akzeptanz der Befragung sicherzustellen. Relevante Stakeholder des SBFI konnten so ihr Know-How und ihre Erfahrungen aus den vorherigen Evaluationen einbringen, welches für eine optimale Aufbereitung der neuen Evaluation genutzt wurde.

Im Anschluss an den Workshop wurde der Fragebogen für die quantitative Befragung erstellt und programmiert sowie der Gesprächsleitfaden für die qualitativen Interviews erarbeitet.

Die Feldarbeit startete für die **Kundenbefragung** per Einladungsemail an alle Kunden von Euresearch (Vollerhebung) am 22. Juli 2015. Am 30. Juli 2015 wurde ein erster Reminder und am 10. August 2015 eine zweite und letzte Erinnerungsemail geschickt. Die Teilnahmefrist endete sechs Tage später, am 16. August.

Die **Stakeholderinterviews** fanden verteilt über den Monat August (18 Gespräche) und Anfangs September (zwei Gespräche) statt. Dabei wurden 11 der 20 einstündigen Interviews persönlich, die restlichen 9 telefonisch durchgeführt.

Nach Abschluss der Erhebungen erfolgte eine erste **Analyse des gesammelten Datenmaterials**, welche u.a. quantitative Häufigkeitsauszählungen, Identifikation der wichtigsten Treiber auf die Gesamtzufriedenheit, zentrale Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse sowie eine erste Identifikation von Problemfeldern, Widersprüchen und/oder Auffälligkeiten beinhaltete. Die Ergebnisse wurden im Rahmen eines **Workshops** mit dem SBFI am 2. September in Bern besprochen. Ziel des Treffens war die Herausarbeitung der Themen für die **Nachbefragung** sowie die Festlegung der Zielgruppe, d.h. der für die Nachbefragung anzuschreibenden Forschenden. Die Nachbefragung fand vom 16.9.2015 bis zum 1.10.2015 statt.

In einem letzten Schritt wurden die Ergebnisse in Berichtform aufbereitet und anhand eines GfK internen Workshops die **Synthese und Handlungsempfehlungen** erarbeitet.

3 Aufbau von Euresearch, Leistungsauftrag und Steuerungsinstrumente

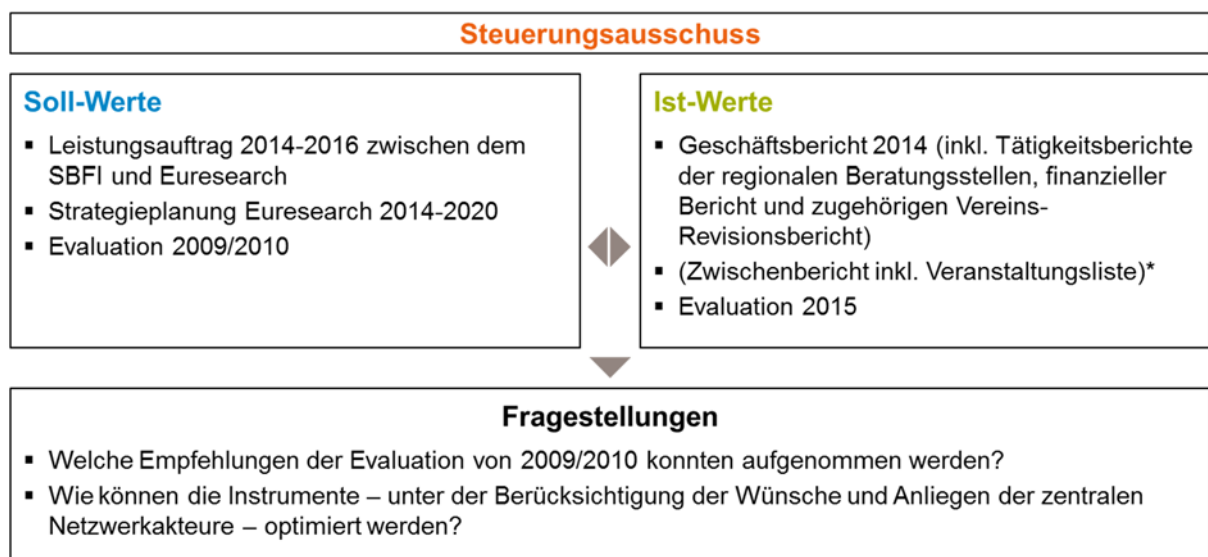
3.1 Methodisches Vorgehen

Zur Bewertung der eingesetzten Steuerungsinstrumente und der Formulierung von Handlungsempfehlungen kommen folgende Methoden zum Einsatz.

3.1.1 Dokumentenanalyse

Zur Überprüfung und Bewertung der zentralen Steuerungsinstrumente wurden folgende Dokumente und Berichte analysiert. Anlehnend an Schedler und Proeller (2011: 141 ff.) und den Evaluationsbericht 2009/2010 (Balthasar et al. 2010) lassen sich diese Dokumenten in sogenannte Soll-Werte (Festlegung und Planung der Ziele) und Ist-Werte unterteilen (Messung der Leistungen und Wirkungen).

Tabelle 3.1.1 Übersicht Steuerungsinstrumente



* Wurde 2014 aufgrund des stark erhöhten Informationsbedarf und damit für Euresearch entstandener Mehrarbeit nach der Annahme der Masseneinwanderungsinitiative nicht erstellt.

Quelle: Eigene Darstellung anlehnend an Balthasar et al. 2010 / Schedler und Proeller 2011

Der Evaluationsbericht 2009/2010 (Balthasar et al. 2010) enthält eine umfassende Analyse dieser Instrumente inklusive Handlungsempfehlungen. Der Fokus der diesjährigen Evaluation liegt auf Veränderungen in den Instrumenten und auf deren Konsequenzen für die Qualität der Arbeit und Organisation von Euresearch. Dabei steht das Ableiten von Inputs für die Weiterentwicklung der Steuerungsinstrumente im Vordergrund.

3.1.2 Stakeholderinterviews

Neben der Dokumentenanalyse findet eine Auswertung der qualitativen Stakeholderinterviews (eine detaillierte Beschreibung der qualitativen Studie findet sich in Kapitel 4) in Bezug auf die Themen „Steuerungsprozess und -instrumente“ statt. So können die Einschätzung und Wünsche der wichtigsten Netzwerkakteure berücksichtigt werden.

3.2 Überblick Organisation Euresearch

3.2.1 Verein und Organe

Euresearch besteht in Form eines Vereins, deren aktuelle 21 Mitglieder die ETH Zürich und Lausanne, die zehn Schweizer Universitäten und sieben Fachhochschulen, der Schweizerische Nationalfonds (SNF) und der Verband der schweizerischen Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie (SwissMEM) sind.

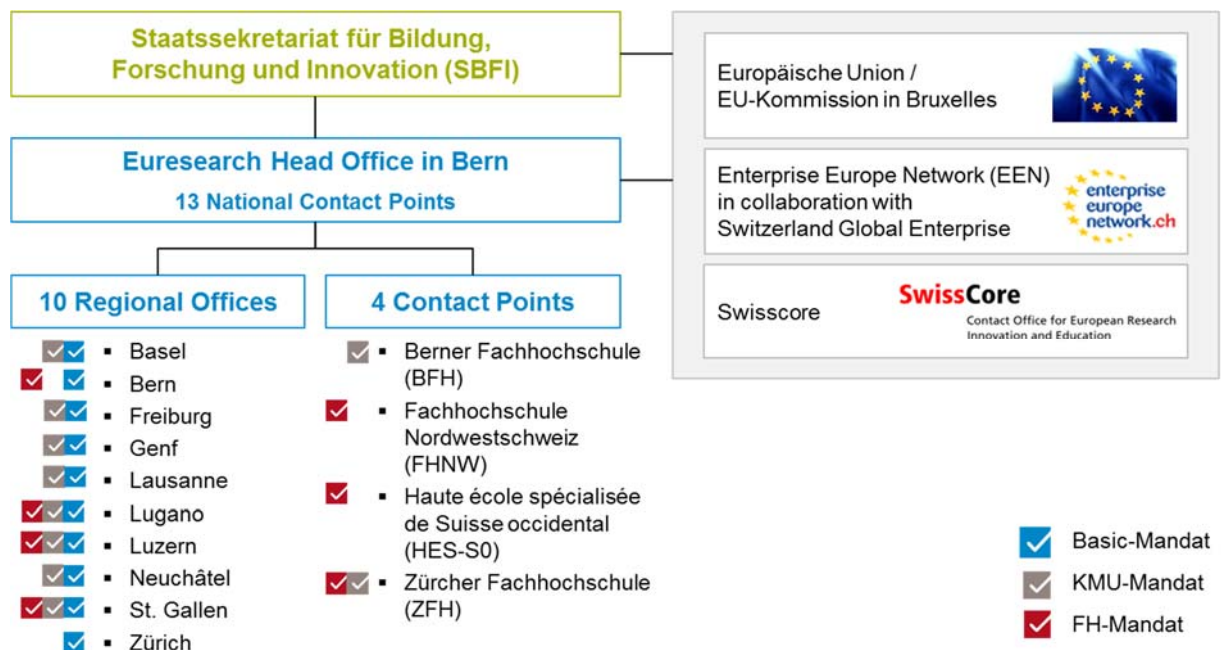
Der Verein Euresearch setzt sich aus folgenden Organen zusammen: Die Vereinsversammlung, der Vorstand, die Geschäftsstelle (Head Office) und die Revisionsstelle. Der Vorstand besteht aus 8 Personen, wobei der Direktor von Euresearch hier nicht vertreten ist, sondern nur Beobachterstatus hat. Die Entscheidungskompetenz liegt beim Euresearch Vorstand.

3.2.2 Euresearch Netzwerk

Die operative Führung von Euresearch wird durch das Head Office in Bern gewährleistet. Seit September 2012 wird das Head Office von Herrn Peter Erni geleitet.

Innerhalb des Head Offices befinden sich die sogenannten **National Contact Points (NCP)**. Die NCP sind thematisch geordnet und besetzt von Fachleuten, die Forschende aus der Schweiz zum laufenden EU-Forschungsrahmenprogramm beraten. Sie informieren Forschende und unterstützen diese bei der Vorbereitung eines Projektantrages. Zudem organisieren die NCPs spezielle Informationsveranstaltungen.

Abbildung 3.2.1 Netzwerk Euresearch



Quelle: Eigene Darstellung

Auf regionaler Ebene agieren die sogenannten **Regional Offices (RO)**, welche an 10 Schweizer Hochschulen angesiedelt sind (siehe Abbildung 3.2.1). Sie vertreten Euresearch in der entsprechenden Region und sind zuständig für Anfragen zu allen europäischen Forschungsrahmenprogrammen. Ausserdem informieren sie Kunden und potentielle Kunden über die Fördermöglichkeiten der Europäischen Union.

Ein wichtiges Ziel von Euresearch (siehe auch Kapitel 3.3) ist die Unterstützung von Kleineren und Mittleren Unternehmen (KMU) und den Fachhochschulen (FH). Zur Erfüllung dieser Zielsetzung wurden ein KMU-Mandat und ein FH-Mandat eingeführt. Diese beiden Mandate sind seit Januar 2014 regional verteilt. Auf einer Konsensbasis wurde jeweils individuell entschieden, wer in der jeweiligen Region das entsprechende Mandat übernimmt. In Abbildung 3.2.1 ist die Aufteilung der Mandate ersichtlich. Die **Contact Points** kümmern sich formell dabei vor allem um das KMU- und FH-Mandat, während die Regional Offices das sogenannte Basic Mandat übernehmen (Information, Motivation, Beratung, siehe auch Kapitel 3.3). Die Contact Points und Regional Offices agieren nicht unabhängig voneinander. Eine starke Vernetzung und Kooperation ist erwünscht, um eine optimale Beratung und Unterstützung zu gewährleisten. So verfügt beispielsweise die ETH Zürich über ein starkes Know-How im Bereich der Start-Up Beratung. Hiervon kann der Contact Point an der ZHAW durch eine enge Zusammenarbeit profitieren.

SwissCore ist das Schweizer Verbindungs- und Informationsbüro für die schweizerische Forschung, Innovation und Bildung in Brüssel und wird von dem SBFI, dem Schweizerischen Nationalfonds (SNF) und der Kommission für Technologie und Innovation (KTI) finanziert. SwissCore verfolgt die neuesten Entwicklungen in der Europäischen Kommission und unterhält Kontakte zu unterschiedlichen Stellen und Personen. Schweizer Forschende haben die Möglichkeit, Büroplätze und Räume von SwissCore vor Ort in Anspruch zu nehmen. Euresearch fungiert - neben Switzerland Global Enterprise (S-GE) - als Partner von SwissCore im Bereich Forschung und Innovation. Als nationaler Partner im Bereich Bildung ist die ch Stiftung vertreten.

Das **Enterprise Europe Netzwerk (EEN)** unterstützt den privaten Sektor und vor allem KMUs bei der Partnersuche für transnationale Kooperationen. Das Netzwerk besteht aus 600 regionalen Anlaufstellen und Spezialisten in über 60 Ländern.

Das EEN in der Schweiz gliedert sich in drei Teile: Forschung & Entwicklung, Innovation und Geschäftsentwicklung. Euresearch ist im Auftrag vom SBFI für die ersten beiden Bereiche zuständig (F&E, Innovation), während der Bereich Geschäftsentwicklung von S-GE übernommen wird. Das Schweizer EEN Konsortium beteiligt sich an der Organisation von Veranstaltungen (Brokerage Events) und Unternehmensmeetings (Company Missions). Ausserdem unterstützt Euresearch Unternehmen und andere Organisationen bei der Publikation von Angeboten und Nachfragen nach Partnerschaften auf einer durch das EEN unterhaltenen Partnerplattform (Partnership Opportunity Database), beantwortet Anfragen der Netzwerkpartner und bietet Support bei der Aufstellung von Partnerschaftsabkommen.

Ab 2017 wird das EEN-Mandat von der Kommission für Technologie und Innovation (KTI) übernommen und nicht mehr Euresearch zugeteilt.

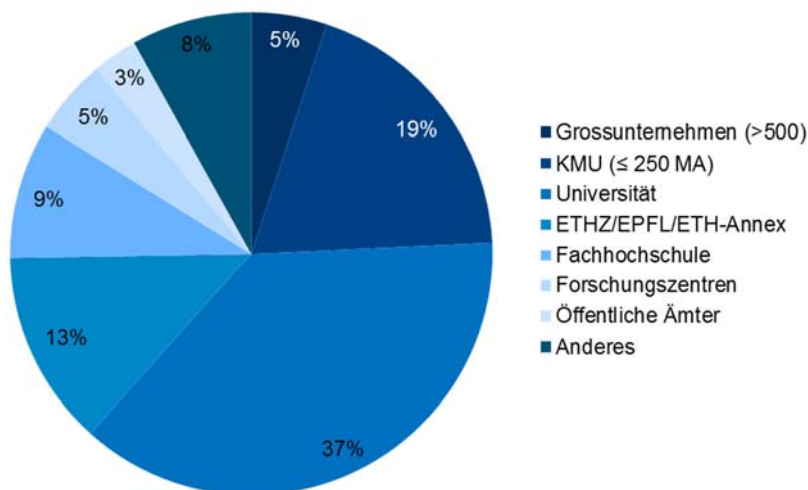
Das **SBFI** fungiert als Auftraggeber von Euresearch und teilfinanziert SwissCore. Auf europäischer Ebene vertritt das SBFI die Schweiz in forschungspolitischen Belangen und nimmt an verschiedenen Sitzungen und Gremien der Europäischen Kommission teil.

3.2.3 Kunden- und Ressourcenverteilung

Euresearch registriert alle Kunden und potentiellen Kunden in einem Customer Relationship Management System (CRM). Folgende Kundengruppen werden von Euresearch betreut (Euresearch 2014):

- **Universitäten/ETH:** Diese stellen mit einem Anteil von 37% respektive 13% die grösste Kundengruppe dar. Sie sind in der Regel gut in der Forschungslandschaft verankert und nahe an Euresearch sowie oftmals vertraut mit den Forschungsrahmenprogrammen der EU.
- Die zweitgrösste Kundengruppe sind die **KMUs**: 19% aller im CRM registrierten Kunden sind Unternehmen mit weniger als 250 Mitarbeitenden. Der Kontakt zu den KMUs soll laut Leistungsauftrag speziell gefördert werden. Hierzu wurde das sogenannte KMU-Mandat erstellt. Die Förderung der KMUs ist seit der Gründung von Euresearch ein wichtiges Thema mit der Zielsetzung, die Beteiligung der Schweizer KMUs an den Europäischen Forschungsrahmenprogrammen zu erhöhen.
- Das gleiche gilt für die **Fachhochschulen**, welche in der CRM Datenbank mit 9% vertreten sind. Anhand eines sogenannten FH-Mandats soll der Kontakt und die Informationsleistungen zu den FHs weiter ausgebaut werden.
- **Grossunternehmen:** Die grossen Betriebe mit mehr als 500 Mitarbeitenden sind mit 5% vertreten. Diese Betriebe sind in der Regel besser mit den Forschungsrahmenprogrammen vertraut (zumindest da, wo Forschungsaktivitäten bestehen), dies vor allem auch vor dem Hintergrund, dass hier die Ressourcen stärker vorhanden sind und eine langfristige Planung möglich ist.
- **Forschungszentren (5%):** Alle öffentlichen und privaten Organisationen, die Forschung durchführen und zudem oftmals in der angewandten Forschung tätig sind. Dabei werden Lösungen für konkrete Problemstellungen erarbeitet und neues Wissen, neue Produkte oder Dienstleistungen entwickelt.
- **Öffentliche Ämter (3%):** Behörden welche öffentliche Dienste auf Bundesebene, kantonaler und kommunaler Ebene zur Verfügung stellen.
- **Restliche Kunden (8%):** Die restlichen Kunden setzen sich zusammen aus Dienstleistern, welche vor allem Beratung erbringen, öffentlichen und privaten „Technology Broker“, Investoren und anderen Organisationen, welche keiner anderen Kategorie untergeordnet werden können.

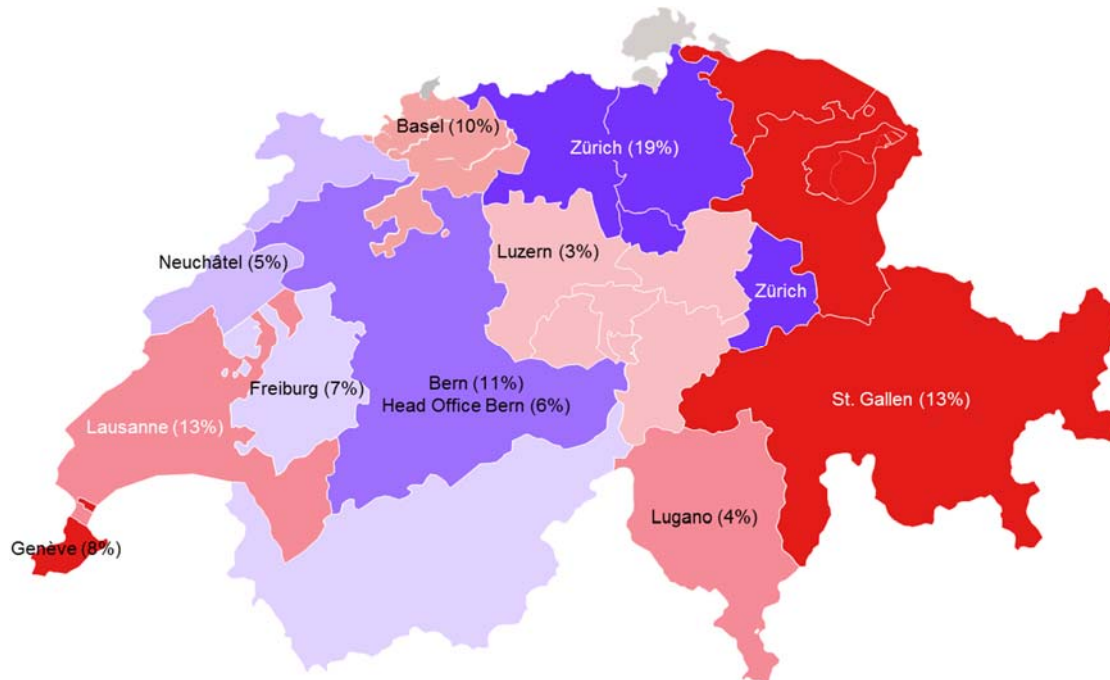
Abbildung 3.2.2 Kundensegmente Euresearch



Quelle: Euresearch 2014

Abbildung 3.2.3 zeigt die regionale Aufteilung der Kunden, d.h. die Verteilung auf die verschiedenen Regional Offices. Aus der Region Zürich (19%), Lausanne (13%) und St. Gallen (13%) stammen die meisten Kunden, während in Luzern und Lugano lediglich 3% bzw. 4% aller im CRM erfassten Kunden angesiedelt sind. 6% der Kunden werden durch das Head Office in Bern betreut.

Abbildung 3.2.3 Regionale Verteilung der Euresearch Kunden



Quelle: Euresearch 2014

Die 10 Regional Offices von Euresearch sind an universitätseigenen Einheiten der ETH/Uni der entsprechenden Regionen angesiedelt (oft heissen diese Einheiten „Grants Office“ – der Einfachheit halber wird hier dieser Begriff verwendet). Bei einigen grösseren Universitäten ist das Euresearch Regional Office lediglich ein kleiner Teil des gesamten Grants Office, während bei den kleineren Universitäten das Grants Office nahezu ausschliesslich aus Euresearch Mitteln finanziert wird.

Eine Übersicht zur Verteilung der Stellenprozente in Vollzeitäquivalente (VZÄ) und der eingesetzten Mitarbeiter in den unterschiedlichen Regionen findet sich in Tabelle 3.2.1.

Die Mitarbeiter der Grants Offices machen zum Teil die gleiche Arbeit wie Euresearch (sogenanntes "topping-up"), bieten aber auch zusätzliche Dienstleistungen an (z.B. Beratung bei nationalen und internationalen Förderprogrammen, Rechts- und Finanzdienstleistungen, Projektadministration, Reporting & Audits etc.).

Genaue Angaben zu den Stellenprozente, die in den jeweiligen Grants Offices durch die Universität/ETH oder die FH finanziert sind, liegen für diese Evaluation nicht vor. Grundsätzlich kann aber davon ausgegangen werden, dass sich die Aufstockung in Bezug auf das "topping-up" auf schätzungsweise plus 50 bis 100% beläuft (Quelle: Information Euresearch).

Tabelle 3.2.1 Regionale Ressourcenverteilung

Region	Basis-Mandat	FH-Mandat	KMU-Mandat	Kombiniert (FH+Basis)	Total	Anzahl Mitarbeiter
Regional Office Bern	1.9	0.3	-	-	2.2	5
Contact Point Bern	-	-	0.4	-	0.4	1
Regional Office Basel	1.7	-	0.35	-	2.05	7
Contact Point FHNW	-	0.5	-	-	0.5	1
Regional Office Freiburg	0.6	-	0.3	-	0.9	3
Regional Office Genf	1.65	-	0.55	-	2.2	9
Contact Point HES-SO	-	0.5	-	-	0.5	1
Regional Office Lausanne	1.6	-	0.5	-	2.1	4
Regional Office Luzern	-	0.2	0.3	0.5	1	4
Regional Office Neuchâtel	1.0	-	0.5	-	1.5	7
Regional Office St. Gallen	0.9	0.4	0.3	-	1.6	6
Regional Office Lugano	0.95	0.5	0.16	-	1.61	6 (+ unterschiedliche Professoren)
Regional Office Zürich	4.12	-	-	-	4.12	18
Contact Point ZHAW	-	0.5	0.5	-	1	2
Total:	14.42 VZÄ	2.9 VZÄ	3.86 VZÄ	0.5 VZÄ	21.68 VZÄ	74 MA

Quelle: Information von Euresearch zur Verfügung gestellt

3.2.4 Operative Neuerung im Rahmen der Masseneinwanderungsinitiative (MEI)

Nach der Annahme der Masseneinwanderungsinitiative stand das Euresearch Netzwerk vor einer grossen Herausforderung, auf die es schnell zu reagieren galt. Zentrales Anliegen war dabei, die schlagartig entstandene Unsicherheit bei den Forschenden der Schweiz zu kanalisieren und alle nötigen Informationsleistungen zu erbringen, um neue Orientierung zu schaffen und Unklarheiten zu beseitigen. Dank der Teilassoziierung ab dem 15.9.2014 konnten die Schweizer Forschenden zwar wieder an einem wichtigen Forschungsschwerpunkt von Horizon 2020, dem sogenannten Pillar I, teilnehmen und Finanzierungen von der Europäischen Kommission erhalten. Für den 2. und 3. Pillar hat die Schweiz allerdings seinen Status als assoziierter Staat verloren und gilt für diese Programme als Drittstaat. Dies bedeutet, dass Schweizer Forschende zwar weiterhin als Partner an durch die Europäische Kommission bewilligten Projekten teilnehmen können, aber eine Finanzierung durch die EU nicht mehr möglich ist. Hier springt zurzeit der Bund ein und finanziert die Teilnahme von Schweizer Partnern an durch die Europäische Kommission bewilligten Forschungsprojekten.

Auf operativer Ebene bedeutet dies, dass die nationalen Finanzierungsgesuche der von der Europäischen Kommission bewilligten Projekte von Euresearch eine formale Prüfung erfahren und dann an das SBFI zur Finanzierung weitergeleitet werden. Dieses sogenannte „Pre-screening“ wird von den Regional Offices oder dem Head Office vorgenommen.

Diese neu etablierten Leistungserbringungen durch Euresearch wurden naturgemäss im Leistungsauftrag von 2014-2016 nicht vorgegeben, sind aber dennoch ein wesentlicher Bestandteil der vorliegenden Evaluation und werden sowohl aus Stakeholder-, als auch aus Kundensicht bewertet.

3.3 Inhalte des Leistungsauftrags

Im Leistungsauftrag wird festgehalten, dass sich die operative Tätigkeit von Euresearch um folgende zentrale Dienstleistungen dreht: **Motivation**, **Information** und **Beratung** von Forschenden in der Schweiz.

In der folgenden Tabelle findet sich eine stichwortartige Auflistung der zentralen Leistungsziele. Die Auswahl der in der Evaluation zu überprüfenden Ziele und Fragestellungen sowie eine Erweiterung um nicht im Leistungsauftrag definierte Inhalte wurde im Rahmen des Fragebogenworkshops mit dem SBFI erarbeitet und wird in den entsprechenden Auswertungskapiteln behandelt (z.B. die Reaktion sowie Informations- und Beratungsleistungen durch Euresearch nach der Annahme der Masseneinwanderungsinitiative). Auch die Zuteilung und Erfüllung des FH-Mandats und des KMU-Mandats der einzelnen Contact Points ist als neue Struktur im Leistungsauftrag noch nicht thematisiert. Die folgende Auflistung dient in erster Linie dazu, eine Zusammenfassung des Steuerungsinstrumentes „Leistungsvertrag“ zu liefern.

Tabelle 3.3.1 Zentrale Inhalte des Leistungsauftrags 2014-2016

	Organisation im Netzwerk / Austausch	Aufgaben / Dienstleistungen
1. Headoffice (Kapitel 2.1)	a) Datenaustausch (aktive und potentielle Schweizer Teilnehmer an den FRP) zwischen SBFI und Euresearch, CRM	b) Helpline c) Internetseite d) Informationsmaterialien, Informationsvermittlung e) Weiterbildung der Mitarbeiter
2. National Contact Points (NCP), (Kapitel 2.2)	a) Politische Fragen ans SBFI weiterleiten b) Einbindung in das europäische NCP Netzwerk	c) Spezialisierte und proaktive Information potentieller Projektteilnehmer in dem jeweiligen NCP Schwerpunkt d) Förderung der/Information zu der Übernahme der Koordinatorenfunktion
3. Regional Offices (RO) und Contact Points (CP), (Kapitel 2.3)	a) Vernetzung von Forschenden verschiedener Institutionen (ETH/UNI, KMU, FH) b) Klare regionale Zuständigkeit c) Abgrenzung und gegenseitige Ergänzung zwischen Head Office und Regional Offices	a) Beratung und Steigerung der Chancen für eine erfolgreiche Beteiligung der Forschenden an den FRP b) Nachbetreuung im Falle einer Ablehnung c) Partnering zwischen KMUs/FHs und etablierten Forschenden der ETH/UNI fördern
4. Allgemeines zur Zusammenarbeit (Kapitel 3.1)		a) Definition der Bearbeitungstiefe nach Programm b) Verpflichtung Euresearch detailliert Rechenschaft in Bezug auf Verwendung und Verteilung der Mittel abzulegen
5. Steuerungsausschuss (Kapitel 3.2)	a) Zusammensetzung und Einbezug weiterer beratender Personen	b) Definition der Aufgaben des Ausschusses
6. Europäische Forschungsrahmenprogramme (Kapitel 3.3)	a) Informationsaustausch (Euresearch: Schulungen, Konferenzen etc. SBFI: politische Aktivitäten)	/
7. COST und Eureka (Kapitel 3.4)	/	a) Bekanntmachen
8. Information der Öffentlichkeit (Kapitel 3.5)	a) Euresearch als Service Public im Auftrage des SBFI	b) Euresearch als <u>operative</u> Informationsvermittlung ohne politische Funktion
9. Umgang mit Datensammlung (Kapitel 3.6)	/	a) Eigentum a) Austausch b) Datenschutz
10. Kooperation mit anderen Stellen (Kapitel 4)	a) Bestimmung zur Nutzung der SwissCore Dienstleistungen b) Finanzierung und Inhalte EEN	
11. Planung und Ziele (Kapitel 5)		a) Festlegung quantifizierbarer Leistungsindikatoren b) Strategische Planung

Quelle: SBFI 2013

3.4 Bewertung der Steuerungsinstrumente

3.4.1 Leistungsauftrag

Neben inhaltlichen Anpassungen in Bezug auf die aktuelle Organisation und Leistungen unterscheidet sich der Leistungsauftrag 2014-2016 in folgenden steuerungsrelevanten Punkten von jenem von 2007-2010, welcher im Rahmen der Evaluation von 2009/2010 untersucht wurde:

1. Darstellung der Ausgangslage und des Zwecks von Euresearch
2. Spezifizierung der Bearbeitungstiefe (Triage, Information, Beratung und/oder Projektbegleitung) für einzelne Forschungs- und Innovationsprogramme (Anhang 2)
3. Euresearch wird verpflichtet, bei Nachfrage detaillierte Angaben zur Verteilung und Verwendung der Mittel zu machen
4. Die Festlegung des Zwecks, der Zusammensetzung und der Aufgaben des Steuerungsausschusses
5. Klare Definition der Rollenverteilung von Euresearch als operativer Informationsdienstleister und dem SBFi als politischer Akteur
6. Bestimmung zum Umgang mit der Datensammlung des SBFi und Euresearch

Diese Erweiterung des Leistungsauftrages ermöglicht grundsätzlich eine klarere Definition der Aktivitäten und der Organisation von Euresearch. Allerdings konnten wir folgende Schwachpunkte identifizieren, die teilweise auch bereits im Rahmen der Evaluation 2009/2010 aufgeführt wurden (siehe auch Balthasar et al. 2010):

- Die quantifizierbaren Leistungsindikatoren sind sehr knapp ausformuliert und beschränken sich auf Angaben zur Anzahl realisierter Angebote/Dienstleistungen/Produkte. Inhaltliche Leistungskriterien finden sich zwar im Leistungsauftrag, werden aber nicht systematisch herausgearbeitet und als qualitative Indikatoren aufbereitet.
- Eine Aufteilung in Produktgruppen ist nicht aufgeführt. Euresearch arbeitet intern mit Produktgruppen, welche allerdings im Leistungsauftrag nicht berücksichtigt werden.
- Die Wirkungsebene wird in den Zielindikatoren kaum berücksichtigt.

3.4.2 Strategieplanung

Eine Analyse der aktuellen Strategieplanung ergibt, dass diese in erster Linie durch Euresearch vorgenommen und vom Euresearch Vorstand angenommen wird. Das SBFi wird durch Bruno Moor im Euresearch Vorstand vertreten. Zudem wird sie in dem Steuerungsausschuss Euresearch-SBFi verabschiedet.

Das Dokument *Euresearch Strategy 2014-2020* vom 4. November 2014 enthält eine kurze Einleitung, die Analyse der Erwartungen und Ziele der wichtigsten Stakeholder, sowie ein Kapitel zu den Inhalten der Strategie und den strategischen Richtlinien.

Im Rahmen der Evaluation 2009/2010 wurde die Aktions- und Strategieplanung als wichtige Chance zur Stärkung der strategischen und politischen Führung durch das SBFi bewertet. Empfohlen wurde eine aktive Teilnahme des SBFi an der Entwicklung der Strategie- und Aktionsplanung. Diese Empfehlung wurde aus unserer Sicht nicht berücksichtigt. Das Strategiepapier von Euresearch ist eine kompakte Übersicht der strategischen Ausrichtung und Werte von Euresearch, dient aber eher der internen Planung und Motivation und weniger als Steuerungsinstrument zwischen dem Auftragnehmer und Auftraggeber.

Grundsätzlich stellt sich die Frage, inwiefern das SBFI enger in die Strategieplanung einbezogen und wie eine aktive Steuerung möglichst effizient und zielführend umgesetzt werden kann. Zudem gilt es, die Inhalte und Ziele der Strategieplanung genauer zu definieren.

3.4.3 Geschäftsbericht 2014

Der Geschäftsbericht ist übersichtlich, klar formuliert und enthält sowohl Informationen zu den Aktivitäten im Head Office, den Regional Offices und den Contact Points.

Zudem sind die zu erreichenden Ziele formuliert und beurteilt (entsprechend Punkt 5.3 im Leistungsauftrag). Positiv zu erwähnen ist hier, dass Euresearch die einzelnen Ziele proaktiv verfolgt (z.B. durch die Bildung von Task Forces) und die organisatorische Umsetzung gut dokumentiert. Diese einzelnen Massnahmen sind detailliert beschrieben. Die qualitative Beurteilung der Ziele ist aber oftmals subjektiv aus Sicht von Euresearch und beruht nicht auf klar formulierten und messbaren Indikatoren. Ausserdem ist nicht ersichtlich, wie die Ressourcenaufteilung auf die einzelnen Regionen zwecks der Erfüllung der Leistungsziele aufgeteilt ist.

3.4.4 Zwischenbericht

Ein Zwischenbericht für das Jahr 2014 wurde vor dem Hintergrund der Masseneinwanderungsinitiative nicht erstellt. Er kann daher im Rahmen dieser Evaluation nicht bewertet werden. Wir gehen davon aus, dass er die in der Evaluation 2009/2010 erwähnten Quartalsberichte ablöst. Eine Fortführung dieser Berichterstattung inkl. Veranstaltungsliste ist sicher von Vorteil für die Leistungsüberprüfung und die Steuerung durch das SBFI. Vorgesehen ist, dass der Bericht „eine qualitative und quantitative Beschreibung der Aktivitäten gemäss Jahresplanung, Indikator und Messgrösse, geplanter Wert und effektiv erreichter Wert“ (SBFI 2013) enthält.

3.4.5 Steuerungsausschuss

Der Steuerungsausschuss trifft sich vier Mal im Jahr und ist zusammengesetzt aus dem Leiter der SBFI Abteilung Internationale Forschungs- und Innovationszusammenarbeit (Bruno Moor) und dem Direktor von Euresearch (Peter Erni). Im Rahmen des Steuerungsausschusses wird die strategische Jahresplanung inkl. Zielformulierungen, die zu treffenden Massnahmen und die Genehmigung zusätzlicher Einnahmequellen verabschiedet. Der Steuerungsausschuss bespricht das Budget, hat aber in dieser Hinsicht keine Entscheidungskompetenz. Ausserdem verfügt der Steuerungsausschuss über die Kompetenz, die Anhänge des Leistungsauftrages zu aktualisieren/anzupassen (Anhang 1: Definition der Standorte und Zuständigkeiten, Anhang 2: Behandlungstiefe für die einzelnen Programme und Initiativen, Anhang 3: Quantitative Indikatoren zur Zielerreichung, Anhang 4: Definition der Nationalen Kontaktstellen unter Horizon 2020).

4 Umsetzung des Leistungsauftrags aus Sicht der Stakeholder

4.1 Methodisches Vorgehen und Stichprobe Stakeholder

Als Ergänzung zur Befragung der Euresearch Kunden wurden insgesamt 20 Stakeholder aus dem internen und externen Euresearch Netzwerk befragt. Ziel dieser Befragung war es, neben der Perspektive der Kunden auch die Wahrnehmung der verschiedenen Stakeholder zu erfassen sowie eine Bewertung der Zusammenarbeit innerhalb des Netzwerkes in die Evaluation einfließen lassen zu können. Zusätzlich sollten die Gespräche einen Ausblick in die weitere Entwicklung von Euresearch ermöglichen, um auch strategische Aspekte zu berücksichtigen.

4.1.1 Methode, Interviewdauer und Leitfaden

Mit den verschiedenen Stakeholdern wurden leitfadengestützte Interviews (Mayring 2002, Hopf 2008) geführt. Leitfadengestützte Interviews ermöglichen einen offenen, an der individuellen Logik der Befragten ausgerichteten Ablauf des Gesprächs. Durch die Interviewer wird sichergestellt, dass alle relevanten Themengebiete während des Interviews angesprochen werden, ohne einen standardisierten Gesprächsablauf zu erzwingen.

Ein Teil der Interviews erfolgte persönlich bei den Stakeholdern vor Ort, der andere Teil wurde telefonisch befragt. Die Auswahl zwischen persönlichem und telefonischem Interview erfolgte nach einer forschungsökonomischen Bewertung der erforderlichen Ressourcen sowie den zeitlichen Möglichkeiten der Befragten. Insgesamt dauerten die Gespräche zwischen 45-90 Minuten. Alle Gespräche wurden entweder auf Deutsch oder auf Französisch geführt.

Tabelle 4.1.1 Verteilung nach Methode

	Interviews mit Stakeholdern
Persönliche Interviews	11
Telefonische Interviews	9
Total	20

Quelle: eigene Darstellung

Der Leitfaden wurde basierend auf den relevanten Forschungsthemen von GfK erstellt und durch das SBFi geprüft und freigegeben. Die Struktur des Leitfadens umfasste die folgenden Themengebiete:

- Einleitung / Hinweis zur Zielsetzung des Gesprächs
- Kontext des Gesprächspartners innerhalb des Euresearch Netzwerkes
- Einschätzung Erfüllung des Leistungsauftrages durch Euresearch
- Wahrnehmung der Zusammenarbeit im Netzwerk (differenziert nach relevanten Schnittstellen)
- Ausblick in die Zukunft (Struktur Euresearch / Key Performance Indicators)

Der detaillierte Leitfaden ist im Anhang unter 7.2 zu finden.

4.1.2 Definition und Struktur der Stichprobe

Die Nominierung der zu befragenden Stakeholder erfolgte durch das SBFI. Dabei wurde auf eine möglichst ausgewogene Gewichtung der verschiedenen Stakeholder Gruppen sowie der unterschiedlichen Regionen geachtet. Ziel war es, verschiedene Blickwinkel in der Befragung zu berücksichtigen und so ein möglichst breites Bild zu erhalten.

Auf Wunsch des SBFI bleiben die befragten Stakeholder anonym, um in den Gesprächen eine möglichst grosse Offenheit sicherzustellen. In den folgenden Kapiteln wird daher jeweils die Gesamtbewertung über alle Stakeholder hinweg dargestellt und auf eventuelle Unterschiede zwischen den verschiedenen Institutionen hingewiesen.

Aufgrund des hohen Expertenstatus der Stakeholder kann es nicht immer ausgeschlossen werden, dass bestimmte Inhalte dennoch einzelnen Personen zuzuordnen sind. Hier möchten wir darauf hinweisen, dass jeweils eine Synthese der Inhalte erfolgt ist, die teilweise durch passende Verbatims illustriert wird - jedoch keine Einzelmeinungen darstellen.

Tabelle 4.1.2 Übersicht Stichprobe Stakeholder

	Anzahl Interviews
SBFI	5 Stakeholder
Euresearch Head Office (HO)	4 Stakeholder
Euresearch Regional Office (RO) & Contact Points (CP)	7 Stakeholder
externes Netzwerk	4 Stakeholder
Total Interviews	20 Stakeholder

Quelle: Eigene Darstellung

In allen Stakeholder Interviews waren die Befragten äusserst kooperativ und zeigten eine hohe Bereitschaft, sich offen über die positiven Aspekte wie auch mögliches Optimierungspotential zu äussern. So konnte ein vielfältiges Bild der Arbeit innerhalb des internen und externen Netzwerkes entstehen, bei dem auch eher kontroverse Themen nicht ausgeklammert wurden.

