



ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE

Nutzerbefragung zum „Kommunikations- u. Informationssystem Berufliche Bildung“ KIBB

Zusammengestellt von: C. Widera

Entnommen aus: Präsentation der Ergebnisse; Curth + Roth; 23.10.2007, Bonn

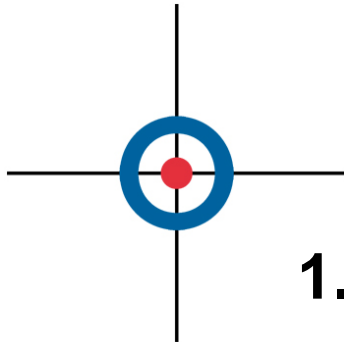
The screenshot shows the KIBB website interface. At the top left is the KIBB logo with the text 'Kommunikations- und Informationssystem Berufliche Bildung'. To the right is a search bar with the text 'Suche: Suchbegriff eingeben' and a 'Suchen' button. Further right is a logo for 'gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung'. Below the header is a navigation menu with items: 'Start', 'Wissenslandkarte', 'Anfragenarchiv', 'Literatur', 'Ankündigungen', and 'Kontakt'. The main content area is divided into two columns. The left column is titled 'Aktuelles' and contains three bullet points: 'Neuste Anfrage: Klimaberufe Weitere Anfragen', 'Nächste Veranstaltung: Europe's Cultures of Workplace Learning - New Insights in Training and Public Support for Lifelong Learning in Enterprises Weitere Veranstaltungen', and 'Projekt: Übersicht Aus- und Weiterbildungssystem'. The right column is titled 'Wissenslandkarte' and contains a map of Germany and the text: 'Die Wissenslandkarte ist ein Themenkatalog, der aktuell über 850 Themen und Projekte der deutschen Berufsbildungsforschung enthält. Diese stammen aus der Arbeitsgemeinschaft Berufsbildungsforschungsnetz.'

Inhalt

2

Seite

1.	Hintergrundinformationen	3
2.	Ergebnisse der Online-Befragung	7
3.	Beschreibung der Zielgruppen	23
4.	Ergebnisse der persönlichen Befragung	26
5.	Fazit und Empfehlungen	29



1. Hintergrundinformationen

- 1.1 Zielsetzung
- 1.2 Methode und Stichprobe: Online-Befragung
- 1.3 Methode und Stichprobe: Persönliche Befragung

1.1 Zielsetzung

4

- Feststellung der Zielgruppen, die zur Zeit KIBB nutzen
- Überprüfung, ob das Portal KIBB.de seinen Zielen gerecht wird
 - Ziele des KIBB:
 - Dokumentation der deutschlandweiten Berufsbildungsforschung
 - Bearbeitung von Expertenfragen
 - Förderung des Informationsaustauschs in der AG BFN
- Rückschlüsse auf Stärken (und Schwächen) des KIBB-Portals durch Analyse des Nutzerverhaltens und direktes Feedback von den Nutzern
- Besseres Kennenlernen der Zielgruppen (BiBB, Hochschulsektion, Sonstige), um das Angebot gegebenenfalls anzupassen
- Eigenwerbung für KIBB

