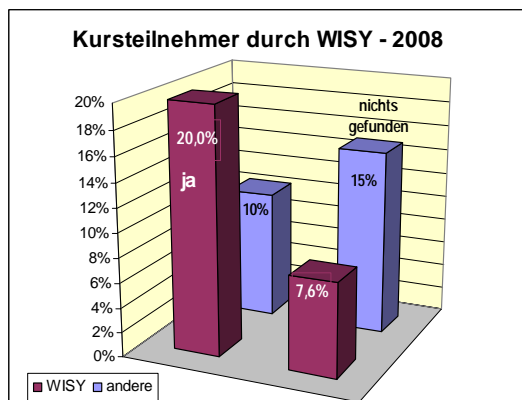


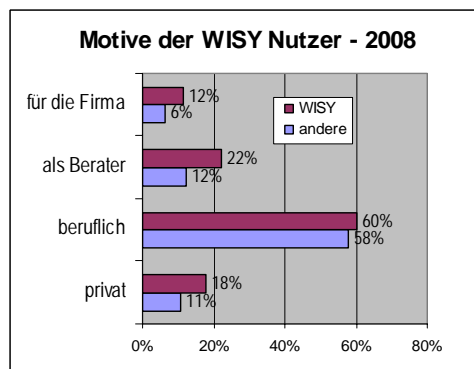
WISY¹ bringt Menschen in Weiterbildung und fördert die Hamburger Wirtschaft

Im März 2008 gab es 156 Weiterbildungsdatenbanken² im deutschsprachigen Raum. 40 Weiterbildungsdatenbanken³ wollten 2008 aus eigenem Interesse von unabhängiger Seite mehr über ihre Wertschätzung durch die Kunden erfahren⁴. Das InfoWeb Weiterbildung vom Deutschen Institut für Internationale Pädagogische Forschung (DIPF) befragte dazu landesweit über 6.000 Kunden – ein Jahr nachdem Stiftung Warentest WISY mit „sehr gut“ bewertete⁵. Ein Fazit für die Metropolregion Hamburg: WISY bringt Menschen in Weiterbildung – und zwar deutlich besser als es andere Weiterbildungsdatenbanken nachweisen können. Verbraucher buchen mit Hilfe von WISY-Informationen doppelt so oft einen Kurs wie mit Hilfe anderer Datenbanken. WISY erhält mehr Anfragen aus der Wirtschaft als andere und erreicht bildungsferne Schichten besser – über Multiplikatoren und Fachportale.



Über die **Gründe der Wertschätzung** kann zum Teil nur spekuliert werden, doch zum Teil sind sie benennbar. Klar wurde, der Sucherfolg in WISY ist sehr viel größer als anderswo und WISY ist bedienungsfreundlicher. Andere Portale liefern den Ratsuchenden doppelt so oft kein passendes Ergebnis (15% gegenüber WISY 7,9%). Von 28% der Befragten erhielt WISY die Note „sehr gut“ für Bedienerfreundlichkeit, andere nur von 18%. Auch die Anbieter- und Kursauswahl wird in WISY signifikant häufiger mit „sehr gut“ bewertet.

Eine der großen politischen Herausforderungen ist es, mit Weiterbildungsdatenbanken **bildungsferne Menschen** zu fördern. Ihr Anteil ist in allen Weiterbildungsdatenbanken erwartungsgemäß gering⁶. Diese Gruppen ist eher indirekt zu erreichen, durch Multiplikatoren - vielleicht auch durch spezielle Fachportale. Somit ist die Zahl der professionellen, aber auch nebenamtlichen Berater, die WISY nutzen, von besonderem Interesse. Es sind 22,1 % – gegenüber dem Durchschnitt von 12,1%. Diese Zahlen sagen zunächst nur, WISY ist unter Profis ein besonders gefragtes Arbeitsinstrument. Nutzen für Bildungsungeübte ergibt sich aus ihrem Anteil an den Beratungskunden. Dazu zwei Hinweise: Das „Hamburger Modell“ für Langzeitarbeitslose stützt sich in der Qualifizierungsförderung auf WISY ebenso das Programm „Wegebau“. Für bildungsferne Zielgruppen bestehen Fachportale speziell für Arbeitslose mit Bildungsgutschein sowie für Migranten, die Deutsch lernen wollen.