Natürlich spiegelt sich in den Aussagen immer die subjektive Sicht der Befragten wider, es zeigen sich jedoch in vielen Bereichen Überschneidungen. Da nicht alle Stakeholder im Euresearch Netzwerk befragt werden konnten, können die folgenden Ergebnisse zwar als Basis für die Wahrnehmung innerhalb des internen und externen Netzwerkes dienen, allerdings sicherlich nicht den Anspruch haben, alle Aspekte zu umfassen.

4.2 Erfüllung des Leistungsauftrages aus Sicht der Stakeholder

Als Fazit aus den verschiedenen Stakeholder Interviews ist festzuhalten, dass der aktuelle Leistungsauftrag durch Euresearch aus Sicht der Befragten gut bis sehr gut erfüllt wird. Diese Einschätzung zieht sich durch alle Gespräche, unabhängig von der Funktion und Institution der Stakeholder.

Als Basis für die Bewertung der Erfüllung des Leistungsauftrages wurden durch die Befragten teils unterschiedliche Kriterien herangezogen. Dabei hat sowohl die jeweilige Rolle der Stakeholder einen Einfluss, als auch die Möglichkeit, die Erfüllung des Leistungsauftrages in seiner Gesamtheit zu beurteilen. Je nach Funktion der Stakeholder können einige Aspekte eher durch Feedback von Dritten als durch eigene Erfahrungen beurteilt werden.

Teilweise wird durch die Befragten sehr stark zwischen dem Head Office (HO) und den Regional Offices (RO) unterschieden, weshalb eine Gesamtbewertung von Euresearch für diese Stakeholder eher schwierig war. Soweit möglich wird dies in den Ergebnissen entsprechend differenziert.

Zusätzlich soll hier nochmals darauf hingewiesen werden, dass es sich um eine subjektive Einschätzung der befragten Stakeholder handelt, welche eine Ergänzung zur Befragung der Kunden darstellt.

4.2.1 Erfüllung der einzelnen Bestandteile des Leistungsauftrages

Die folgenden Abschnitte geben einen Überblick zur Erfüllung der einzelnen Bestandteile des Leistungsauftrages und sind nach den generellen Zielen unterteilt, um eine ausreichend differenzierte Bewertung durch die Stakeholder darzustellen.

In Absprache mit dem SBFI bezieht sich die Evaluation durch die Stakeholder vor allem auf diese Phase im letzten Jahr und die aktuelle Situation, weniger auf die Jahre vor 2014. Dies liegt zum einen daran, dass sich viele Prozesse geändert haben und eine rückwirkende Betrachtung der Situation vorher innerhalb des einstündigen Interviews als weniger zielführend erachtet wurde. Zum anderen war es zu erwarten, dass eine differenzierte Betrachtung von Aspekten, die bereits über 1.5 Jahre zurück liegen, für die befragten Stakeholder schwierig ist.

4.2.1.1 Einfluss der Annahme der Masseneinwanderungsinitiative (MEI) 2014

Die Veränderungen durch die Annahme der Masseneinwanderungsinitiative im Februar 2014 haben sich sehr stark auf die Arbeit von Euresearch ausgewirkt. Zusätzliche Aufgaben mussten übernommen, neue Prozesse in relativ kurzer Zeit eingeführt und dem erhöhten Informationsbedarf der Forschenden entsprochen werden. So entstand in gewisser Weise ein Ausnahmezustand, in dem vieles, was früher entscheidend für die Arbeit war, in eine neue Form gebracht werden musste.

In den ersten Monaten zeigte sich eine grosse Unsicherheit bei den Forschenden, wie es mit den Schweizer Beteiligungen weitergeht. Euresearch wurde verstärkt kontaktiert und hatte einen deutlichen Zusatzaufwand bei der Beantwortung der Fragen, die sich aus dieser Unsicherheit ergaben. Gleichzeitig nahm die Anzahl von Forschungsgesuchen aus Sicht der befragten Stakeholder zwischenzeitlich ab.

In dieser Situation wurde die Kommunikation des HO von mehreren Stakeholdern als zu langsam wahrgenommen. *"Es hat Monate gedauert, bis man den Kunden sagen konnte, ihr werdet finanziert."* Hier sei es vor allem der Initiative der RO zu verdanken, dass relativ schnell auf die Unsicherheit reagiert wurde und so die Auswirkungen so gut wie möglich begrenzt wurden.

„Es war eine sehr aufreibende Zeit, weil keinem klar war, einige Monate nach der Abstimmung, wie Schweizer Partner finanziert werden. Es gab eine Riesenunsicherheit in Europa. Da wurden auch Partner ersetzt, weil man kein Risiko eingehen wollte.“

Mittlerweile hat sich die Situation jedoch normalisiert, da die Forschenden die Erfahrung gemacht haben, dass die nationalen Zahlungen funktionieren und Schweizer Forschende weiter Teil der EU-FRP sein können. Dies liegt zum einen an der sehr schnellen Umsetzung der nationalen Zahlungen, zum

anderen an der sehr guten Vernetzung der NCPs in Brüssel, die weiterhin einen guten Zugang zu den relevanten Informationen sicherstellen. Dennoch besteht der Wunsch von verschiedenen Stakeholdern, dass aus dieser Situation gelernt wird, um über die weitere Entwicklung nach 2016 so früh und klar wie möglich zu kommunizieren.

4.2.1.2 EU-Forschungsrahmenprogramme bei Schweizer Teilnehmenden bekannt machen

Die Bekanntmachung der EU-Forschungsrahmenprogramme bezieht sich vor allem auf Horizon 2020, das im Fokus des Euresearch Mandates steht. Daneben besteht der Auftrag einer Triage durch Euresearch für weitere Programme wie COST oder Eureka.

Aus Sicht der Stakeholder erfüllt Euresearch diesen Teil der Leistungsvereinbarung sehr gut. Es werden regelmässig Events und Veranstaltungen zu den EU-FRP (EU-Forschungsrahmenprogrammen) und einzelnen Calls durchgeführt, sowohl durch das HO als auch die RO. Die Qualität der Events und Veranstaltungen wird überwiegend als sehr gut und an den Bedürfnissen der Forschenden ausgerichtet wahrgenommen. Zudem stehen durch die Webseite und die Hotline allgemein zugängliche Informationen für alle interessierten Forschenden zur Verfügung. Auch die Triage für andere Forschungsprogramme wird im Rahmen der vorhandenen Ressourcen gut erfüllt und das Euresearch Netzwerk ist immer bemüht, Anfragen durch Forschende an die richtigen Stellen weiterzuleiten.

"Sie machen alles, was man machen kann: Webpage, Info Mails, sie gehen raus an Hochschulen und Betriebe und machen da Events. Viel mehr kann man fast nicht machen mit den vorhandenen Mitteln."

Dennoch gibt es verschiedene Stakeholder, die in diesem Bereich gewisses **Optimierungspotential** sehen. Ein wichtiger Aspekt ist dabei die Möglichkeit, nicht nur reaktiv auf die Anfragen der Forschenden zu reagieren, sondern stärker proaktiv zu informieren und auf neue Zielgruppen für EU-FRP zuzugehen. So besteht teilweise der Eindruck, dass aufgrund der knappen zeitlichen Ressourcen das vorhandene Potential in der Schweiz nicht ganz ausgeschöpft werden kann. Dies wird bspw. bei KMUs als Problem wahrgenommen, aber auch bei jungen und eher unerfahrenen Forschenden.

"Für die meisten RO ist die Arbeit reaktiv. Es kommt die Frage und man beantwortet sie. Man hat dann auch keine Zeit, die Fragen zu generieren."

"Vom Arbeitsvolumen her reagieren wir in erster Linie. Wir gehen nicht allzu stark auf die Leute zu und motivieren sie, ein Projekt einzureichen."

Weiteres Optimierungspotential wird in einzelnen Fachbereichen gesehen, über die weniger intensiv informiert wird wie über andere Fachbereiche. Dies zeigt sich bspw. an der Anzahl Veranstaltungen zu einem Fachbereich. Mehrfach genannt wurden dabei die Geistes- und Sozialwissenschaften, die im internationalen Vergleich in der Schweiz weniger stark vertreten sind. Hier besteht der Wunsch, dass genug Ressourcen vorhanden wären, um auch über diese Fachbereiche stärker zu informieren, bzw. die Prioritäten entsprechend gesetzt werden.

Aus Sicht verschiedener RO zeigt sich immer wieder, dass die Forschenden die Informationen zwar erhalten, aber dann zu einem späteren Zeitpunkt nicht mehr präsent haben. Eine grosse Herausforderung wird deshalb darin gesehen, dass die Kommunikation auf den verschiedenen Informationsebenen zum richtigen Zeitpunkt und mit den relevanten Inhalten erfolgt. Hier besteht ebenfalls noch Optimierungspotential. Ein möglicher Ansatzpunkt wäre es, den Forschenden stärker zu kommunizieren, dass sie selbst beim Anlegen ihres Profils eine gute Möglichkeit haben, gezielte Informationen anzufordern.

4.2.1.3 Unterstützung Forschende bei Vorbereitung & Eingabe Forschungsgesuche

Die Unterstützung der Forschenden bei der Vorbereitung und Eingabe von Forschungsgesuchen findet überwiegend in den RO statt. Die Beratung der Forschenden erfolgt häufig auch in Zusammenarbeit mit den NCP, je nach Fragestellung der Forschenden.

Diese Aufgabe wird aus Sicht aller Stakeholder sehr gut erfüllt. In den RO sind häufig Personen tätig, die sich schon sehr lange mit der Materie beschäftigen und sehr erfahren sind in der Vorbereitung und Eingabe von Forschungsgesuchen. Zudem besteht ein grosses Engagement innerhalb des gesamten Euresearch Netzwerkes, sich gegenseitig zu unterstützen, um die Forschenden optimal zu beraten. Dies zeigt sich aus Sicht der Stakeholder in den positiven Rückmeldungen durch die Forschenden sowie einer hohen Anzahl von Forschungsgesuchen, die mit Hilfe von Euresearch eingegeben werden.

"Wir haben mehrere Forschende, die uns gesagt haben, wenn es unsere Unterstützung nicht gäbe, dann würden sie keine EU Anträge mehr stellen, weil es sie bürokratisch überfordern würde."

Natürlich gebe es aber auch Forschende, die diese Unterstützung nicht nötig haben, da sie selbst über genug Erfahrungswerte verfügen.

In diesem Bereich des Leistungsauftrages wird relativ **wenig Optimierungspotential** gesehen. Die Prozesse sind erprobt und die Anzahl Forschungsgesuche konnte trotz der Unsicherheit der Forschenden nach Annahme der MEI mittlerweile auf einem akzeptablen Niveau gehalten werden. Ein grosser Vorteil wird in der regionalen Struktur gesehen, die eine starke Nähe zu den Forschenden gewährleistet und den Zugang zu Euresearch niederschwellig hält.

4.2.1.4 Beratung der Teilnehmenden an laufenden Projekten

Die Beratung der Teilnehmer von laufenden Projekten ist ebenfalls ein Spektrum des Leistungsauftrages, der überwiegend in den RO umgesetzt wird. Auch hier wird die Zusammenarbeit mit den NCP genutzt, wenn dies inhaltlich sinnvoll ist.

Die Möglichkeit, die Teilnehmer zu beraten, hängt stark davon ab, ob die Forschenden sich aktiv an Euresearch wenden bzw. schon bei der Eingabe des Forschungsgesuchs mit Euresearch zusammenarbeiten. Eine proaktive Beratung ist meistens nicht möglich, da Euresearch keinen Zugang zu den Daten hat, aus denen ersichtlich ist, wer an laufenden EU-FRP teilnimmt.

Das Niveau und die Qualität der Beratung werden von den befragten Stakeholdern als sehr gut wahrgenommen. Die RO haben ein sehr breites Wissen durch viele betreute Projektteilnehmer und die NCP kennen sich in den Details der Programme gut aus.

"Viele Leute haben schon lange Erfahrung und das merkt man."

Zudem gibt es viele Forschende, die immer wieder mit Euresearch zusammenarbeiten, was als Hinweis gesehen wird, dass die Beratung als hilfreich wahrgenommen wird.

Optimierungspotential wird in diesem Bereich von den meisten Stakeholdern kaum gesehen. Wichtig erscheint es aber, dass das vorhandene Knowhow der Euresearch Mitarbeiter genutzt wird und das Netzwerk und der Austausch untereinander weiterhin eine hohe Priorität haben, um die Qualität der Beratung nicht zu schwächen.

Teilweise wird kritisch angemerkt, dass manche Teilnehmer erst zu Euresearch kommen, wenn es Probleme im Projekt gibt. Dies betrifft vor allem Forschende ausserhalb der Institutionen, an denen die RO sind, da hier die Bekanntheit von Euresearch nicht so gross ist. Hier wäre es wünschenswert, wenn Euresearch Projektteilnehmer gezielt kontaktieren könnte. Dies ist zurzeit jedoch nicht möglich, da kein zeitnaher Zugang zu den Daten über die angenommenen Forschungsgesuche (eCorda) besteht, der eine proaktive Beratung durch das Euresearch Netzwerk ermöglichen würde.

4.2.1.5 Zahl und Erfolg der Beteiligungen von Schweizerischen Institutionen an Forschungsprojekten der Rahmenprogramme

Dieser Punkt des Leistungsauftrages wird als sehr schwierig zu bewerten wahrgenommen. Grundsätzlich ist es der Anspruch der befragten Stakeholder, dass sich die Arbeit von Euresearch in einer hohen

Erfolgsquote bei den EU-FRP zeigt. Es erscheint jedoch fraglich, inwiefern sich dies eindeutig den unterschiedlichen Akteuren, die beteiligt sind, zuordnen lässt.

Als valider Vergleich wird teilweise die Situation vor Euresearch und danach gesehen - was aber für die Bewertung der heutigen Situation nicht mehr tauglich erscheint.

Es gibt unterschiedliche Aspekte, anhand denen dieses Thema von den Stakeholdern bewertet wird:

- Erfolgsquote der Schweiz ist im Vergleich zu anderen europäischen Ländern sehr gut
- Euresearch (NCPs) wird häufig von der Europäischen Kommission als Experten eingeladen, was die Kompetenz von Euresearch zeigt
- Positives Feedback auf europäischer Ebene zur Arbeit von Euresearch
- Hohe Anzahl Schweizer Koordinatoren
- Grosse Anzahl Schweizer Forschungsgesuche

Insgesamt ist die Erfüllung dieses Zieles des Leistungsauftrages aus Sicht der befragten Stakeholder bezogen auf die Arbeit von Euresearch nicht wirklich zu beantworten, da die Zahl und der Erfolg von vielen Faktoren abhängt, wobei im Fokus immer die Qualität der Forschenden selbst steht. Als zentral für dieses Leistungsziel werden die Schweizer Forschungslandschaft sowie die Fähigkeit der Hochschulen, exzellente Forschende anzuziehen, gesehen. Hervorragende Forschende können auch ohne Euresearch erfolgreich sein. Forschende, die weniger stark sind, erreichen vermutlich auch mit Euresearch keine besonders hohen Erfolgsquoten.

"Die Erfolgsquote der Schweizer Anträge liegt über dem Durchschnitt, was sicher auch mit der Qualität der Institutionen zu tun hat."

Daher ist es aus Sicht der meisten Stakeholder auch schwierig, spezifisch für diesen Aspekt Optimierungspotential zu definieren. Euresearch kann seine Aufgaben hinsichtlich Motivation, Information und Beratung weiter optimieren, konkrete Massnahmen, die direkt zu einer Erhöhung des Erfolgs der Schweizer Beteiligungen führen, werden aber als eher unrealistisch eingeschätzt, da es keine monokausale Wirkung gibt.

"Das Einzige, was man beurteilen kann, ist die Effektivität der Kommunikation. Euresearch ist auch einfach eine Grundinvestition. Es ist wie der Empfang einer Firma, man kann es gut oder nicht so gut machen. Aber welcher Beitrag der Empfang zum Geschäftserfolg hat, fragt auch niemand."

"Es gibt Leute, die sind gut und die sieht man nie. Dann kommen Leute, die immer wieder kommen und es nie schaffen. Ist das unser oder deren Fehler?"

"Ich kann sagen, dass der Antrag, der meinen Schreibtisch verlässt, besser ist als er gekommen ist. Aber eine gute Forschungsberatung macht noch keine guten Anträge."

Mehr dazu siehe auch im Kapitel 4.4.2 (Messung anhand von KPIs).

4.3 Zusammenarbeit im Euresearch Netzwerk

Neben der Erfüllung des Leistungsauftrages aus der Sicht der Stakeholder wurde in den Gesprächen auch die Zusammenarbeit innerhalb des Euresearch Netzwerkes thematisiert. Das Ziel war es, einen Eindruck davon zu erhalten, wie die Zusammenarbeit von den verschiedenen Akteuren wahrgenommen wird und wo es eventuell Optimierungspotential für die Zukunft gibt. Neben der Zusammenarbeit wurde dabei von den befragten Stakeholdern auch häufig Bezug auf strukturelle Aspekte genommen.

Insgesamt wird die Zusammenarbeit innerhalb des Netzwerkes durch die befragten Stakeholder sehr geschätzt. Mehrfach erwähnt wird die sehr kollegiale und angenehme Zusammenarbeit auf der persönlichen Ebene, die als Basis für ein funktionierendes Netzwerk eingeschätzt wird.

Hinsichtlich des Optimierungspotentials gibt es dagegen teils sehr unterschiedliche Einschätzungen auf den verschiedenen Ebenen des Netzwerkes. Im Folgenden wird die Einschätzung der Zusammenarbeit differenziert nach Ebene der unterschiedlichen Akteure dargestellt.

4.3.1 Head Office (HO) und Regional Offices (RO)

Der Kern des Euresearch Netzwerkes sind die RO und das HO. Die Zusammenarbeit dieser Bereiche ist für das Netzwerk von entscheidender Bedeutung, um den Forschenden einen guten Service bieten zu können und die Bestandteile des Leistungsauftrages erfolgreich umzusetzen.

4.3.1.1 Generelle Zusammenarbeit & Informationsaustausch

Viele der befragten Stakeholder bewerten die Zusammenarbeit zwischen HO und RO als sehr gut, wenn es um die Betreuung der Forschenden geht. Das gemeinsame Ziel schafft eine gute Basis, um sich für die Forschenden zu engagieren. Als Indikator für die erfolgreiche Zusammenarbeit werden auch die positiven Rückmeldungen durch Forschende gesehen.

"Unsere Stärke ist, dass wir als Netzwerk Hand in Hand funktionieren. [...] wenn etwas gemacht werden muss, dann wird es gemacht."

Dabei spielen verschiedene Faktoren eine Rolle:

- gute persönliche Zusammenarbeit zwischen HO und RO
- überwiegend klare Rollenverteilung: RO haben die Nähe zu den Forschenden und HO schafft eine vergleichbare Infrastruktur für alle
- HO informiert und organisiert (bspw. Events) überwiegend sehr gut
- RO pflegen sehr guten Austausch untereinander: Knowhow Transfer
- regelmässige Treffen zwischen den RO (und HO) schaffen Nähe

"Es besteht eine offene und angenehme Kommunikation. Die Leute im HO sind kollegial." "Was sicher ganz gut läuft: Wir ziehen alle am selben Strang."

Optimierungspotential wird je nach Stakeholder auf sehr unterschiedlichen Ebenen wahrgenommen. Häufig wird darauf hingewiesen, dass es zwar viele Informationen gibt, die zur Verfügung stehen, es aber wünschenswert wäre, noch mehr Erfahrungsaustausch zu haben, um bspw. neue Mitglieder im Netzwerk gut integrieren zu können.

Dies spiegelt sich auch darin wider, dass aus Sicht der RO Schulungen im Netzwerk in den letzten Jahren vernachlässigt worden sind. Hier besteht der Wunsch, dass das HO zukünftig wieder mehr Ressourcen für Schulungen vorsieht. Auch von Seiten HO wird dieser Punkt kritisch und verbesserungsfähig erwähnt.

"Die Regional Offices wünschen klar viele Sachen und zum Teil wünschen sie das seit drei Jahren und wir haben es zum Teil nicht geliefert."

"Schulungen, Netzwerk sind vernachlässigt worden in den letzten Jahren. Die klassische Schulung der neuen Leute, die ins Netzwerk kommen."

"60 Personen greifen auf die Datenbank zu, aber es gibt keine Schulungen, um eine einheitliche Nutzung der Datenbank sicherzustellen."

Manche Stakeholder sehen noch Optimierungspotential in der Abstimmung zwischen RO und HO, da sie die Erfahrung gemacht haben, dass teilweise RO und HO parallel die gleichen Themen bearbeiten und sich nicht miteinander abstimmen oder bspw. die RO keine Kenntnis von den Events haben, die das HO organisiert. Die Mehrheit der befragten Stakeholder hat dies jedoch nicht als problematisch erwähnt.

4.3.1.2 Priorität und Einsatz der Ressourcen

In den Gesprächen wurde deutlich, dass es durchaus unterschiedliche Sichtweisen bei den verschiedenen Stakeholdern gibt, welche Bedeutung das HO für die Funktionsfähigkeit des Euresearch Netzwerkes hat. Sowohl im internen wie auch im externen Netzwerk sehen viele Stakeholder eine grössere Relevanz der RO für die erfolgreiche Betreuung der Forschenden, da diese direkt vor Ort sind und so eine grössere Nähe zu den Forschenden haben. Daher besteht häufig der Eindruck, dass die RO besser wissen, was die Bedürfnisse von Forschenden sind.

"Die Leute haben das regionale Wissen und Temperament, dass sie besser auf die lokalen Bedürfnisse eingehen können."

Kritisch wird dies vor allem hinsichtlich der Prioritäten beim Einsatz der verfügbaren Ressourcen gesehen. Hier besteht bei einigen Stakeholdern der Eindruck, dass das HO andere Prioritäten setzt als die RO und deshalb bestimmte Aspekte nicht ideal gelöst werden. Als Beispiele wurden hier vor allem Infomaterialien genannt, die teilweise erst sehr spät (bspw. KMU Broschüre) erstellt wurden bzw. die überarbeitet wurden, obwohl diese von den RO kaum verwendet werden.

Für die Mehrheit der Stakeholder war zudem deutlich zu bemerken, dass das HO 2014 neu strukturiert wurde. Ausserhalb des HO ist jedoch vielen Befragten nicht ganz klar, was genau der Vorteil der neuen Struktur ist. Häufig wurde der Eindruck geäussert, dass sich das HO in dieser Zeit sehr stark mit sich selbst beschäftigt hat und dadurch weniger Ressourcen für die Arbeit mit den RO und den Forschenden verfügbar waren. Hier besteht die Erwartung, dass dieser Prozess nun abgeschlossen ist und in Zukunft wieder mehr Ressourcen zur Verfügung stehen.

Die Gleichbehandlung der RO wird aus Sicht der befragten Stakeholder durch das HO soweit möglich gut sichergestellt. Da es in der Schweiz grosse Unterschiede hinsichtlich der Grösse und Breite der Forschungsinstitutionen gibt, besteht allerdings auch nicht der Anspruch, dass alle Regionen komplett gleich behandelt werden sollen. Es wird akzeptiert und als sinnvoll erachtet, dass die grossen Universitäten ein stärkeres Gewicht haben, da dort viele der erfolgreichen Forschenden sind und diese auch selbst grosse finanzielle Mittel zur Verfügung stellen. Insofern erfüllt das HO seine Aufgabe zur Betreuung der Regionen sehr gut.

Ein weiterer Aspekt, der mehrmals thematisiert wurde, ist die Überschneidung der Hochschul-Institutionen mit Euresearch. Gerade in grösseren RO, die stark finanziell von den Hochschulen unterstützt werden, ist es teilweise nicht immer ganz klar, von welchem Absender die Informationen / Personen kommen. Es ist grundsätzlich sehr positiv, dass die Hochschulen selbst viele Gelder investieren, jedoch scheint es dadurch nicht immer eindeutig, wem die Aktivitäten der RO zugeordnet werden können. Eventuell kann dies zu Verwirrung bei den Forschenden führen. Ob sich dies negativ auf die Arbeit von Euresearch auswirkt, war aber nicht klar.

"Ich weiss dann nicht, sind die Uni oder Euresearch?"

Optimierungspotential wird vor allem in einer besseren Abstimmung hinsichtlich der strategischen Planung und der Setzung von Prioritäten gesehen. Wünschenswert wäre aus Sicht mehrerer Stakeholder eine stärkere Integration der RO in den Steuerungsausschuss (siehe auch 4.3.4.2). Ganz grundsätzlich stellt sich aber auch die Frage, wie Doppelspurigkeit vermieden und ein effizienter Erfahrungsaustausch sichergestellt werden können. Hier wäre ein engerer Austausch zwischen HO und RO hilfreich, um die wichtigsten Punkte gemeinsam klären zu können.

4.3.2 Neue Akteure im Netzwerk: Contact Points (CP)

Durch die Vergabe der neuen Untermamente für KMU und FH hat sich das Euresearch Netzwerk erweitert, teilweise innerhalb der bestehenden RO und teilweise in den neu geschaffenen Contact Points. Die Untermamente wurden eingeführt, um die Zielgruppen KMU und FH gezielt und verstärkt an die EU-FRP heranzuführen.

4.3.2.1 Einführung & Positionierung der neuen Akteure

Die Schaffung dieser neuen Akteure im Netzwerk wird sehr unterschiedlich beurteilt. Da es sich noch um eine relativ neue Struktur handelt, gehen viele Stakeholder davon aus, dass sich diese erst noch etablieren muss und es noch zu früh ist, um diese umfassend bewerten zu können.

"Ende 15 gibt es eine erste Evaluation, auch in Hinblick auf das neue Mandat." "Für die Contact Points: sie kommen in ein Gremium, das schon lange Bestand hat, ist es auch nicht ganz einfach, dass man sich da findet und sich identifizieren kann."

Grundsätzlich scheint es aus Sicht der Befragten sinnvoll, die Zielgruppen FH und KMU spezifisch im Netzwerk zu berücksichtigen. Vor allem die FHs werden so im Vergleich zu den Universitäten besser ins Netzwerk eingebunden und erhalten gezielt eine zusätzliche Förderung.

"Es ist sicher richtig, dass jemand diesen Hut trägt und sichtbar ist."

Als eher problematisch wurde von vielen Stakeholdern erlebt, dass die Integration der neuen Mitglieder ins Netzwerk nicht strukturiert vorbereitet und durchgeführt wurde. Es wirkte teilweise so, als ob niemand sich zuständig fühlte, diese Rolle zu übernehmen. Aus Sicht der befragten RO wäre das HO hier in der Verantwortung gewesen. Faktisch wurde kein Einarbeitungsprozess geplant. Mittlerweile haben sich teilweise Strukturen etabliert, manche CP sind regelmässig in RO präsent und können auf dieser Ebene einen Erfahrungsaustausch nutzen. Hier besteht der Wunsch, dass dies zukünftig besser geplant wird und auch weitere Schulungen der neuen Mitarbeiter scheinen noch sinnvoll.

"Die Kontaktstellen wurden eingerichtet und dann gab es neue Mitarbeiter. Da war überhaupt nicht klar, wer für deren Einarbeitung zuständig ist. Die wurden ein wenig von der Zentrale und dann halt auch von den Regionalbüros eingearbeitet, wobei diese nicht für die Kontaktstellen zuständig sind. Wieso ist niemandem aufgefallen, dass man vier neue Personen einarbeiten muss?"

Zukünftiges Konfliktpotential wird in der Rollendefinition der CP gesehen. In der aktuellen Definition sind die CP für das Scouting, d.h. die Schaffung neuer Kontakte, eingerichtet worden, während die Beratung und Begleitung der Forschenden durch die RO erfolgen soll. Nun hat sich bereits gezeigt, dass die CP gerne selbst auch die Beratung übernehmen möchten. Hier wird von mehreren Stakeholdern die Gefahr gesehen, dass dadurch weniger Ressourcen für das Scouting vorhanden wären, aber auch in den Regionen Strukturen in der Beratung doppelt entstehen, was zu weniger Effizienz führt.

Gleichzeitig wird von den Forschenden an FHs und in KMUs die Erwartung an die CP heran getragen, dass diese den gleichen Service bieten wie die RO. CP sollen bei Forschungsgesuchen beraten oder bei Treffen in Brüssel präsent sein. Hier besteht für die CP ein Widerspruch zwischen der Rolle des CP und den Anforderungen der Kunden.

Daher wird für die CP insofern Optimierungspotential gesehen, dass die Rollenverteilung zwischen CP und RO genau beobachtet werden sollte und kritisch hinterfragt wird, ob die heutige Struktur tatsächlich die gewünschte Zielsetzung erreicht.

4.3.2.2 Untermandate für FHs

Aus Sicht der befragten Stakeholder war es richtig und wichtig, dass die FHs als Mitglieder im Euresearch Verein endlich stärker im Netzwerk berücksichtigt werden. Es wird bei den FHs durchaus noch Potential gesehen, sich erfolgreich in den EU-FRP zu engagieren. Da viele FHs ihre Untermandate an die RO angegliedert haben, ist hier auch ein Wissenstransfer sichergestellt, der diese Struktur mittelfristig etablieren kann.

Konkrete Erfahrungen mit den FH-Untermandaten hat nur ein Teil der Befragten gesammelt. Es besteht der Eindruck, dass nun eine bessere und strukturiertere Organisation der Informationen an den FHs stattfindet. Es gibt positive Rückmeldungen von den Forschenden zur verstärkten Präsenz vor Ort. Da es oftmals längere Zeit dauert, um Forschende erfolgreich an EU-FRP heranzuführen, wird davon ausgegangen, dass sich der Effekt erst in ein paar Jahren voll zeigen kann.

Als Herausforderung wird es gesehen, die Forschenden der FH an die Logik der EU-FRP heranzuführen. Nicht immer werden gute Anträge angenommen und hier ist es wichtig, dass die Forschenden trotzdem weiter motiviert werden können.

"Die Leute schreiben Anträge, kriegen gute Bewertungen, werden aber trotzdem nicht gefördert. Weil zu wenig Geld in Brüssel vorhanden ist." "Wenn Leute zum ersten mal sich für EP Forschung interessieren, sind die nicht Ende Jahr im Projekt drin. Das kann vier, fünf Jahre dauern, bis die so weit sind."

Die finanziellen Mittel für die FH-Untermandate werden aktuell von mehreren Stakeholdern als nicht ausreichend wahrgenommen, um tatsächlich etwas zu bewegen. Teilweise haben die Hochschulen eigene Mittel zur Verfügung gestellt, da sonst nur ein sehr begrenztes Mandat möglich gewesen wäre.

"Die Uni hat den Posten deutlich aufgestockt. Was von Euresearch gekommen ist hat nicht gereicht, etwas Sinnvolles zu machen."

Einzelne Stakeholder sehen es als fraglich an, ob es zielführend ist, dass eine so breite Struktur für die FHs entwickelt wurde. Aktuell gibt es viele kleine Untermandate, die einen sehr ähnlichen Auftrag haben. Alternativ wäre eine Konzentration der Untermandate möglich, um die vorhandenen Mittel besser zu bündeln und zu verknüpfen. Diese Lösung würde allerdings weniger Präsenz vor Ort bedeuten.

"Ein gemeinsames Office mit 3-4 Leuten, die Unterstützung bieten können."

Zum jetzigen Zeitpunkt lässt sich schwer eine definitive Aussage zu den FH-Untermandaten machen. **Optimierungsbedarf** ist noch nicht eindeutig zu identifizieren, aber die Gespräche zeigen deutlich, dass die neue Struktur intensiv diskutiert wird und es wichtig ist, den Erfolg engmaschig zu evaluieren und die zukünftige Strategie daran auszurichten.

4.3.2.3 Untermandate für KMU

Bei den Untermandaten für die KMU gibt es ein sehr breites Spektrum an Einschätzungen bei den befragten Stakeholdern. Dies ist ein Themengebiet, bei dem sich noch ein hoher Diskussionsbedarf

zeigt, da die Umsetzung sehr konträr bewertet wird. Da sich keine klaren Mehrheiten bei den verschiedenen Meinungen abgezeichnet haben, wird in diesem Kapitel versucht, die Spannbreite der Ansichten abzubilden, um als Basis für eine weitere Diskussion dienen zu können.

Grundsätzlich einig sind sich die Stakeholder, dass es sinnvoll ist, die Zielgruppe der KMU spezifisch zu betreuen, da diese eindeutig andere Bedürfnisse hat als die Forschenden an Hochschulen, aber auch die Kommunikation weniger zentral organisiert werden kann als für die Hochschulen.

"KMUs wussten zum Teil nicht, wo dürfen sie mitmachen und wo nicht. Wo gibt es Geld und wo nicht. Die Unsicherheit war enorm."

Als Herausforderung wird jedoch erlebt, dass sich durch die Teilassoziierung die Möglichkeiten von KMUs an EU-FRP teilzunehmen, deutlich reduziert haben. So kann es sein, dass verstärkt Kontakte mit KMUs aufgebaut wurden, für diese aber nun keine passenden Programme vorhanden sind. Zudem wird in der Praxis oft erlebt, dass sich KMUs nicht in einer ähnlichen Art und Weise an EU-FRP ausrichten können, wie das den Forschenden an Hochschulen möglich ist. Daher stehen die CP für KMUs vor ganz anderen Herausforderungen als die CP für die FHs.

"Für die Vernetzung ist es sehr gut, aber für die Unternehmen haben wir viel weniger anzubieten als wir vor zwei Jahren dachten." "Die Logik der Programme und die Logik, wie ein KMU Forschung und Entwicklung betreibt passen nicht in allen Fällen gut zusammen."

"Die werden nie ihr Forschungsthema auf den Call anpassen, werden nie ein halbes Jahr mit dem Projektbeginn warten. Sie haben jetzt einen Auftrag, den sie erfüllen müssen. Deshalb sind die ganzen Forschungsrahmenprogramme nicht die erste Wahl. Schon gar nicht als Finanzierung."

Zudem ist für ein KMU die Art, wie die Calls für Forschungsprogramme aufbereitet werden, häufig zu wenig zugänglich, sofern es sich nicht um Unternehmen handelt, die aus einer Hochschule heraus gegründet wurden. Wenn auch solche Unternehmen für Euresearch im Fokus stehen sollen, wäre es hilfreich, wenn die Calls für diese Zielgruppe anders aufbereitet werden.

"Wenn man einen Call in die Hände kriegt mit 50 Seiten, dann schaut es niemand an. Man braucht eine andere Art, wie man sie über die Angebote informiert und an die Themen heranführt."

Hinsichtlich des besten Zugangs zu KMUs bestehen sehr unterschiedliche Ansichten bei den befragten Stakeholdern. So werden sehr unterschiedliche Schnittstellen als besonders geeignet gesehen, um mit KMUs auf einer Augenhöhe zu sprechen:

- FH als eher praxisorientierte Hochschulen mit grösserer Nähe zu Unternehmen
- Grosse Universitäten mit guten Kontakten zu Start-ups aus dem universitären Umfeld
- HO als zentraler Ansprechpartner mit NCPs als Experten
- RO aufgrund des Knowhows für die Information und Beratung zu EU-FRP
- KTI als Organisation, die gut etabliert ist in der Wirtschaft und in Zukunft das EEN betreut
- Wirtschafts- und Industrieverbände in Zusammenarbeit mit Intermediären, die aus der Wirtschaft kommen

Hier zeigt sich deutlich, dass es innerhalb der Stakeholder noch keine Einigkeit gibt, welcher Weg für die Einbindung der KMUs am besten geeignet ist. Ein grosser Widerspruch besteht zum Beispiel in der Einschätzung, ob Akademiker geeignet sind, um KMUs zu beraten, da dort eine andere Sprache gesprochen wird. Auf der anderen Seite fehlt den anderen Stellen das Knowhow zu den EU-FRP.

Ein weiterer Punkt, bei dem sich sehr unterschiedliche Ansichten gezeigt haben, ist die Einschätzung, welche Unternehmen tatsächlich als Zielgruppe angesprochen werden sollen. Hier scheint es sinnvoll, für die Zukunft noch eine klarere Strategie zu entwickeln, wo die Erfolgchancen für eine Teilnahme an den EU-FRP am höchsten sind.

"KMU-Begriff wird auch zu strikt angewandt. Das hört bei 250 Mitarbeitern auf, im Segment oberhalb haben wir einige Firmen, die durchaus Leute haben, die gerne informiert werden würden."

"Die Firmen, die für KTI Projekte in Frage kommen sind typischerweise auch die, die für EU Projekte in Frage kommen."

Insgesamt kann daher für diesen Teilbereich des Netzwerkes kein klares **Optimierungspotential** definiert werden, da sich das Euresearch Netzwerk zuerst zusammen mit dem SBFI über die weitere Zielsetzung und eine klarere Definition der Rolle der CP für die Zielgruppe KMU klar werden muss.

4.3.3 National Contact Points (NCP)

Die National Contact Points (NCP) werden von den befragten Stakeholdern sehr positiv bewertet. Die NCP überzeugen durch eine hohe Fachkompetenz und eine gute Vernetzung in der Forschungslandschaft. Besonders erwähnt werden die guten Kontakte in Brüssel, die es auch nach Annahme der MEI ermöglicht haben, die relevanten Informationen zu erhalten. Die Informationen, die von den NCP über ihre Programme geliefert werden, sind aus Sicht der Befragten von hoher Qualität.

"Die inhaltliche Qualität der NCPs ist sehr gut."

Gleichzeitig wird die Zusammenarbeit mit den NCP innerhalb des Netzwerkes sehr geschätzt. Es besteht der Eindruck, dass die Zusammenarbeit mit den RO bei der Kundenbetreuung sehr gut funktioniert und es eine besondere Stärke von Euresearch ist, dass es diese beiden Funktionen gibt. In der Kombination von RO und NCP kann den Forschenden eine sehr gute Beratung geboten werden. Insofern ist auch aus Sicht der beteiligten Stakeholder ausreichend klar, wer welche Rolle hat.

"Wir haben unterschiedliche Sichtweisen und das wird auch von den Kunden geschätzt. Es ist auf jeden Fall viel besser als wenn nur jemand da wäre."

Ein Punkt, der in Bezug auf die NCP in vielen Gesprächen diskutiert wurde, ist die Frage nach der optimalen Position der NCP innerhalb des Netzwerkes. In anderen europäischen Ländern sind NCP teilweise den Ministerien angegliedert, denkbar wäre auch eine Verteilung der NCP auf die RO. Insgesamt spricht sich die Mehrheit der befragten Stakeholder für die heutige Struktur aus, da dort viele Vorteile gesehen werden:

- NCP sind an einer neutralen Stelle angegliedert, die weder durch das Ministerium noch die RO eventuell einseitig geprägt wird
- NCP haben die Möglichkeit zum direkten Austausch, was es erleichtert, Synergien zwischen Forschungsprogrammen und Fachbereichen zu identifizieren (wichtiger geworden, da die FRP von Horizon 2020 weniger stark nach Fachbereichen getrennt sind)
- Früher waren die NCP dezentral organisiert, was zu Überschneidungen und weniger klaren Strukturen geführt hat
- NCP sind eng in das Euresearch Netzwerk eingebunden und leicht ansprechbar, werden aber nicht zu stark von einer Region beansprucht

"Die NCPs sind sehr nahe bei der Forschung und weiter weg vom Ministerium. Das hat sich sehr bewährt." "Wenn ich mich mit deutschen Kollegen unterhalte, die haben auch nationale Kontaktstellen, aber der Kontakt ist viel lockerer als bei uns. Die Leute beneiden uns, dass wir die NCP anfragen und bitten können."

Optimierungsbedarf wird vor allem hinsichtlich der Intensität des Austauschs zwischen NCP und RO gesehen. Dies wird sowohl von den RO, aber auch von den NCP als wichtiger Aspekt gesehen, um die Arbeit von Euresearch bei der Kundenbetreuung noch zu verbessern.

"Der Wunsch der RO ist es, dass wir als NCP ihnen noch mehr zu Verfügung stehen. Dieser Wunsch ist berechtigt und da könnte man sicher etwas entwickeln." "Die NCPs sind zentral in Bern und haben ihre Netzwerke. Aber manchmal fehlt der Kontakt zu den Aussenstellen." "Wenn die NCPs mehr da wären, bringen sie einen Mehrwert. Die haben ein Spezialwissen, das wir uns ja nicht aneignen können in dieser Intensität."

Hier besteht vielfach der Eindruck, dass dies weniger am Willen der NCP scheitert als an den vorhandenen Kapazitäten, die nicht ausreichen, um sich stärker direkt bei den RO zu engagieren. Dort besteht der Wunsch, dass die Ressourcen entsprechend anders geplant werden und dieser Aspekt der Arbeit von NCP ebenso eine hohe Priorität erhält.