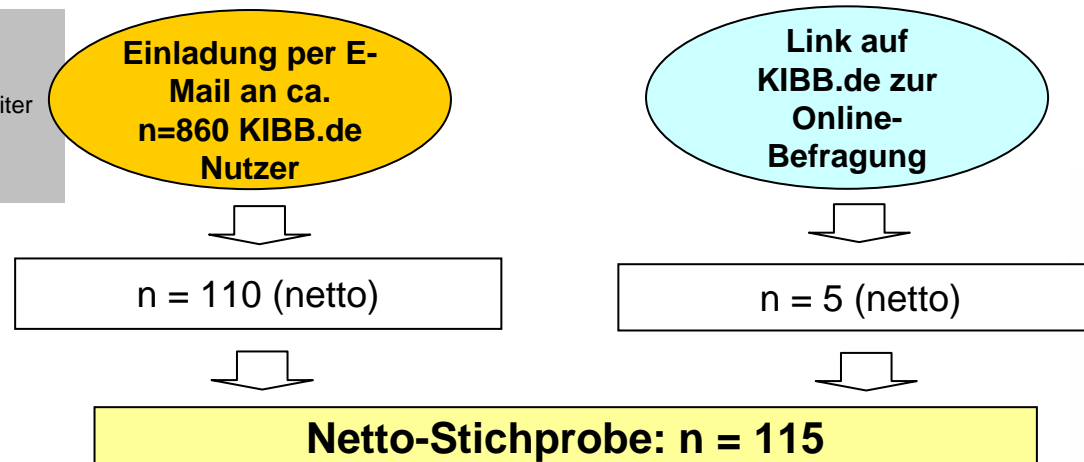
1.2 Methode und Stichprobe: Online-Befragung

5

A) Online-Befragung á 15 Minuten; Feldzeit: 28.08. – 24.09. 07

- Stichprobe: $n = 115$ (netto = komplett ausgefüllt)
- Zielgruppe: KIBB.de Besucher + Newsletter Empfänger
- Rekrutierungsmethode:
 - Einladungsemail durch KIBB
 - Banner mit Verlinkung zum Fragebogen auf KIBB.de

ca. $n=300$ AG BFN
Community
ca. $n=500$ BIBB Mitarbeiter
ca. $n=60$ politische
Administration



1.3 Methode und Stichprobe: Persönliche Befragung

6

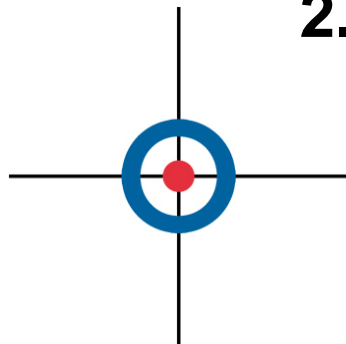
B) Persönliche Befragung á 5-10 Minuten auf dem Bildungskongress in Düsseldorf ; Feldzeit: 12.+13.09.07

- Stichprobe: n = 71 (netto)
- Zielgruppe: Besucher des Bildungskongresses; Nur: Nicht-KIBB-Nutzer bzw. Nicht-Kenner
- Rekrutierungsmethode:
 - Persönliche Ansprache am KIBB-Stand durch Mitarbeiter von curth+roth

C) Schriftliche Kurzbefragung á 5 Minuten; Feldzeit: 12.+13.09.07

- Stichprobe: n = 26 (netto)
- Zielgruppe: KIBB-Nutzer
- Rekrutierungsmethode:
 - Persönliche Ansprache durch KIBB.de Mitarbeiter und Mitarbeiter von curth+roth

**) Anmerkung: Die Ergebnisse der Kurzbefragung unterstützen die Ergebnisse der Online-Befragung*



2. Ergebnisse der Online-Befragung

- 2.1 Informationssuche im Bereich Berufsbildung
- 2.2 Bekanntheit des KIBB-Portals
- 2.3 Zufriedenheit mit dem KIBB-Portal
- 2.4 Bedeutung des Portals für die eigene Arbeit
- 2.5 Nutzung und Bewertung einzelner Funktionen
- 2.6 KIBB als Portal zur Informationssuche
- 2.7 KIBB als Portal zur Informationsweitergabe
- 2.8 Anfragenbearbeitung
- 2.9 Weiterempfehlung von KIBB
- 2.10 Kritik am KIBB-Portal
- 2.11 Verbesserungsvorschläge

2.1 Informationssuche im Bereich Berufsbildung

Wie häufig nutzen Sie welche Informationsquellen?

