

Kursdatenbank WISY – Bericht Zielumsetzung 2013

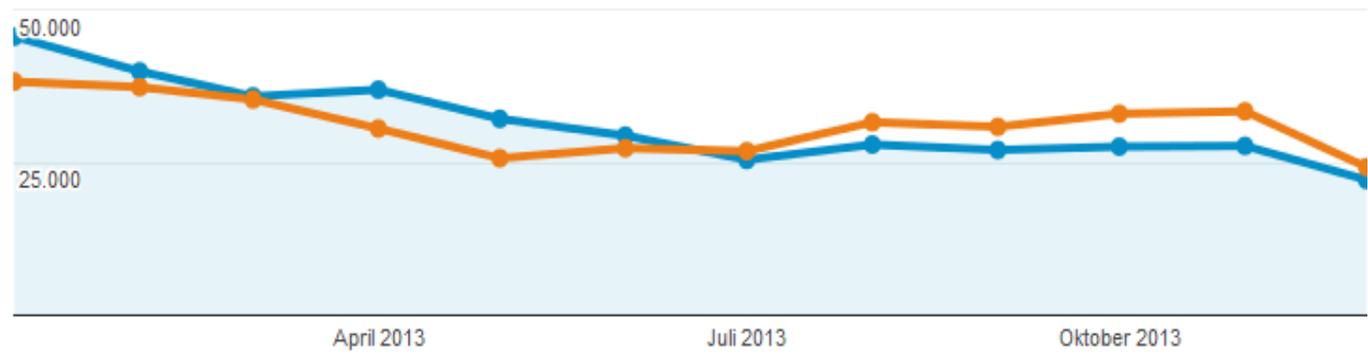
WISY dient schwerpunktmäßig den beiden WISY-Zielgruppen ‚Teilnehmer‘ und ‚Berater‘. Den **Nutzen** für die Teilnehmer misst WISY **quantitativ** mit der Entwicklung der Besucherzahlen sowie die interessierten Besucher mit der Absprungrate. Zur Messung der **Qualität** erfolgt die Auswertung von Kundenfeedback und Umfragen. Das WISY-eigene Social-Media-System misst, wie hoch der Anteil der Nutzer ist, der überhaupt bereit ist, eine Rückmeldung zu geben und natürlich interessiert auch deren Werturteil. Externe Befragungen liefern die Einschätzung von WISY durch Multiplikatoren und **Berater**.

(1) Die WISY-Besucher und die relevanten Besucher

Die **Besucherzahlen** pendeln weiter auf hohem Niveau. Die immer noch leichte Steigerung im Hauptportal von ca. 10.000 Besuchern liegt eher in der Schwankungsbreite, als dass hieraus ein Aufwärtstrend abgeleitet werden könnte.

WISY-Hamburg Hauptportal - Jahresentwicklung 2013

01.01.2013 - 31.12.2013: ● Besuche
 02.01.2012 - 31.12.2012: ● Besuche



(Jahre übergreifende Langzeit-Entwicklungen siehe unten)

Relevant sind nicht primär die Besuche, sondern die wirklich Interessierten Besuche. Es gibt verschiedene Methoden sie zu ermitteln. Die garantiert desinteressierten Besuche können mit Hilfe der **Absprungrate** herausgerechnet werden – das sind diejenigen, die unmittelbar nach dem Aufruf die Website sofort wieder verlassen. Ein Vergleich der Interessierten mit dem Vorjahr zeigt eine erfreuliche Zunahme in den wichtigen Hamburger Portalen um insgesamt knapp 30.000 (grüne Spalte). Eine anderes Indiz für Interesse sind die **Mehrfachbesuche**, die allerdings eher den Mindestanteil anzeigen – nur die Stammkunden.