Die fehlenden Ressourcen der NCP zeigen sich auch in anderen Bereichen. So wird bspw. festgestellt, dass bestimmte Inhalte zu den Programmen im Intranet nicht immer auf dem neuesten Stand sind, da die NCP dafür zuständig sind und verständlicherweise nicht immer die Zeit dafür haben. Es erscheint aus Sicht mancher Stakeholder fraglich, ob tatsächlich die NCP diese Aufgabe übernehmen müssen. Zudem besteht teilweise der Eindruck, dass die NCP viele Funktionen gleichzeitig abdecken müssen, was sich ebenfalls negativ auf die Ressourcen auswirkt.

"Die NCPs müssen teils mehrere Programme betreuen, weil die Ressourcen so sind, wie sie sind. Sie haben dann wenig Zeit." "Ein ausreichendes Pensum sollte ein NCP haben. Eine zu grosse Kumulation bei verschiedenen Aufgaben ist nicht hilfreich."

Das HO wurde 2014 umstrukturiert, was sich aus Sicht vieler Stakeholder auf die Zusammenarbeit mit den NCP ausgewirkt hat. Durch verschiedene Wechsel der Zuständigkeiten, aber auch den Weggang von Mitarbeitern ist teils nicht immer klar, wer Ansprechpartner ist. Dies ist vor allem der Fall, wenn es zwei NCP für einen Fachbereich gibt. Hier besteht der Wunsch, dass es klar ersichtlich ist, wer welche Zuständigkeiten hat.

"Im letzten Jahr hatten wir einige Wechsel, mittlerweile habe ich eine Liste ausgedruckt, weil ich mir nicht mehr sicher bin. Sie arbeiten sich in der Regel sehr schnell ein." "Aber die Zuständigkeiten sind mir nicht mehr so ganz klar, und ich habe keine eindeutige Ansprechperson zum Teil."

Manche Stakeholder haben zudem darauf hingewiesen, dass durch die Wechsel in einzelnen Bereichen die Kompetenzen wieder neu aufgebaut werden müssen und man daher nicht die gewohnt hohe Fachkompetenz der NCP erwarten kann. Dies wird aber auch als Prozess eingeschätzt, der auf einem guten Weg ist.

4.3.4 SBFI und Euresearch

Das SBFI ist ein wichtiger Partner für Euresearch - nicht nur als Mandatsgeber. Durch die Annahme der MEI hat sich die Zusammenarbeit zwischen dem SBFI und Euresearch deutlich verändert. Die klassische Arbeit in den Programmkomitees ist weniger relevant, heute sind die Mitarbeiter des SBFI in vielen Bereichen auf die Kontakte der NCPs in Brüssel angewiesen, um zu Informationen zu kommen. Zudem gibt es durch die nationalen Zahlungen eine neue Schnittstelle zwischen den RO und dem SBFI.

Daher besteht bei vielen Befragten der Eindruck, dass das SBFI und Euresearch näher zusammen gerückt sind und dass sich das Verhältnis zwischen beiden Institutionen verbessert hat. Wo früher teilweise weniger Wissen über die Situation des Anderen vorhanden war, sind nun neue Kontakte entstanden, die ein gegenseitiges Verständnis erleichtern.

4.3.4.1 Generelle Zusammenarbeit & Informationsaustausch

Die persönliche Zusammenarbeit wird von beiden Seiten als sehr angenehm wahrgenommen. Es besteht gegenseitige Wertschätzung für die Kompetenzen und eine grosse Bereitschaft, gemeinsam die Lösungen zu finden, die den Schweizer Forschenden einen Mehrwert bieten können.

"Die Zusammenarbeit ist komplementär. Es ist wirklich ein Miteinander und kein Gegeneinander."

Als sehr positiv wird von Seiten des SBFI bewertet, dass sich Euresearch durch den Wechsel in der Direktion wieder verstärkt auf die Aufgaben Motivation, Information und Beratung konzentriert und weniger darauf achtet, Euresearch als Institution zu profilieren. Diese Entwicklung wird sehr geschätzt und hat einen wichtigen Anteil am verbesserten Verhältnis der beiden Institutionen.

"Früher hatten wir Probleme mit der Abgrenzung. Bspw. dass Euresearch auch politische Aufgaben gemacht hat. Das hat sich stark verbessert."

Optimierungspotential wird von mehreren Stakeholdern in einem noch besseren Austausch zwischen dem SBFI und Euresearch gesehen. Durch die einschneidenden Veränderungen nach Annahme der MEI war nur noch wenig Raum dafür, da andere Ziele im Fokus standen. Hier besteht der Wunsch, dass wieder verstärkt gemeinsame Workshops durchgeführt werden, um den Informationsfluss und die Zusammenarbeit weiter zu verbessern. Zudem sind die Support Groups teilweise etwas weniger aktiv, was stark durch die veränderten Rahmenbedingungen beeinflusst wird. Hier wäre es ideal, wenn das Knowhow dieser Gruppen und der Austausch trotzdem erhalten bleiben.

Von Seiten des SBFI wird zudem mehrfach angemerkt, dass Euresearch Informationen eher reaktiv zur Verfügung stellt und hier mehr Proaktivität wünschenswert wäre. Die Informationen fließen zwar auf anderen Kanälen, aber es werden kaum Sitzungsberichte für das SBFI erstellt, was eigentlich Teil des Leistungsauftrages wäre. Hier besteht zwar durchaus Verständnis, dass die zeitlichen Ressourcen durch die veränderten Rahmenbedingungen knapper geworden sind. Dennoch sollte Euresearch in Zukunft wieder stärker Gewicht auf offizielle und standardisierte Informationen legen.

"Ich höre immer wieder, dass Meetings auf EU-Level stattfinden. Aber Feedbacks betreffend den Meetings erhalte ich selten."

Ein weiterer Punkt mit Verbesserungspotential ist die Einbindung der Programme, für die Euresearch nur als Triage zuständig ist. Hier wäre es wünschenswert, dass bspw. COST 2-3x im Jahr in die Informationsveranstaltungen integriert wird. Aktuell geht die Initiative dafür vor allem vom SBFI aus und es besteht der Eindruck, dass dieser Teil des Leistungsauftrages manchmal etwas vergessen geht.

Auch von Seiten Euresearch besteht der Wunsch nach einem stärkeren Informationsfluss von Seiten des SBFI. Dies betrifft vor allem den Zugang zu der Datenbank eCorda, in der die Teilnehmer an Horizon 2020 verzeichnet sind. Das SBFI kann Euresearch die individuellen Einzeldaten aufgrund seiner Datenschutzvereinbarung mit der Europäischen Kommission nicht zur Verfügung stellen. Das SBFI stellt Euresearch hingegen aggregierte Daten zur Verfügung, sowie Daten zur projektweisen Finanzierung. Seitens Euresearch bestand der Eindruck, dass die Daten aus der Datenbank eCorda zwischenzeitlich nicht wirklich genutzt wurden.

Dies hat zur Folge, dass Euresearch keine vollständige Übersicht über die Teilnehmer hat und diese Daten nicht für das operative Geschäft nutzen kann. Diese Daten würden es bspw. ermöglichen, das Potential von abgewiesenen Forschenden besser zu nutzen. Dies spüren sowohl HO als auch RO.

"Zum Beispiel Forschende, die ein gutes Projekt abgegeben haben, das aber aus Budgetgründen nicht finanziert wird. Dann brauchen wir den Zugang absolut und zeitnah. Um zu schauen, was können wir machen, um das Projekt sonst wo unterzubringen."

„Der Zugriff auf Daten war früher besser, heute fehlt das Wissen darüber, wer Anträge eingereicht hat und wer sie bewilligt bekommen hat.“

Zusätzlich wäre es möglich, die Ressourcen für die einzelnen Fachbereiche besser zu steuern, wenn mehr Informationen über die Grösse des finanziellen Rahmens vorhanden wären. Euresearch sieht den Zugang zu eCorda vor allem als relevant, wenn die Schweiz ab 2017 wieder vollasoziiert sein sollte.

4.3.4.2 Steuerungsausschuss

Über die Zusammenarbeit im Steuerungsausschuss konnten nur wenige befragte Stakeholder aus eigenen Erfahrungen etwas sagen, da der Steuerungsausschuss auf eine kleinere Anzahl an Teilnehmern limitiert ist.

Grundsätzlich wird die Zusammenarbeit im Steuerungsausschuss als sehr professionell und gut wahrgenommen. Der kleine Rahmen des Steuerungsausschusses ermöglicht es, sich offen über die verschiedenen Themen auszutauschen und einen guten Informationsfluss zwischen dem SBFI und HO sicherzustellen. Die Atmosphäre wird als vertrauensvoll eingeschätzt.

"Es ist ein kleiner Kreis, da kann man offen sprechen. Da kann man auch was informell ansprechen."

Für manche Stakeholder ist es fraglich, ob es wünschenswert ist, dass der Teilnehmerkreis so stark eingeschränkt ist. Auch wenn die Idee einer kleinen Zahl nachvollziehbar ist, scheint es doch möglich, dass bei Bedarf statt vier auch fünf oder sechs Personen anwesend sind, um für bestimmte Themen alle relevanten Aspekte in die Entscheide des Steuerungsausschusses einfließen lassen zu können.

Von verschiedenen Seiten wurde dabei der Wunsch geäußert, die RO stärker in den Steuerungsausschuss zu integrieren. Durch die Schaffung des Coordination Boards besteht eine einfache Möglichkeit, die RO zu integrieren, indem deren Sprecher bei den Sitzungen anwesend ist. Die Erwartung von Seiten RO und auch SBFI wäre es, dass bei bestimmten Entscheiden von Anfang an auch die Ansicht der Basis einfließen kann, die innerhalb des Netzwerkes am nächsten an den Forschenden ist.

Aktuell besteht bereits die Möglichkeit, weitere Personen als Experten in den Steuerungsausschuss einzuladen. Darüber, ob dies bereits dafür genutzt wurde, um einen Sprecher des Coordination Boards einzuladen, wurden von den Befragten teils widersprüchliche Aussagen gemacht.

4.3.4.3 Nationale Zahlungen / Projektweise Beteiligung

Die Einführung der nationalen Zahlungen / projektweisen Beteiligung wird von allen betroffenen Stakeholdern als sehr erfolgreich und effizient wahrgenommen. Die neuen Strukturen betreffen vor allem das SBFI und die RO und mussten nach der Annahme der MEI im Februar 2014 in relativ kurzer Zeit neu aufgebaut werden. Hier zeigte sich aus Sicht der Befragten die Stärke des vorhandenen Netzwerkes.

"Das war vorbildhaft, wie SBFI, Nationalfonds und Euresearch zusammengearbeitet haben."

Mittlerweile werden die Prozesse als gut etabliert und effizient bewertet. Die Prozesse sind gut dokumentiert und transparent für alle Beteiligten. Das SBFI und RO schätzen die Zusammenarbeit in diesem Bereich als sehr gut ein und sehen hier **keinen Optimierungsbedarf**. Da nicht sicher ist, wie lange dieses Modell der Finanzierung bestehen bleibt, erscheint es den Beteiligten sinnvoll, die erfolgreichen Strukturen beizubehalten.

Durch die projektweise Beteiligung kommt auf die RO teilweise eine Doppelfunktion zu: sie sind Vertragspartner der Forschenden, aber gleichzeitig auch zuständig für das Pre-Screening der Finanzierungsgesuche. Auf die Frage, inwiefern dies eventuell eine kritische Situation sein könnte, gab es sehr unterschiedliche Einschätzungen.

Ein Teil der befragten Stakeholder sieht hier kein Problem, da die Verantwortung zur Bewilligung der Finanzierung beim SBFI liegt. Insofern kommt dem Pre-Screening nur eine rein formale Bedeutung zu und hat keinen Einfluss darauf, ob die Finanzierung so bewilligt wird.

"Es ist ja keine Beurteilung, sondern nur eine Vorkontrolle, daher geht das." "Man trifft ja keine Entscheidung. Man schaut nur, ob alles richtig ausgefüllt ist."

Andere RO schätzen diese Doppelfunktion durchaus als heikel ein und haben daher nach Möglichkeit eine Rollenteilung etabliert, d.h. die Person, die mit dem Forschenden den Vertrag ausfüllt, macht nicht das Pre-Screening. So kann eine gewisse Neutralität sichergestellt werden.

"Das ist bewusst so getrennt. Das 4-Augen-Prinzip. Das hat sich auch schon bewährt."

Dennoch ist es aus Sicht der beteiligten Stakeholder wichtig, dass das SBFI seine Funktion hier sehr bewusst wahrnimmt und damit seiner Verantwortung als entscheidende Instanz gerecht wird, um sicherzustellen, dass keine Interessenskonflikte entstehen.

4.4 Ausblick: Weiterentwicklung von Euresearch

Hinsichtlich der zukünftigen Ausrichtung von Euresearch zeigen sich teils sehr unterschiedliche Perspektiven. In den Gesprächen wurde auf Wunsch des SBFI jeweils der Fokus auf die mögliche Weiterentwicklung der Strukturen innerhalb des Netzwerkes sowie die Frage nach der Messung der Leistungserbringung anhand von KPIs gelegt.

4.4.1 Weiterentwicklung Strukturen innerhalb des Netzwerkes

Mit den Stakeholdern wurde in den Gesprächen auch über eine mögliche Weiterentwicklung der aktuellen Strukturen des Euresearch Netzwerkes gesprochen. Je nach Fokus der Stakeholder wurden unterschiedliche Aspekte diskutiert.

Regionale Struktur der RO

Als eine besondere Stärke des Euresearch Netzwerkes wird die Präsenz in den verschiedenen Regionen gesehen. Die regionale Struktur hat sich sehr bewährt, um bei den Forschenden vor Ort zu sein. Dies ist besonders wichtig, um auch kleinere Hochschulen in EU-FRP zu integrieren. Daher besteht bei allen befragten Stakeholdern der Wunsch, dass diese Regionalität beibehalten wird.

Contact Points

Wie bereits im Punkt 4.3.2 dargestellt, wird die Struktur mit den Untermmandaten für FH und KMU von vielen Stakeholdern als noch nicht ganz ausgereift bewertet. Vor allem bei den KMU Untermmandaten scheint es fraglich, ob damit das eigentliche Ziel, die KMU als Zielgruppe besser anzusprechen, tatsächlich erreicht wird. Aktuell ist es aber noch zu früh, um darüber zu entscheiden, wie die beste Struktur aussehen würde. Es gibt noch zu wenig Erfahrungswerte und vor allem können die Auswirkungen noch nicht klar untersucht werden. Es ist jedoch ein Bereich im Netzwerk, der von vielen Stakeholdern als eher kritisch wahrgenommen wird und es besteht die Erwartung, dass hier eine aktive Auseinandersetzung mit der Umsetzung innerhalb des Netzwerkes stattfindet, in dem alle relevanten Stellen integriert werden.

Angliederung der NCP an das HO

NCP im HO scheint für die Mehrheit der befragten Stakeholder die beste Struktur, da die Vorteile dieser Lösung die Nachteile deutlich ausgleichen. Dennoch wäre es eine sinnvolle Weiterentwicklung dieser Struktur, dass die NCPs die Möglichkeit haben, den Kontakt zu den RO zu intensivieren, was vor allem eine stärkere Präsenz vor Ort bedeuten würde.

Funktion und Aufgaben des HO

Einzelne Stakeholder sehen es als fraglich, ob das HO eine Funktion hat, die nicht auch von anderen Stellen im Netzwerk übernommen werden könnte. Denkbar wäre es, dass die heutigen Aufgaben des HO auch auf andere Stellen im Netzwerk verteilt werden, um eine möglichst schlanke und damit effizientere Struktur zu erhalten. So könnte bspw. das SBFI zentrale Aufgaben wie die Pflege der Datenbank und die Organisation der Events übernehmen, während alle anderen Aufgaben auf die grösseren RO verteilt werden. Dies entspricht jedoch nicht der Vorstellung der Mehrheit der befragten Stakeholder, die

mit der aktuellen Struktur zufrieden sind. Grundsätzlich erscheint es vielen Stakeholdern aber wichtig, dass es ein schlankes HO gibt und die RO eine starke Position im Netzwerk behalten.

4.4.2 Messung der Leistung von Euresearch anhand von KPIs

Ein Thema, das auf Wunsch des SBFI mit allen Stakeholdern diskutiert wurde, ist die Messung der erbrachten Leistung mittels Key Performance Indicators (KPI). Dies ist für alle Befragten ein eher schwieriges Thema, das aber grundsätzlich wünschenswert wäre.

Die Herausforderung bei KPIs wird darin gesehen, dass es nicht ohne weiteres möglich ist, eine Kausalität zwischen der Arbeit von Euresearch und dem Schweizer Erfolg bei den EU-FRP herzustellen. Daher bestehen grosse Zweifel an der Messbarkeit der Auswirkung von Euresearch. Die Erfolgsquote der Schweiz kann zwar mit der von anderen europäischen Ländern verglichen werden, welchen Anteil Euresearch daran hat, lässt sich jedoch nicht sagen. Im Kern steht immer die hervorragende Leistung der Forschenden, auf die Euresearch eigentlich keinen direkten Einfluss nehmen kann. Daher ist es für manche Stakeholder auch fraglich, ob die Erhöhung des Erfolgs von Schweizer Teilnehmenden Bestandteil des Leistungsauftrages sein sollte.

"Es ist aber natürlich sehr schwierig, einen Zusammenhang zwischen unserer Beratungstätigkeit und dem Geldrückfluss herzustellen." "Es hat damit zu tun, dass man selbst die besten Partner auswählen muss und sich reinknien muss. Das kann Euresearch nicht bieten."

Um dennoch die Leistung von Euresearch zu messen, wäre aus Sicht der meisten Stakeholder eine Bewertung vor allem durch Kunden sinnvoll. Wenn die Forschenden zufrieden sind, dann wäre dies eine objektive Aussage über die Qualität der Arbeit von Euresearch. Insofern wäre es eventuell wünschenswert, mehr Evaluationen durchzuführen, nicht nur auf der Makroebene wie in dieser vorliegenden Studie, sondern auch auf einer Mikroebene für Veranstaltungen oder Ähnliches. Teilweise haben RO bereits selbst Befragungen der Forschenden durchgeführt, um besser zu verstehen, was die Bedürfnisse der Kunden sind.

"Die beste Referenz ist die Meinung der Forschenden. Mehr als alle Daten, die wir sammeln können."

Hinsichtlich der Ausformulierung von KPIs für den Leistungsauftrag gibt es bei den befragten Stakeholdern unterschiedliche Ansatzpunkte. Teilweise wird es als zielführend gesehen, Ziele hinsichtlich der gewünschten Wirkung von Euresearch zu setzen (bspw. Anzahl Schweizer Koordinatoren oder Anzahl Events) und weniger auf ein Auszählen von Tätigkeiten zu fokussieren.

Andere Stakeholder sehen es eher als wünschenswert, dass die geleistete Arbeit von Euresearch anhand von Kennzahlen bewertet wird (bspw. Anzahl Events je Fachbereich, Anzahl Beratungen,...), ohne dass dafür konkrete Ziele gesetzt werden. Das würde weniger eine Definition von KPIs im Sinne einer Erfolgsbewertung bedeuten, sondern eher eine Bewertung, die eine Aussage über die geleistete Arbeit von Euresearch macht.

"Wie viele Klicks es auf einer Website gibt, sagt nichts, ob es dem Forschenden eine gute Info für ein Projekt gibt." "Die Diskussion, die wir führen müssen ist: Welche Wirkung wollen wir erzielen?" "Es gibt vielleicht ein paar harte Zahlen: Wie viele Events mit wie vielen Teilnehmern. Wie viele Projekte betreut." "Die Anträge, die aus formalen Gründen abgelehnt werden, sollten in der Schweiz eine sehr niedrige Quote haben."

Das Thema KPIs und Leistungsauftrag im Zusammenhang mit der Erfolgsquote bei EU-FRP erscheint auch aus einem anderen Aspekt heraus fraglich. Falls Euresearch vor allem an der aktuellen Erfolgsquote gemessen wird, könnte es einen Trend dazu geben, vor allem die etablierten Forschenden zu unterstützen, da diese mit einer höheren Wahrscheinlichkeit erfolgreich sind als junge Forschende, die erst in das internationale Netzwerk finden müssen. Hier fehlt aus Sicht vieler Stakeholder eine klare Zielsetzung hinsichtlich der Prioritäten, die Euresearch setzen soll.

5 Ergebnisse der Kundenbefragung

5.1 Methodisches Vorgehen und Erhebungsablauf

Die Zielgruppe der Euresearch-Kunden wurde in einem zweistufigen Verfahren befragt. Der Vorteil dieser Vorgehensweise besteht darin, dass quantitative und/oder qualitative Auffälligkeiten und Problemfelder anhand einer semi-qualitativen Nachbefragung erklärt und Handlungsempfehlungen validiert werden können.

5.1.1 Hauptbefragung

Adressen, Rücklauf und Gewichtung

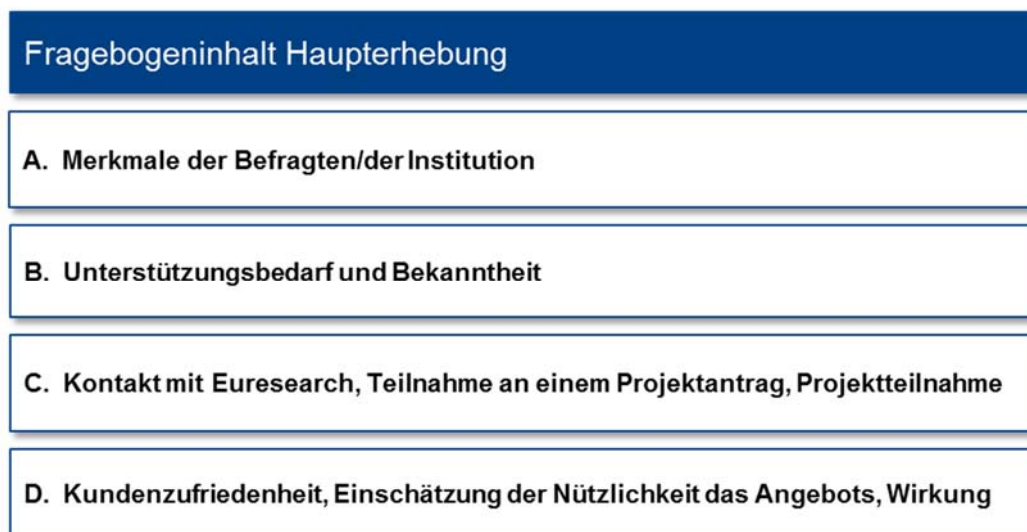
Bei der Hauptbefragung handelt es sich um eine Vollerhebung: alle Kunden, die in der CRM Datenbank von Euresearch erfasst sind, wurden zum Interview eingeladen. Die Ausgangsstichprobe umfasste 13'521 Kundenadressen. Nach Bereinigung um die nicht zustellbaren E-Mails beträgt die Grundgesamtheit 12'926 Kontakte. Insgesamt haben 2'162 Personen an der Befragung teilgenommen, dies ergibt eine Ausschöpfungsquote von 17%. In der Evaluation von 2009/2010 lag der Rücklauf bei 26%. Diese höhere Rücklaufquote lässt sich dadurch erklären, dass im Jahre 2009 nur Forschende angeschrieben wurden, die „bisher im 7. Forschungsrahmenprogramm oder seit 2007 im Rahmen von COST einen Projektantrag eingereicht haben“ (Balthasar et al. 2010). Diese Forschenden sind näher an Euresearch und können sich besser mit dem Verein identifizieren. Dies wirkt sich in der Regel positiv auf die Teilnahmebereitschaft aus. Eine Antwortquote von 17% bei einer Kundenbefragung ist aus unserer Erfahrung ein guter Rücklauf (oftmals bewegen sich Rücklaufquote bei Kundenbefragungen im Bereich von rund 10%).

Die Daten wurden nach Institutionentyp gewichtet, da sich die Rücklaufquote leicht für die verschiedenen Institutionen unterscheidet (nähere Angaben zur Gewichtung finden sich im Anhang 7.1).

Interviewdauer und Fragebogen

Der Fragebogen umfasst folgende Module (siehe Abbildung 5.1.1). Der vollständige Fragebogen findet sich im Anhang 7.3.

Abbildung 5.1.1 Themen Hauptbefragung



Die durchschnittliche Interviewdauer lag bei 20 Minuten, der Median bei 14 Minuten. Die durchschnittliche Befragungsdauer ist oftmals nach oben verzerrt, da die Befragten mitunter das Browserfenster offen

lassen, ohne aktiv an der Befragung teilzunehmen. Diese Ausreisser erhöhen die durchschnittliche Befragungszeit, während der Median hier robuster misst.

Vergleichbarkeit der Ergebnisse mit der Befragung von 2009/2010

In der Evaluation 2009/2010 wurde eine andere Zielgruppe befragt als bei der vorliegenden Evaluation. Während 2009 nur Forschende befragt wurden, die bereits einen Projektantrag eingereicht hatten, basieren die nachfolgenden Analysen auf einer Befragung aller im CRM von Euresearch hinterlegten Kunden. Leider war es nicht möglich abzuschätzen, wie viele Forschende, die an einem Projekt teilgenommen oder einen Antrag eingereicht haben, in dem CRM vertreten sind. Somit können keine Aussagen zur Deckungsgleichheit der diesjährigen Befragten mit jenen der Evaluation 2009/2010 gemacht werden.

Die Erweiterung der Adressbasis im Vergleich zu 2009 hat den Vorteil, dass auch eher Euresearch- und FRP ferne Kundensegmente ihre Bedürfnisse und Einschätzungen äussern können und somit eine zusätzliche Perspektive aufgezeigt werden kann. Nachteil ist hingegen, dass keine Vergleichbarkeit mit den Ergebnissen von 2009/2010 besteht und keine gesicherte Information zu der Repräsentativität der Projektteilnehmer und Antragssteller im Euresearch CRM System vorliegt. Ein engerer Austausch zwischen dem SBFI und Euresearch wäre in diesem Bereich von Vorteil (siehe auch Kapitel 3.5), um die Datengrundlage für weitere Evaluationen und Analysen zu schärfen.

Neben der Verschiedenheit der Grundgesamtheit 2009 und 2015 wurde zudem bei einzelnen Fragen eine Skalenerweiterung vorgenommen, um ein differenzierteres Antwortverhalten zu erzielen und eine bessere Schätzung der Shapley Value Modelle zu gewährleisten.

Auswertung: Quantitative Analysen und Handlungsportfolios (Shapley Value)

Die Auswertungen erfolgen in erster Linie deskriptiv. Zusätzlich werden Gruppenunterschiede auf ihre Signifikanz hin untersucht.¹ In den Auswertungsgraphiken bedeuten die hinter die Werte gesetzten Buchstaben einen signifikanten Unterschied (95% Niveau) im Vergleich zu den jeweiligen Segmenten, für die die Buchstaben stellvertretend stehen. Ein statistisch signifikanter Unterschied auf einem 5% Niveau bedeutet, dass der Unterschied mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht zufällig gemessen wurde, sondern mit einer 95%igen Wahrscheinlichkeit auch in der Grundgesamtheit wieder zu finden ist.

Die Befragten weisen einen sehr unterschiedlichen Erfahrungsschatz bezüglich den FRPs und dem Kontakt mit Euresearch auf. Dieser Umstand wurde über eine entsprechende Filterführung berücksichtigt und deshalb nicht alle Fragen an alle Kunden gestellt. Dennoch sind die „weiss nicht“-Anteile bei gewissen Fragen recht hoch (z.B. Einschätzung der Qualität einzelner Leistungen von Euresearch). Diese Befragten wurden bei der Auswertung grösstenteils ausgeschlossen, so dass die Fallzahlen je nach Frage stark schwanken. In den jeweiligen Graphiken sind die (ungewichteten) Fallzahlen jeweils ausgewiesen (n=) und werden teilweise, je nach Relevanz, im Text kommentiert.

Für die Erstellung der Handlungsportfolios werden so genannte Shapley Value Regressionen geschätzt mit der Gesamtzufriedenheit als abhängige Variable und den einzelnen Produkten und Dienstleistungen als unabhängige Variable. Diese Treiberanalyse dient der Identifikation von Einflussfaktoren auf die Gesamtbeurteilung. Auf Grundlage einer multivariaten statistischen Analyse werden die präferenzbildenden Zufriedenheitsaspekte ermittelt, um so konkrete Handlungsmassnahmen ableiten zu können. Vorteile im Vergleich zu der einfachen Korrelation bestehen darin, dass die Regression anhand der unabhängigen Variablen die Zielvariable voraussagt. Dabei wird das Zusammenspiel unter den einzelnen unabhängigen Variablen berücksichtigt und damit der Multikollinearität Rechnung getragen. Dies verbessert die Vorhersagekraft massgeblich (Conklin und Lipovetsky 2001, 2014). Dabei gibt das sogenannte r-squared (Anteil der erklärten Varianz) Auskunft über die Güte des Modells. Ein r-squared von 0.5 bedeutet, dass 50% der Varianz der abhängigen Variablen durch die unabhängigen Variablen erklärt werden kann.

¹ Dabei kommen t-Tests und Chi-Quadrat-Tests zum Einsatz

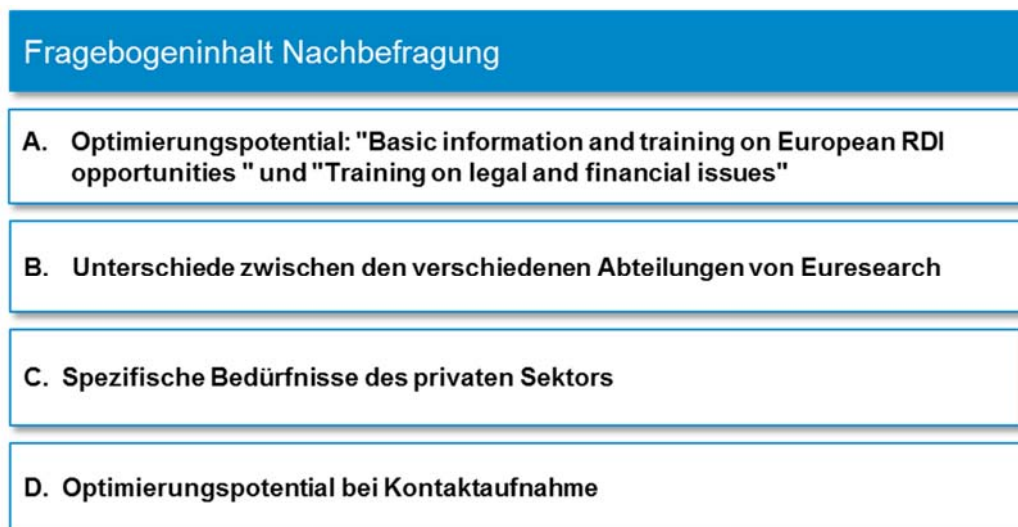
5.1.2 Nachbefragung

Am Ende der Hauptbefragung wurden die teilnehmenden Personen befragt, ob sie an einer weiteren kurzen Onlinebefragung teilnehmen wollen. Insgesamt gaben 413 Teilnehmer ihr Einverständnis dazu. Davon wurden innerhalb eines gewissen Antwortverhaltens (z.B. Institutionentyp, schlechte Bewertung eines Produktes) zufällig 143 Personen zur Befragung eingeladen, von denen insgesamt 66 teilnahmen.

Da die Daten einer gewissen Selbstselektion unterliegen (aktive Bereitschaftserklärung), kann davon ausgegangen werden, dass es sich bei den befragten Personen eher um Euresearch nahe Kunden handelt. Da die Daten qualitativ ausgewertet werden, mindert dies die Datenqualität nicht. Die Auswertung hat zum Ziel, einen tieferen Einblick in die gemachten Erfahrungen der befragten Kunden zu schaffen und hieraus Optimierungspotential und konkrete Handlungsempfehlungen abzuleiten.

Folgende Themen wurden in der Nachbefragung behandelt. Der Fragebogen findet sich im Anhang 7.4.

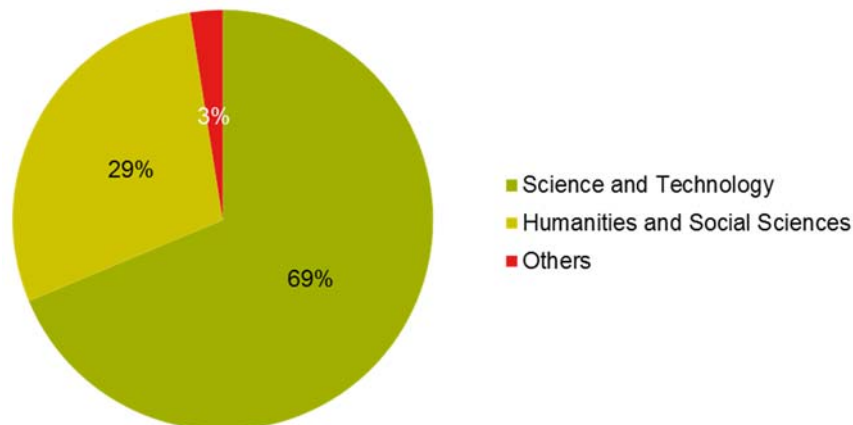
Abbildung 5.1.2 Themen Nachbefragung



5.2 Merkmale der Befragten und deren Institution

In einer ersten Frage wurden die Teilnehmer gebeten anzugeben, welchem Institutionentyp die Organisation, in der sie arbeiten, zugehörig ist (siehe auch Kapitel 7.1). Für Mitarbeiter von Universitäten, den ETHs, den Fachhochschulen, öffentlichen Forschungseinrichtungen und/oder anderen Forschungseinrichtungen des Bundes, der Kantone oder Gemeinden wurde ausserdem noch abgefragt, in welchem Forschungsfeld sie tätig sind. Die Mehrheit der Befragten ist in dem Bereich „Wissenschaft und Technologie“ beschäftigt, während 29 Prozent aus den Geistes- und Sozialwissenschaften stammen (Abbildung 5.2.1).

Abbildung 5.2.1 Forschungsfeld



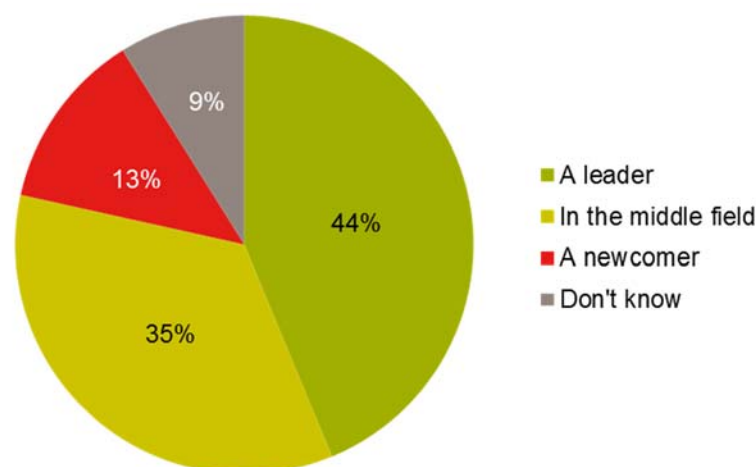
Q1.1 In which scientific field is your organization mainly active?

Base: n=1'628

Filter: All respondents from universities (ETHZ/EPFL, FH, UNI), public research organizations or federal, cantonal or communal offices

44 Prozent der befragten Kunden schätzen ihre Institution als führend in ihrem Forschungsnetzwerk ein, während 35 Prozent die eigene Einrichtung im mittleren Feld und 13 Prozent diese als Newcomer einordnen.

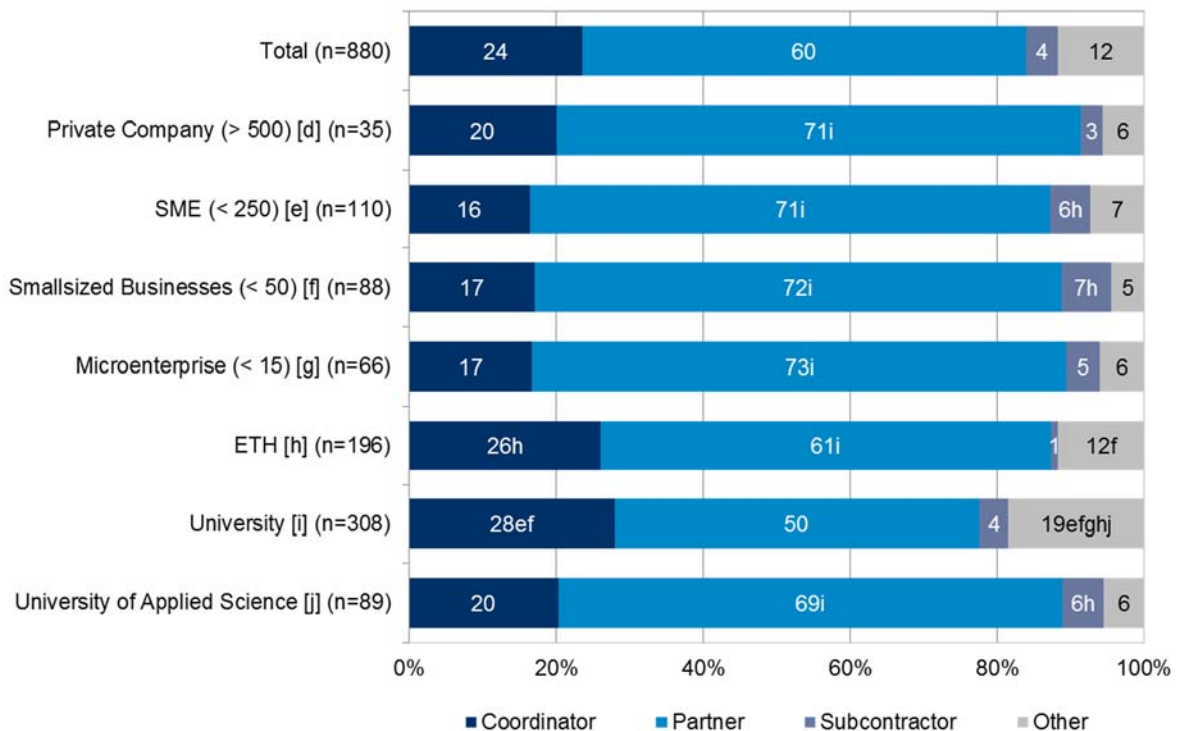
Abbildung 5.2.2 Position im Forschungsnetzwerk



Q2 What, in your opinion, is the position of your own institution within the research community in your discipline in Europe?

Base: n=2'162

Abbildung 5.2.3 Höchste Funktion in einem Forschungsnetzwerk²



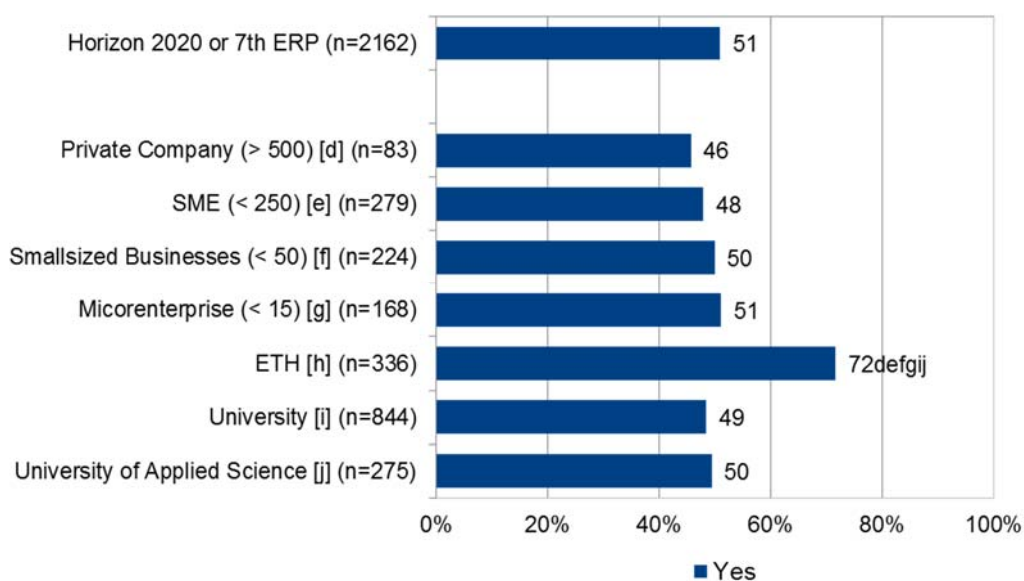
Q15.1 What was the highest function you held/hold during your project participation in the 7th Framework Programme and/or Horizon 2020?

Base: n=[]

Filter: All respondents who have participated/participate in the 7th FRP or Horizon 2020

Etwa ein Viertel der befragten Kunden hat bereits einmal eine Koordinatorenfunktion eingenommen. Abbildung 5.2.3 verdeutlicht zudem, dass dieser Anteil bei den beiden ETHs (26%) und den Universitäten (28%) signifikant höher ist als bei den KMUs (16%). Die befragten KMUs nehmen grösstenteils als Partner an den Forschungsrahmenprogrammen teil (71%).