Am häufigsten genutzt:

- **Suchmaschinen im Internet (z.B. Google)**
- **Kollegen**
- **KIBB-Portal drittwichtigstes Medium für Informationen im Bereich Berufsbildung**
81% der Teilnehmer nutzen das KIBB-Portal häufig oder zumindest gelegentlich (9% bzw. 72%)
- Andere Internetangebote (insbesondere BIBB.de, Bildungserver.de, IAB.de) und Printmedien ((Fach-)Bücher, (Fach-) Zeitschriften, Pressespiegel etc.) haben ebenfalls eine hohe Bedeutung
- KIBB-Team als Informationsquelle immerhin von 42% genutzt
- Forschungsnetzwerke von 38% der Teilnehmer häufig oder gelegentlich genutzt

2.2 Bekanntheit des KIBB-Portals

Ergebnisse der
Online-Befragung

9

Nutzung des KIBB-Portals (www.kibb.de)

- **Knapp die Hälfte der Befragten nutzt das KIBB-Portal bereits seit 2005**
 - 36% seit 2006
 - Nur in geringem Umfang haben sich Nutzer beteiligt, die das KIBB-Portal erst seit Anfang 2007 oder zum ersten Mal nutzen (insgesamt 21%)

Wie ist man auf KIBB aufmerksam geworden?

Am häufigsten genannt:

- Persönliche Vorstellungen in Form von Vorträgen oder Präsentation über KIBB (43%)
- Empfehlungen
- Info-Mail von KIBB
- Broschüren/ Flyer und die Verlinkungen von anderen Webseiten bisher von geringerer Bedeutung, dennoch wichtig

2.3 Zufriedenheit mit dem KIBB-Portal

Ergebnisse der
Online-Befragung

10

Hohe Zufriedenheit mit dem KIBB-Portal

- **Der Mehrheit der Teilnehmer gefällt der Internetauftritt gut (66%) oder sogar sehr gut (11%)**
- Nur knapp einem Viertel der Teilnehmer (22%) gefällt das Portal weniger gut (→ Optimierungspotenzial)
- Die Zufriedenheit ist weitgehend unabhängig von Geschlecht, Alter, Institution und Personenkreis

Bewertung von Eigenschaften des KIBB-Portals

- **Am besten gefällt die „optische Gestaltung“** (70% gefällt diese gut oder sehr gut)
- Navigation sowie Benutzerfreundlichkeit kommen auch relativ gut an (jeweils 62% gefällt diese gut oder sehr gut)
- Auch ältere Nutzer haben kein Problem mit der Navigation und Benutzerfreundlichkeit des Portals; sie loben insbesondere die Gestaltung

2.4 Bedeutung des KIBB-Portals für die eigene Arbeit

Ergebnisse der
Online-Befragung

11

Bewertung des KIBB-Portals für die eigene Arbeit

- Für das Gros der Befragten (62%) ist das KIBB-Portal nützlich oder zumindest hilfreich für die eigene Arbeit; für weitere 10% ist es sogar unverzichtbar
- Für knapp ein Drittel ist das KIBB-Portal nicht zwingend erforderlich
- Besonders Hochschullehrer bewerten den Nutzen des KIBB-Portals als überdurchschnittlich hoch (17% halten es für unverzichtbar)

2.5 Nutzung und Bewertung einzelner Funktionen (I)

Ergebnisse der
Online-Befragung

12

Nutzung von Bereichen/ Funktionen im KIBB-Portal

- **Die Wissenslandkarte wird am häufigsten genutzt**
(74% geben an, diese häufig oder zumindest gelegentlich zu nutzen)
- **Suchfunktion ebenfalls intensiv genutzt → sehr relevant!**
- Bereiche „Literatur“, „Ankündigungen“, „Forschungsnetz AG BFN“, „Anfragenarchiv“ nutzt etwa die Hälfte der Zielgruppe
- Funktionen wie „Login“ oder „Kontakt“ nur von Minderheit genutzt
- Möglichkeit, Ankündigungen online über KIBB bekannt zu geben sowie das Literaturverzeichnis und das Forschungsnetz vor allem von Hochschullehrern bzw. allgemein aus dem Bereich der Hochschulen genutzt