Portal	Besuche	minus	Absprung	= Interessierte	Diff. Vorjahr	Mehrfachbesuche	Stammkunden
Summe	636.458			292.651	27.856		202.516
Hamburg.Kursportal.info	385.113		58%	161.979	7.565	31%	119.385
Bildungsurlaub	88.752		39%	54.529	7.677	28%	24.851
Bildungsgutschein	125.053		51%	61.251	10.673	40%	50.021
Deutsch.Kursportal.info	37.540		60%	14.892	1.941	22%	8.259

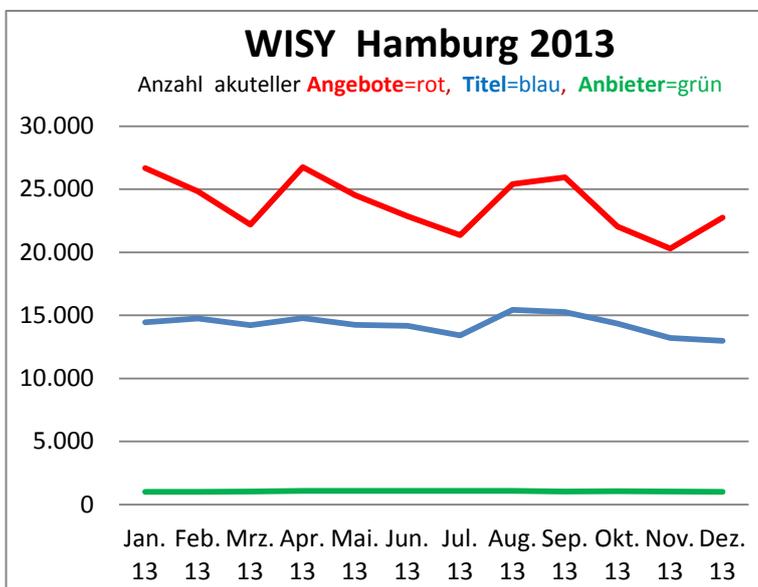
WISY-Besucher 2013	Gesamt	ohne Ab- sprung	Anteil	1.Quartal	2.Quartal	3.Quartal	4.Quartal
--------------------	--------	--------------------	--------	-----------	-----------	-----------	-----------

Verteilung der Besuche auf die einzelnen Kursportale:

Summe aller Hamburger Kursportale	659.786	300.627	100%	203.451	177.424	147.814	131.097
Kursportal.info (ungefiltert) 1)	108.361	53.574	16%	38.144	28.447	19.533	22.237
Hamburg.Kursportal.info (Ursprungportal)	385.113	161.979	58%	121.279	106.026	80.380	77.428
Bildungsurlaub-Hamburg.de	88.752	54.529	13%	25.960	20.228	21.067	21.497
Bildungsgutschein.Kursportal	125.053	61.251	19%	34.281	33.065	30.394	27.313
Deutsch+Integration	48.860	19.383	7%	14.213	12.548	11.854	10.245
Deutsch.Kursportal.info	37.540	14.892	6%	13.249	12.472	11.819	0
Integrationskurse-hamburg.de	1.075	505	0%	964	76	35	0
Weitere Portale	22.253	7.471	3%	7.718	5.557	4.119	4.859
Luffahrt.Kursportal.info (per Weiterleitung)	85	34	0%	46	28	3	8
Logistik20.Kursportal.info	484	291	0%	150	103	113	118
Politische-Bildung-Hamburg.Kursportal.info	1.099	469	0%	241	288	257	313
Existenzgruendung.Kursportal (per Weiterl.)	6.538	1.075	1%	3.272	1.425	949	892
Arbeitsschutz.Kursportal.info (Weiterleitung)	628	76	0%	152	236	146	94
SeniorenHH.kursportal.info	4.378	1.701	1%	1.303	1.002	825	1.248
Lexikon	9.041	2.244	1%	2.554	2.475	1.826	2.186
Hamburg-aktiv (Jan, Feb. fehlen)	26.211	17.037	4%	1.500	8.278	8.344	8.089

(8) Das aktuelle Kursangebot von WISY Hamburg

Wieviele aktuelle Kurse bietet WISY? Die Stiftung Warentest konstatierte den Weiterbildungsdatenbanken eine beachtliche



Phantasie bei der Zählweise des aktuellen Angebotes. Gerne werden hier hohe Zahlen herbeigerechnet. Solange die Qualität dieser Angebotsmasse nicht ernsthaft und wirkungsvoll geprüft wird, kann dieses Ansinnen stillschweigend eine hohe Leistungsfähigkeit suggerieren. Doch WISY-Hamburg hatte immer das Ziel verfolgt, nicht nur viel, sondern auch gut zu liefern, also relevant, korrekt und verlässlich auffindbar. Daher legen wir bei der Zählweise wert darauf, wenig Spielraum für Interpretationen zu lassen und weisen die Anzahl unterschiedlicher Titel (also Kurstypen) und Durchführungen (Wiederholtermine) getrennt aus. Wie groß der Spielraum auch bei exakter Berechnung ist, zeigt der Unterschied zwischen der roten und blauen Linie. Vielleicht sollte zudem künftig auch die Anzahl von Abschlüssen extra ausgewiesen werden, um aus der Quantität eher Qualität herauslesen zu können.