Abbildung 5.2.4 Teilnahme an der Erstellung eines Antrages



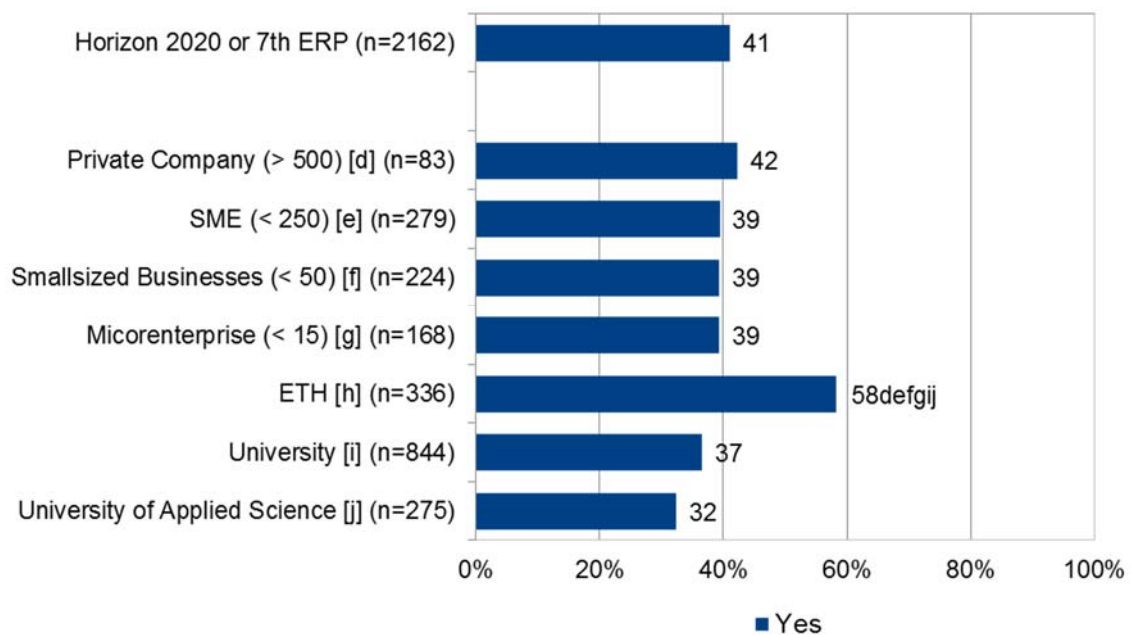
² Die Unternehmenskategorie mit mehr als 250 und weniger als 500 Mitarbeiter wird nicht ausgewiesen, da hier die Fallzahl bei 30 oder weniger (je nach Filterführung und non response Anteil) liegt und somit keine zuverlässigen Aussagen gemacht werden können. Diese Unternehmen sind aber jeweils in der Gruppe „private sector“ mit einbezogen.

Q11 Have you personally ever participated in the preparation/submission of one or more proposals for the 7th European Framework Programme or Horizon 2020?

Base: n=2'162

Von den befragten Kunden hat etwa die Hälfte bereits an der Vorbereitung einer FRP-Bewerbung teilgenommen (7. FRP oder Horizon 2020) (Abbildung 5.2.4). Dabei haben Kunden, welche einer der beiden Technischen Hochschulen zugehörig sind, signifikant häufiger am Verfassen eines Antrags mitgewirkt. Bei allen anderen Institutionentypen zeigen sich kaum Unterschiede.

Abbildung 5.2.5 Projektteilnahme



Q12 Have you personally ever participated or are you personally participating in the 7th European Framework Programme or Horizon 2020?

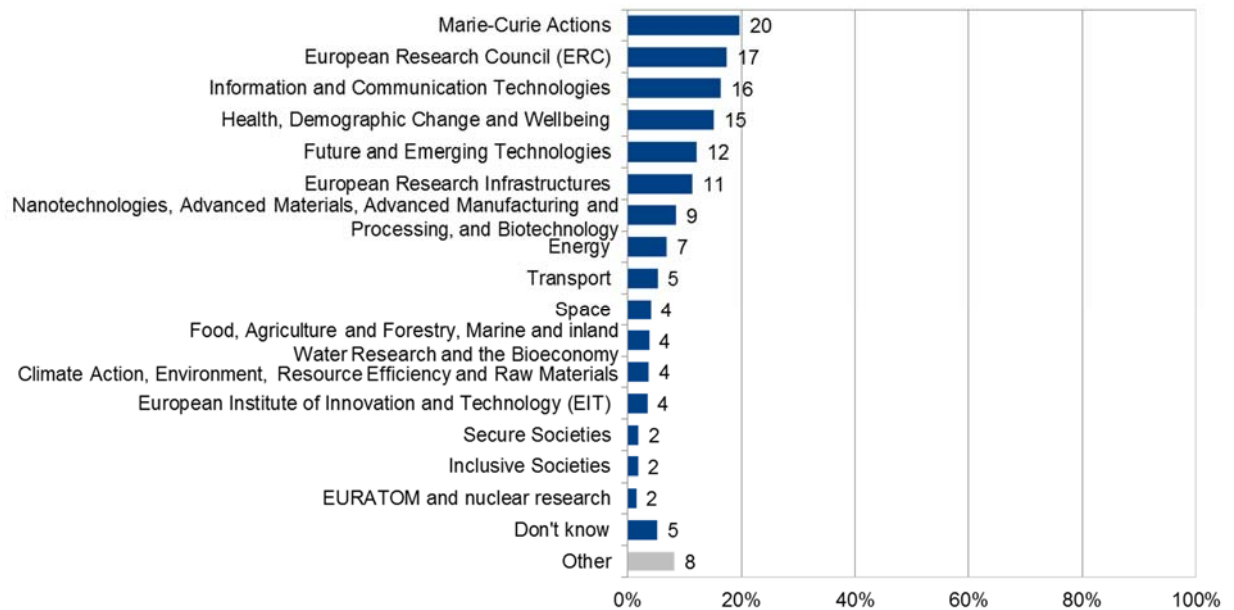
Base: n=2'162

41 Prozent der Umfrageteilnehmer waren bzw. sind Teilnehmer in einem Forschungsprojekt der Europäischen Union, d.h. des 7. FRP oder von Horizon 2020. Auch hier liegen die beiden ETHs mit einem Anteil von 58 Prozent Projektteilnehmern deutlich vor den restlichen Institutionen.

Die Programme „Marie Skłodowska-Curie Actions“ (20%), European Research Council (ERC) (17%) und Information and Communication Technologies (16%) sind die drei am häufigsten belegten Programme der befragten Horizon 2020-Teilnehmer (Abbildung 5.2.6). An den Forschungsprogrammen „EURATOM“ (2%) sowie „Secure Societies“ (2%) und „Inclusive Societies“ (2%) nehmen am wenigsten Befragte teil.

In Abbildung 5.2.7 finden sich die Teilnahmeraten für die verschiedenen Programme des 7. FRPs. Auch hier liegen die „Marie Skłodowska-Curie Actions“ mit 24 Prozent und „Information and Communication Technologies“ (20%) zuoberst, gefolgt von den Programmen „Health“ (18%) und „Nanosciences, Materials and New Production Technologies“ (14%). „Regions of Knowledge“ (1%), „EURATOM“ (1%) sowie „Science in Society“ (3%) sind die am seltensten belegten Forschungsprogramme.

Abbildung 5.2.6 Teilnahme an den Programmen von Horizon 2020

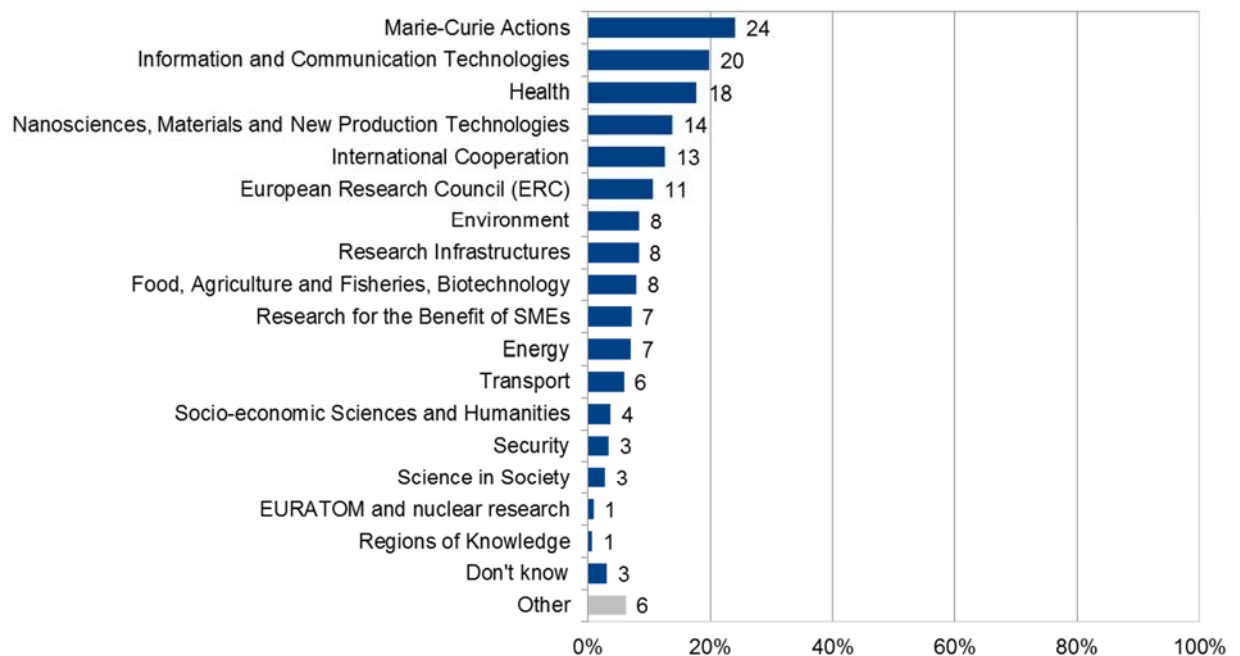


Q14 The following question concerns your project participation(s) in Horizon 2020. Please indicate in which programme(s) you personally participate?

Base: n=324

Filter: All respondents who have participated/participate in Horizon 2020

Abbildung 5.2.7 Teilnahme an den Programmen des 7. Forschungsrahmenprogramms



Q13 The following question concerns your project participation(s) in the 7th European Framework Programmes. Please indicate in which programme(s) you are personally participating or have participated?

Base: n=789

Filter: All respondents who have participated/participate in the 7th European Framework Programmes

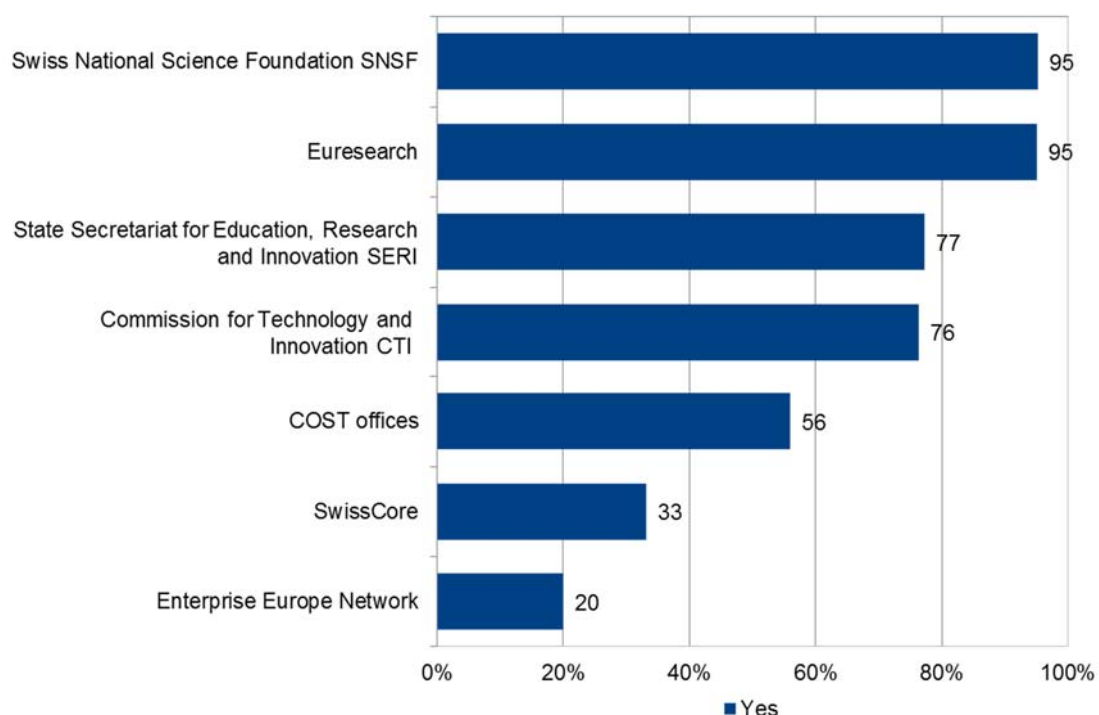
5.3 Bekanntheit

Nahezu alle Befragten (95%) kennen Euresearch (Abbildung 5.3.1). Da es sich bei den Befragten um Euresearch Kunden handelt, ist dieser hohe Anteil nicht weiter erstaunlich. Eine Überprüfung der Bekanntheit von Euresearch in der Grundgesamtheit der Forschenden oder potentiellen Kunden von Euresearch ist im Rahmen dieser Evaluation nicht möglich. Auch der Schweizerische Nationalfonds (SNF) ist nahezu allen Kunden ein Begriff (95%).

Von allen Umfrageteilnehmern kennen 20 Prozent das Enterprise Europe Network EEN. Bei den Zielgruppen des EENs ist diese Rate höher: 39 Prozent der befragten KMUs und 42 Prozent aller privaten Unternehmen kennen das Netzwerk (Zahlen nicht in der Graphik abgebildet).

Das SBFI und die KTI weisen in etwa die gleichen Bekanntheitsraten auf, während die COST Offices mit 56 Prozent und SwissCore mit 33 Prozent Ja-Anteilen weniger häufig in den Köpfen verankert sind.

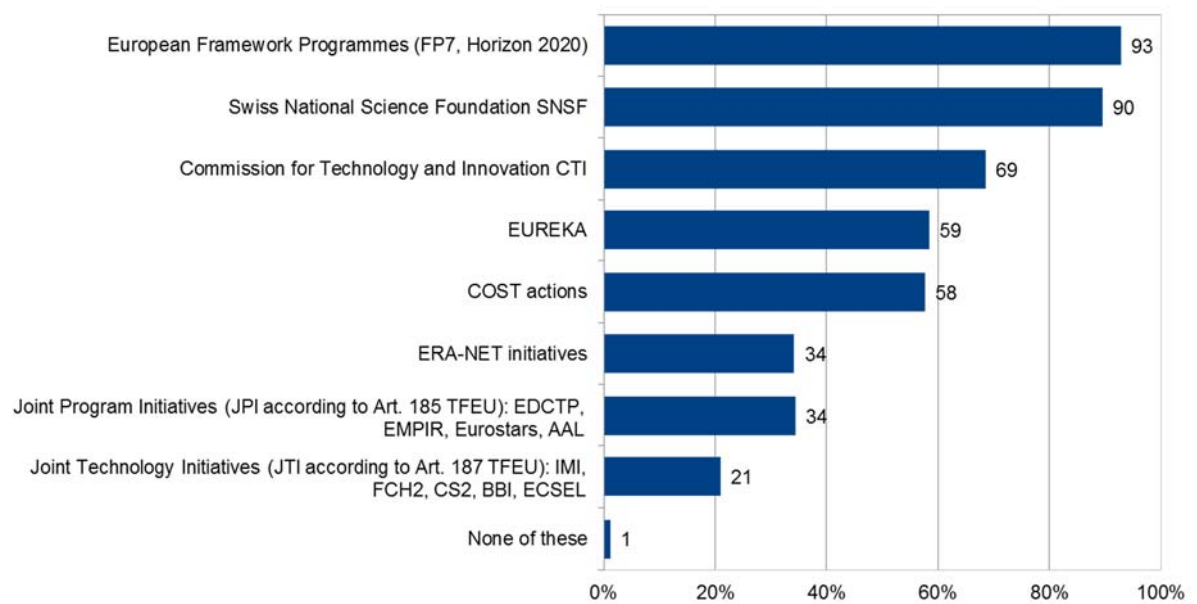
Abbildung 5.3.1 Bekanntheit Euresearch und andere Organisationen



Q6 Which of the following organisations do you know or have at least heard of?
Base: n=2'162

Abbildung 5.3.2 zeigt die Bekanntheitswerte der öffentlichen Forschungsförderungen. Am bekanntesten sind die FRP mit 93 Prozent und der SNF mit 90 Prozent. Eine grosse Mehrheit der Euresearch Kunden ist damit über die Existenz der FRP informiert. Etwa sechs von zehn Kunden kennen die Programme EUREKA (59%) und COST actions (58%). Dabei ist EUREKA, welches sich insbesondere an KMUs richtet, bei 70 Prozent der befragten KMUs bekannt. Die COST actions sind am häufigsten von den an den beiden ETHs ansässigen Befragten bekannt (80%) (nicht in der Graphik abgebildet). Das Bekanntmachen dieser beiden Forschungsprogramme ist ein Leistungsziel im Leistungsauftrag zwischen dem SBFI und Euresearch. Bei den beiden programmspezifischen Zielgruppen KMUs bzw. ETHs sind die Programme relativ gut verankert. Aber auch hier gilt, dass diese Werte sich lediglich auf die Euresearch Kunden beziehen.

Abbildung 5.3.2 Bekanntheit öffentliche Forschungsförderungen



Q3.1 Which of the following publicly funded R&D projects/funding organization do you know or have at least heard of?

Base: n=2'162

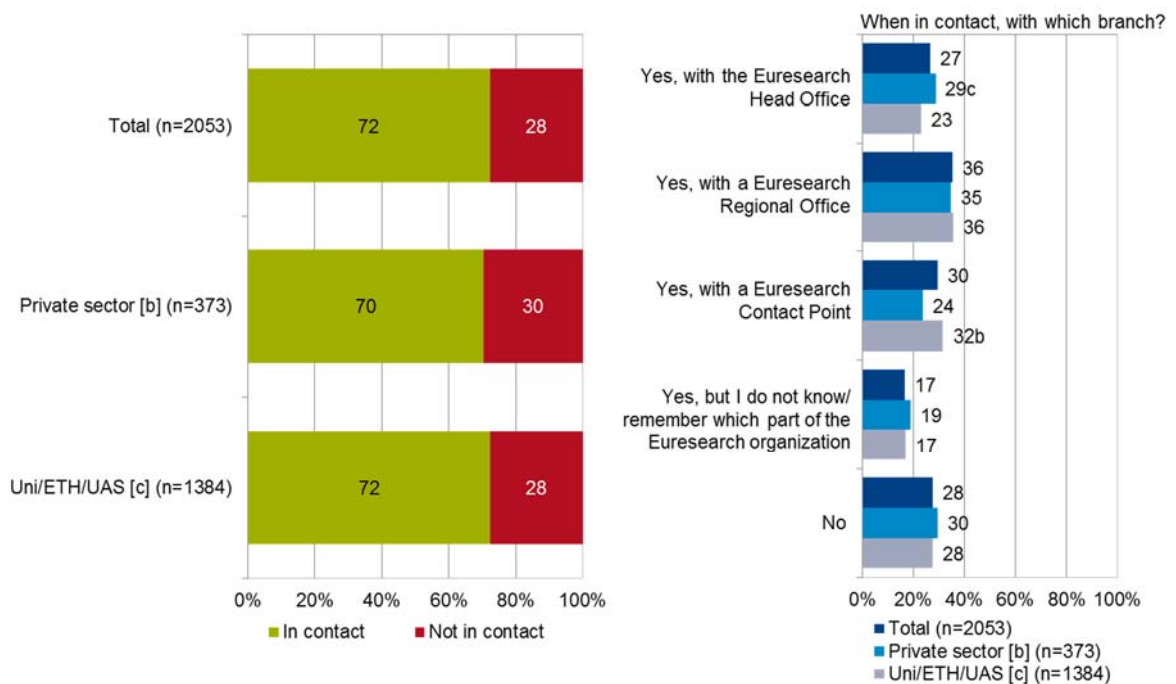
5.4 Kontakt mit Euresearch

5.4.1 Ergebnisse der Hauptbefragung

Eine Mehrheit der befragten Kunden stand mit Euresearch bereits persönlich in Kontakt (Abbildung 5.4.1). Dabei fällt auf, dass sich hier die Unternehmen mit 72 Prozent kaum von den öffentlichen Forschungseinrichtungen (70%) unterscheiden. Alle drei Einheiten von Euresearch werden in Anspruch genommen (Head Office: 27%, Regional Office: 36% und Contact Points: 30%), wobei die Unternehmen etwas häufiger mit dem Head Office in Kontakt stehen (29%) als die öffentlichen Forschungseinrichtungen (23%, Unterschied signifikant).

Auffallend ist, dass etwa 30 Prozent der befragten Kunden bereits mit den neu gegründeten Contact Points in Kontakt standen. Diese Euresearch Abteilung existiert erst seit 2014 und verfügt über sehr viel weniger Ressourcen als die Regional Offices (siehe auch Tabelle 3.2.1). Eventuell ist der Unterschied zwischen den Unterabteilungen noch nicht in den Köpfen verankert und einige Befragte verwechseln die Contact Points (CP) mit den National Contact Points (NCP). Zur weiteren Vertiefung wurde dieses Thema in die Nachbefragung aufgenommen (siehe Kapitel 5.4.2).

Abbildung 5.4.1 Kontakt mit Euresearch

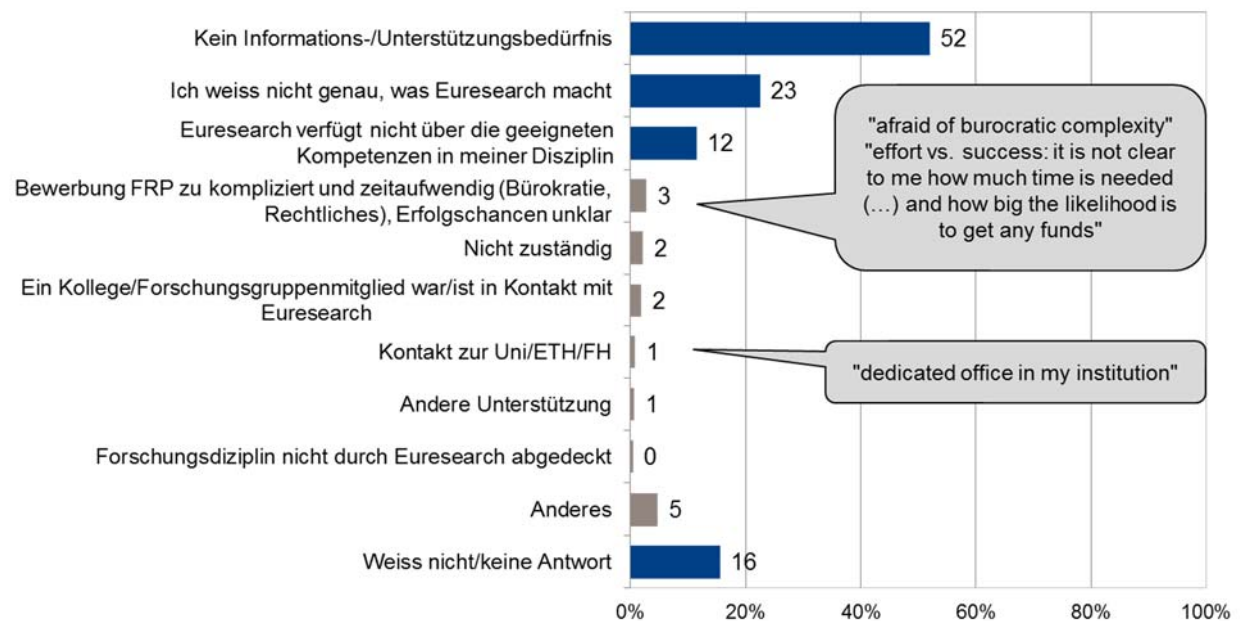


Q8 Did you personally have any direct contact with Euresearch?

Base: n=

Filter: All respondents who know or at least have heard of Euresearch

Abbildung 5.4.2 Gründe für Nicht-Kontakt



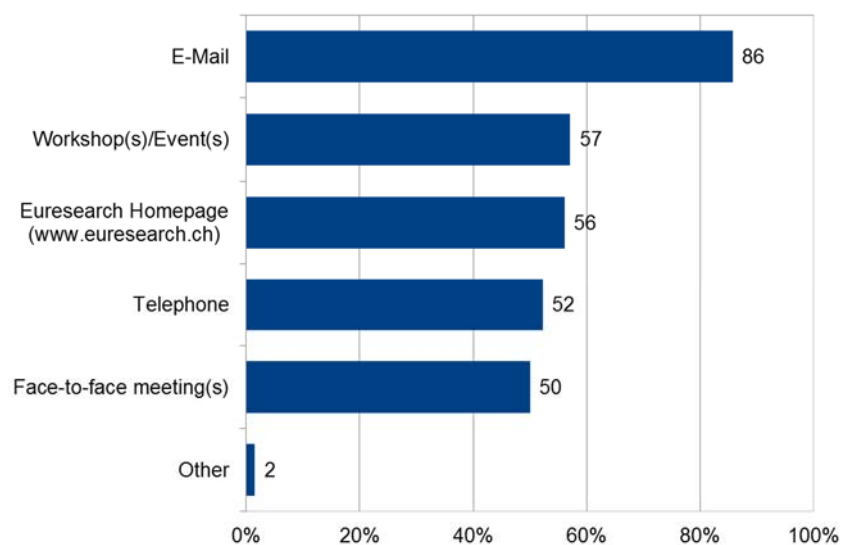
Q10 What were the reasons that you did not come into contact with Euresearch?

Base: n=572 | Kategorien mit blauen Balken im Fragebogen vorgegeben, Kategorien mit grauen Balken offene Abfrage, nachcodiert

Filter: All respondents who know or at least have heard of Euresearch and have not been in contact with Euresearch

Etwa jeder Zweite der Befragten, die nicht in Kontakt mit Euresearch standen, gibt an, dass dies vor allem auf ein fehlendes Bedürfnis zurück zu führen ist, während 23 Prozent nicht genau wissen, was Euresearch macht. Dies bedeutet, dass rund 6 Prozent aller Befragten über das Angebot nicht informiert sind. Vor dem Hintergrund, dass die Grundgesamtheit (alle zur Befragung eingeladenen Personen) aus der CRM Datenbank von Euresearch stammt, ist dieser Anteil relativ hoch.

Abbildung 5.4.3 Kontaktart



Q9.1 Which kind of contact did you personally have with Euresearch?

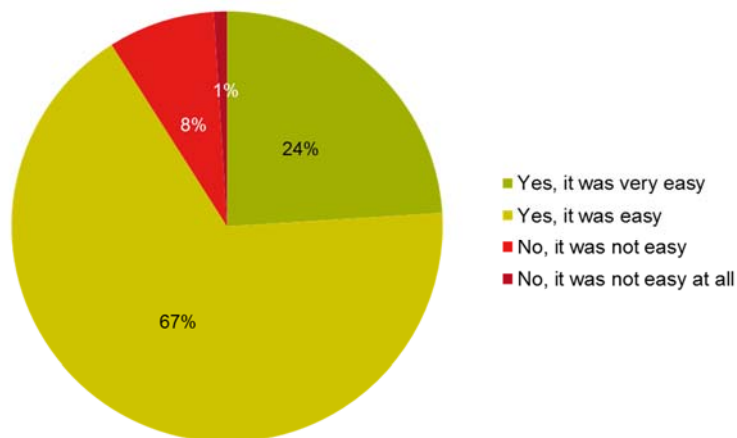
Base: n=1'481

Filter: All respondents who know or at least have heard of Euresearch and have been in contact with Euresearch

Ein Grossteil der Befragten stand per E-Mail mit Euresearch in Kontakt (Abbildung 5.4.3). Workshops oder Events wurden von 57 Prozent der Befragten besucht, während sich 56 Prozent über die Webseite informierten. Jeder Zweite hat mit einem Euresearch Mitarbeitenden telefoniert oder einen solchen persönlich getroffen.

Eine Mehrheit der Befragten gibt dabei an, dass es einfach war, die richtige Kontaktperson zu erreichen (67%) und etwa ein Viertel fand es sogar sehr leicht zur benötigten Kontaktperson zu gelangen (Abbildung 5.4.4). Für neun Prozent der Befragten erwies sich die Kontaktaufnahme allerdings als schwierig oder sehr schwierig. Mögliche Gründe für Schwierigkeiten finden sich in Kapitel 5.4.2.

Abbildung 5.4.4 Finden der geeigneten Kontaktperson



Q9.2: When contacting Euresearch, did you easily find the right contact person?

Base: n=1'301

Filter: All respondents who know or at least have heard of Euresearch and have been in contact with Euresearch

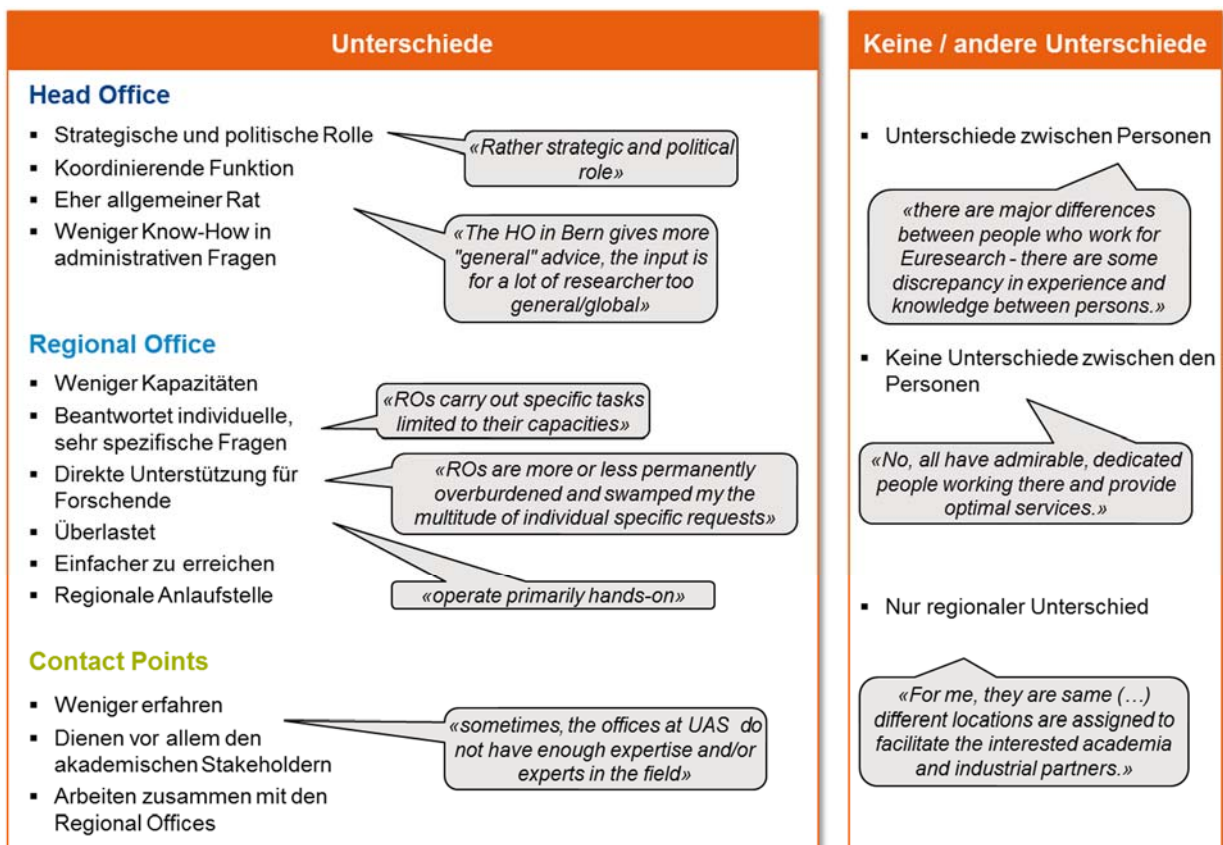
5.4.2 Ergebnisse der Nachbefragung

Eine Frage, die sich bei der Datenauswertung stellte, war, ob sich die Kunden bewusst sind, dass Euresearch aus unterschiedlichen Abteilungen besteht und ob die unterschiedlichen Kompetenzen der einzelnen Euresearch Kontaktstellen bekannt sind. Im Rahmen der Nachbefragung wurden diese beiden Themen aufgenommen.

Für jene Befragten, die Unterschiede zwischen dem Head Office und den Regional Offices wahrnehmen, waren diese recht klar, während die Funktion der Contact Points noch wenig deutlich benannt werden konnte (Abbildung 5.4.5). Zwar besteht die Vermutung, dass die Contact Points der Stärkung der Fachhochschulen dienen sollen, dass aber an zwei FHs auch ein KMU-Mandat besteht, wird von keinem der Befragten erwähnt. Auffällig ist ausserdem, dass die Regional Offices tendenziell als überlastet wahrgenommen werden.

Die Kommentare in der rechten Spalte illustrieren, dass die erfahrenen Unterschiede bzw. die erlebte Gleichheit innerhalb von Euresearch nicht immer primär an den einzelnen Abteilungen festgemacht werden, sondern auch an den Personen, mit denen man in Kontakt steht. Dies ist eine Tendenz und Stimmung, die in vielen offenen Kommentaren (auch bei anderen Fragen) zu finden ist. Ein guter persönlicher Kontakt wird sehr geschätzt und scheint bei einigen Forschenden in einer grossen Verbundenheit mit Euresearch zu resultieren.

Abbildung 5.4.5 Unterschiede zwischen den einzelnen Euresearch Abteilungen

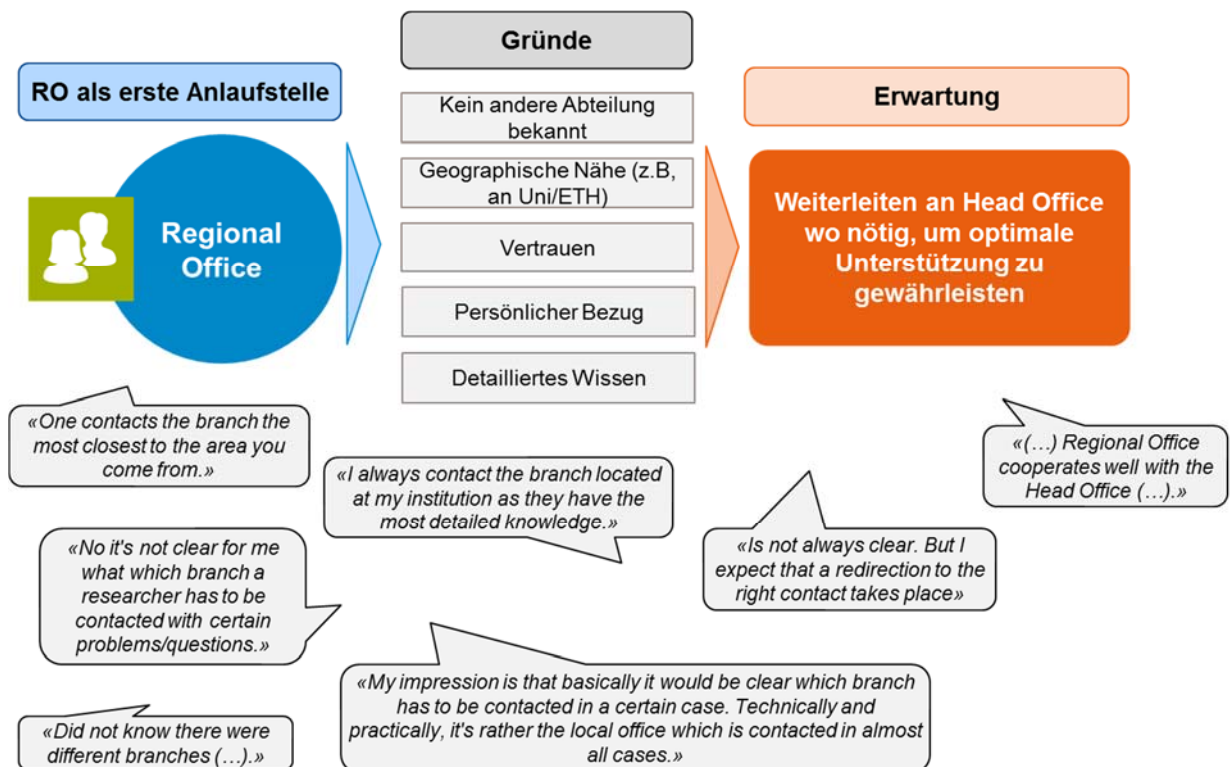


Q2.1 In your opinion, is there a difference between the following branches of Euresearch: The Euresearch Head Office in Bern, the Euresearch Regional Offices located at ETHZ/EPFL/Universities and the Euresearch Contact Points located at Universities of Applied Sciences?

And if yes, what is the difference between them?

Base: n=38 | open question

Abbildung 5.4.6 Kompetenzen der einzelnen Euresearch Abteilungen



Q2.2 What do you think are the main fields of competence and services of these three different branches? Is it clear which of the three branches a researcher has to contact with certain problems/questions? Please indicate if your assessment is based on personal experience or on other sources of information (e.g. Euresearch website, your network).

Base: n=36 | open question

Weiter haben wir bei den Teilnehmern der Nachbefragung nachgeforscht, inwiefern verständlich ist, welche Euresearch Abteilung über welche Kompetenzen verfügt und an welche Stelle sich der Forschende mit bestimmten Fragen und Problemen wenden soll.

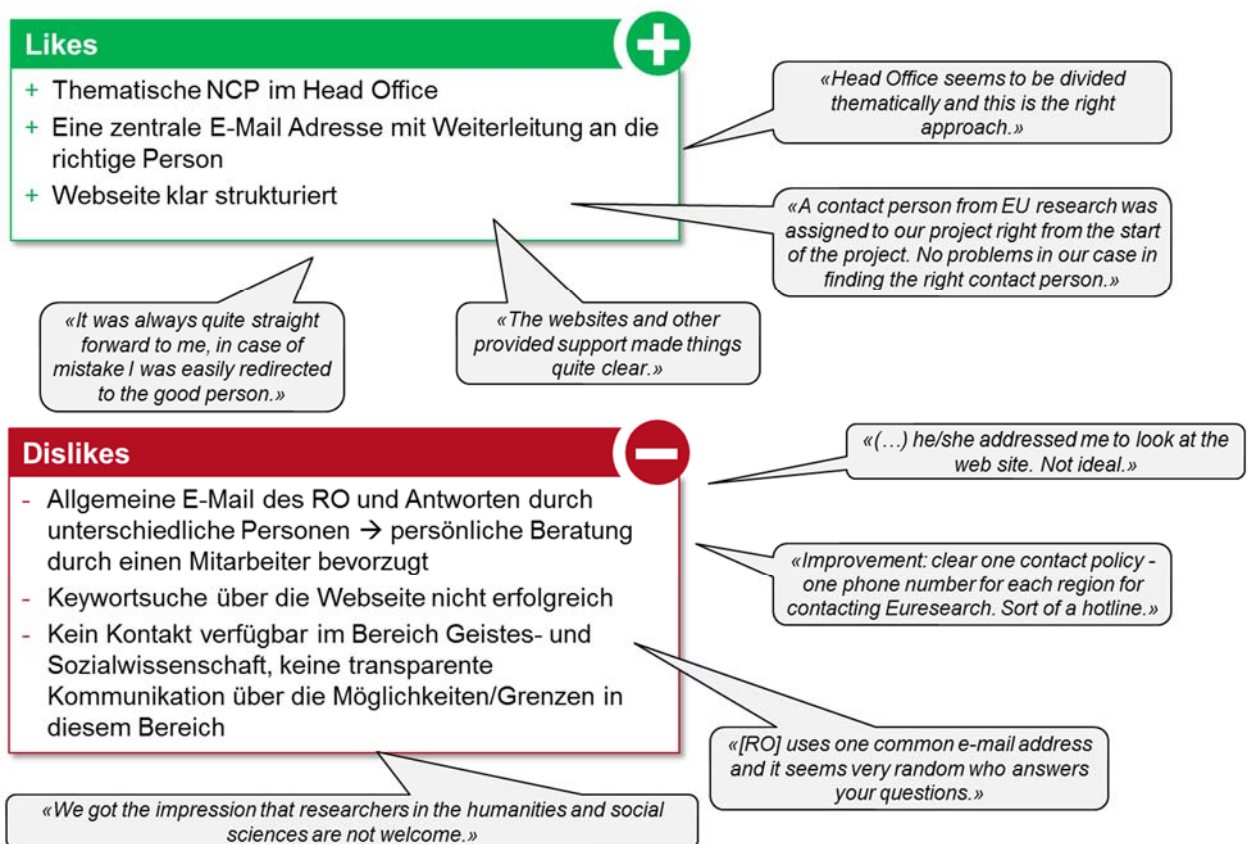
Einzelne Befragte haben einen guten Überblick über die jeweiligen Kompetenzen der Regional Offices und des Head Offices (Abbildung 5.4.6). Es zeichnet sich aber auch ab, dass sich viele Forschende in erster Linie an die Regional Offices wenden mit der Erwartung, dass das Regional Office sie bei Bedarf weiterleitet. Gründe hierfür sind die geographische Nähe, das Vertrauen in die Kompetenzen des RO, der persönliche Bezug und auch die Erfahrung, dass die Regional Offices über detailliertes Wissen verfügen. Die mangelnde Bekanntheit über die Kompetenzen der restlichen Abteilungen ist ein weiterer Grund für die Priorisierung der Regional Offices.