WISY erreicht die **Wirtschaft** doppelt so gut wie andere Weiterbildungsdatenbanken. 15% der Kunden wurden durch ihre Firma auf WISY hingewiesen – durchschnittlich sind es nur 8%. Auch die Betriebe selbst nutzen WISY überdurchschnittlich oft: 11,6% der Nutzer geben einen betrieblichen Rechercheauftrag an, gegenüber dem Durchschnitt von 6,4%. Das mag widersprüchlich gegenüber den vorherigen Zahlen erscheinen. Aber Kunden aus der Wirtschaft gehören vermutlich zu dem 60%-Anteil, die ihre Informationen lieber selbst in WISY beschaffen - ohne den Umweg über Beratung.

¹ WISY ist die Abkürzung für das kostenlose Open-Source-Programm **W**eiterbildungs-**I**nformations-**S**ystem, das Gebietskörperschaften und gemeinnützige Einrichtungen auch im Netzwerk betreiben können; <http://wisy.info>

² laut Website von InfoWeb Weiterbildung vom 12.03.08

³ In dieser Zahl wurden 13 regionale WISY-Kursportale zu zwei Landesportalen zusammengefasst

⁴ Umfrage veröffentlicht am 12.03.2008 im BMBF; Download-Umfrage und Teilnehmer unter: <http://projekt.iwwb.de>

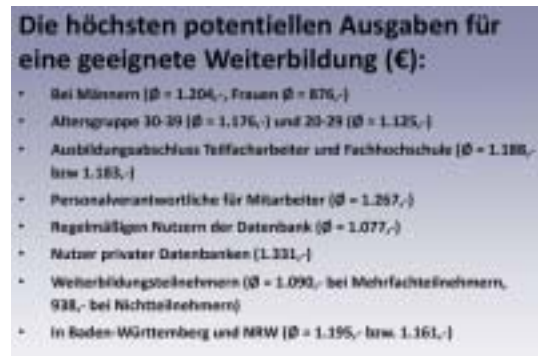
⁵ Nur zwei der 25 untersuchten Weiterbildungsdatenbanken erhielten die Note „sehr gut“ und zwar die alten Datenbanken. Keine Neuentwicklung aus den Mitteln der Lernenden Regionen schaffte diese Benotung.

⁶ Der modelltypische WSY-Nutzer (im Vergleich zum Durchschnitt) ist weiblich (63% / 56%), Mitte 30, hat Abitur (64% / 39%), ist weiterbildungserfahren (61% / 46%) und medienkompetent (Internetnutzung fast täglich 97% / 88%)

Die hohe Akzeptanz in der Wirtschaft zeigt auch eine andere Zahl. **Selbstständige** kann WISY mit 11,6% der Nachfrager doppelt so häufig an sich binden wie der Durchschnitt der Weiterbildungsdatenbanken mit 5,4%. Überdurchschnittlich gefragt sind in WISY die Managementkurse mit 19% der Nennungen. Nur noch Anfragen zu Kursen mit Bildungsgutschein liegen mit 24% weiter vorn.

Die meisten Nachfrager suchen **Kurse in ihrer Nähe** und zwar 74% der WISY-Kunden und im Durchschnitt 72%. Doch wie stark der Regionalbezug tatsächlich ist, zeigt, dass nur noch 42% der Befragten bereit sind, ihre Suche auf das ganze verkehrstechnisch gut erschlossene Bundesland Hamburg auszuweiten – im Vergleich zu 39% anderswo. Und trotz der Weltläufigkeit der Hanseaten suchen nur 15% der Hamburger Kurse bundesweit, während anderswo 22% in die Ferne schweifen – national und international. Fazit: Offenbar vermag die gute Markterschließung die **Kaufkraft** für Weiterbildung in der Region zu halten.

Bedauerlicherweise ist die Bereitschaft privates **Geld für Weiterbildung** in die Hand zu nehmen gegenüber der Vorjahresbefragung deutlich zurückgegangen – um 10%. Planten noch 2007 der Befragten für eine geeignete Weiterbildung 1.260 Euro ein, so waren es ein Jahr später nur noch 1.070 Euro – im landesweiten Durchschnitt. Im Norden ist die Zahlungsbereitschaft strukturell geringer als im Süden.



Ein Benchmark für gute Werbeagenturen ist es u. a. mit ihrer Werbestrategie ihren Kunden ein gutes Ranking bei **Google & Co** zu verschaffen. WISY hat zwar keine Werbeagentur, aber trotzdem ein hervorragendes Google-Ranking. Im Durchschnitt erhalten Weiterbildungsdatenbanken ihre Kunden über Google & Co. zu 19% – WISY zu 31%. Somit zahlt sich die hohe Belastung der WISY-Zugriffe durch Google-Bots⁷ aus. Das schont den Werbeetat. Denn die klassischen Vertriebswege per Zeitung spielen bei der Kundenbeschaffung allerorts eine immer geringere Rolle und rangieren auf der Hitliste der Möglichkeiten ganz hinten bei 6% der Nennungen. Im Vergleich dazu schneidet Hamburg mit 9% Kundennennungen noch recht gut ab.