Die Sägezahnentwicklung der Angebote ist wesentlich geprägt von die VHS mit dem Zugang ihres Gesamtjahresprogrammes mit bis zu 7.000 Durchführungen in der Jahresmitte und am Jahresanfang.

(3) Herkunft der WISY-Besucher

Die Einbindung von externen Links, die auf das Hamburger Portal verweisen, zahlt sich aus. Die Effizienz von Google ist nur schwer zu toppen. Die Analyse der Links auf das Hamburg-Kursportals zeigt, dass Google, trotz hoher Absprungrate, die meisten Besucher schickt. Die Suchmaschinenoptimierung bleibt also eine wichtige „Werbemaßnahme“. Aber auch die Links von anderen Bildungsseiten sind erst zu nehmen. Immerhin schicken sie zusammen mehr Besucher als Google.

Aus WISY-Sicht zahlt sich die gemeinsame Website von WHSB mit dem e.V. aus. Sie bringt nach Google die meisten Besucher - mit langer Besuchsdauer und fast keinen Absprünge. Vermutlich nutzen das viele Bildungseinrichtungen. Überraschend sind die nächsten „Liefer“kandidaten: Die Handelskammer sowie die offizielle Hamburg-Seite schicken je über 3.000 Besucher. Erst dann folgt die bundesweite Kurssuchmaschine IWWB. Auch die Links zwischen den WISY-Portalen werden rege in Anspruch genommen. Auffällig ist, das Facebook relativ wenig Besucher schickt, mit beachtlicher Absprungrate und geringer Recherchezeit.

Wer WISY-Besucher schickt

Besucher ohne Absprünge	Quellen die zu WISY HH führen	Besuchsdauer in Std.	Absprungrate
32.315	Google	3.874	59%
6.199	weiterbildung-hamburg.de	1.421	9%
3.428	hk24.de + m.hk24.de	459	27%
3.119	hamburg.de	521	46%
2.225	iwwb.de	358	46%
1.535	bildungsurlaub-hamburg.de	198	30%
1.464	bildungsgutschein.kursportal.info	438	37%
720	hamburg-aktiv.info	118	41%
611	studis-online.de	70	23%
583	hkbis.de	89	22%
324	kursportal.info	71	18%
318	sh.kursportal.info	41	15%
279	bildungserver.hamburg.de	25	20%
267	companyweb	99	20%
247	deutsch.kursportal.info	34	49%
202	harburg.hamburg-aktiv.info	26	61%
192	de.wikipedia.org	16	42%
172	english.hamburg.de	16	61%
153	www.facebook.com	26	54%
53	logistik-lernen-hamburg.de	7	71%

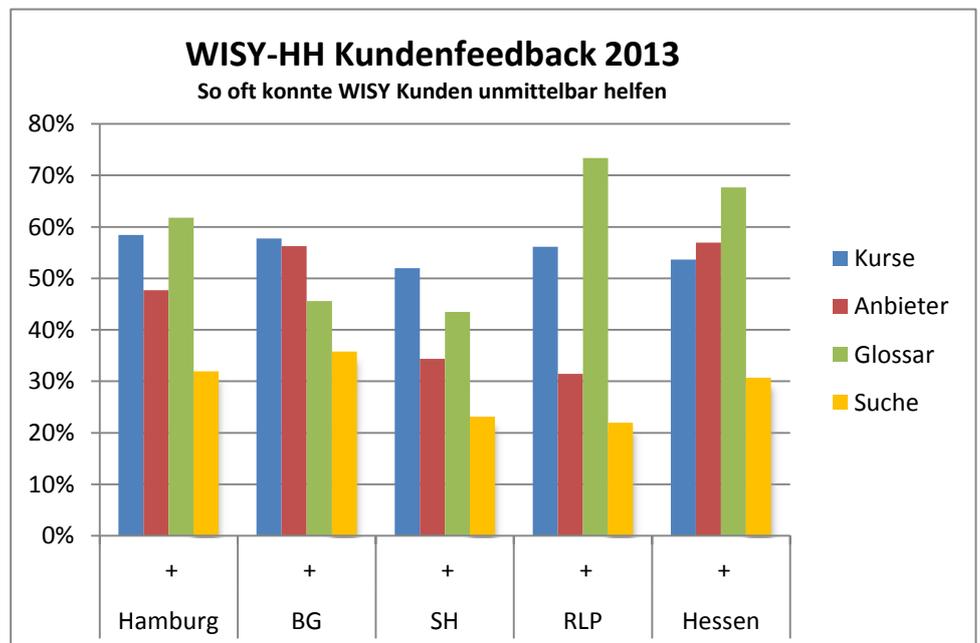
grün = niedrige Absprungrate, rot = hohe Absprungrate