Ein weiteres Ziel der Nachbefragung bestand darin, Optimierungspotential beim Finden der geeigneten Kontaktperson zu identifizieren. In Abbildung 5.4.7 werden die geschilderten Probleme und Wünsche aber auch die erwähnten positiven Erfahrungen der Forschenden bei der Kontaktaufnahme mit Euresearch dargestellt.

Die Kunden bevorzugen eine persönliche Beratung durch einen einzigen Euresearch Mitarbeiter, der die entsprechenden Kontakte vermitteln kann. Eine Kommunikation über die allgemeine E-Mail Adresse mit wechselnden Kontaktpersonen empfinden die Forschenden als wenig kundenfreundlich. Zwar wird eine zentrale E-Mail Adresse oder Telefonnummer positiv bewertet, aber diese Kanäle sollten lediglich der ersten Kontaktaufnahme dienen, eine anschließende persönliche Betreuung durch ein und dieselbe Person ist den Befragten wichtig.

Ein Kritikpunkt kam von einem Forschenden der Geistes- und Sozialwissenschaften, der sich als nicht willkommen gefühlt hat. Es handelt sich zwar hier um eine Einzelaussage innerhalb der erhobenen Daten. Dennoch ist eine Sensibilisierung in der Kommunikation mit Forschenden aus der Geistes- und Sozialwissenschaft gegebenenfalls ein wichtiges Thema, da in diesem Segment explizit Förderungsbedarf besteht. Gleichzeitig wollen wir an dieser Stelle nochmals drauf hinweisen, dass eine Mehrheit der Befragten von 91 Prozent es als einfach oder sehr einfach empfunden hat, die richtige Ansprechperson ausfindig zu machen.

Abbildung 5.4.7 Erfahrungen mit der Kontaktaufnahme



Q4 Some researchers have suggested that Euresearch should make it easier for them to find the right contact person. Please describe your experiences and share your thoughts on possible improvements in this area.
Base: n=18

5.5 Kundenzufriedenheit und –bedürfnisse

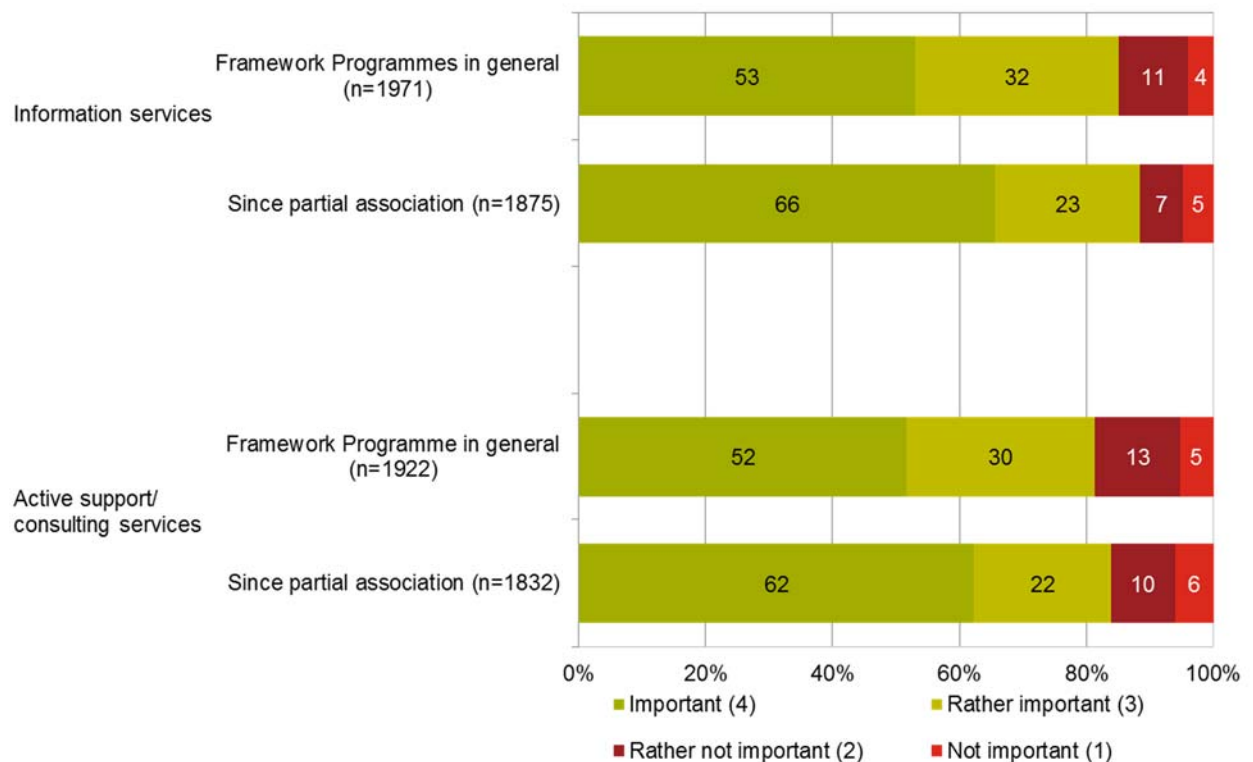
Im folgenden Kapitel wird erörtert, welche Bedürfnisse die befragten Kunden haben und inwiefern das Produkte- und Dienstleistungsangebot von Euresearch diesen Bedürfnissen entspricht. Dabei wird dem besonderen Umstand der Teilassoziierung Rechnung getragen sowie eine segmentspezifische Analyse vorgenommen. Neben den quantitativen Ergebnissen der Hauptbefragung werden die Antworten der Nachbefragung skizziert.

5.5.1 Ergebnisse der Hauptbefragung

Abbildung 5.5.1 beleuchtet, inwiefern bei den befragten Kunden das Bedürfnis nach Information und Unterstützung in Bezug auf die FRP besteht. Dabei unterscheiden wir zwischen dem Bedarf zu den FRP allgemein und dem Bedarf aufgrund der Teilassoziierung der Schweiz nach der MEI.

Grundsätzlich besteht ein hohes Bedürfnis nach Informationsleistungen: 85 Prozent der Befragten geben an, dass Information bezüglich der FRP im Allgemeinen wichtig oder eher wichtig für ihre Institution ist. Auch bei der aktiven Unterstützung und der Beratung besteht Bedarf: Die Mehrheit der befragten Kunden (82%) schätzt diese Leistungen als wichtig oder eher wichtig ein.

Abbildung 5.5.1 Informations- und Unterstützungsbedürfnis FRP



Q4 How important are information and support/consulting services on European Framework Programmes (FP7, Horizon 2020) for your organisation?

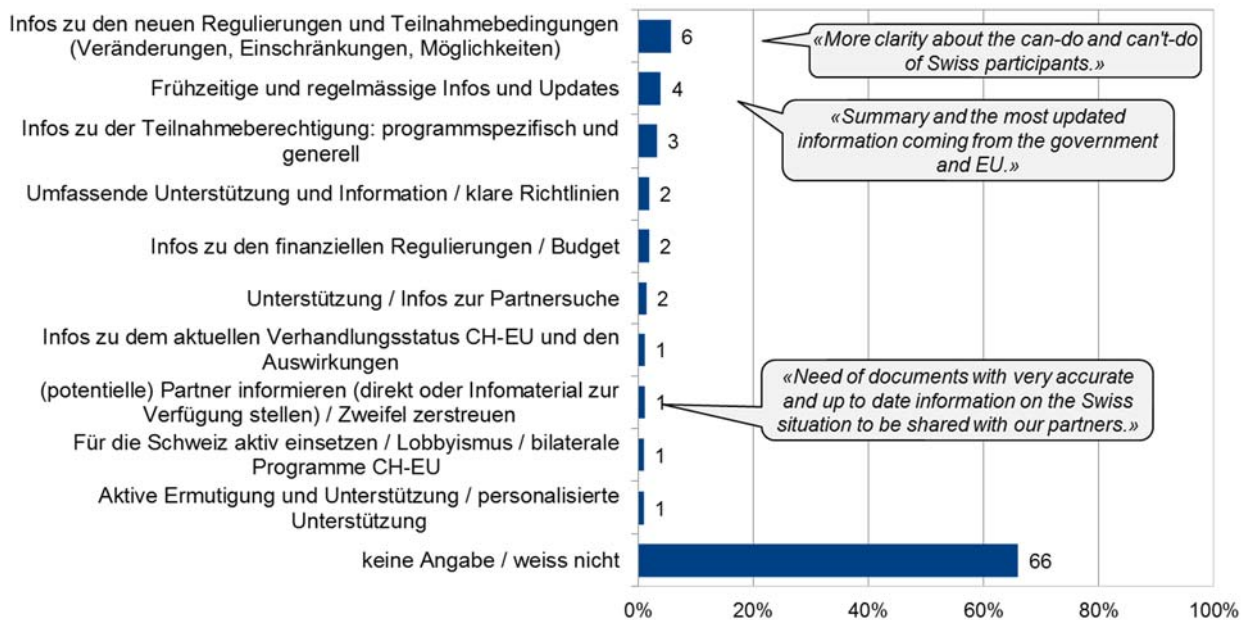
Please differentiate between your information and support needs concerning the European Framework Programmes in general and your needs due to the partial association of Switzerland after the adoption of the mass immigration initiative in a popular vote on 9 February 2014

Base: n=[] | Scale 1-4 | 1 "not important", 4 "important"

Vergleicht man die Verteilung der abgefragten Wichtigkeit in Bezug auf die Kriterien „FRP im allgemeinen“ und „seit der Teilassoziierung“, so stellen wir fest, dass der Bedarf nach Unterstützung vor dem Hintergrund der Teilassoziierung höher ist: 66% und 62% der Befragten äussern ein Bedürfnis nach Information bzw. Unterstützung, während diese Werte für die „FRP allgemein“ bei 53% und 52% liegen.

Trotz dieser Differenzen sind die Unterschiede moderat, was darauf hinweist, dass die auf die neue Situation angepassten Informations- und Unterstützungsleistungen durch Euresearch die Unsicherheit relativ gut abfedern konnten.

Abbildung 5.5.2 Zusätzlich gewünschte Dienstleistungen Teilassoziierung – Top 10



Q18.1 What kind of support would you like from Euresearch concerning the partial association of Switzerland after the adoption of the mass immigration initiative in a popular vote on 9 February 2014?

Base: n=2053 | open question | Top 10

Filter: All respondents who know or at least have heard of Euresearch

Eine Mehrheit der Befragten (66%) macht zwar keine Angaben auf die Frage nach zusätzlich gewünschten Dienstleistungen. Dennoch besteht Optimierungspotential, wie Abbildung 5.5.2, in welcher die Top 10 genannten Kategorien aufgelistet sind, zeigt. Einige Kunden wünschen sich Informationen zu den Möglichkeiten und Einschränkungen in Bezug auf die Teilnahmebedingungen (6%). Dabei sollte die Information möglichst regelmässig und schnell zur Verfügung stehen (4%). Auch sind Infos bezüglich einer Teilnahmeberechtigung gewünscht (3%).

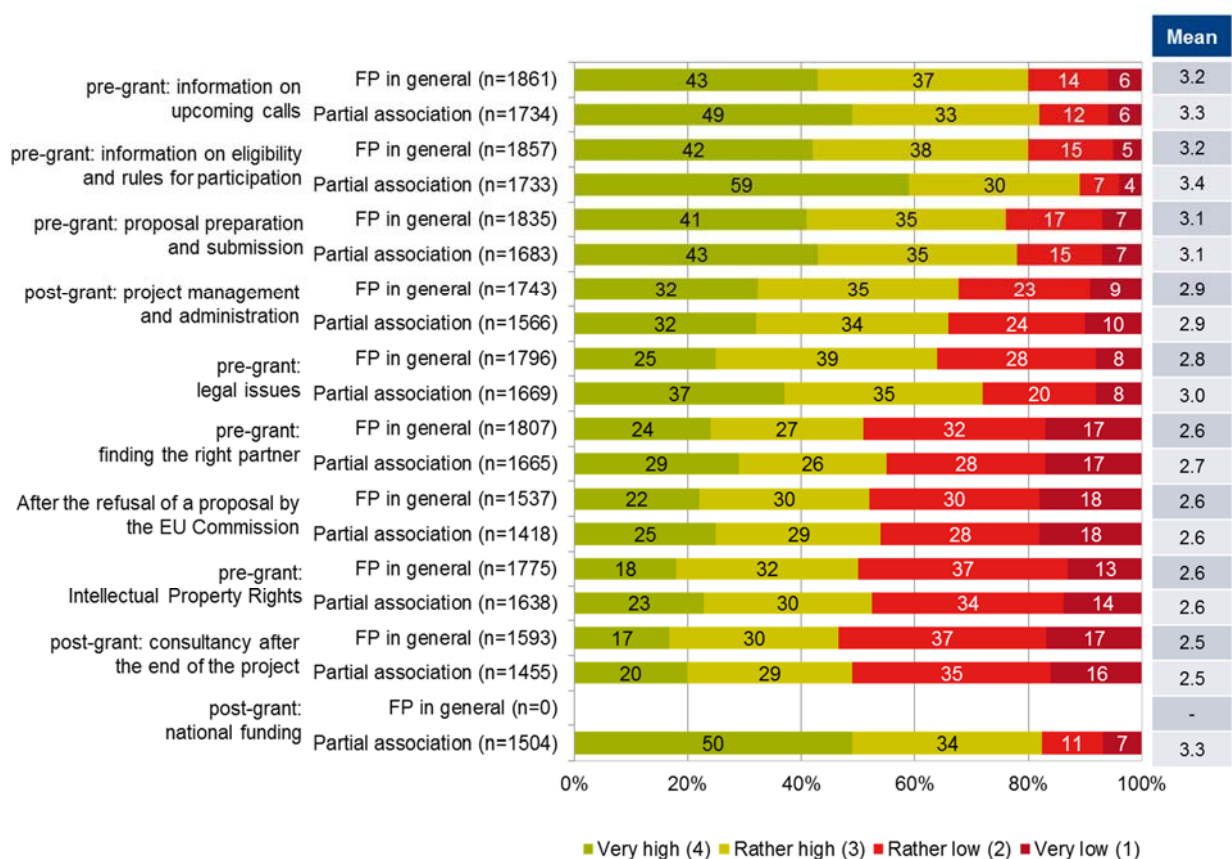
Ein interessanter Punkt unter den Top 10 Nennungen ist der Wunsch nach gezieltem Informationsmaterial, welches den Forschenden ermöglicht, aktiv (potentielle) EU Partner zu informieren und bei diesen mögliche Zweifel an einer Partnerschaft mit Schweizer Forschenden zu zerstreuen.

Alle genannten Wünsche sowie deren Häufigkeit finden sich im Anhang 7.5.1.

Für eine Optimierung des Betreuungsangebots durch Euresearch ist es von Bedeutung, das Bedürfnis nach Unterstützung zu den verschiedenen Phasen des Antrags- und Projektzeitraumes zu indentifizieren. Abbildung 5.5.3 verdeutlicht, dass vor allem die „pre-grant“ Dienstleistungen wie Information zu Ausschreibungen und Teilnahmebedingungen sowie eine Unterstützung beim Verfassen und Einreichen des Antrags wichtig für die befragten Kunden sind. Als wichtigste „post-grant“ Dienstleistung werden die nationale Finanzierung (nur in Bezug auf die Teilassoziierung) sowie Support beim Projektmanagement und der Administration bewertet.

Die Frage wurde wiederum getrennt nach Unterstützungsbedarf zu den FRPs im Allgemeinen oder in Bezug auf die Teilassoziierung der Schweiz abgefragt. Die Werte für beide Kategorien liegen in der Regel sehr nahe beieinander, lediglich in Bezug auf Informationen zu den Teilnahmeregelungen (89%: (eher) wichtig, generell: 80%) und den rechtlichen Belangen (72%: (eher) wichtig, generell: 64%) ist ein leicht erhöhter Bedarf in Bezug auf die Teilassoziierung feststellbar.

Abbildung 5.5.3 Unterstützungsbedarf zu verschiedenen Zeitpunkten



Q5 Based on your experience with the European Framework Programmes (FP7, Horizon 2020), please indicate your needs for external support at different points in time.

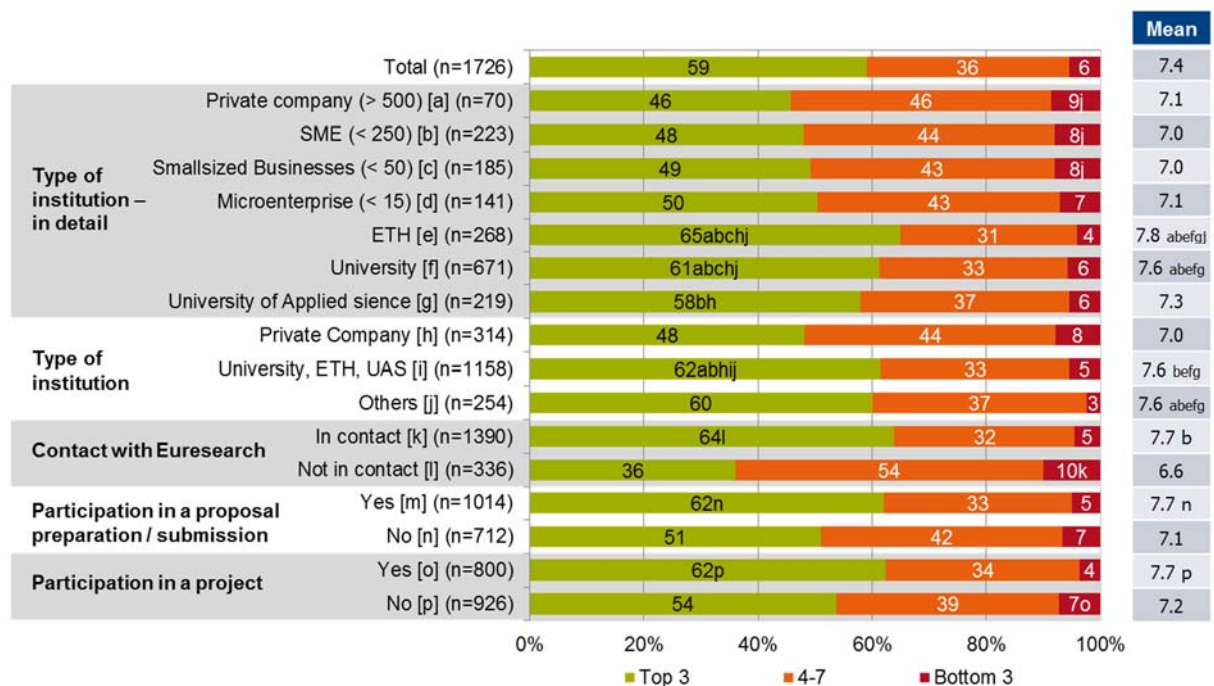
Base: n=[] | Scale 1-4 | 1 "Very low" 4 "Very high"

Die Abfrage der allgemeinen Leistungsbeurteilung ergibt folgendes Bild (Abbildung 5.5.4): Ungefähr sechs von zehn befragten Kunden bewerten die Informations- und Unterstützungsleistungen von Euresearch als (sehr) gut (Werte 10, 9 oder 8 auf einer 10er Skala), 36 Prozent beurteilen die Leistung als durchschnittlich (Werte 4-7) und lediglich 6 Prozent beurteilen die Leistung als (sehr) schlecht. Eine Kategorisierung dieser Ergebnisse nach Institutionentyp macht deutlich, dass die Bewertung durch private Unternehmen (KMU Mittelwert: 7.0) signifikant tiefer liegt als jene der Hochschulen (ETH: 7.8, Uni: 7.6, FH: 7.3). Es fällt auf, dass je näher der Befragte an Euresearch ist oder je aktiver er in die FRPs involviert ist, desto höhere Werte er vergibt. Kunden, welche mit Euresearch in Kontakt waren, bewerteten Euresearch signifikant besser als Kunden, welche noch keinen Kontakt hatten (Kontakt: MW 7.7, kein Kontakt MW 6.6). Zudem sind Forschende, welche bereits an einem Antrag teilgenommen haben, mit einem Mittelwert von 7.7 überzeugter von den Euresearch Leistungen als jene, die an keiner Antragsstellung beteiligt waren (MW 7.1). Gleichermassen verhält es sich bei dem Vergleich zwischen Projektteilnehmer (MW 7.7) und Nichtteilnehmer (MW 7.2).

In der Evaluation 2009/2010 wurden nur Forschende befragt, die bereits einen Projektantrag eingereicht hatten. Die Gesamtbeurteilung wurde dabei ebenfalls auf einer 10er Skala abgefragt. Der Mittelwert lag bei der damaligen Befragung bei 7.7. Betrachtet man die Gruppe der befragten Euresearch Kunden, die bereits einen Antrag eingereicht haben, zeigt sich der gleiche Mittelwert wie in der Befragung 2009. Tendenziell kann also davon ausgegangen werden, dass die Gesamtbeurteilung stabil geblieben ist. Allerdings gilt diese Aussage nur für die im CRM System erfassten Antragssteller. Inwiefern diese Gruppe deckungsgleich mit allen aus der Schweiz stammenden Antragsstellern ist, kann im Rahmen dieser Evaluation nicht ermittelt werden.

Grundsätzlich fällt die Gesamteinschätzung der Leistungen von Euresearch durch die befragten Kunden gut aus. In der klassischen Kundenzufriedenheitsforschung gelten Durchschnittswerte von 7 bis 8 als eine gute Bewertung, während bei Werten unter 7 Verbesserungspotential besteht. Marktführende Unternehmen weisen in der Regel einen Mittelwert von 8 oder höher auf (Homburg 2006).

Abbildung 5.5.4 Allgemeine Einschätzung der Leistung von Euresearch



Q21 What is your overall assessment of the information and support services provided by Euresearch?
 Base: n=[] | Scale 1-10 | 1 "very poor" 10 "very good"
 Filter: All respondents who know or at least have heard of Euresearch

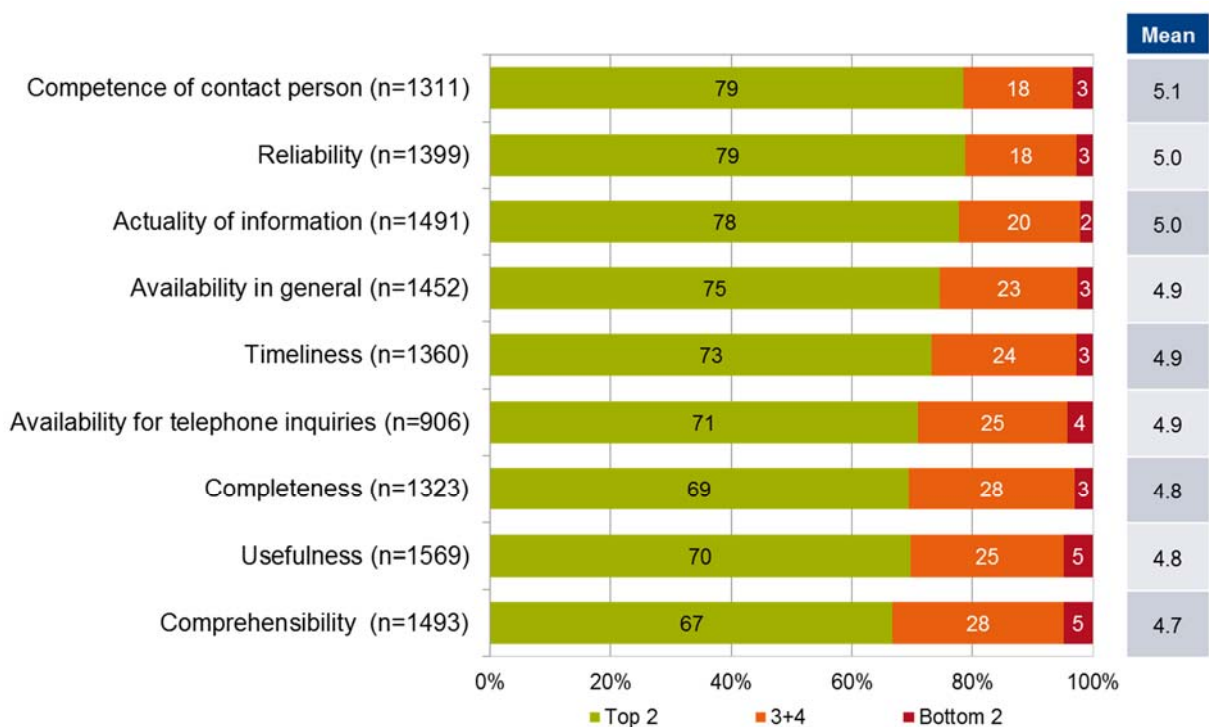
Euresearch verfügt über eine eher heterogene Kundenstruktur, mit vielseitigen Hintergründen, Erwartungen und Bedürfnissen. Dies gilt es bei der Interpretation der Gesamtbeurteilung zu berücksichtigen. Gerade auch vor diesem Hintergrund spielt die Bewertung einzelner Produkte und Dienstleistungen eine wichtige Rolle bei der Erfassung der Leistung von Euresearch.

Die Kunden wurden im Rahmen der Onlinerhebung aufgefordert, Euresearch anhand von ausgewählten Kriterien auf einer 6er Skala zu beurteilen (Abbildung 5.5.5). Sehr gut bewertet werden die Kompetenzen der Kontaktperson (MW: 5.1), die Zuverlässigkeit (MW 5.0) und die Aktualität der zur Verfügung gestellten Informationen (MW: 5.0). Etwas weniger gut mit einem Mittelwert von 4.7 wird das Kriterium „Verständlichkeit“ beurteilt.

Zu beachten ist, dass die Fallzahlen für die einzelnen Kriterien stark schwanken (Befragte die mit „weiss nicht“ geantwortet haben, sind in der Auswertung nicht berücksichtigt) und insgesamt tiefer sind als bei den Gesamtbeurteilungen (n=1726). Kunden, die in weniger engem Kontakt zu Euresearch stehen, konnten sinngemäss auf spezifische Kriterien keine Antwort geben.

Vor diesem Hintergrund und aufgrund einer eingeschränkten Skala mit sechs Skalenpunkten (Gesamtbeurteilung 10er Skala) sind die Ergebnisse der Abbildung 5.5.5 mit der Gesamtbewertung nicht direkt vergleichbar.

Abbildung 5.5.5 Leistungsbewertung nach verschiedenen Kriterien



Q19. How do you assess the information and support services of Euresearch in terms of the following criteria?

Base: n=[] | Scale 1-6 | 1 "very poor" 6 "excellent"

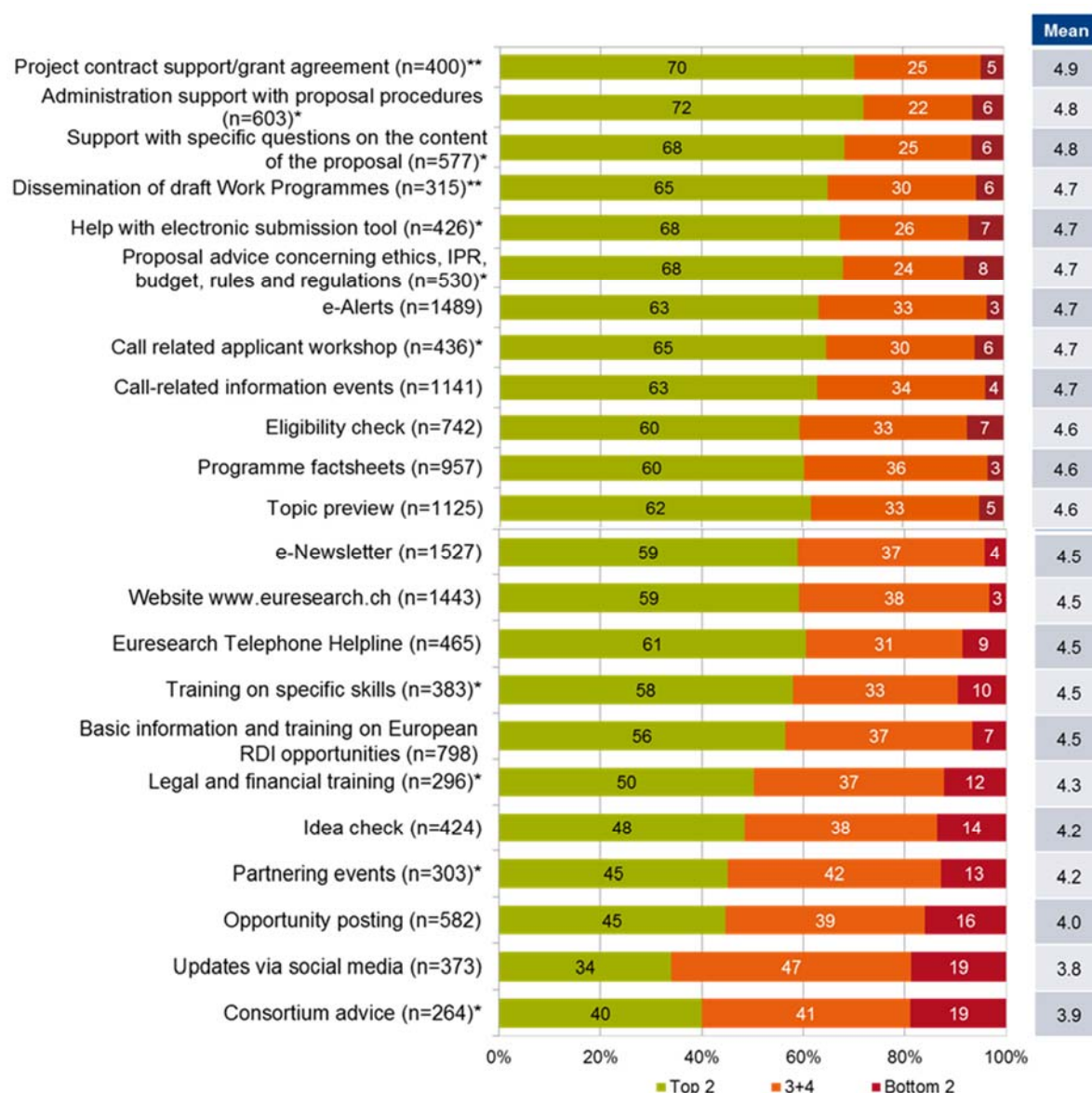
Filter: All respondents who know or at least have heard of Euresearch

In einem weiteren Schritt beurteilten die Befragten das Leistungsportfolio von Euresearch. Die Kunden wurden dabei aufgefordert, verschiedene Produkte und Dienstleistungen wiederum anhand einer 6er Skala zu bewerten. Dabei wurde durch eine entsprechende Filterführung gewährleistet, dass die angezeigten Produkte und Dienstleistungen für den jeweiligen Kunden relevant waren. In Abbildung 5.5.6 signalisieren die Sternchen hinter den einzelnen Leistungen für wen das entsprechende Angebot einblendet wurde. Kein Sternchen bedeutet dabei, dass alle befragten Kunden diese Leistungen beurteilt

haben. Leistungen mit einem Sternchen wurden nur durch Antragssteller und jene mit zwei Sternchen nur durch Projektteilnehmer bewertet.

Sehr gut schneiden praktische, antragsspezifische Dienstleistungen ab, wie Unterstützung beim Projektvertrag/dem Subventionsvertrag (MW: 4.9), Hilfestellung bei administrativen Fragen (MW: 4.8) sowie Beratung bei spezifischen Fragen zum Inhalt des Forschungsantrages (MW: 4.8). Workshops (MW: 4.7) und Informationsevents (MW: 4.7), die sich auf eine konkrete Ausschreibung beziehen, erfahren ebenfalls eine relativ gute Bewertung. Die Kunden beurteilen die Qualität der Informationstools, wie die Euresearch Webseite (MW: 4.5), den e-Newsletter (MW: 4.5) oder die Programmbroschüren (MW: 4.6) leicht weniger gut. Ausserdem bezeugen lediglich 34 bzw. 45 Prozent der Befragten den Updates über Social Media und dem sogenannten „opportunity posting“ eine (sehr) gute Qualität. Ebenfalls schlecht bewertet wird das Angebot „consortium advice“ (MW: 3.9)

Abbildung 5.5.6 Bewertung der Qualität der Produkte und Dienstleistungen



Q16 How do you personally assess the quality of the following kinds of support by Euresearch?

Base: n=[] | Scale 1-6 | 1 "very poor" 6 "excellent"

Filter: All respondents who know or at least have heard of Euresearch

*Filter: All respondents who know or at least have heard of Euresearch and participated in the submission of a proposal

**Filter: All respondents who know or at least have heard of Euresearch and participated in 7th FRP or Horizon 2020

Neben der Bewertung der Qualität der Euresearch Produkte und Dienstleistungen gaben die Befragten ebenfalls Auskunft zu deren Nützlichkeit. Stellt man die Mittelwerte der Bewertung von beiden Fragen gegenüber, ergibt sich folgendes Bild (Abbildung 5.5.7).

Abbildung 5.5.7 Bewertung der Nützlichkeit der Produkte und Dienstleistungen, Vergleich mit der Bewertung der Qualität

	Mean Usef.	Mean Qual.	Differenz	
Project contract support/grant agreement (n=571)**	5.1	4.9	0.2	
Administration support with proposal procedures (n=792)*	5.0	4.8	0.2	
Support with specific questions on the content of the proposal (n=762)*	5.0	4.8	0.2	
Proposal advice concerning ethics, IPR, budget, rules and regulations (n=729)*	4.9	4.7	0.2	
Eligibility check (n=1111)	4.9	4.6	0.3	
Dissemination of draft Work Programmes (n=485)**	4.8	4.7	0.1	
Website www.euresearch.ch (n=1560)	4.8	4.5	0.3	
Topic preview (n=1344)	4.8	4.6	0.2	
e-Alerts (n=1543)	4.8	4.7	0.1	
Help with electronic submission tool (n=734)*	4.8	4.7	0.1	
Call-related information events (n=1347)	4.7	4.7	0	
Programme factsheets (n=1263)	4.7	4.6	0.1	
Call related applicant workshop (n=673)*	4.6	4.7	-0.1	
Legal and financial training (n=631)*	4.6	4.3	0.3	
Basic information and training on European RDI opportunities (n=1085)	4.6	4.5	0.1	
Training on specific skills (n=686)*	4.5	4.5	0	
Euresearch Telephone Helpline (n=937)	4.5	4.5	0	
e-Newsletter (n=1604)	4.5	4.5	0	
Opportunity posting (n=969)	4.4	4.0	0.4	
Idea check (n=849)	4.4	4.2	0.2	
Consortium advice (n=599)*	4.2	3.9	0.3	
Partnering events (n=579)*	4.2	4.2	0	
Updates via social media (n=877)	3.3	3.8	-0.5	

Q17. In your opinion, how useful are the following kinds of support by Euresearch?

Base: n=[] | Scale 1-6 | 1 "very poor" 6 "excellent"

Filter: All respondents who know or at least have heard of Euresearch

*Filter: All respondents who know or at least have heard of Euresearch and participated in the submission of a proposal

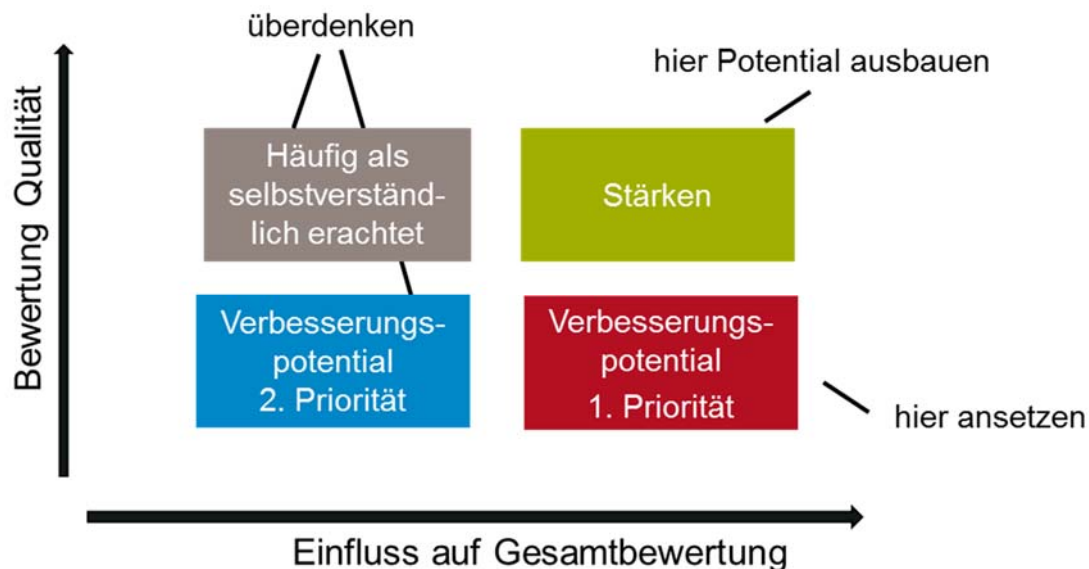
**Filter: All respondents who know or at least have heard of Euresearch and participated in 7th FRP or Horizon 2020

Abbildung 5.5.7 macht deutlich, dass Dienstleistungen und Produkte, die als nützlich eingeschätzt werden, in der Regel auch gut in Bezug auf die Qualität beurteilt werden. Die Differenzen zwischen den beiden Mittelwerten sind für die verschiedenen Leistungen relativ gering, wobei die Nützlichkeit fast immer leicht höher bewertet wird als die Qualität. Lediglich die „updates via social media“ werden bezüglich ihrer Nützlichkeit (MW: 3.3) deutlich schlechter eingeschätzt als in Bezug auf die Qualität (MW: 3.8). Umgekehrt verhält es sich für die Angebote „legal and financial training“ und „opportunity posting“: Hier beläuft sich die Differenz der beiden Mittelwerte auf 0.4, d.h. deren Nützlichkeit wird höher bewertet als deren Qualität.

Vor dem Hintergrund dieser Ergebnisse stellt sich die Frage, inwiefern die Trennung der beiden Fragestellungen zu „Nützlichkeit“ und „Qualität“ einen Mehrwert für die Analyse liefert. Die Trennschärfe zwischen den beiden Fragen ist aus Sicht der Befragten eingeschränkt und auf eine Abfrage der Nützlichkeit könnte in weiteren Befragungen zugunsten einer kürzeren Fragebogenlänge verzichtet werden.

Anhand sogenannter Handlungsportfolios wollen wir in der Folge jene Produkte und Dienstleistungen identifizieren, welche einen besonders grossen Einfluss auf bzw. einen besonders grossen Zusammenhang mit der Gesamtbeurteilung haben. Hierzu verwenden wir auf Totalebene die in Kapitel 5.1.1 beschriebene multivariate Methode der Shapley Values Regression. Die Zielgrösse, also die zu erklärende Variable, stellt dabei die Gesamtbeurteilung der Leistung von Euresearch dar (Frage 21, Abbildung 5.5.4). Anhand des Modells wird analysiert, welche Angebote des Euresearch Portfolios eine hohe und welche eine tiefe Relevanz für die Gesamtbeurteilung haben. In einem weiteren Schritt stellen wir diese Relevanzwerte den Bewertungen (Mittelwerten) gegenüber und bereiten diese Ergebnisse graphisch anhand eines Achsendiagramms mit vier Quadranten auf (siehe Abbildung 5.5.8).

Abbildung 5.5.8 Handlungsportfolios: Erkennen von Stärken & Schwächen



Quelle: eigene Darstellung

Produkte und Dienstleistungen im **oberen Quadrant rechts** (grün) können als Stärken des Angebotssportfolios bezeichnet werden: Sie weisen einen hohen Einfluss auf die Gesamtbeurteilung auf mit einer gleichzeitig überdurchschnittlichen Qualitätsbewertung.

