



Flyer zur Marktforschung 2023

Digitale Fassung



Studien-Ergebnisse in Kürze:

Bekanntheit

01

Als bekannte und beliebte Marke für Weiterbildung kann sich die vhs im Wettbewerb etablieren.

Markenstärke

02

Die vhs ist eine herausragende Markenstärke und belegt im Vergleich mit den Wettbewerbern den 2. Platz zwischen Kursen zur beruflichen Qualifizierung generell bei jungen Menschen.

Markenimage

03

Das Markenimage der vhs ist sehr gut. Neben der gesellschaftlichen Verantwortung werden vor allem Eigenschaften wie 'erfahren' und 'vertrauenswürdig' genannt. Mit guten Sympathiewerten und einem interessanten Preis-Leistungs-Verhältnis hat die vhs beste Voraussetzungen zukunftsweisend zu bleiben.

Zielgruppen

04

Mit einem qualitativ guten und vielfältigen Kursangebot wird man die bisherige Nutzer:innen auch in Zukunft begeistern und binden können. Junge Menschen interessieren sich vermehrt für die beruflichen Weiterbildungen. Hier kann die vhs mit den richtigen Angeboten einen wichtigen Anknüpfungspunkt für zukünftige Generationen sein.

Suchorte

05

Das große Angebot an aktuellen Kursen und die gesellschaftliche Verantwortung der vhs sind die wichtigsten Gründe, die bei der Auswahl der Suchorte eine Rolle spielen. Die vhs wird von den meisten Teilnehmer:innen als Suchort für berufliche Weiterbildung angesehen.

Über die Studie

Generalmethode: Die Studie ist repräsentativ für die Bevölkerung ab 16 Jahren in Deutschland. Erhebungszeitraum: April bis Juni 2023. Stichprobe: 2.788 Teilnehmer:innen. Erhebungsart: Online-Umfrage. Erhebungsunternehmen: GfK. Kontakt: vhs.de/mkt. © vhs 2023.

- ### Top Suchorte für Bildungsveranstaltungen
1. Suchmaschinen
 2. Websites
 3. Empfehlungen von Freund:innen und Bekannten
 4. Printmaterial
 5. Social-Media-Kanäle

92%

der Kursbesucher:innen würden wieder einen Kurs bei der vhs belegen.

verantwortungsvoll erfahren sympathisch vertrauenswürdige Preis-Leistungs-Verhältnis

Platz 1

im Mitbewerber-Vergleich

76%

Über Dreiviertel der Befragten kennen die vhs.

Ausgewählte Weiterbildungsanbieter in Deutschland

Marktforschung 2023

Wichtigste Suchorte

Ausbau und Optimierung digitaler Suchorte bis hin zur Nutzung der Lokalfiliale.

Wichtigste Themen in den Altersgruppen

Spezialisieren sich auf...
Spezialisieren sich auf...
Spezialisieren sich auf...

92%

der Kursbesucher:innen würden wieder einen Kurs bei der vhs belegen.

76%

Über Dreiviertel der Befragten kennen die vhs.

Ausgewählte Weiterbildungsanbieter in Deutschland

Marktforschung 2023



Marktforschung 2023



**Auszug der wichtigsten Kernergebnisse zu den Themen:
Markenbekanntheit, Markenstärke, Image und Erfolgsfaktoren.**



Mitbewerber



Online-Anbieter



klassische Anbieter

Ausgewählte Weiterbildungsanbieter in Deutschland

HAUFE.
AKADEMIE

DAA

IHK

Berlitz®

ils

inlingua®

vhs

+Babbel



duolingo

YouTube

Marken-
bekanntheit

Platz 1

im Mitbewerber-Vergleich

76%

Über Dreiviertel
der Befragten
kennen die vhs.

76 % gestützte Bekanntheit,
23 % ungestützte Bekanntheit



Nutzungs-
entscheidung



Erfolgsfaktoren der vhs sind das
aktuelle und vielseitige Angebot
sowie die Präsenz überall vor Ort.

Marktbester bei Präsenz
und Themenvielfalt



Markenstärke

verantwortungsvoll

Preis-Leistungs-Verhältnis

erfahren

sympathisch

vertrauenswürdig

Platz 2 bei Verbundenheit und Zufriedenheit mit der Marke hinter YouTube

92%

der Kursbesucher*innen
würden wieder einen
Kurs bei der vhs belegen.



57 % der Befragten können sich eine Weiterbildung
bei der vhs vorstellen, 55 % auch als Online-Kurs.

**Motive &
Themen**



bei 16- bis 59-jährigen

berufliche Qualifikation

**Wichtigste Themen in
den Altersgruppen**



bei 45-jährigen bis 60+

Sprachen und Gesundheit

**Motivation für Weiterbildung allgemein: sich persönlich weiterzuentwickeln,
Sprache lernen, Allgemeinbildung verbessern, Fachwissen erwerben, Spaß haben**

Top Suchorte für Bildungsveranstaltungen

1. Suchmaschinen
2. Websites
3. Empfehlungen von
Freund*innen und Bekannten
4. Printmaterial
5. Social-Media-Kanäle

Wichtigste
Suchorte

Ausbau und Optimierung digitaler Suchorte
bleibt der Hauptfokus der Zukunft.





Studien- Ergebnisse in Kürze:



01

Bekanntheit

Als bekannte und beliebte Marke für Weiterbildung kann sich die vhs im wachsenden Markt der Bildungsanbieter dauerhaft etablieren.

02

Markenstärke

Die vhs hat eine hervorragende Markenstärke und belegt im Vergleich der Bildungsanbieter den 2. Platz zwischen zwei Online-Anbietern. Mit dem Ausbau von digitalen Angeboten und Kursen zur beruflichen Qualifikation ist die Erhöhung des Marktanteils gerade bei jungen Menschen machbar.

03

Markenimage

Das Markenimage der vhs ist sehr gut. Neben der gesellschaftlichen Verantwortung werden vor allem Eigenschaften wie „erfahren“ und „vertrauenswürdig“ genannt. Mit guten Sympathiewerten und einem interessanten Preis-Leistungs-Verhältnis hat die vhs beste Voraussetzungen zukunftsfähig zu bleiben.

04

Zielgruppen

Mit einem qualitativ guten und vielfältigen Kursangebot wird man die bisherigen Nutzer*innen auch in Zukunft begeistern und binden können. Junge Menschen interessieren sich vermehrt für die berufliche Weiterbildung. Mit passenden Angeboten können Volkshochschulen eine wichtige Anlaufstelle für jüngere Generationen sein.

Suchorte

Das große Angebot an aktuellen Kursen und die deutschlandweite Verfügbarkeit vor Ort sind einzigartig. Mit digitalen Touchpoints im Web, dem vhs-Kursfinder, Google Ads oder Social-Media-Beiträgen kann mehr Reichweite erzielt und der Zugang vereinfacht werden.

Über die Studie

Grundgesamtheit

Die Stichprobe ist repräsentativ für die Bevölkerung ab 16 Jahren hinsichtlich Alter, Geschlecht, Region, Bildung und Haushaltsgröße

Anzahl der Interviews

2.040 befragte Personen

Methode

Online-Interviews (15 Minuten) in Kooperation mit der GapFish GmbH

Feldzeit

19. Januar bis 01. Februar 2023

Marktforschungsunternehmen

Ipsos GmbH, Dr. Heiko Lehmann

Herausgeber:

Deutscher Volkshochschul-Verband e.V.
Königswinterer Straße 552 b
53227 Bonn

kommunikation@dvv-vhs.de
www.volkshochschule.de