Hoch ist die Quote der **Weiterempfehlungen** für WISY mit 97%. Bei 73% der Nutzer konnte WISY deren Planung voranbringen – auch wenn dann letztlich nur 20% einen unmittelbaren Bezug zu ihrer Buchung herstellten. Das zeigt, wie lang der Weg von der Absicht zur Umsetzung von Weiterbildung letztlich ist und wie wichtig Zusatzinfos sind, die WISY in allen Phasen der Kurssuche punktgenau anbietet. Wenig verwunderlich, dass die WISY-Zusatzinfos überdurchschnittlich gut bewertet wurden. Schließlich lebt Interesse an Sachverhalten zu Bildungsfragen besonders im konkreten Suchprozess auf. Die professionell erschlossene Bereitstellung sachdienlicher Hintergrundinfos, inklusive weiterhelfender Beratungsstellen, ist somit von zentraler Bedeutung.

Während der Befragungsaktion 2008 motivierte WISY mehr Nutzer als andere Datenbanken, ihre Meinung in einem Fragebogen bekannt zu machen⁸ – einmal abgesehen von den beiden großen bundesweiten Datenbanken Kursnet von der Agentur für Arbeit und WIS von den Kammern. Aus 467 Rückmeldungen über das Hamburger WISY-Metropol-Portal gingen **250 brauchbare Fragebögen** hervor. WISY erreichte damit seinen bislang besten Kundenrücklauf. Die Befragungsergebnisse der Untersuchung 2008 haben somit die **höchstmögliche Gültigkeit**. Verzerrungen aufgrund von Besonderheiten der Befragtengruppe treten weiter in den Hintergrund.

Mehr Infos: Das vollständige Ergebnis der sechsten bundesweiten Befragung von 6.397 Kunden durch InfoWeb Weiterbildung ist im Web zu finden unter: <http://projekt.iwwb.de>. Unter den öffentlich finanzierten Weiterbildungsdatenbanken ist WISY die einzige, die Ergebnisse ihrer Besucherbefragung publiziert – unter der Adresse: http://kursportal.info/files/WISY_Bewertung_InfoWeb_08.pdf

Jürgen Voß, Hamburg, den 14.4.2008
voss@weiterbildung-hamburg.de

⁷ Bis zu 90 % der monatlichen Besuche gehen auf das Konto elektronischer Besucher von Suchmaschinen, allen voran Google-Bots. Hier zeigt sich die Bedeutung einer professionellen Logfiles-Analyse sowie einer manuellen Korrektur der meist völlig überhöhten Klickzahlen, die oft im krassen Gegensatz zur tatsächlichen Wirkung stehen.

⁸ Die Besonderheit der Befragungsaktion 2008 bestand darin, mit Hilfe einer speziellen Technik die Pop-up-Blocker der Internetbrowser zu umgehen, also die Funktion, die Internetnutzern nervige Werbebotschaften erspart. Das ist zwar eine sehr aggressive Form der Ansprache, aber offenbar unverzichtbar, um eine valide Rücklaufquote von Fragebögen zu erhalten.

WISY - Nutzerbefragung 2008 (16.1. bis 27.2.08)