Ein besonders hoher Handlungsbedarf besteht bei Angeboten, die sich im **unteren Quadrant rechts** befinden (rot), da sie einen hohen Einfluss auf die Gesamtbewertung aufweisen, aber gleichzeitig unterdurchschnittlich gut bewertet werden.

Weniger wichtig sind die Leistungen aus dem **unteren Quadrant links** (blau), da ihr Einfluss auf die Gesamtbewertung unterdurchschnittlich ist. Sie werden allerdings schlecht vom Kunden bewertet und sollten darum in Bezug auf ihre Wichtigkeit beobachtet werden.

In dem **grauen Quadrant oben** sammeln sich jene Angebote, die zwar eine überdurchschnittlich gute Bewertung erfahren, aber wenig Einfluss auf die Zielgrösse haben, sie werden vom Kunden häufig als selbstverständlich erachtet.

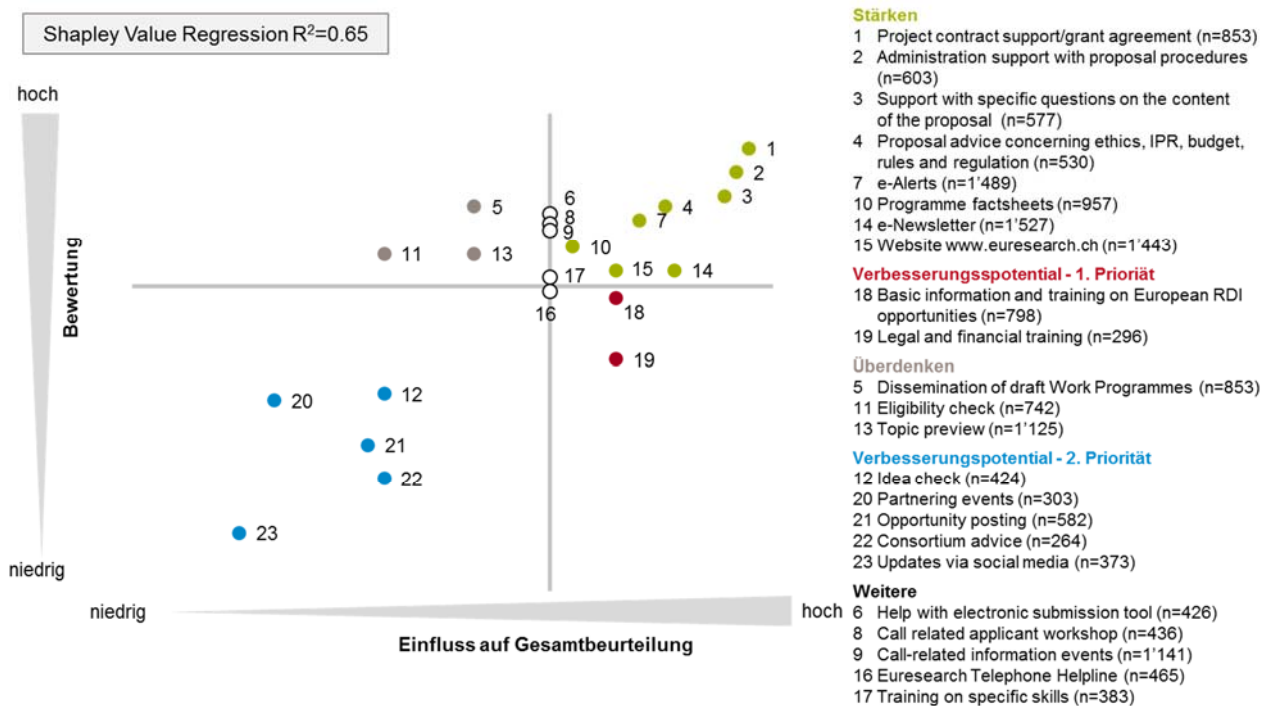
In der Folge werden die Handlungsportfolios auf Totalebene und für die fünf Segmente KMU, Uni/ETH/FH, Forschungsbereich Wissenschaft und Technik und Forschungsbereich Sozial- und Geisteswissenschaften dargestellt. Für das Handlungsportfolio auf Totalebene wurde das Shapley Value Modell angewandt. Da aber bei den Segmenten KMU und Geistes- und Sozialwissenschaften die Fallzahlen zu gering waren, wurde die Relevanz der einzelnen Produkte und Dienstleistungen lediglich bivariat berechnet und anhand von Korrelationskoeffizienten dargestellt. Um einen Vergleich zwischen

den Segmenten zu ermöglichen, wurde, trotz genug hoher Fallzahlen, auch für die Segmente Wissenschaft und Technik und Uni/ETH/FH ebenfalls mit Korrelationen gearbeitet. Dies bedeutet, dass ein Vergleich zwischen den einzelnen Segmenten möglich ist, diese aber nicht mit dem Gesamtmodell (alle Befragte) verglichen werden können.

Abbildung 5.5.9 stellt das Gesamtmodell dar. Als Stärken werden vor allem zentrale Beratungsleistungen von Euresearch identifiziert, wie z.B. Beratung bei vertraglichen Belangen (Datenpunkt: 1), administrative Unterstützung (2) oder Beratung bei spezifischen Problemen (3, 4). Aber auch wichtige Informationsleistungen, wie die e-Alerts (7), die Webseite (15), der e-Newsletter (14) und die Programmblätter (10) schneiden relativ gut ab mit gleichzeitig einem (leicht) überdurchschnittlichen Einfluss auf die Gesamtbeurteilung.

Unterdurchschnittlich beurteilt werden das Angebot im Bereich "basic information and training on European RDI opportunities" (18) sowie das Training zu rechtlichen und finanziellen Aspekten (19). Gleichzeitig haben diese beiden Dimensionen einen hohen Einfluss auf die Gesamtbeurteilung. Mögliche Mängel in diesen Bereichen sollten demnach behoben werden.

Abbildung 5.5.9 Handlungsportfolio: Alle befragten Kunden

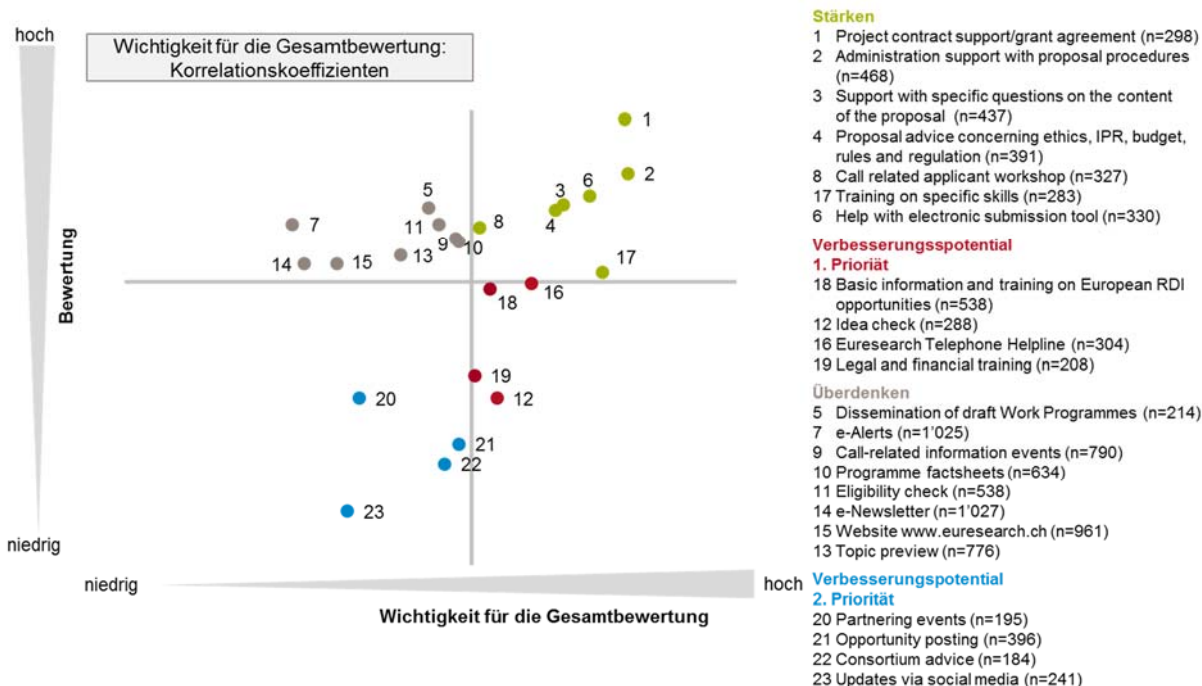


Quelle: Onlinebefragung. Einfluss auf die Gesamtbeurteilung: Shapley Value Regressionskoeffizienten mit Gesamtbeurteilung (Frage 21) als Zielvariablen und den Bewertungen der einzelnen Produkte und Dienstleistungen als erklärende Variablen (Frage 16). Bewertung: Mittelwerte (Frage 16)

Ebenfalls unterdurchschnittlich bewertet werden die Angebote „idea check“ (12), „partnering events“ (20), „opportunity posting“ (21), „consortium advice“ (22) und die „updates via social media“ (23). Da diese Angebote aber einen weniger starken Einfluss auf die Gesamtbewertung haben, müssen sie nicht prioritär behandelt werden, sollten aber beobachtet werden.

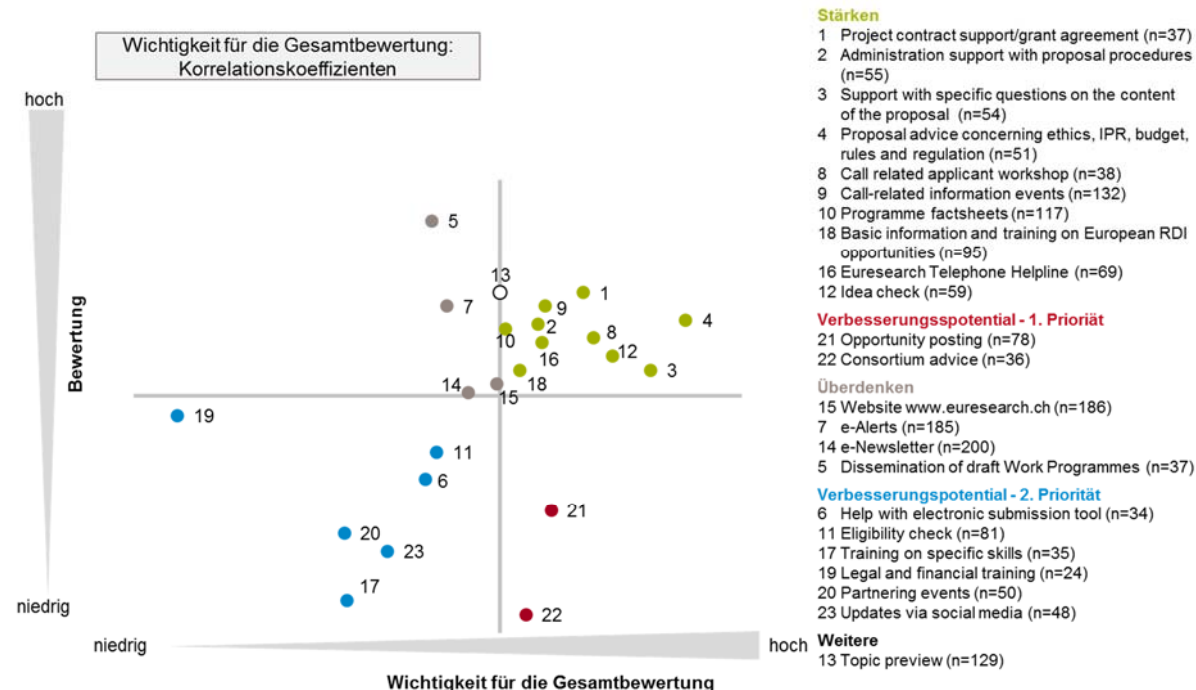
Die Bewertung für die Angebote im Quadrant oben links (Datenpunkte 5, 11, 13) ist über dem Durchschnitt, gleichzeitig liegen diese von der Einflussstärke auf die Gesamtbewertung unter dem durchschnittlichen Einflusswert. Eine Überprüfung des Kosten/Nutzen Verhältnisses für diese Angebote ist demnach angezeigt.

Abbildung 5.5.10 Handlungsportfolio: Uni, ETHs und FHs



Quelle: Onlinebefragung. Wichtigkeit für die Gesamtbewertung: Korrelationskoeffizienten zwischen der Gesamtbeurteilung (Frage: Q21) der Bewertung der einzelnen Produkte und Dienstleistungen (Frage: Q16). Bewertung: Mittelwert (Q16), nur Uni, ETH oder FH

Abbildung 5.5.11 Handlungsportfolio: KMU



Quelle: Onlinebefragung. Wichtigkeit für die Gesamtbewertung: Korrelationskoeffizienten zwischen der Gesamtbeurteilung (Frage: Q21) der Bewertung der einzelnen Produkte und Dienstleistungen (Frage: Q16). Bewertung: Mittelwert (Q16), nur KMU

Um einen vertieften Einblick über die Bedürfnisstrukturen der einzelnen Segmente zu erhalten, wurden weitere Handlungsportfolios für vier verschiedene Segmente erstellt.

Abbildung 5.5.10 und 5.5.11 zeigen die Portfolios für die Euresearch Kunden aus den Hochschulen, das heisst den Universitäten, den beiden ETHs und den Fachhochschulen sowie für die KMU Kunden.

Die Stärken von Euresearch liegen für die Hochschulen in der Unterstützung bei den Projektverträgen/dem Finanzierungsabkommen (1), der administrativen Beratung (2), der Beratung bei Fragen im Rahmen der Antragsstellung (Inhalt, Regulierungen, IPR, Budget etc.) (3, 4), und bei der Hilfe mit dem elektronischen Einreichungstool (6). Bei den KMUs ergibt sich ein ähnliches Bild. Zusätzlich werden noch die Angebote „call-related applicant workshop“ (8), „call-related information events“ (9) und „idea check“ (12) von den KMUs als wichtige Stärken Euresearchs bewertet.

Weniger klar ist die Einordnung der Angebote „Basic information and training on European RDI opportunities“ (18) und der Telefonhotline (16). Die beiden Datenpunkte 18 und 16 liegen bei beiden Segmenten recht nah an den jeweiligen Achsen-Durchschnittswerten, sowohl was die Bewertung als auch die Relevanz für die Gesamtbeurteilung betrifft. Beide Angebote werden allerdings von den KMUs leicht besser bewertet als von den Hochschulen und somit als Stärken positioniert, während sie für das Segment Hochschulen in den Quadranten des zu priorisierenden Verbesserungspotentials „abrutschen“.

Handlungsbedarf besteht aus Sicht der Hochschulen in Bezug auf die Dimensionen „legal and financial training“ (19) und „idea check“ (12). Diese werden bezüglich der Qualität unterdurchschnittlich bewertet, verfügen aber über eine leicht überdurchschnittliche Relevanz. Hier gilt es anzusetzen und Mängel auszugleichen. Die Befragten aus den KMUs bewerten das Angebot „legal and financial training“ ebenfalls schlecht, dieses spielt aber gleichzeitig keine grosse Rolle für die Gesamtbewertung.

Wichtiger für die KMUs und gleichzeitig schlecht bewertet sind die Angebote „opportunity posting“ (21) und „consortium advice“ (22). Die KMUs sind in die aktive Information durch Euresearch vermutlich weniger stark eingebunden, wären aber hierauf angewiesen, um ihre Chancen und Möglichkeiten in Bezug auf eine Antragsstellung wahrnehmen zu können. Auch im Punkt „consortium advice“ sollte überprüft werden, inwiefern hier Verbesserungspotential besteht.

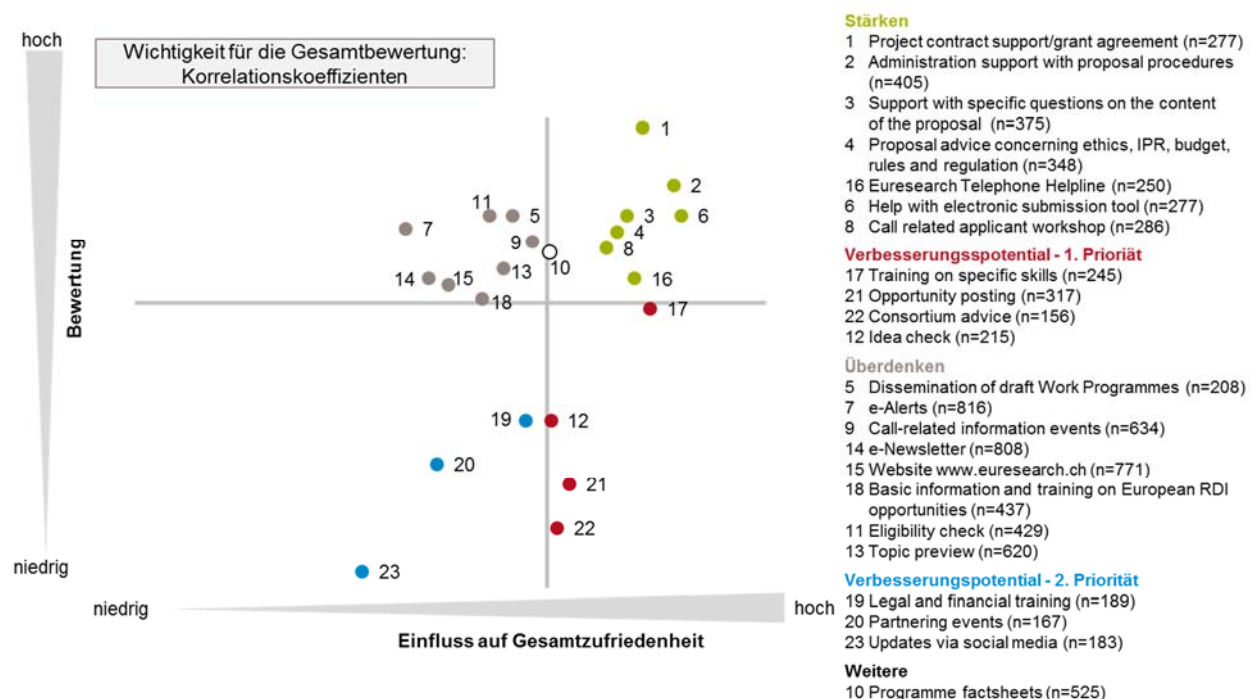
An dieser Stelle sei angemerkt, dass die Fallzahlen je nach Produkt und Dienstleistung stark variieren und gerade für die KMU einzelne Angebote nur von wenigen Kunden bewertet wurden, was die Aussagekraft der Ergebnisse abschwächt. Dennoch sind wir überzeugt, dass auch für die KMU durch die Handlungsportfolios wichtige Tendenzen identifiziert werden können, insbesondere da die Ergebnisse durch die Auswertung der offenen Fragen und der Stakeholder-Interviews grösstenteils gestützt werden.

Vergleicht man die beiden Handlungsportfolios für die Kunden aus dem Forschungsbereich Wissenschaft und Technik sowie Geistes- und Sozialwissenschaften (Abbildung 5.5.12 und 5.5.13) fällt auf, dass auch hier wieder die projektbezogenen Beratungs- und Unterstützungsleistungen als Euresearch Stärken auftauchen (Datenpunkte 1, 2, 3, 4). Von beiden Segmenten werden diese Leistungen als Stärken identifiziert.

Die Befragten aus dem Forschungsbereich Wissenschaft und Technik bewerten das Angebot „idea check“ (12) relativ schlecht, gleichzeitig liegt dieses nah am Durchschnittswert bei der Relevanz. Auch die Leistungen von Euresearch für die Angebote „opportunity posting“ (21) und „consortium advice“ (22) erfahren eine schlechte Bewertung durch die Befragten. Da diese drei Angebote zumindest eine mittlere Relevanz aufweisen, besteht hier wichtiges Verbesserungspotential.

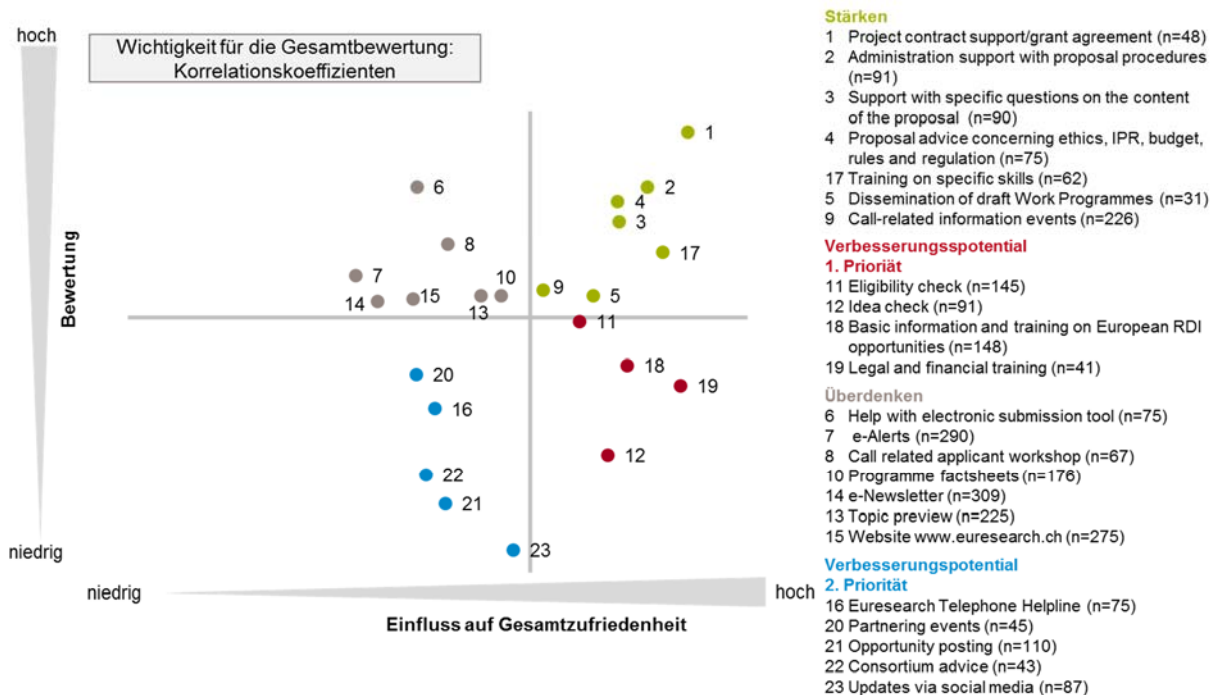
Für Kunden aus den Geistes- und Sozialwissenschaften besteht ebenfalls Verbesserungsbedarf im Bereich „idea check“ (12). Da diese Kunden oftmals nicht so stark in den Forschungsthemen der FRPs verankert sind, benötigt gerade diese Zielgruppe eine gute, auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Unterstützung, wenn es darum geht, potentielle Ideen und Ansätze für eine Antragsstellung zu prüfen. Weitere Angebote, welche nach Meinung der Kunden aus den Geistes- und Sozialwissenschaften wichtig sind, gleichzeitig aber Mängel aufweisen, sind die „basic information and training on European RDI opportunities“ (18) sowie wiederum das „legal and financial training“ (19). Sehr schlecht in der Bewertung schneiden ausserdem die Angebote „opportunity posting“ (21) und „consortium advice“ (22) ab. Diese Bereiche sind zwar nicht die wichtigsten Faktoren für die Gesamtbeurteilung durch die befragten Geistes- und Sozialwissenschaftler, sollten aber dennoch in Bezug auf ihre Qualität eine Überprüfung erfahren.

Abbildung 5.5.12 Handlungsportfolio: Wissenschaft und Technik



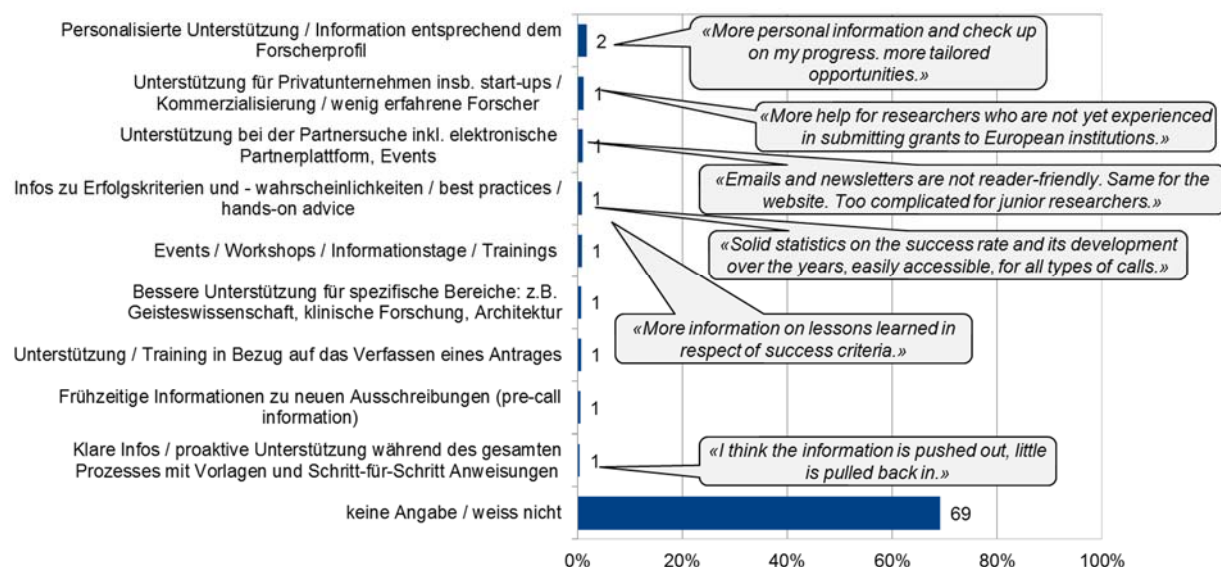
Quelle: Onlinebefragung. Wichtigkeit für die Gesamtbewertung: Korrelationskoeffizienten zwischen der Gesamtbeurteilung (Frage: Q21) der Bewertung der einzelnen Produkte und Dienstleistungen (Frage: Q16). Bewertung: Mittelwert (Q16), nur Institutionen aus dem Bereich „Science and Technology“

Abbildung 5.5.13 Handlungsportfolio: Geistes- und Sozialwissenschaften



Quelle: Onlinebefragung. Wichtigkeit für die Gesamtbewertung: Korrelationskoeffizienten zwischen der Gesamtbewertung (Frage: Q21) der Bewertung der einzelnen Produkte und Dienstleistungen (Frage: Q16). Bewertung: Mittelwert (Q16), nur Institutionen aus dem Bereich „Social Sciences und Humanities“

Abbildung 5.5.14 Weitere gewünschte Dienstleistungen Top 10



Q18.2 Are there any additional services you would like from Euresearch?

Base: n=2053 | open question | Top 10

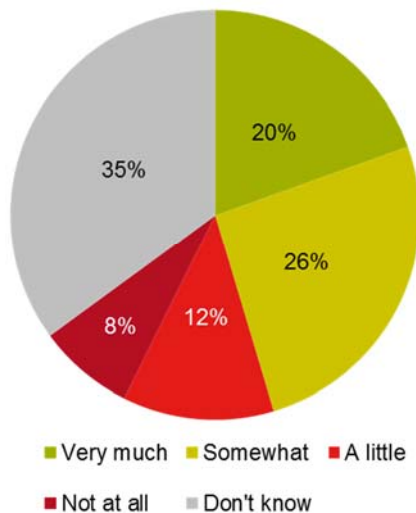
Filter: All respondents who know or at least have heard of Euresearch

Bei der Frage nach zusätzlich gewünschten Leistungen durch Euresearch macht eine Mehrheit der Umfrageteilnehmer keine Angaben (69%). Alle anderen Befragten äussern sehr unterschiedliche Wünsche. Graphik 5.5.14 zeigt die zehn am häufigsten genannten Anliegen. In Anhang 7.5.2 finden sich alle erwähnten Punkte im Detail sowie deren Häufigkeit.

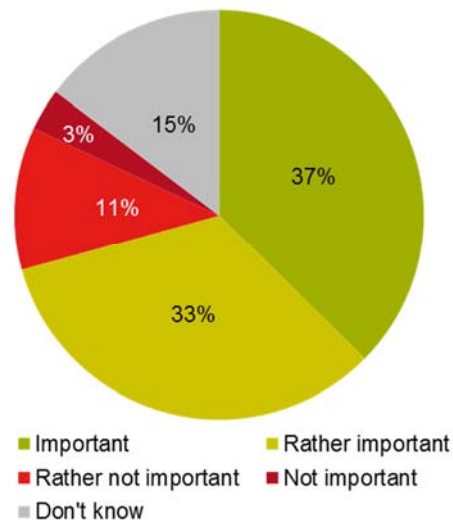
Die offenen Kommentare beinhalten vor allem die Themen Bereitstellung personalisierter, auf das Forschungsprofil zugeschnittener Informationen, proaktive Unterstützung durch Euresearch, Hilfe bzw. Übernahme von konkreten Aufgaben sowie besondere Hilfestellung für Unternehmer, start-ups, weniger erfahrene Forschende und spezielle Forschungsgebiete (z.B. Sozial- und Geisteswissenschaften). Bei den Kunden besteht zudem das Bedürfnis, Erfolgchancen besser abschätzen zu können und anhand von Fallbeispielen o.ä. zu erfahren, welche Kriterien bei einer erfolgreichen Antragsstellung eine Rolle spielen.

Abbildung 5.5.15 Koordinatorenfunktion

Q15.2: Information Euresearch coordination function



Q15.3: Importance coordination function for researcher



Q15.2 In your opinion, does Euresearch inform researchers about the possibility of taking over a coordinator function?

Q15.3 In your opinion, how important is a coordinator function for a researcher (e.g. concerning experience gained, career opportunities)?

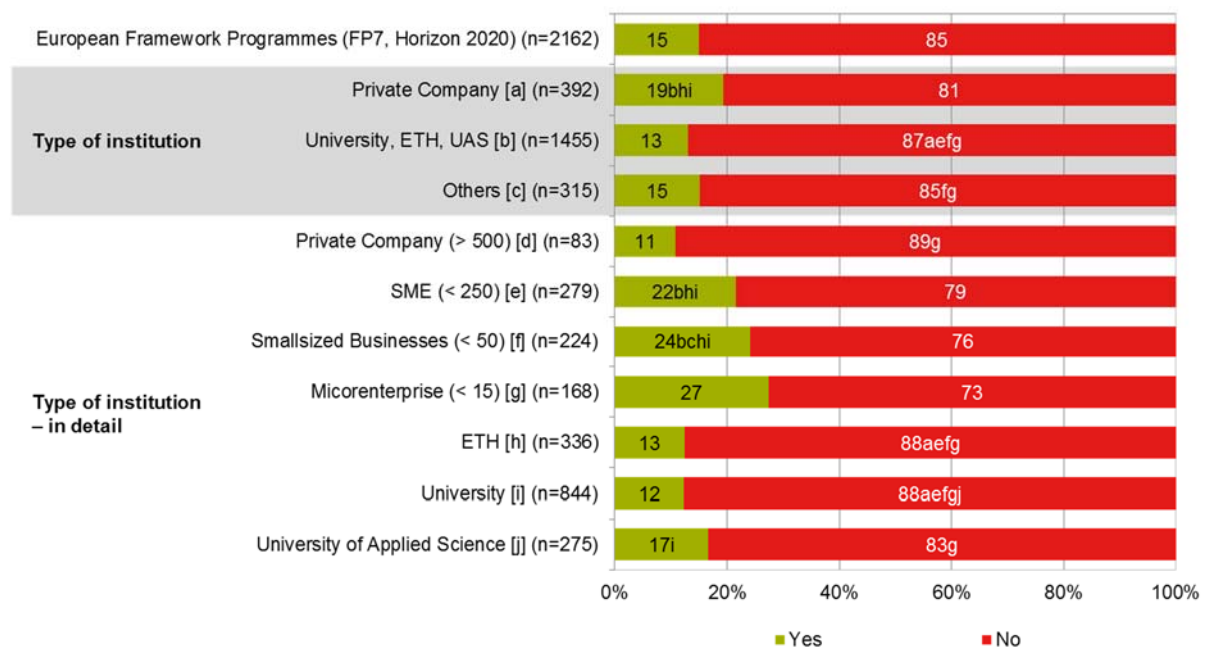
Base: n=2'053

Filter: All respondents who know or at least have heard of Euresearch

Abbildung 5.5.15 verdeutlicht die Einschätzung der Informationsleistung von Euresearch in Bezug auf die Möglichkeiten der Übernahme einer Koordinatorenfunktion. Etwa ein Drittel der Umfrageteilnehmer kann keine Angaben machen, während 46 Prozent den Eindruck haben, dass Euresearch über diese Möglichkeit informiert (20%: very much, 26 %: somewhat). Jeder fünfte Befragte berichtet von einer (eher) schwachen Informationsleistung in diesem Bereich.

Gleichzeitig findet eine Mehrheit der Befragten die Koordinatorenfunktion in Bezug auf die Entwicklung des Forschenden und dessen Karrieremöglichkeiten als (eher) wichtig (70%).

Abbildung 5.5.16 Nichteinreichung eines Antrages

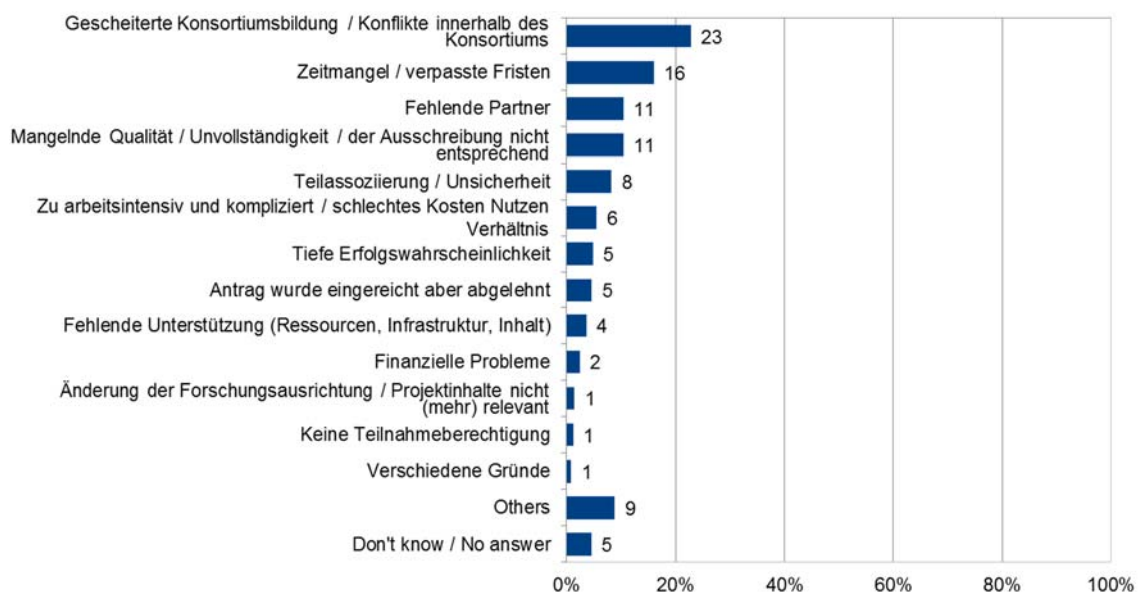


Q11.1. Have you personally worked on a proposal for the 7th European Framework Programme or Horizon 2020 which was not submitted in the end?

Base: n=2'162

15 Prozent der Befragten haben bereits einmal am Verfassen eines Projektantrages mitgearbeitet, welcher schliesslich nicht eingereicht wurde (Abbildung 5.5.16). Bei den KMUs, den kleinen Unternehmen und den Kleinstunternehmen liegt diese Rate höher als bei den (Fach)Hochschulen und ETHs.

Abbildung 5.5.17 Gründe Nichteinreichung eines Antrages



Q11.2. Why was the proposal not submitted in the end?

Base: n=320

Filter: All respondents who have not successfully finished a proposal

Hauptgründe für die Nichteinreichung geplanter Anträge sind Probleme innerhalb des Konsortiums (23%), zu knappe Zeitressourcen (16%), fehlende Partner (11%) oder Mängel in der Qualität des Antrages (11%). Ebenfalls aufgeführt werden die hohe Komplexität und mangelnde Erfolgswahrscheinlichkeiten.

5.5.2 Ergebnisse der Nachbefragung

Die beiden Themen „basic information and training on European RDI opportunities“ und das „legal and financial training“ konnten als Schwächen von Euresearch identifiziert werden (siehe Abbildung 5.5.9). In der Nachbefragung wurden die teilnehmenden Kunden aufgefordert, ihre Erfahrungen bezüglich diesen Euresearch Dienstleistungen zu schildern und Verbesserungsvorschläge anzugeben.

Leider waren die Rückmeldungen zu diesen beiden Leistungen nicht sehr umfassend, nur 14 bzw. 15 Forschende haben uns ihre Ansichten mitgeteilt.

Basic information and training on European RDI opportunities.

Grundsätzlich sind die Trainings und Basisinformationen willkommen, gleichzeitig werden diese als nicht ausreichend beurteilt und es wird konkrete Hilfe beim Projektantrag und Übernahme operativer Aufgaben durch Euresearch gefordert. Gründe hierfür liegen in der als sehr gross eingeschätzten administrativen Belastung und in der Unsicherheit bei der Antragserstellung.

"Could improve by helping getting real applications written"

"It would be great, if Euresearch would offer an extended service in writing grants and coordinating the submissions"

"The problem is that H2020 is getting so complicated (...)"

Lediglich ein Befragter machte eine Angabe zu einer konkreten Erfahrung mit einem Training.

"While all speakers were apparently highly skilled and competent, the character of these events as 'mass-events' made it difficult to rise specific questions"

Ein Befragter gibt an, dass die Trainings als Einstieg für junge Forschende sicher sinnvoll sind. Eventuell ist das Problem mit diesem Angebot folgendermassen geartet: Weniger erfahrene Forschende beziehen die Basisinformationen und nehmen an den Trainings teil, schaffen aber anschliessend den Schritt zu einem konkreten Antrag nicht, was eine gewisse Unzufriedenheit mit sich bringt. Bei dieser Erklärung handelt es sich allerdings lediglich um eine Vermutung. Die Frage, warum diese Dienstleistung als Schwäche beurteilt wird und welche Mängel sie aufweist, kann im Rahmen dieser Evaluation nicht abschliessend geklärt werden.

Legal and financial training.

Auch das Feedback zum rechtlichen und finanziellen Training ist eher mager. Folgende Aspekte sind jedoch interessant und sollten weiter untersucht werden:

Die Trainings werden als zu allgemein wahrgenommen und beinhalten zu wenig konkrete Hilfestellungen und Schulungen:

"(...) focusing mostly on encouraging participants to take part in Horizon 2020 (...) rather than to show the complexity and teach the precise, reality based financial planning of the EU projects."

"Something as a 'short abstract' including distinct procedures as 'what to do if...' could be very effective"

Die Inhalte der Trainings stellen nicht die Kernkompetenz eines Forschenden, was deren Vermittlung sicherlich erschwert. So äussert dieser Forschende den Wunsch, dass die Steuerung der Finanzen und Behandlung rechtlicher Belange nicht vom Koordinator übernommen werden soll.

"Coordinators are usually busy people (...) training should be given to people that actually administer the projects"

Ein weiteres wichtiges Thema der Nachbefragung sind die **Erfahrungen des privaten Sektors sowie mögliche Verbesserungsvorschläge** des Euresearch Angebotes in diesem Bereich. Im Rahmen der Nachbefragung zu diesem Thema gaben 37 Befragte ihre Erfahrungen und Ideen an.

Die Rückmeldungen beinhalten viele positive Kommentare. Gelobt werden das Engagement von Euresearch, die Kompetenz der Mitarbeiter, die Qualität der Events, die Schnelligkeit der Rückmeldungen und die umfassende Beratungsleistung.

"A warm, welcome and personalized service."

"Very good, very competent and very fast."

Einige Befragte äussern das Bedürfnis nach Support im Bereich Start-up und hier insbesondere bei der Beratung von EU-Finanzierungsmöglichkeiten von marktorientierter Forschung und Entwicklung. Hierzu gehört auch die Beratung im Bereich Patente und IPR sowie bei der Erstellung des einzureichenden Business Plans.

Weiteres Thema war die Mittelknappheit bei den KMUs, um sich über Finanzierungsmöglichkeiten zu informieren und für mögliche Anträge zeitliche und finanzielle Ressourcen aufzubringen. Vor diesem Hintergrund wären proaktive Informationsleistungen sowie Dokumente, welche die aus Sicht der Forschenden zu komplexen Ausschreibungsunterlagen zusammenfassend darstellen, hilfreich.

"(...) make one-page summaries (...)"

"Private companies have little time to chase information about funding opportunities (...)."