(5) Kunden-Feedback

Die Mobilisierung von Kundenfeedback ist immer Ausdruck der Wertschätzung eines Portals. In diesem Sinne ist eine hohe Quote auch dann gut, wenn dabei viel Kritik geäußert wird.

Behandeln wir die Rückmeldung als Stichprobe, so werten gerundet 50 % der Nutzer die Infos als unmittelbar „hilfreich“. Das nebenstehende Schaubild zeigt die „Hilfreich“-Rückmeldungen für unterschiedliche Portale und für vier verschiedene Informationsaspekte.

Diese Zahlen sowie auch die Wertung „Nicht Hilfreich“ relativieren sich vor dem Hintergrund anderer Kundenvoten. Beispielsweise äußern in der Umfrage des InfoWeb Weiterbildung 2013 ca. 93% der WISY-Kunden: „Ich würde das Portal weiter empfehlen.“ Ca. 80 % der Befragten sagen: „WISY ist hilfreich bei der Planung.“ Und ca. 50% votieren mit „Hilfreich“ bei sehr detaillierten Aspekten (Schaubild). Offenbar gilt, je allgemeiner ein Votum, desto positiver fällt es aus und je detaillierter gefragt wird, desto kritischer wird es.



WISY 2013	HH	BG-HH	SH	RLP	Hessen
Anzahl Feedbacks	3.240	603	1269	1.521	669
Anzahl Kommentare	12%	13%	11%	10%	15%

93% der WISY-Kunden: „Ich würde das Portal weiter empfehlen.“ Ca. 80 % der Befragten sagen: „WISY ist hilfreich bei der Planung.“ Und ca. 50% votieren mit „Hilfreich“ bei sehr detaillierten Aspekten (Schaubild). Offenbar gilt, je allgemeiner ein Votum, desto positiver fällt es aus und je detaillierter gefragt wird, desto kritischer wird es.

(9) Langzeiteffekte – Vergleich der Besuchsentwicklung in ausgewählten Kursportalen

Die Langzeitbetrachtung zeigt eigentlich nur bei den beiden Portalen „Deutsch“ und „Bildungslexikon“ noch die Entwicklung zu mehr Besuchern. Alle anderen Portale erreichen ihre Zielgruppe und können keine auffälligen Zuwächse mehr verzeichnen. Das Portal „Politische Bildung“ soll die Vergabe der Fördermittel durch Anzeige der geförderten Kurse transparent machen. Obwohl es jedes Jahr weniger Besucher hat, erfüllt es damit dennoch offenbar sein Aufgabe.

Hamburg Kursportal 2009 – 2013 mit ges. 1,48 Mio. Besuchen (29% Stammkunden)

Neukunden=grün



Bildungsgutschein 2009 – 2013 mit ges. ca. 456.000 Besuchen (32% Stammkunden)



Deutsch 2009 – 2013 mit gesamt ca. 114.000 Besuchen (22% Stammkunden)



Bildungslexikon 2009 – 2013 mit gesamt ca. 21.000 Besuchen (14% Stammkunden)



Seniorenportal 2009 – 2013 mit gesamt ca. 12.000 Besuchen (12% Stammkunden)



Politische Bildung 2009 – 2013 mit gesamt ca. 6.500 Besuchen (22% Stammkunden)