	WISY 2008		Ø andere 2008	
Anzahl befragter Nutzer	250		6.397	
Ich nutze die Datenbank...	(mehrfach)		(mehrfach)	
privat	18%		11%	
beruflich	60%		58%	
als Berater	22%	34%	12%	19%
für die Firma	12%		6%	
Geschlecht	100%		100%	
männlich	37%		44%	
weiblich	63%		56%	
Mein Berufsstatus ist:	100%		100%	
Arbeitnehmer	45%	55%	31%	43%
Arbeitnehmer in Neuorientg	10%		11%	
Selbständig	12%		5%	
Arbeitslos	23%		32%	
nicht erwerbstätig	4%		7%	
in Ausbildung/ Umschulung	6%		13%	
Ich nutze Internet wie häufig?	100%		100%	
täglich	81%	97%	60%	88%
mehrmals wöchentlich	16%		23%	
einmal pro Woche	0%		5%	
weniger als 1x pro Woche	3%	3%	12%	12%
Ich nutze WISY:	100%		100%	
erstmal	43%	57%	53%	47%
sporadisch	29%		27%	
regelmäßig	28%		21%	
Themenschwerpunkte	(mehrfach)		(mehrfach)	
berufliche Grund- / Ausbildung	20%		37%	
berufliche Weiterbildung	74%		57%	
Managementkurse	20%		13%	
Bildungsgutscheine	25%		12%	
berufliche Umschulung	21%		22%	
schulische Bildung	12%		18%	
Fachschule	5%		7%	
Hochschulstudium	10%		10%	
Zweiter Bildungsweg	8%		11%	
Hochschulweiterbildung	9%		9%	
Fernunterricht	14%		15%	
Bildungsurlaub	19%		6%	
politische Bildung	8%		4%	
allgemeine Weiterbildung	22%		11%	
Bedienungsfreundlichkeit o.k.?	100%		100%	
sehr gut	28%	75%	18%	67%
gut	47%		49%	
befriedigend	19%	23%	23%	28%
ausreichend	5%		5%	
mangelhaft	2%	2%	3%	5%
ungenügend	0%		2%	
Angebotsauswahl o.k.?	100%		100%	
sehr gut	25%	69%	14%	59%
gut	44%		45%	
befriedigend	23%	30%	28%	35%
ausreichend	7%		7%	
mangelhaft	2%	2%	4%	6%
ungenügend	0%		2%	
Kursinfo o.k.?	100%		100%	
sehr gut	24%	72%	16%	62%
gut	48%		47%	
befriedigend	23%	26%	28%	33%
ausreichend	4%		6%	
mangelhaft	2%	3%	3%	5%
ungenügend	2%		2%	
Kurstellnahme aufgrund von WISY?	100%		100%	
ja	20%		10%	
nein, nichts gefunder	8%	80%	15%	75%
nein, sonstige Gründe	72%		75%	
Zusatzinfos der Website o.k.?	100%		100%	
sehr gut	23%	72%	14%	61%
gut	49%		47%	
befriedigend	24%	27%	29%	35%
ausreichend	3%		6%	
mangelhaft	2%	2%	3%	5%
ungenügend	0%		2%	

Diese Quellen nutze ich auch noch	(mehrfach)	(mehrfach)		
andere DB's im Web / Google	100%		92%	
Weiterbungsverzeichnis	80%		82%	
Website des Anbieters	100%		88%	
Beratung der Anbieter	93%		82%	
Öffentliche Beratungsstellen	93%		83%	
Kammern	74%		79%	
Arbeitsamt	93%		86%	
Betriebsinfos	87%		81%	
InfoWeb	67%		78%	
Freunde	87%		84%	
Sonstiges				
Qualität / Teilnahme				
Bevorzuge Qualitätsanbieter	85%		80%	
Habe an WB mehrfach teilgenommen	43%	61%	25%	45%
Habe an WB 1x teilgenommen	18%		21%	
Ich Empfehle WISY weiter	100%		100%	
eher nein	3%	3%	10%	10%
ja	69%	97%	54%	90%
eher ja	28%		36%	
Hat meine Planung vorgebracht	100%		100%	
ja	28%	73%	23%	66%
eher ja	45%		43%	
eher nein	28%		34%	
Ich habe diesen Schulabschluss	98%		96%	
ohne	2%		4%	
Hauptschule	10%	32%	19%	53%
Realschule	22%		34%	
Abitur/ Hochschulreife	64%		39%	
Ich habe diesen Ausbildungsabschluss	98%		93%	
ohne	7%		22%	
Lehre/ Facharbeit	19%		26%	
Berufsfachschule/ Fachschule	15%	39%	13%	43%
Meister / Techniker	6%		4%	
FH	16%	52%	11%	28%
Uni	36%		17%	
Trage für geeigneten Kurs Kosten bis zu:	100%		100%	
Nichts	7%		11%	
> 200 Euro	19%		22%	
>200 bis 500 Euro	27%		25%	
>500 bis 1000 Euro	25%		20%	
>1000 bis 2000 Euro	13%		13%	
>2000 Euro	9%		10%	
Mittelwert:			1.070	
Suchregion	(mehrfach)	(mehrfach)		
nähere Umgebung	74%		72%	
Bundesland	42%		29%	
bundesweit	15%	21%	22%	31%
international	7%		9%	
Wie von der Datenbank erfahren	(mehrfach)	(mehrfach)		
Berater	25%		34%	
Website	21%		31%	
Google	31%		19%	
Freunde	14%		13%	
Betrieb	15%		8%	
Zeitung	9%		6%	