Gründe für die geforderte Proaktivität sind, neben der Ressourcenknappheit, die Vermutung, dass KMUs eventuell zu wenig über die Existenz der FRP informiert sind.

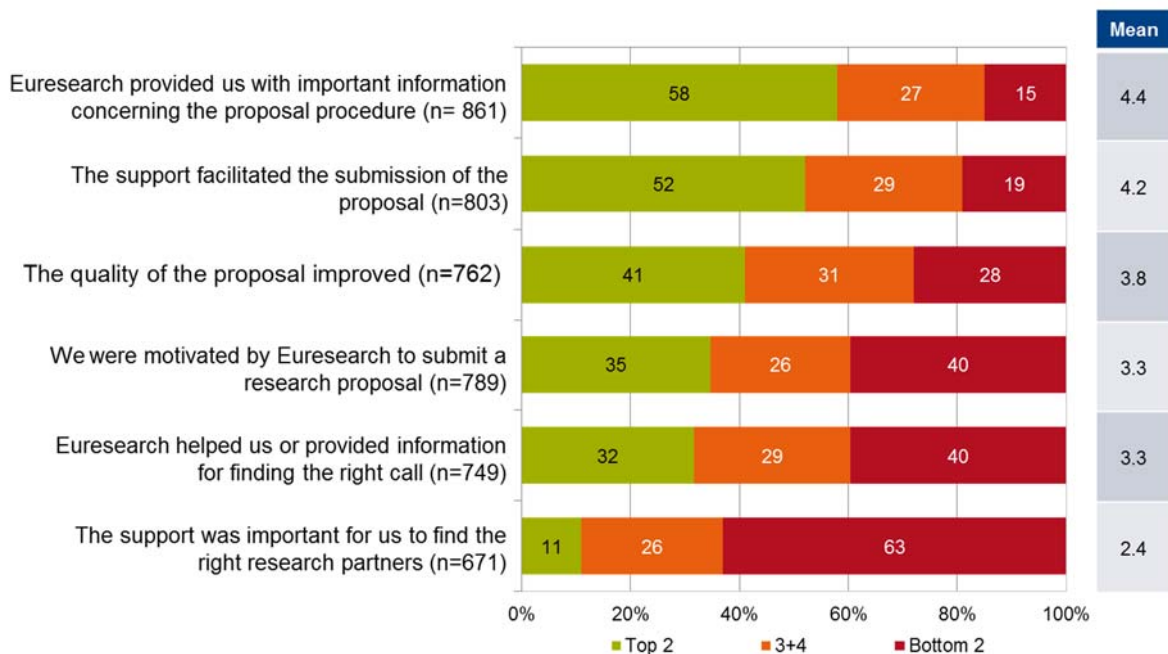
Erneut erwähnt wird das Bedürfnis nach Fallbeispielen oder anderen Möglichkeiten, um die Erfolgsrate bzw. die Erfolgsfaktoren einschätzen zu können (siehe auch Kapitel 5.5.1, Auswertung der offenen Frage 18.2). Zudem besteht der Wunsch nach einer höheren Vernetzung untereinander sowie mit Fachhochschulen und Universitäten.

"(...) experience made by other companies helps definitively (...)."

5.6 Wirkung

Die Messung der Wirkung der Dienstleistungen von Euresearch ist ein wichtiges Evaluationselement und wird auch in den Stakeholderinterviews thematisiert (siehe Kapitel 4.2.1.5 und 4.4.2). Im Rahmen der quantitativen Onlineerhebung wird die Wirkung von Euresearch auf verschiedene Kriterien abgefragt. Dabei unterscheiden wir zwischen Projektantrag und Projektbeteiligung. Der Befragte konnte seine Bewertung zu einzelnen Aussagen auf einer 6er Skala abgeben (1 stimme überhaupt nicht zu, 6 stimme voll und ganz zu).

Abbildung 5.6.1 Wirkung Antragssteller



Q20 In what way has the support of Euresearch affected your proposal/project?

Base: n=[] | scale 1-6 | 1 "strongly disagree" 6 "strongly agree"

Filter: All respondents who know or at least have heard of Euresearch and participated in the submission of a proposal

Abbildung 5.5.18 verdeutlicht, dass die Statements "Euresearch lieferte wichtige Informationen zum Antragsprozess" (Top 2: 58%) und "Euresearch erleichterte die Eingabe des Gesuchs" (Top 2: 52%) am häufigsten Zustimmung finden. Weniger gut schneidet die Bewertung der Wirkung im Bereich Partnersuche ab: eine überwiegende Mehrheit der befragten Antragssteller gibt an, dass Euresearch hier keine relevante Unterstützungsfunktion hatte. Auch bei der Suche nach der geeigneten Ausschreibung und in Bezug auf die Motivation teilen die Befragten Euresearch ebenfalls selten eine wichtige Unterstützungswirkung zu (Top 2: 32% bzw. 35%).

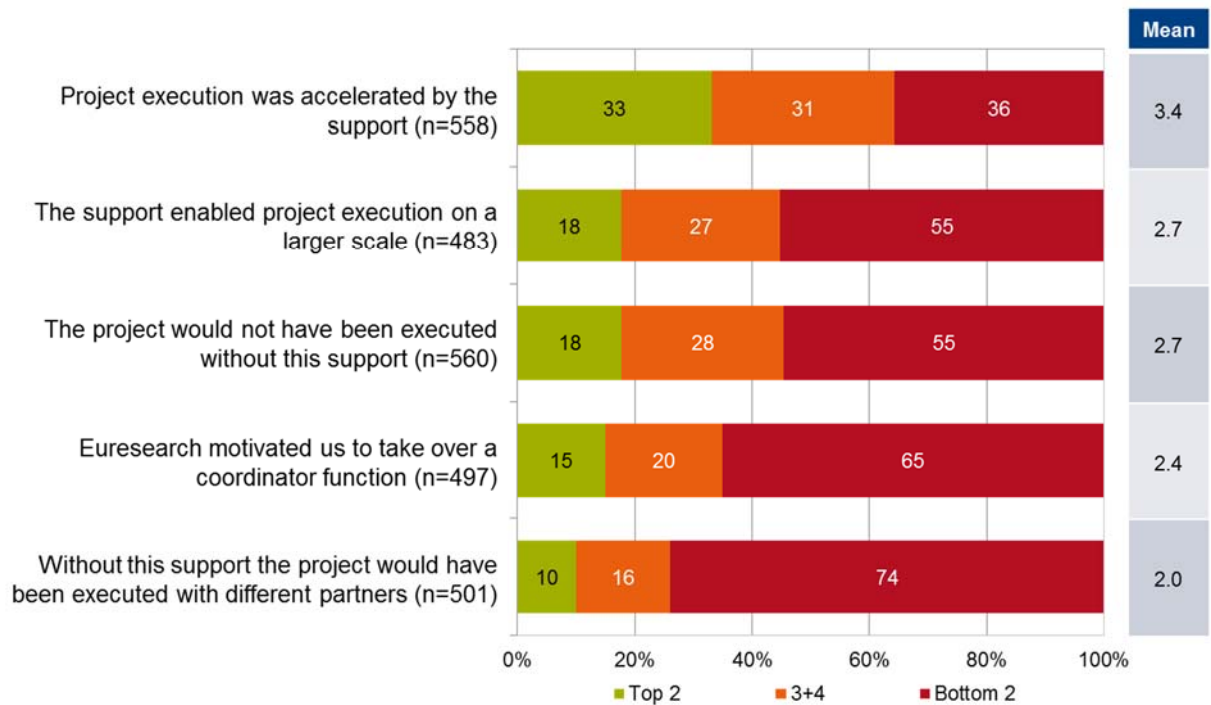
Diese Wirkungsbeurteilungen sind von dem Ranking der Statements her ähnlich mit jenen der Befragung von 2009/2010, wobei die Vergleichbarkeit aufgrund einer Skalenerweiterung und der unterschiedlichen Grundgesamtheit eingeschränkt ist (siehe Kapitel 5.5.1).

Auf den ersten Blick überraschen diese Ergebnisse: Die Leistungsqualität von Euresearch wird von den Kunden in der Regel als (sehr) gut eingeschätzt, bei der Wirkung bleibt der Einfluss moderat. Andererseits spiegeln die Resultate den Umstand, dass Euresearch punktuell unterstützen, motivieren und informieren kann, aber die Initiative und der Hintergrund des Antragsstellers selbst ebenfalls eine wichtige Rolle spielen (siehe Ergebnisse der Stakeholderinterviews Kapitel 4.2.1.5).

Ausserdem kann nicht klar differenziert werden, welcher Austausch im Detail mit Euresearch stattfand. Hier besteht für weitere Evaluationen Optimierungspotential. Geprüft werden könnten beispielsweise Wirkungen unverzüglich im Anschluss an die Beratungstätigkeit durch Euresearch.

Auch die Projektteilnehmer wurden aufgefordert, ihre Bewertung zu der Wirkung von Euresearch abzugeben.

Abbildung 5.6.2 Wirkung Projektteilnehmer



Q20: In what way has the support of Euresearch affected your proposal/project?

Base: n=[] | 1 "strongly disagree" and 6 "strongly agree"

Filter: All respondents who know or at least have heard of Euresearch and participated in the submission of a proposal

Über die Hälfte der Befragten schreibt der Leistung von Euresearch kaum bis wenig Wirkung auf die abgefragten Projektaspekte zu. Am häufigsten stellen die befragten Kunden eine positive Wirkung auf die Schnelligkeit in der Projektumsetzung fest. Nur 15 Prozent der Befragten stimmen der Aussage zu, dass Euresearch zur Übernahme einer Koordinatorenfunktion motiviert. Betrachtet man die Bewertung dieses Statements von den Befragten, welche eine Koordinatorenfunktion übernommen haben, liegt der Wert leicht höher bei 22 Prozent Zustimmung. Auch bei der Partnersuche spielt Euresearch kaum eine Rolle. Es stellt sich die Frage, welche Rolle Euresearch gerade auch in Bezug auf die Beratung bei der Projektabwicklung spielt und spielen soll.

6 Synthese

In dem folgenden Kapitel werden die zentralen Evaluationsergebnisse nochmals kurz zusammengefasst und Handlungsempfehlungen abgeleitet.

6.1 Steuerungsinstrumente

6.1.1 Zusammenfassung

Die Steuerungsinstrumente sind grundsätzlich gut entwickelt.

- Der **Leistungsauftrag** enthält wesentliche, steuerungsrelevante Vorgaben und umfasst aus Sicht der Stakeholder mit den Themen Motivation, Information und Beratung die Aspekte, die für die erfolgreiche Arbeit von Euresearch wichtig sind. Fraglich erscheinen jedoch die quantitativen Leistungsindikatoren. Es sollte überprüft werden, inwieweit diese wirklich den Zweck erfüllen können, die Leistung von Euresearch adäquat zu messen. Gleichzeitig wird die Formulierung von sogenannte KPIs (Key Performance Indicators) von den Stakeholdern als eine sehr schwierige Aufgabe wahrgenommen, da eine Kausalität zwischen den Leistungen von Euresearch und dem Erfolg der Schweiz bei den FRP kaum zu überprüfen ist. Es erscheint daher teilweise fraglich, ob solche Ziele in den Leistungsauftrag passen.
- Die **Strategieplanung** erfolgt durch Euresearch und wird im Steuerungsausschuss SBFI-Euresearch verabschiedet. Sie dient aus unserer Sicht vornehmlich der internen Planung und Motivation. Hier stellt sich die Frage, inwiefern es zielführend ist, das SBFI stärker in die Strategieplanung mit einzubeziehen.
- Der **Geschäftsbericht** ist klar strukturiert und enthält alle wesentlichen Informationen zur Arbeit von Euresearch.
- Durch die spezielle Situation aufgrund der Annahme der Masseneinwanderungsinitiative wurde im Jahre 2014 kein **Zwischenbericht** erstellt.
- Wichtige Funktionen des viermal jährlich stattfindenden **Steuerungsausschusses** sind die strategische Jahresplanung sowie die Kompetenz, die in der Leistungsvereinbarung aufgeführten Leistungsindikatoren anzupassen. Die Zusammenarbeit im Steuerungsausschuss wird von den beteiligten Stakeholdern als sehr professionell wahrgenommen und ist ein wichtiger Kommunikationskanal zwischen dem SBFI und Euresearch.

Grundsätzlich besteht eine gute Zusammenarbeit in Bezug auf die Steuerung: Im Rahmen der Stakeholder-Gespräche ist der Eindruck entstanden, dass die Steuerung vor allem über eine Kultur des Vertrauens zwischen Euresearch und dem SBFI vorgenommen wird.

6.1.2 Handlungsempfehlungen

Aus unserer Sicht besteht Potential, die im Leistungsauftrag festgelegten quantitativen Leistungsindikatoren stärker auf die Messung der Leistung und Wirkung von Euresearch zuzuschneiden. Ein Grossteil der Indikatoren dient aktuell der quantitativen *Erfassung* der einzelnen Aktivitäten von Euresearch, die wenig über die Wirkung aussagen.

Wir empfehlen, die Wirkung der Leistungen von Euresearch nicht auf Makroebene anhand der Erfolgsrate oder der Teilnahmeraten an den FRP zu bewerten, da sich hier grundsätzlich ein Kausalitätsproblem stellt (Schedler und Proeller 2011: 77). Es ist nahezu unmöglich bzw. mit extrem hohen Aufwand verbunden, methodisch sauber herauszufiltern, inwiefern die Leistungen eine Wirkung auf Makroebene

haben, z.B. auf die allgemeinen Schweizer Teilnahmeraten an den FRP. Hierbei spielen forschungspolitische und auch ökonomische Faktoren eine zu wichtige Rolle, deren Wirkung sich nur schwer herausrechnen lassen.

Vielmehr bietet sich aus unserer Sicht die Messung der Wirkung auf Mikroebene an, welche neben der vorliegenden Evaluation aus regionalen, kundennahen Evaluationen (z.B. Befragungen nach Events, Trainings oder Beurteilungsmasken der jeweiligen Beratungsleistungen nach Einreichen eines Projektantrages)³ besteht.

Vor dem theoretischen Hintergrund des New Public Managements und des formulierten Leistungsauftrages, ist das Herunterbrechen der Wirkungsanalyse auf die Mikroebene sicher nicht ganz zufriedenstellend. Für die alltägliche Arbeit von Euresearch und die Optimierung der Leistungen für die Forschenden, kann sich dieser Ansatz allerdings als sehr gewinnbringend erweisen.

Wir empfehlen eine Erweiterung des Leistungsauftrages mit wenigen klaren, gut strukturierten Leistungsindikatoren auf Mikroebene und diese in den Leistungsauftrag und/oder die Strategieplanung mit aufzunehmen. Dabei sollte für jedes Ziel festgelegt werden, welche Kundengruppe dieses betrifft und anhand von welchen Daten deren Messung vorgenommen werden soll (regionale Kundenbefragungen, CRM Datenbank, Datenbank der Teilnehmer an den FRP). In diesem Zusammenhang ist eine engere Zusammenarbeit und Abstimmung in Bezug auf die zur Verfügung stehenden Datenbanken (eCorda, CRM, etc) angezeigt.

Weiteres Potential sehen wir in der Definition der Zielgruppen, die für Euresearch im Zentrum stehen sollen. Der Begriff „Forschende“ ist ein weites Feld und kann in dieser Breite vermutlich kaum durch Euresearch umfassend abgedeckt werden. Hier fehlt eine klare Differenzierung zwischen verschiedenen Kundengruppen: beispielsweise erwarten etablierte Forschende mit mehrjähriger Erfahrung in der internationalen Forschung eine andere Betreuung als Nachwuchsforschende, die das erste Mal mit dem Thema FRP in Kontakt kommen. Durch eine Präzisierung sowie Priorisierung könnten die vorhandenen Mittel gezielter eingesetzt werden. Dies würde eine gemeinsame Diskussion innerhalb des Netzwerkes erfordern, wo Euresearch die Prioritäten setzen soll. Alle Kundengruppen gleichzeitig in hoher Qualität anzusprechen erscheint im Rahmen der finanziellen und personellen Situation nicht realistisch.

6.2 Zusammenarbeit im Netzwerk

6.2.1 Zusammenfassung

Insgesamt wird die Zusammenarbeit innerhalb des Netzwerkes durch die befragten Stakeholder sehr geschätzt. Die sehr kollegiale und angenehme Zusammenarbeit auf der persönlichen Ebene schafft eine gute Basis für ein funktionierendes Netzwerk. Innerhalb des Netzwerkes besteht die Wahrnehmung, dass die gemeinsame Zielsetzung, die Forschenden ideal zu betreuen, dazu führt, dass ein hohes Mass an gegenseitiger Unterstützung besteht, was erforderlich ist, um die Aufgaben des Leistungsauftrages erfolgreich zu erfüllen.

Der Austausch zwischen HO und RO läuft zufriedenstellend. Als Stärken durch die Zusammenarbeit im Netzwerk werden zudem die hohe Kompetenz und das breite Fachwissen zu EU-FRP sowie das grosse Knowhow und Erfahrungswissen zu Forschungsgesuchen gesehen. Schwächen werden vor allem im Bereich Informationsaustausch und Abstimmung gesehen - welcher teilweise durch die knappen zeitlichen Ressourcen etwas zu kurz kommt.

Die NCP werden innerhalb des Netzwerkes als sehr wichtige Funktion wahrgenommen, die durch die hohe Fachkompetenz und die ausserordentlich gute Vernetzung in Brüssel einen wichtigen Mehrwert für die Zusammenarbeit schaffen.

³ In den im Leistungsauftrag formulierten quantifizierbaren Indikatoren wurde dieser Ansatz zum Beispiel für den Punkt 3 „Informations- und Schulungsveranstaltungen zu den EU-Rahmenprogrammen und COST“ definiert. Hier wird als quantifizierbarer Indikator die Teilnehmerbeurteilung aufgeführt.

Als relativ neue Akteure sind die CP noch nicht so gut ins Netzwerk eingebunden wie die bereits etablierten Institutionen. Hier wird aus Sicht der Stakeholder noch Potential gesehen, die Zusammenarbeit klarer zu definieren und die vorhandenen Strukturen zu optimieren (mehr dazu unter Punkt 6.3.2).

Die Zusammenarbeit zwischen dem SBFI und Euresearch hat sich durch den Status als Drittland deutlich verändert: es gibt mehr Schnittstellen und dadurch mehr Kontakt als davor. Dies wird als durchaus positiv wahrgenommen. Insgesamt scheint in der Zusammenarbeit zwischen dem SBFI und Euresearch eine hohe Zufriedenheit auf beiden Seiten zu bestehen, wobei auch hier manchmal ein engerer Austausch gewünscht wird.

6.2.2 Handlungsempfehlungen

Die gute Zusammenarbeit im Netzwerk wird durch die spezielle Organisationsstruktur geprägt, die keine klassischen Hierarchien aufweist, sondern durch einen Verbund verschiedener Institutionen getragen wird. Dies ermöglicht eine sehr gute Vernetzung innerhalb der Schweizer Forschungslandschaft und sichert Euresearch die nötige Freiheit zu, um innerhalb des Netzwerkes flexibel und unbürokratisch auf Kundenanforderungen zu reagieren. Bei Anpassungen der Strukturen sollte diesem institutionalisierten Netzwerk Rechnung getragen werden - durch eine verstärkte Zentralisierung kann dieses weniger gut genutzt werden.

Da es keine klaren Hierarchien gibt, sollte sichergestellt werden, dass für die internen Aufgaben eindeutig definiert ist, wer verantwortlich ist. Hier hat sich am Beispiel der Einarbeitung der neuen Mitglieder im Netzwerk gezeigt, dass es noch Lücken gibt. Wir empfehlen, die Themen Einarbeitung und Schulungen wieder stärker in den Fokus zu rücken, um das Netzwerk lebendig zu halten. Dem Austausch innerhalb des Netzwerkes sollte ein ausreichender Stellenwert zukommen, um durch eine erfolgreiche Abstimmung und Zusammenarbeit eine hohe Beratungsqualität sicherzustellen.

Wünschenswert wäre für viele Stakeholder eine bessere Abstimmung hinsichtlich der strategischen Planung und der Setzung von Prioritäten zwischen dem HO und den RO. Denkbar wäre eine stärkere Integration der RO in den Steuerungsausschuss. Aus den Stakeholder Interviews ist der Eindruck entstanden, dass es trotz der guten Zusammenarbeit immer wieder zu Doppelspurigkeiten kommt, die sich durch einen engeren Austausch zwischen HO und RO vermeiden lassen würden.

Die Ressourcen der NCP werden von vielen Seiten als kritisch und sehr knapp bemessen eingeschätzt. Aufgrund der besonderen Bedeutung der NCP für die Arbeit von Euresearch ist sicherlich zu prüfen, inwieweit diese Situation in Zukunft etwas entschärft werden kann.

6.3 Struktur von Euresearch

6.3.1 Zusammenfassung

Die Struktur von Euresearch ist sehr breit aufgestellt und umfasst viele verschiedene Stakeholder. Grundsätzlich wird diese Netzwerkstruktur innerhalb der Stakeholder als sehr positiv bewertet. Besonders wichtig erscheint dabei die starke regionale Vernetzung an den unterschiedlichen Institutionen, um den Kontakt zu den Forschenden an der Basis zu erhalten.

Die Angliederung der NCP an das HO wird kontrovers diskutiert. Insgesamt spricht sich die Mehrheit der befragten Stakeholder für die heutige Struktur aus, da diese die Neutralität und den leichten Austausch zwischen den NCP ermöglicht. Jedoch erscheint es wünschenswert, diese Kompetenz noch effektiver in den RO vor Ort einsetzen zu können, was aufgrund der begrenzten Ressourcen aktuell nicht immer machbar scheint.

Die neuen Untermamente für FH und KMU sind aktuell noch schwer zu beurteilen, da sich die neuen Strukturen noch nicht etabliert haben. Jedoch zeigt sich im Rahmen dieser Evaluation deutlich, dass die Struktur noch nicht ausgereift ist. Zum einen scheint es langfristig eine Überschneidung zwischen den

RO und den CP hinsichtlich der Zuständigkeit für die Beratung zu geben, der durch die Ansprüche der Kunden entstehen kann. Zum anderen ist vor allem bei den KMU Untermmandaten noch nicht klar ersichtlich, ob das eigentliche Ziel, mehr KMU für die EU-FRP anzusprechen, damit wirklich erreicht werden kann. Es wird zwar geschätzt, dass die beiden wichtigen Zielgruppen klar einer Verantwortlichkeit zugeordnet werden können, dennoch bleiben viele Fragen offen.

Im Rahmen der Nachbefragung wurde erörtert, inwiefern die Struktur von Euresearch bei den Kunden verankert ist. Die unterschiedlichen Abteilungen (Head Office, Regional Offices und Contact Points) sind scheinbar nicht von zentraler Bedeutung für die Kunden. Vielmehr dienen die Regional Offices als erste Anlaufstelle, wo eine Weiterleitung an die entsprechenden Stellen erwartet wird. Zudem werden die neu etablierten Contact Points noch recht unterschiedlich wahrgenommen und/oder können noch nicht zugeordnet werden.

6.3.2 Handlungsempfehlungen

Die regionale Logik des Netzwerkes ist eine besondere Stärke von Euresearch und sollte weiter beibehalten werden. Um diese Nähe zu den Forschenden zu unterstützen, erscheint es zudem sinnvoll, die Einbindung der RO in die eher strategischen Themen zu prüfen.

Das Profil der Contact Points kann - sowohl nach aussen als auch innerhalb des Netzwerkes - noch geschärft werden. Wichtig ist vor allem, die weitere Entwicklung eng zu begleiten und kritisch zu hinterfragen, ob die Zielsetzungen in der heutigen Struktur erreicht werden können. Ist es realistisch, dass die CP keine Beratung übernehmen oder wird dies von den Kunden erwartet? Wie wird mit solchen Widersprüchen umgegangen? Wie werden parallele Strukturen vermieden, die das Netzwerk komplizierter machen? Welche Zielgruppen sollen vor allem im Bereich KMU angesprochen werden? Um diese und weitere Fragen zu beantworten, sollte die weitere Entwicklung der CP evaluiert werden.

Das Branding einzelner Euresearch Abteilungen ist nicht immer eindeutig. Es stellt sich die Frage, inwiefern dies einen Einfluss auf die Zugänglichkeit von Euresearch für neue Forschende hat. Die Ergebnisse der Kundenbefragung deuten beispielsweise darauf hin, dass die Contact Points teilweise mit den National Contact Points verwechselt werden. Dies könnte auch auf den sehr ähnlichen Namen der beiden Abteilungen zurückzuführen sein. Regional besteht ausserdem oftmals eine Überschneidung der Grant Offices mit den Euresearch Regional Offices. Dies erschwert die Messung der Euresearch Leistung, da Zufriedenheitswerte vor diesem Hintergrund nicht immer eindeutig zugeordnet werden können. Dieser Umstand sollte bei weiteren Evaluationen berücksichtigt werden.

6.4 Erfüllung der zentralen Leistungskriterien: Motivation, Information, Beratung

6.4.1 Zusammenfassung

Die Themen Motivation, Information und Beratung werden aus Sicht der Stakeholder insgesamt sehr gut erfüllt. Basis für diese Einschätzung sind vor allem direkte Rückmeldungen durch die betreuten Forschenden sowie die hohe Reputation von Euresearch innerhalb des europäischen Netzwerkes. Dennoch wäre mehr Proaktivität wünschenswert, was in der alltäglichen Arbeit oft keinen Platz mehr findet. Zurecht wird jedoch von den Stakeholdern angemerkt, dass die Beurteilung der Leistungskriterien eigentlich nur durch die Forschenden selbst beantwortet werden können. In der Folge findet sich die Zusammenfassung der Ergebnisse der Kundenbefragung.

Kundenzufriedenheit

Die Kunden sind mit der Leistung von Euresearch zufrieden und bewerten diese als gut (MW 7.4, 10er Skala). Auffällig ist, dass eine Diskrepanz zwischen der Leistungsbeurteilung von Euresearch „nahen“ und Euresearch „fernen“ Kunden besteht. So bewerten Kunden, welche bereits mit Euresearch in Kontakt standen, die Leistungen des Netzwerkes besser (MW 7.7) als Kunden ohne Kontakt (MW 6.6).

Gleiches gilt für die Projektteilnehmer (MW 7.7, Nichtteilnehmer MW 7.2) und Antragssteller (MW 7.7, Nicht-Antragssteller MW 7.1).

Aus Sicht der Befragten zeichnet sich Euresearch durch die hohe Kompetenz der Mitarbeiter, deren Zuverlässigkeit sowie die Aktualität der zur Verfügung gestellten Informationen aus. Weniger gut wird die Verständlichkeit der Informationsunterlagen bewertet.

In Bezug auf das Dienstleistungsportfolio schneiden besonders die praktischen, antragsspezifischen Dienst- und Beratungsleistungen gut ab. Gleichzeitig haben diese Bereiche für die Kunden eine hohe Bedeutung in Bezug auf die Gesamtbeurteilung der Euresearch Leistung. Die Kernaufgabe „Beratung der Forschenden bei der Verfassung eines Antrages“ kann demnach als klare Stärke von Euresearch identifiziert werden. Diese Einschätzung wird dadurch bestätigt, dass bei der Abfrage nach dem Bedürfnis der Kunden nach Unterstützung zu verschiedenen Zeitpunkten vor allem sogenannten „pre-grant“ Dienstleistungen als wichtig beurteilt werden.

Die Bewertung der Informationstools Homepage, des e-Newsletters, der e-Alerts und der Programmblätter ist ebenfalls relativ gut und diese Angebote sind wichtig für die Befragten.

Optimierungspotential besteht bei den beiden Angeboten „basic information and training on European RDI opportunities“ und „legal and financial training“. Diese Angebote werden unterdurchschnittlich bewertet und sind gleichzeitig bedeutend für die Gesamtbeurteilung.

Eine zielgruppenspezifische Auswertung der Handlungsportfolios zeigt, dass für die einzelnen Kundensegmente teils in den gleichen Bereichen Handlungsbedarf besteht aber auch Abweichungen festgestellt werden können. Folgend werden für die einzelnen Zielgruppen jene Dienstleistungen mit dem wichtigsten Verbesserungspotential aufgeführt.

- KMUs: „opportunity posting“ und „consortium advice“
- Unis/ETHs und FHs: „legal and financial training“, „idea check“, „basic information and training on RDI opportunities“ und „Euresearch Telephone Helpline“
- Wissenschaft und Technik: „training on specific skills“, „opportunity posting“, „consortium advice“ und „idea check“
- Geistes- und Sozialwissenschaften: „eligibility check“, „idea check“, „basic information and training on RDI opportunities“ und „legal and financial training“

Auf die offene Frage nach weiteren gewünschten Dienstleistungen macht die Mehrheit der Befragten keine Angaben (69 %). Die gemachten Angaben sind sehr unterschiedlich und widerspiegeln die Heterogenität der Kundenstruktur von Euresearch.

Kontakt mit Euresearch

Für die Kunden ist es in der Regel einfach, die richtige Kontaktperson im Euresearch Netzwerk ausfindig zu machen. Allerdings berichteten 9 Prozent der Befragten von Schwierigkeiten bei der Kontaktaufnahme.

Die Mehrheit der befragten Kunden stand bereits einmal in Kontakt mit Euresearch (72%) wobei sich die privaten Unternehmen (70%) in Bezug auf die Kontaktrate nicht von jenen der Unis, ETHs und FHs unterscheiden (72%). 23 Prozent der Kunden, die noch keinen Kontakt hatten (dies sind 6% aller befragten Kunden), geben an, dass dies darauf zurück zu führen sei, weil sie nicht genau wissen, was Euresearch macht. Hauptkontaktkanal ist der E-Mail Verkehr (86%).

Bekanntheit Forschungsrahmenprogramme, COST und EUREKA

Die Bekanntheit der Forschungsrahmenprogramme bei den Euresearch Kunden ist mit 93 Prozent sehr hoch. Die Forschungsförderung EUREKA ist bei der Zielgruppe der KMUs sehr bekannt (70%). Das

Enterprise Europe Network, welches vor allem Privatunternehmen anspricht, ist weniger gut bei diesen Euresearch Kunden verankert (KMU 39%, alle private Unternehmen: 42%). Die COST Actions verfügen vor allem bei den beiden ETHs über eine hohe Bekanntheit (80%).

Information und Motivation Koordinatorenfunktion

Euresearch hat den Auftrag seine Kunden über die Möglichkeiten der Übernahme einer Koordinatorenfunktion in einem FRP zu informieren und potentielle Kandidaten für diese Rolle zu motivieren. Jeder fünfte Befragte bewertet die Informationsleistung in diesem Bereich als (eher) schwach. Gleichzeitig schätzt eine Mehrheit der Befragten von 70 Prozent die Koordinatorenfunktion als wichtig für die persönlichen Karrieremöglichkeiten und Entwicklungschancen der Forschenden ein. Die Ergebnisse der Befragung der Forschenden, die bereits an einen FRP-Projekt teilgenommen haben, deutet ebenfalls darauf hin, dass eine Motivation zur Koordinatorenrolle durch Euresearch nur beschränkt stattfindet: Lediglich 15 Prozent stimmten der Aussage zu, dass Euresearch sie zur Übernahme einer Koordinatorenfunktion motiviert hat.⁴

Wirkung

Die Projektteilnehmer und Antragssteller wurden zu der Wirkung von Euresearch auf verschiedene Aspekte ihres Projekt bzw. Antrags befragt. Dabei wird Euresearch eine wichtige Wirkung in Bezug auf die Bereitstellung von Informationen zum Antragsprozess (58% Zustimmung) zugeschrieben. Ausserdem vereinfachte die Unterstützung von Euresearch für die meisten befragten Antragssteller das Einreichen des Gesuchs (52% Zustimmung). In Bezug auf die Themen Motivation für die Gesuchstellung durch Euresearch (35% Zustimmung), sowie Hilfe bei dem Ausfindig machen von geeigneten Ausschreibungen (32% Zustimmung) oder Projektpartner (11% Zustimmung) wird die Wirkung Euresearchs grösstenteils als moderat oder schwach eingeschätzt.

Die Wirkung von Euresearch auf verschiedene Aspekte der Projektdurchführung wird von den Befragten als kaum oder nur schwach vorhanden eingeschätzt. 33 Prozent der befragten Kunden stimmen der Aussage zu, dass das Projekt durch die Euresearch Unterstützung schneller abgewickelt wurde. Lediglich 18 Prozent der Befragten schätzen die Euresearch Unterstützung als entscheidend für die Umsetzung des Projektes ein.⁵

6.4.2 Handlungsempfehlungen

Verbesserungspotential im Dienstleistungsangebot

Die Auswertung der Handlungsportfolios zeigt deutliches Verbesserungspotential bei den beiden Dienstleistungen „basic information and training on European RDI opportunities“ und „legal and financial training“.

Bei dem Angebot „basic information and training on European RDI opportunities“ sollte überprüft werden, welches Zielpublikum hier aktuell angesprochen wird, und welche Erwartungen diese bei z.B. einer Teilnahme an einem Training mitbringen. So können die Inhalte der Veranstaltung entsprechend ausgearbeitet und gegebenenfalls die Veranstaltungsform den Teilnehmerbedürfnissen angepasst werden (z.B. Workshop).

In Bezug auf das Angebot „legal and financial training“ bestehen aus den Ergebnissen der Nachbefragung Hinweise darauf, dass dieses aus Sicht der Forschenden zu wenig konkret ist und der Komplexität des Themas zu wenig Rechnung trägt. Da es sich bei diesen Einschätzungen allerdings um Einzelaussagen handelt, sollte auch hier geprüft werden, welche Ansprüche die Euresearch Kunden in diesem

⁴ Statement: Euresearch motivated us to take over a coordinator funktion. Abfrage auf einer 6er Skala mit 1 „strongly disagree“ und 6 „strongly agree“, 15 Prozent aller befragten Projektteilnehmer geben die Top 2 Werte an (5+6).

⁵ Statement: The project would not have been executed without this support. Abfrage auf einer 6er Skala mit 1 „strongly disagree“ und 6 „strongly agree“, 18 Prozent aller befragten Projektteilnehmer geben die Top 2 Werte an (5+6).

Bereich stellen und wie auf diese im Rahmen der zur Verfügung stehenden Ressourcen am besten eingegangen werden kann.

Vor dem Hintergrund knapper zeitlicher und finanzieller Mittel ist es für die Zielgruppe der KMUs besonders wichtig, proaktiv Informationen zu geeigneten Calls von Euresearch zu erhalten. Ob ein KMU in einen Finanzierungsantrag investiert, scheint auch davon abzuhängen, inwiefern sich die Erfolgschancen des Antrags zumindest in Teilen abschätzen lassen. Hier besteht aus unserer Sicht Informationspotential. Es gilt zu prüfen, wie und anhand welcher (zusätzlicher) Tools Euresearch diesem Bedürfnis nachkommen kann.

Für Kunden aus den Geistes- und Sozialwissenschaften sollte bei dem Angebot „idea check“ überprüft werden, inwiefern hier die Beratungsleistung von Euresearch verbessert werden kann. Hilfreich erscheinen eine konkrete Beurteilung der aktuellen Situation in diesem Bereich und gegebenenfalls eine Sensibilisierung der Mitarbeiter für das Bedürfnis der Kunden aus den Geistes- und Sozialwissenschaften.

Information und Motivation Koordinatorenfunktion

Die Leistungen Euresearchs in Bezug auf die Information und Motivation der Kunden zu den Möglichkeiten der Übernahme einer Koordinatorenfunktion können allenfalls optimiert werden. Dabei sollte überprüft werden, welche konkreten Kundenbedürfnisse bestehen und wie Euresearch vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Mittel auf diese eingehen kann.

Kontaktmöglichkeiten und Betreuung der Kunden

Die Kunden schätzen die persönliche Beratung durch Euresearch sehr. Neben einer zentralen E-Mail Adresse für jedes Regional Office wäre die Einführung einer regionaler Telefonnummer sinnvoll – sofern diese zu den Bürozeiten kompetent besetzt werden kann. Es sollte zudem geprüft werden, ob eine feste Zuteilung einer Betreuungsperson zu den einzelnen Kunden derzeit stattfindet und organisatorisch sinnvoll ist. Die Zuteilung zu einem Euresearch Mitarbeiter wird von den Kunden geschätzt: Die persönliche Beratung durch engagierte und kompetente Euresearch Mitarbeiter ist eine klare Stärke des Netzwerkes, die gepflegt werden sollte.

Wirkung

Die durch die Befragten berichtete Wirkung zu den abgefragten Themenbereichen ist in der Regel moderat oder schwach. Grundsätzlich sollte überprüft werden, welche Wirkung Euresearch bei welcher Zielgruppe anstrebt und anstreben kann. Aus unserer Sicht erscheint es fraglich, ob die Bedeutung von Euresearch für den eigenen Erfolg von Forschenden tatsächlich abgeschätzt werden kann - wir empfehlen daher, bei zukünftigen Evaluationen stärker die Zufriedenheit mit den konkreten Dienstleistungen zu messen, als eine eher abstrakte Ebene wie die Relevanz von Euresearch für den Erfolg der Forschungsgesuche (siehe weitere Ausführungen Kapitel 6.1.2).

6.5 Sonderfall 2014: Annahme der Masseneinwanderungsinitiative

6.5.1 Zusammenfassung

Der Umgang mit den Auswirkungen der Annahme der Masseneinwanderungsinitiative wird innerhalb des Netzwerkes als insgesamt erfolgreich eingeschätzt. Es wurden innerhalb kurzer Zeit neue Prozesse und Strukturen entwickelt, die sich mittlerweile gut etabliert haben. Die Reaktionszeit direkt nach der Annahme wurde jedoch teils von den Stakeholdern als zu langsam wahrgenommen.

Auch die Ergebnisse der Kundenzufriedenheit deuten darauf hin, dass die Informations- und Beratungsleistungen von Euresearch nach der Annahme der Masseneinwanderungsinitiative die entstandene Unsicherheit gut abfedern konnten. Bei der offenen Abfrage nach weiteren Wünschen wurde vor allem auf die Notwendigkeit hingewiesen, dass die zur Verfügung gestellten Informationen möglichst regelmässig

und zeitnah sein sollten und eine klare Kommunikation zu möglichen Veränderungen in den Teilnahmebedingungen und -berechtigungen wichtig für die Befragten ist.

6.5.2 Handlungsempfehlungen

Das Euresearch Netzwerk hat flexibel und zielgerichtet auf die veränderte Situation nach Annahme der Masseneinwanderungsinitiative reagiert und damit die neu entstandenen Unsicherheiten gut abgefangen. Wichtig ist, die Kunden auch weiterhin zeitnah und regelmässig über Veränderungen der Situation zu informieren.

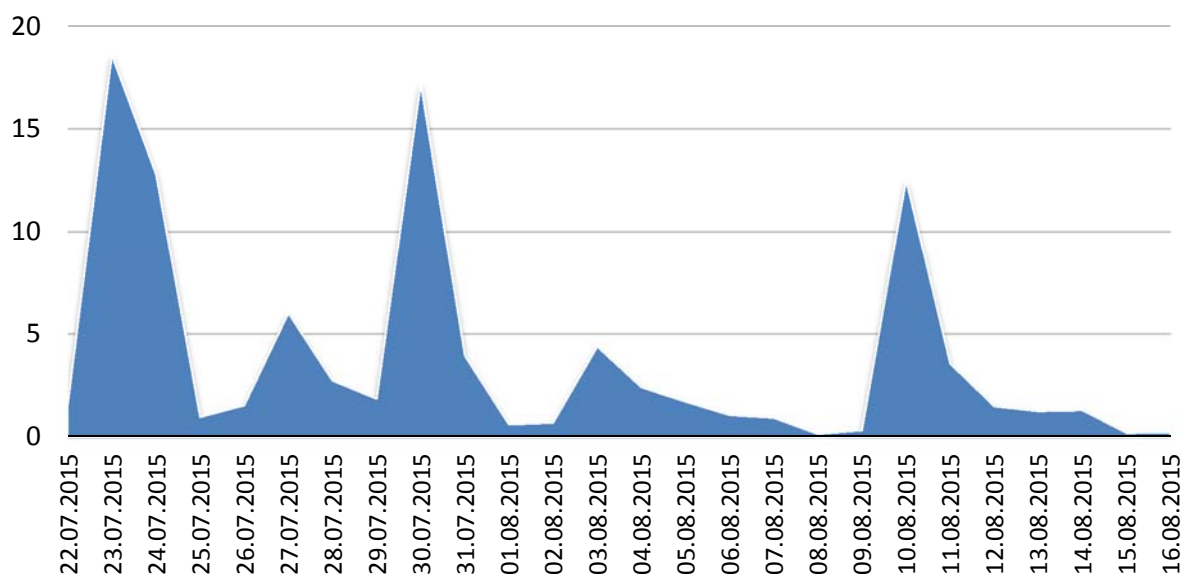
Es sollte zudem geprüft werden, welche Prozesse hilfreich wären, um in Zukunft in vergleichbaren Situationen einen professionelleren Informationsfluss an die Forschenden zu gewährleisten.

7 Anhang

7.1 Erhebungsablauf Online Befragung

Am 20. Juli 2015 wurden alle Kunden vom SBFI angeschrieben, um die Onlinebefragung anzukündigen und um die Forschenden zur Teilnahme aufzufordern. Der Versand der E-Mail Einladungen durch die GfK Switzerland startete am Mittwoch den 22. Juli 2015 mittels sogenanntem „Softlaunch“. Dabei werden nur wenige Personen eingeladen, um die Funktionalität und den Fragebogenverlauf ein letztes Mal zu prüfen. Damit die E-Mails nicht als SPAM eingeordnet wurden, fand der Versand in 300er Päckchen statt. Am Donnerstag den 30. Juli wurde eine erste Erinnerungsemail an alle Personen verschickt, die noch nicht an der Befragung teilgenommen hatten. Elf Tage später, am 10. August fand der Versand eines zweiten und letzten Reminders statt. Am 16. August wurde die Befragung geschlossen. Nachfolgend findet sich die Anzahl der realisierten Interviews über die gesamte Felddauer.

Abbildung 7.1.1 Anteile der realisierten Interviews (in Prozent) im Zeitverlauf



Die Grundgesamtheit bestand aus 13'521 Adressen. In Tabelle 7.1 findet sich die Verteilung der Adressen nach Institutionentyp sowohl aus der Grundgesamtheit als auch aus der Stichprobe. Es bestehen lediglich leichte Abweichungen zwischen der Verteilung in der Ausgangsstichprobe und der erhobenen Interviews. Die Daten wurden für die Analyse nach Institutionentyp gewichtet. Zu 2'337 Adressen waren im Euresearch CRM keine Information zum Institutionentyp hinterlegt. Wir gehen aber davon aus, dass sich diese Unternehmen in etwa gleich über die einzelnen Institutionentypen verteilen. Die Gewichtung erfolgt daher auf Basis der 11'184 Adressen.

Tabelle 7.1.1 Grundgesamtheit und Stichprobe

Institutionentyp	Grundgesamtheit (n=13'521)		Stichprobe (n=2'162)	
	Angaben in %	Absolute Zahlen	Angaben in %	Absolute Zahlen
Grossunternehmen (>500 MA)	5%	589	4%	83
KMU (≤ 250 MA)	19%	2172	13%	279
Universität	37%	4176	39%	844
ETHZ/EPFL/ETH-Annex	13%	1430	15%	336
Fachhochschule	9%	1043	13%	275
Öffentliche Institutionen	3%	340	8%	173
Anderes	13%	1437	8%	172
Total	100%	11184	100%	2162
Keine Information zum Typ (Grundgesamtheit)		2337		

7.2 Leitfaden Stakeholderinterviews

1. Einleitung

- Begrüssen / Bedanken
- Institut und Interviewer von Seiten GfK Switzerland vorstellen
- Dauer des Gesprächs: 1h
- Thema: Evaluation Euresearch
- Organisatorisches: Audio-Aufnahme zur Dokumentation (Protokolle für die detaillierte Auswertung)
- Hinweis auf Datenschutz (Aussagen werden im Bericht nicht namentlich den Befragten zugeordnet, aber den jeweiligen Organisationen, zur Illustration werden teilweise Aussagen als Zitate verwendet, daher keine absolute Anonymität möglich)
- Zielsetzung: Ziel ist es, ein reales Bild der Leistungserbringung von Euresearch und der Zusammenarbeit innerhalb des Netzwerks zu erhalten und Optimierungspotential für die Zukunft zu identifizieren
- Ablauf: zuerst kurze Vorstellung, dann Rückblick auf die bisherige Arbeit von Euresearch, danach Blick in die Zukunft

2. Vorstellung Gesprächspartner

Ziel: individuellen beruflichen Kontext der Befragten in Bezug auf Euresearch verstehen

- Bevor wir zur Evaluation kommen, möchte ich Sie bitten, mir kurz zu erzählen, was genau Ihre Funktion in Bezug zu Euresearch ist.

INT: Offen antworten lassen, falls nicht genannt, die folgenden Fragen stellen

- Wie lange sind Sie schon in der Funktion tätig?
 - Inwiefern hatten Sie schon davor Kontakt / Bezug zu Euresearch?
- Welche Schnittstellen sind in dieser Funktion besonders wichtig?
 - SBFI
 - Euresearch - Head Office
 - Euresearch - Regional Offices
 - Euresearch - NCP
 - Euresearch - Contact Point / Satellite (KMU- & FH-Mandat)

3. Erfüllung Leistungsauftrag / Ziele

Ziel: Evaluation der Erfüllung des Leistungsauftrags aus Sicht der verschiedenen Stakeholder, bezogen auf die Ziele:

- Kommunikation/Information über EU-Forschungsprogramme
- Unterstützung der Vorbereitung und Eingabe von Forschungsgesuchen
- Erhöhung Anzahl und Erfolg Beteiligungen an Forschungsprojekten
- Beratung Teilnehmer laufender Projekte

3.1 Spontane / ungestützte Einschätzung

- Nun würde ich gerne von Ihnen ganz generell wissen, wie Sie die Erfüllung der vorgegebenen Ziele durch Euresearch einschätzen.

INT: Offen antworten lassen, Ziele noch nicht nennen, bei Bedarf vertiefen:

- Was sind die Hauptaufgaben von Euresearch aus Ihrer Sicht?
- Was waren aus Ihrer Sicht besonders positive Aspekte hinsichtlich der Zielerreichung?
 - Was ist Ihnen daran positiv in Erinnerung geblieben?
 - Wie hat sich das hinsichtlich der Zielerreichung ausgewirkt?
- Was waren aus Ihrer Sicht eher weniger positive Aspekte hinsichtlich der Zielerreichung?
 - Was ist Ihnen daran weniger positiv in Erinnerung geblieben?
 - Wie hat sich das hinsichtlich der Zielerreichung ausgewirkt?

3.2 Vertiefung Erfüllung Leistungsauftrag

- Die Ziele von Euresearch umfassen ja verschiedene Punkte, die für die Forschenden geleistet werden sollen. Ich würde gerne noch etwas detaillierter auf diese Ziele eingehen.
(sofern aus Sicht der Befragten zu beantworten)

EU-Forschungsprogramme bei Schweizer Teilnehmenden bekannt machen

- Inwieweit ist dieses Ziel aus Ihrer Sicht erfüllt?
- Was läuft dort gut?
- Wo sehen Sie noch Optimierungspotential?

Forschende Vorbereitung & Eingabe Forschungsgesuche unterstützen

- Inwieweit ist dieses Ziel aus Ihrer Sicht erfüllt?
- Was läuft dort gut?
- Wo sehen Sie noch Optimierungspotential?

Teilnehmer der laufenden Projekte beraten

- Inwieweit ist dieses Ziel aus Ihrer Sicht erfüllt?
- Was läuft dort gut?
- Wo sehen Sie noch Optimierungspotential?

Zahl und Erfolg der Beteiligungen von Schweizerischen Institutionen an Forschungsprojekten der Rahmenprogramme zu erhöhen

- Inwieweit ist dieses Ziel aus Ihrer Sicht erfüllt?
- Was läuft dort gut?
- Wo sehen Sie noch Optimierungspotential?

Zahl und Erfolg der Beteiligungen von Schweizerischen Teilnehmern an anderen Forschungs- und Entwicklungsinitiativen zu erhöhen (die im Rahmen des Budgets der FRP (mit)finanziert werden)

- Inwieweit ist dieses Ziel aus Ihrer Sicht erfüllt?
- Was läuft dort gut?
- Wo sehen Sie noch Optimierungspotential?

4. Internes & externes Netzwerk

Ziel: Aktuelle Wahrnehmung der Zusammenarbeit zwischen den Stakeholdern und mögliches Optimierungspotential

4.1 Zusammenarbeit generell

- Wie erleben Sie die Zusammenarbeit innerhalb des Euresearch Netzwerkes ganz allgemein?
INT: Offen antworten lassen
 - Wo läuft die Zusammenarbeit besonders gut?
Woran liegt das?
 - Wo gibt es noch Optimierungspotential?
Wie könnte das verbessert werden?

4.2 Zusammenarbeit mit SBFI

- Wie nehmen Sie die Zusammenarbeit zwischen Euresearch (v.a. Head Office) und SBFI wahr?
 - Was sind positive Aspekte?
 - Welche Aspekte sind weniger optimal?
 - Wo gibt es Optimierungspotential?
INT: falls nicht schon erwähnt, falls passend die folgenden Punkte ansprechen und nach positiven Aspekten / Optimierungspotential vertiefen
 - Rollenverteilung / Transparenz & Klarheit
 - Rechenschaft über Verteilung / Verwendung der Mittel
 - Zusammenarbeit im Steuerungsausschuss
 - Informationsaustausch
 - Datenaustausch

4.3 Head Office (HO) & Regional Offices (RO)

- Wie nehmen Sie die Zusammenarbeit zwischen Head Office und Regional Offices wahr?
 - Was sind positive Aspekte?
 - Welche Aspekte sind weniger optimal?
 - Wo gibt es Optimierungspotential?
INT: falls nicht schon erwähnt, falls passend die folgenden Punkte ansprechen und nach positiven Aspekten / Optimierungspotential vertiefen
 - Ressourcenverteilung / Effizienz
 - Kommunikation / Informationsaustausch
 - Informationsdienst (Helpline / Internet-Plattform / Infomaterialien / Datenbank Teilnehmende) → HO
 - Koordination / Aufgabenverteilung → HO
 - Gleichbehandlung aller RO / Regionen → HO
 - Corporate Identity nach aussen → HO
 - Informationen & Schulungen im Netzwerk → HO
 - Beratung & Information der Regionen → RO
 - Vernetzung Forschende versch. Institutionen → RO
 - gleichartige Dienstleistungen aller RO
 - Leistungsvereinbarungen zwischen HO & RO
 - Dienstleistungen für KMU & FHs (Contact Points mit KMU- / FH-Mandat)

4.4 Nationale Kontaktstellen / National Contact Points

- Wie nehmen Sie die Arbeit mit den NCP wahr?

- Was sind positive Aspekte?
- Welche Aspekte sind weniger optimal?
- Wo gibt es Optimierungspotential?

INT: falls nicht schon erwähnt, falls passend die folgenden Punkte ansprechen und nach positiven Aspekten / Optimierungspotential vertiefen

- Aufgabenverteilung / wer ist was zuständig?
- Ressourcenverteilung / Effizienz / Nutzen NCP?
- Kommunikation / Informationsaustausch (auch mit RO)
- proaktive / reaktive Informationen
- politische und strategische Fragen an SBFI
- Berichte über Teilnahme an Konferenzen an SBFI
- Experten an Programmkonferenzen (auf Bitte von SBFI)
- Teilnahme an EU-Projekten (Vernetzung / Best Practice)

5. Strategie / Zukunft

- 2014 wurde Euresearch neu organisiert. Wie schätzen Sie diese Veränderungen ein?
 - Welche Auswirkungen haben sich bisher gezeigt?
 - Neue Struktur des Head Offices?
- Wenn Sie an die aktuelle Struktur von Euresearch denken - wo sehen Sie hier für die Zukunft Optimierungsmöglichkeiten?
 - Welche Alternativen gäbe es zur aktuellen Struktur?
 - Wie könnte die Einbindung von KMU / FH gestaltet werden?
 - Wie wird die regionale Logik bewertet?
 - Wie sehen Sie die aktuelle Einbindung der NCP? Alternativen?
- Bei SBFI finanziert selbst für Programme, bei denen die Schweiz nicht assoziiert ist - welche Auswirkungen sehen Sie dadurch?
 - Mehr Mitarbeiter bei SBFI für die projektweise Beteiligung → Umstellung für Euresearch?
 - Wie sind die Prozesse gestaltet? Optimierungspotential? (Prüfung Finanzierungsanträge durch Euresearch)
- Teilweise ist eine Doppelfunktion vorhanden, bspw. können RO sowohl der Vertragspartner für den Forschenden wie auch zuständig für den Pre-Check von Finanzierungsanträgen sein.
 - Wie sehen Sie diese Doppelfunktion?
 - Optimierungspotential?
- Wie wäre aus Ihrer Sicht die Leistung von Euresearch am besten zu messen?
 - Haben Sie den Eindruck, es ist klar nachvollziehbar, wie die Leistung von Euresearch durch SBFI wahrgenommen wird?
 - Inwiefern sind aus Ihrer Sicht quantifizierbare Leistungsmerkmale wünschenswert?
 - Welche Vorteile / Nachteile würde dies bringen?
 - Was könnten mögliche KPIs sein? Qualitativ / quantitativ?
- Zum Abschluss: Welche Änderungen wünschen Sie sich für die Zukunft in Bezug auf die Tätigkeiten von Euresearch? (*allenfalls auch vom SBFI*)

Bedanken und Verabschieden

7.3 Online Fragebogen (Haupterhebung)

A Characteristics of the institution and the researcher

Base: All respondents

Q1 [S]

Please identify the type of your institution.

1. Private company with 500 employees or more
2. Private company with 250 to 499 employees
3. Private company with 50 to 249 employees
4. Private company with 15 to 49 employees
5. Private company with less than 15 employees

6. Institute at a cantonal university
7. Institute at a Swiss Federal Institute of Technology (ETHZ, EPFL) or one of its annexes
8. Institute at a university of applied sciences (Fachhochschule/Haute école spécialisée)

9. Public research organisation
10. Federal, cantonal or communal office
11. Other

SCRIPTER: if possible display in 3 blocks

SCRIPTER: Do not show numbers

Base: All respondents with Q1=6, 7, 8, 9, 10

Q1.1 [S]

In which scientific field is your organisation mainly active?

1. Science and Technology (incl. medical science)
2. Humanities and Social Sciences
3. Other

SCRIPTER: Do not show numbers

Base: All respondents

Q2 [S]

What, in your opinion, is the position of your own institution within the research community in your discipline in Europe?

1. A leader
2. In the middle field
3. A newcomer
4. Don't know

SCRIPTER: Do not show numbers

Base: All respondents

Q3.1 [M]

Which of the following publicly funded R&D projects/funding organization do you know or have at least heard of?

1. Swiss National Science Foundation SNSF
2. Commission for Technology and Innovation CTI
3. European Framework Programmes (FP7, Horizon 2020)
4. COST actions
5. Art. 185 AEUV initiatives (EDCTP, EMPIR, Eurostars, AAL)
6. Art. 187 AEUV initiatives (IMI, FCH, CS, BBI, ECSEL)
7. Joint Program Initiatives (JPI according to Art. 185 TFEU): EDCTP, EMPIR, Eurostars, AAL
8. Joint Technology Initiatives (JTI according to Art. 187 TFEU): IMI, FCH2, CS2, BBI, ECSEL
9. EUREKA
10. ERA-NET initiatives
11. None of these

SCRIPTER: *Do not show numbers*

SCRIPTER: *Randomize*

SCRIPTER: *Not mandatory: soft check*

Base: All respondents

Q3.2 [M]

In which publicly funded R&D projects has your institution in the last 5 years applied for funding and/or participated?

If your institution has participated in a project, please indicate if it also was involved in the application (and vice versa). ☐

	Applied for funding	Participated
1. Project(s) of the Swiss National Science Foundation SNSF	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Project(s) of the Commission for Technology and Innovation CTI	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. European Framework Programmes (FP7, Horizon 2020)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. COST actions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Art. 185 AEUV initiatives (EDCTP, EMPIR, Eurostars, AAL)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Art. 187 AEUV initiatives (IMI, FCH, CS, BBI, ECSEL)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Joint Program Initiatives (JPI according to Art. 185 TFEU): EDCTP, EMPIR, Eurostars, AAL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Joint Technology Initiatives (JTI according to Art. 187 TFEU): IMI, FCH2, CS2, BBI, ECSEL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. EUREKA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. ERA-NET initiatives	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Others (please indicate): _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Others (please indicate): _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. None of these	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SCRIPTER: *Do not show numbers*

SCRIPTER: *Randomize except "others"*

SCRIPTER: *Not mandatory: soft check*

B Needs for support, Awareness Euresearch and contact points

Base: All respondents

Q4 [S]

How important are **information and support/consulting** services on European Framework Programmes (FP7, Horizon 2020) for **your organisation**?

Please differentiate between your information and support needs concerning the European Framework Programmes **in general** and your needs due to the **partial association of Switzerland** after the adoption of the mass immigration initiative in a popular vote on 9 February 2014.

Information services

Active support/consulting services

European Framework Programmes in general	Partial association of Switzerland since 15 September 2014
<ol style="list-style-type: none">1. Not important2. Rather not important3. Rather important4. Important5. Don't know	<ol style="list-style-type: none">1. Not important2. Rather not important3. Rather important4. Important5. Don't know

SCRIPTER: *Please display two columns with the titles* European research programmes in general *and* Partial association of Switzerland since 15 September 2014

SCRIPTER: *Do not show numbers*

Base: All respondents

Q5 [S]

Based on your experience with the European Framework Programmes (FP7, Horizon 2020), please indicate your **needs for external support at different points in time**.

Again please differentiate between your information and support needs concerning the European Framework Programmes **in general** and your needs due to the **partial association of Switzerland**.

pre-grant: information on upcoming calls

pre-grant: information on eligibility and rules for participation

pre-grant: legal issues

pre-grant: Intellectual Property Rights (IPR)-related issues

pre-grant: finding the right partner

pre-grant: proposal preparation and submission

post-grant: national funding (State Secretariat for Education, Research and Innovation SERI) for Pillars II&III after the partial association[SCRIPTER: show this criteria only in the column "Partial association of Switzerland"]

post-grant: project management and administration

post-grant: consultancy after the end of the project

After the refusal of a proposal by the EU Commission

European Framework Programmes in general	Partial association of Switzerland since 15 September 2014
<ol style="list-style-type: none">1. Very low2. Rather low3. Rather high4. Very high5. Don't know	<ol style="list-style-type: none">1. Very low2. Rather low3. Rather high4. Very high5. Don't know

Base: All respondents

Q6 [S]

Which of the following organisations do you know or have at least heard of?

- A. SwissCore
- B. Euresearch
- C. State Secretariat for Education, Research and Innovation SERI
- E. COST offices
- G. Enterprise Europe Network
- H. Swiss National Science Foundation SNSF
- I. Commission for Technology and Innovation CT

- 1. Yes
- 2. No

SCRIPTER: *Randomize*

SCRIPTER: *Do not show numbers and capital letters*

Base: All respondents

Q7 [S]

How important are in your opinion the following contact points for your **institution** concerning information and/or consultancy services on the **European Framework Programmes (FP7, Horizon 2020)**?

- A. SwissCore
- B. Euresearch Contact Points located at University of Applied Sciences
- C. Euresearch Head Office
- D. Euresearch Regional Offices located at ETHZ/EPFL/University
- E. State Secretariat for Education, Research and Innovation SERI
- F. Participant portal
- H. Dedicated office in your institution

- 1. Not important
- 2. Rather not important
- 3. Rather important
- 4. Important
- 5. Don't know

SCRIPTER: *Randomize, keep B,C and D together*

SCRIPTER: *Do not show numbers and capital letters*

C Contact with Euresearch, proposal submission and projet participation

Base: All respondents with Q6 B=1

Q8 [S+M]

Did you **personally** have any direct contact with Euresearch?

- 1. Yes, with the Euresearch Head Office
- 2. Yes, with a Euresearch Regional Office
- 3. Yes, with a Euresearch Contact Point
- 4. Yes, but I do not know/remember which part of the Euresearch organization
- 5. No

SCRIPTER: *Do not show numbers*

SCRIPTER: *multiple from 1-3, if 5 "no" do not allow 1-4 , if 4 "yes but I do not know/remember which part of the Euresearch organization" do not allow 1-3 and 5*

Base: All respondents with Q6 B=1 and Q8=1-4

Q9.1 [M+O]

Which kind of contact did you **personally** have with Euresearch? Please indicate all contact channels.

1. E-Mail
2. Telephone
3. Face-to-face meeting(s)
4. Workshop(s)/Event(s)
5. Euresearch Homepage (www.euresearch.ch)
6. Other (please indicate): _____
7. Other (please indicate): _____

SCRIPTER: *Do not show numbers*

Base: All respondents with Q6 B=1 and Q8=1-4

Q9.2 [S]

When contacting Euresearch, did you easily find the right contact person?

1. No, it was not easy at all
2. No, it was not easy
3. Yes, it was easy
4. Yes, it was very easy
5. Don't know

SCRIPTER: *Do not show numbers*

Base: All respondents with Q6 B=1 and Q8=5

Q10 [M+O]

What were the reasons that you did not come into contact with Euresearch?

1. I had no information/consultancy needs
2. I don't know what Euresearch exactly does
3. Euresearch has not the appropriate competence in my discipline
4. Other reason (please indicate): _____
5. Other reason (please indicate): _____
6. Don't know

SCRIPTER: *Do not show numbers*

Base: All respondents

Q11 [S+N]

Have you **personally** ever participated in the **preparation/submission** of one or more proposals for the 7th European Framework Programme or Horizon 2020?

7th European Framework Programme	Horizon 2020
1. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> No
2. <input type="checkbox"/> Yes, number of preparations/submissions: _____ [SCRIPTER: <i>Numeric field 1-99</i>]	2. <input type="checkbox"/> Yes, number of preparations/submissions: _____ [SCRIPTER: <i>Numeric field 1-99</i>]

SCRIPTER: *Number field from 1-99*

SCRIPTER: *Do not show numbers*

Base: All respondents

Q11.1 [S]

Have you personally worked on a proposal for the 7th European Framework Programme or Horizon 2020 which was not submitted in the end?

1. Yes
2. No

Base: All respondents with Q11.1=1

Q11.2 [O]

Why was the proposal not submitted in the end?

Base: All respondents

Q12 [S + Q]

Have you **personally** ever **participated** or are you personally **participating** in the 7th European Framework Programme or Horizon 2020?

7th European Framework Programme	Horizon 2020
1. <input type="checkbox"/> No 2. <input type="checkbox"/> Yes, number of projects: __ [SCRIPTER: <i>Numeric field 1-99</i>]	1. <input type="checkbox"/> No 2. <input type="checkbox"/> Yes, number of projects: __ [SCRIPTER: <i>Numeric field 1-99</i>]

SCRIPTER: *Number field from 1-99*

SCRIPTER: *Do not show numbers*

Base: All respondents with Q12=2 in the first column (7th European Framework)

Q13 [M]

The following question concerns your project participation(s) in **the 7th European Framework Programmes**. Please indicate in which programme(s) you are **personally** participating or have participated?

1. International Cooperation
2. Regions of Knowledge
3. Research for the Benefit of SMEs
4. Research Infrastructures
5. Research Potential of Convergence Regions
6. Science in Society
7. Support to the Coherent Development of Research Policies
8. Energy
9. Environment
10. Food, Agriculture and Fisheries, Biotechnology
11. Health
12. Information and Communication Technologies
13. Nanosciences, Materials and New Production Technologies
14. Security
15. Socio-economic Sciences and Humanities
16. Transport
17. European Research Council (ERC)
18. Marie-Curie Actions
19. EURATOM and nuclear research
20. Don't know
21. Other

SCRIPTER: *Do not show numbers*

Base: All respondents with Q12=2 in the second column (Horizon 2020)

Q14 [M]

The following question concerns your project participation(s) in **Horizon 2020**. Please indicate in which programme(s) you **personally** participate?

1. European Research Council (ERC)
2. Future and Emerging Technologies
3. Marie-Curie Actions
4. European Research Infrastructures
5. Information and Communication Technologies
6. Nanotechnologies, Advanced Materials, Advanced Manufacturing and Processing, and Biotechnology
7. Space
8. Health, Demographic Change and Wellbeing
9. Food, Agriculture and Forestry, Marine and inland Water Research and the Bioeconomy
10. Energy
11. Transport
12. Climate Action, Environment, Resource Efficiency and Raw Materials
13. Inclusive Societies
14. Secure Societies
15. European Institute of Innovation and Technology (EIT)
16. EURATOM and nuclear research
17. Don't know
18. Other

SCRIPTER: *Do not show numbers*

Base: All respondents with Q12=2 in the first OR second column (7th Framework Programme OR Horizon 2020)

Q15.1 [S]

What was the **highest** function you held/hold during your project participation in the 7th Framework Programme and/or Horizon 2020?

7th European Framework Programme	Horizon 2020
1. Coordinator	1. Coordinator
2. Partner	2. Partner
3. Subcontractor	3. Subcontractor
4. Other	4. Other

SCRIPTER: *Do not show numbers*

D Satisfaction with the services and products of Euresearch

Base: All respondents with Q6 B=1

Q15.2 [S]

In your opinion, does Euresearch inform researchers about the possibility of taking over a coordinator function?

1. Not at all
2. A little
3. Somewhat
4. Very much
5. Don't know

SCRIPTER: *Do not show numbers*

Base: All respondents with Q6 B=1

Q15.3 [S]

In your opinion, how important is a coordinator function for a researcher (e.g. concerning experience gained, career opportunities)?

1. Not important
2. Rather not important
3. Rather important
4. Important
5. Don't know

SCRIPTER: *Do not show numbers*

Base: All respondents with Q6 B=1

Q16 How do you personally assess the **quality** of the following kinds of support by Euresearch? Please use a scale from 1 to 6 for your answer, whereby 1 means "very poor" and 6 "excellent".

Basic information and training on European RDI opportunities

Website www.euresearch.ch

e-Newsletter (Euresearch Info)

Updates via social media

e-Alerts (information by e-mail about, e.g. calls, news, events, partner searches)

Programme factsheets

Topic preview (compilation of information on upcoming calls and topics)

Opportunity posting (help in matching your ideas or needs to European RDI opportunities)

Call-related information events

Idea check

Eligibility check

Euresearch Telephone Helpline

Base: All respondents with Q6 B=1 AND Q11=2 in the first OR second column (7th Framework Programme OR Horizon 2020)

Consortium advice (support in finding the right project partners)

Proposal advice concerning ethics, IPR, budget, rules and regulations

Support with specific questions on the content of the proposal (structure, quality etc.)

Help with electronic submission tool

Call related applicant workshop

Legal and financial training

Administration support with proposal procedures (forms, deadlines, etc.)

Partnering events (event for transnational networking and finding RDI partners)

Training on specific skills (e.g. proposal writing or legal and financial issues)

Base: All respondents with Q6 B=1 AND Q12=2 in the first OR second column (7th Framework Programme OR Horizon 2020)

Project contract support/grant agreement

Dissemination of draft Work Programmes

1. Very poor
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
6. Excellent
7. Service not used
8. Service not known
9. Don't know

SCRIPTER: *Show numbers 1-6*

SCRIPTER: *Randomize by block*

Base: All respondents with Q6 B=1

Q17 In your opinion, how **useful** are the following kinds of support by Euresearch? Please use a scale from 1 to 6 for your answer, while 1 means “not useful at all” and 6 “very useful”.

Basic information and training on European RDI opportunities

Website www.euresearch.ch

e-Newsletter (Euresearch Info)

Updates via social media

e-Alerts (information by e-mail about, e.g. calls, news, events, partner searches)

Programme factsheets

Topic preview (compilation of information on upcoming calls and topics)

Opportunity posting (help in matching your ideas or needs to European RDI opportunities)

Call-related information events

Idea check

Eligibility check

Euresearch Telephone Helpline

Base: All respondents with Q6 B=1 AND Q11=2 in the first OR second column (7th Framework Programme and Horizon 2020)

Consortium advice (support in finding the right project partners)

Proposal advice concerning ethics, IPR, budget, rules and regulations

Support with specific questions on the content of the proposal (structure, quality etc.)

Help with electronic submission tool

Call related applicant workshop

Legal and financial training

Administration support with proposal procedures (forms, deadlines, etc.)

Partnering events (event for transnational networking and finding RDI partners)

Training on specific skills (e.g. proposal writing or legal and financial issues)

Base: All respondents with Q6 B=1 AND Q12=2 in the first OR second column (7th Framework Programme and Horizon 2020)

Project contract support/grant agreement

Dissemination of draft Work Programmes

1. Not useful at all
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
6. Very useful
7. Don't know

SCRIPTER: *Show numbers*

SCRIPTER: *Randomize by block*

Base: All respondents with Q6 B=1

Q18.1 [O]

What kind of support would you like from **Euresearch** concerning the **partial association of Switzerland** after the adoption of the mass immigration initiative in a popular vote on 9 February 2014?

SCRIPTER: *not mandatory*

Base: All respondents with Q6 B=1

Q18.2 [O]

Are there any **additional services** you would like from Euresearch?

SCRIPTER: *not mandatory*

Base: All respondents with Q6 B=1

Q19 [S]

How do you assess the information and support services of Euresearch in terms of the following criteria?

Availability in general

Timeliness

Usefulness

Comprehensibility

Completeness

Reliability

Competence of contact person

Availability for telephone inquiries

Actuality of information

1. Very poor
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
6. Excellent
7. Don't know

SCRIPTER: *Show numbers*

SCRIPTER: *Randomize*

Base: All respondents with Q6 B=1 AND Q11=2 in the first OR second column (7th Framework Programme and Horizon 2020) OR Q12=2 in the first OR second column (7th Framework Programme OR Horizon 2020)

Q20 [S]

In what way has the support of Euresearch affected your proposal/project? Please rate the following statements on a scale from 1 to 6, whereby 1 means "strongly disagree" and 6 "strongly agree"

Base: All respondents with Q6 B=1 AND Q11=2 in the first OR second column (7th Framework Programme and Horizon 2020)

The support facilitated the submission of the proposal

The quality of the proposal improved

We were motivated by Euresearch to submit a research proposal

The support was important for us to find the right research partners

Euresearch provided us with important information concerning the proposal procedure

Euresearch helped us or provided information for finding the right call

Base: All respondents with Q6 B=1 AND Q12=2 in the first OR second column (7th Framework Programme OR Horizon 2020)

The project would not have been executed without this support

Without this support the project would have been executed with different partners

Project execution was accelerated by the support

The support enabled project execution on a larger scale

Euresearch motivated us to take over a coordinator function

1. Strongly disagree
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
6. Strongly agree
7. Don't know
- 8.

SCRIPTER: *Show numbers*

SCRIPTER: *Randomize per block*

Base: All respondents with Q6 B=1

Q21 [S]

What is your **overall assessment** of the information and support services provided by Euresearch?
Please use a scale from 1 to 10 for your answer, while 1 means “very poor” and 10 “very good”.

1. Very poor
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
10. Very good
11. Don't know

SCRIPTER: *Show numbers*

Base: All respondents with Q6 B=1

Q21.1 [S]

In September we will conduct an additional short online study with up to four open ended questions on ways to improve the services of Euresearch.

Would you be willing to take part in this study? If yes, please leave us your email address.

Please note that only a few people will be invited to the survey and we will randomly select among all interested parties.

Many thanks for your support!

1. Yes, email address: _____
2. No

Base: All respondents with Q6 B=1

Q22 [O]

Do you have any further feedback or comments?

SCRIPTER: *not mandatory*

END OF QUESTIONNAIRE

You have now reached the end of the survey. Many thanks for your participation.

7.4 Fragebogen Nachbefragung

Base: Respondents with Q16 "Basic information and training on European RDI opportunities"=1 - 3

Q1.1 [S]

An important service offered by Euresearch is the provision of **basic information and training on European RDI opportunities**.

Which practical services offered by Euresearch concerning information and training on European RDI opportunities are you familiar with and what are your personal experiences with them? And most importantly, how – in your opinion – can Euresearch improve and/or broaden its services in this area?

SCRIPTER: Open question

Base: Respondents with Q16 "Financial and legal training"=1 - 3

Q1.2 [S]

Euresearch provides **training on legal and financial** issues for coordinators, project participants and administrative/financial officers.

Please describe your experiences of this training and share your thoughts on how Euresearch can optimize this service.

SCRIPTER: Open question

Base: All Respondents

Q2.1 [S]

In your opinion, is there a difference between the following branches of Euresearch: The Euresearch Head Office in Bern, the Euresearch Regional Offices located at ETHZ/EPFL/Universities and the Euresearch Contact Points located at Universities of Applied Sciences?

And if yes, what is the difference between them?

SCRIPTER: Open question

Base: All respondents

Q2.2 [S]

What do you think are the main fields of competence and services of these three different branches? Is it clear which of the three branches a researcher has to contact with certain problems/questions?

Please indicate if your assessment is based on personal experience or on other sources of information (e.g. Euresearch website, your network).

SCRIPTER: Open question

Base: Respondents from the private sector

Q3 [S]

The support of the private sector is an important aspect of Euresearch's work.

What are your experiences of the support provided by Euresearch to private companies? In your opinion, what support does the private sector need the most from Euresearch and how can Euresearch optimize its existing service portfolio?

SCRIPTER: Open question

Base: Respondents with Q9.2=2, 3 OR 4

Q4 [S]

Some researchers have suggested that Euresearch should make it easier for them to find the right contact person. Please describe your experiences and share your thoughts on possible improvements in this area.

SCRIPTER: Open question

END OF QUESTIONNAIRE

You have now reached the end of the questionnaire. Thank you very much for taking part.

7.5 Weitere Auswertungen

Tabelle 7.5.1 Bedürfnisse Teilassoziierung (Offene Frage 18.1)

Total n=2053	n	%
Infos zu den neuen Regulierungen und Teilnahmebedingungen (Veränderungen, Einschränkungen, Möglichkeiten)	116	5.8
Keine Unterstützung benötigt	92	4.5
Frühzeitige und regelmässige Infos und Updates	81	4.1
Andere Nennungen	81	4.0
Infos zu der Teilnahmeberechtigung: programmspezifisch und generell	69	3.3
Umfassende Unterstützung und Information / klare Richtlinien	41	2.0
Infos zu den finanziellen Regulierungen / Budget	40	1.9
Unterstützung / Infos zur Partnersuche	30	1.5
Unterstützung von Euresearch ist (sehr) gut - keine weitere Unterstützung nötig	28	1.2
(potentielle) Partner informieren (direkt oder Infomaterial zur Verfügung stellen) / Zweifel zerstreuen	27	1.2
Infos zu dem aktuellen Verhandlungsstatus CH-EU und den Auswirkungen	24	1.2
Aktive Ermutigung und Unterstützung / personalisierte Unterstützung	21	1.0
Alternative Finanzierungsprogramme aufzeigen / geographische Erweiterung	19	1.0
Lobbyismus um die Abstimmung zu wiederholen / zu revidieren / volle Assoziierung wiedererlangen	19	0.9
Für die Schweiz aktiv einsetzen/ Lobbyismus / bilaterale Programme CH-EU	19	1.0
Administrative Unterstützung / Aufwand reduzieren	19	0.9
Öffentlichkeit und/oder die Politik über die Auswirkungen der Abstimmung informieren	18	0.9
Infos/Unterstützung SBFi Finanzierungsmöglichkeiten und -regelungen	16	0.7
Vollständige Assoziierung zurückgewinnen	16	0.8
Infos / Unterstützung zur rechtlichen Situation	15	0.7
Event / Workshop / Seminare / Informationstage	15	0.8
Gleiche Unterstützung wie vor der Abstimmung	15	0.7
Persönliche Unterstützung (face-to-face, telefonisch)	14	0.7
Unterstützung bei spezifischen Fragen (z.B. themen- und projektspezifisch)	14	0.7
Auswirkungen auf die Erfolgsaussichten eines Antrages / Infos zu den Erfolgskriterien	13	0.6
Allgemeine negative Anmerkungen	13	0.6
Infos zu der langfristigen Entwicklung und Auswirkungen / Perspektive (nach 2016/2017)	11	0.6
Elektronische Informationen (E-Mail, Webseite)	11	0.5
Unterstützung für start-ups / Einpersonnenunternehmen / KMU	6	0.4
Unterstützung bei dem Verfassen des Antrages	5	0.2
Ich kenne Euresearch nicht	3	0.2
Weiss nicht / keine Angabe	1361	66.1

Tabelle 7.5.2 Weitere gewünschte Dienstleistungen (Offene Frage 18.2)

Total n=2053	n	in %
Keine zusätzlichen Dienstleistungen / alles OK / weiss nicht	351	17.3
Personalisierte Unterstützung / Information entsprechend dem Forscherprofil	38	1.7
Euresearch macht eine (sehr) gute Arbeit - keine zusätzlichen Dienstleistungen benötigt	24	1.1
Unterstützung für Privatunternehmen insb. start-ups / Kommerzialisierung / wenig erfahrene Forscher	21	1.2
Infos zu Erfolgskriterien und - wahrscheinlichkeiten / best practices / hands-on advice	19	0.9
Events / Workshops / Informationstage / Trainings	17	0.9
Unterstützung bei der Partnersuche inkl. elektronische Partnerplattform, Events	17	1.0
Unterstützung / Training in Bezug auf das Verfassen eines Antrages	17	0.7
Bessere Unterstützung für spezifische Bereiche: z.B. Geisteswissenschaft, klinische Forschung, Architektur	16	0.7
Allgemeine negative Anmerkungen	12	0.4
Frühzeitige Informationen zu neuen Ausschreibungen (pre-call information)	12	0.6
Kennen oder nutzen Euresearch Dienstleistungen kaum oder nicht	11	0.5
Klare Infos / proaktive Unterstützung während des gesamten Prozesses mit Vorlagen und Schritt-für-Schritt Anweisungen	9	0.5
Proaktive Unterstützung / operative Aufgaben übernehmen	6	0.4
Bürokratie reduzieren / Bewerbungsprozess straffen / Dokumente vereinfachen / Komplexität reduzieren	5	0.2
Unterstützung bei administrativen Belangen	5	0.3
Keine Unterstützung (mehr) benötigt	5	0.3
Unterstützung / Training zu finanziellen Fragen (z.B. Budgetplanung)	5	0.3
Unterstützung / Infos bei ethischen Fragen	5	0.3
Lobbyarbeit / vollständige Assoziierung	5	0.2
Unterstützung beim Reporting inkl. elektronische Plattform	4	0.2
Unterstützung bei Fragen / Anliegen zu der Teilassoziiierung der Schweiz	4	0.2
Geographische Erweiterung bei der Partnersuche fördern	4	0.2
Unterstützung während dem Projekt	4	0.2
Elektronische Plattform / webcast / Videos / Coachingmaterial	3	0.1
Überprüfen des Projektantrages (pre-evaluation)	3	0.1
Klare Übersicht zu den verschiedenen Programmen und Finanzierungsmöglichkeiten	3	0.2
Anderes	62	3.1
Weiss nicht / keine Angabe	1426	69.2

7.6 Bibliographie

Balthasar, A., Walker, D. und Edler, J. (2010): Evaluation Euresarch. Interface.

Conklin M. und Lipovetsky S. (2001): Evaluating the Importance of Predictors in the Presence of Multicollinearity. The 12th Annual Advanced Research Techniques Forum of the American Marketing Association, Amelia Island FL, June 24-27, 2001.

Lipovetsky S. und Conklin M. (2014): Predictor Relative Importance and Matching Regression Parameters. In: Journal of Applied Statistics, 2014, 42, 1017-1031.

Euresearch (2014): Geschäftsbericht 2014. Bern.

Farago, Peter (2009): Evaluation von Forschung und Technologie in der Schweiz, in: Widmer, T., Beywl, W. und Fabian, C.: Evaluation. Ein systematisches Handbuch. VS Verlag.

Homburg, Christian (Hrsg., 2006): Kundenzufriedenheit. Konzepte - Methoden - Erfahrungen. 6. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden.

Hopf, Christel (2008), Qualitative Interviews – ein Überblick. In: Flick, Uwe; Kardorff, Ernst von; Steinke, Ines (Hrsg.), 349-360.

Jahoda, M., Lazarsfeld, P. und Zeisel, H. (1975): Die Arbeitslosen von Marienthal. Ein soziographischer Versuch über die Wirkungen langandauernder Arbeitslosigkeit, mit einem Anhang zur Geschichte der Soziographie. Suhrkamp.

Jugendwerk der Dt. Shell (Hrsg., 1984): Jugend vom Umtausch ausgeschlossen. Eine Generation stellt sich vor. Rowohlt.

Jugendwerk der Dt. Shell (Hrsg., 1985): Generationen im Vergleich. Band 4: Jugend in Selbstbildern. Leske + Budrich.

Mayring, Philipp (2002). Einführung in die qualitative Sozialforschung. Weinheim: Beltz.

Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation SBFI (2013): Leistungsauftrag 2014–2016 des SBFI an den Verein Euresearch. Bern.

Schedler, K. und Proeller, I. (2000): New Public Management. Haupt Verlag.

Schiek, D. (2014): Das schriftliche Interview in der qualitativen Sozialforschung. In: Zeitschrift für Soziologie, 43 (5) 2014, S. 379-395.