2.5 Nutzung und Bewertung einzelner Funktionen (II)

Ergebnisse der
Online-Befragung

13

Zufriedenheit mit der Wissenslandkarte

- **Die Mehrheit der Teilnehmer findet sich auf der Wissenslandkarte leicht zurecht**
- Kategorien entsprechen den Vorstellungen der Nutzer
- Wichtigstes Mittel zur Informationssuche, zentrale Bedeutung
- Kennzeichnung der Inhalte als Informationen aus dem BIBB und Informationen aus der AG BFN erleichtert die Suche kaum

Eindeutige Präferenzen bei einer eventuellen Neugestaltung der Wissenslandkarte

- **Präferiert wird ein Überblick über Projekte zu möglichst vielen Themen der Berufsbildung**, wobei die Projekte mit Basisinformationen dargestellt werden
- Gewünscht wird außerdem eine klarere Strukturierung sowie Erläuterungen zu den Zwischenüberschriften/einzelnen Themen

2.5 Nutzung und Bewertung einzelner Funktionen (III)

Ergebnisse der
Online-Befragung

14

Bewertung des Anfragenarchivs

- Insgesamt wird das Anfragenarchiv gut bis sehr gut bewertet, da es als übersichtlich wahrgenommen wird
- Die Hälfte der Befragten findet die Informationen zum Teil oder überwiegend im Anfragenarchiv
- Aufnahme von weiteren Ordnungskriterien wird gewünscht, wobei eine **thematische Aufbereitung präferiert** wird
- Anordnung der Anfragen nach Datum weniger sinnvoll
- Überdurchschnittliche Bewertung des Anfragenarchivs durch Dozenten und andere Mitarbeiter aus der Hochschulsektion

2.6 KIBB als Portal zur Informationssuche

Ergebnisse der
Online-Befragung

15

Zufriedenheit mit der Suche von Informationen im KIBB-Portal

- **Hohes Zufriedenheitsniveau mit dem Informationsangebot auf dem KIBB-Portal**
- Beinahe zwei Drittel der Befragten finden, dass
 - Inhalte gut strukturiert, so dass gesuchte Inhalte schnell gefunden werden
 - angebotene Informationen den Vorstellungen entsprechen
 - Informationen aktuell sind
- Etwas geringere Zufriedenheit mit Vollständigkeit an Informationen



2.7 KIBB als Portal zur Informationsweitergabe (I)

Ergebnisse der
Online-Befragung

16

Weiterleitung von Informationen über Aktivitäten im Bereich Bildungsforschung an das KIBB / Nutzung des KIBB-Portals

- **45% aller Teilnehmer informieren über Ihre Aktivitäten im Bereich Berufsbildung**
 - In der Zielgruppe „Hochschule (Sektion Berufs-/ Wirtschaftspädagogik) sind dies sogar 55%
- Am häufigsten veröffentlicht werden:
 - Projekte bzw. Informationen zur Berufsbildung in der Wissenslandkarte
 - Literaturhinweise
 - Veranstaltungen
 - in geringerem Umfang auch Stellenangebote

2.7 KIBB als Portal zur Informationsweitergabe (II)

Ergebnisse der
Online-Befragung

17

- **Die Hälfte der Nutzer, die Informationen an das KIBB weitergeleitet haben, nutzen hierfür das entsprechende Eingabeformular des KIBB-Portals**
 - Gut ein Drittel gibt an, hierfür eine andere Person beauftragt zu haben
 - Ein Fünftel nutzt Email-Kommunikation
- **Hoch zufrieden sind Nutzer mit der Unterstützung durch das KIBB-Team bei der Weiterleitung von Informationen:**
 - Entweder benötigten Sie keine Unterstützung (37%) oder waren „zufrieden“ (41%) bzw. „sehr zufrieden“ (22%)



2.8 Anfragenbearbeitung (I)

Ergebnisse der
Online-Befragung

18

Anfragen an KIBB / Nutzung und Zufriedenheit mit dem Anfragenformular

- **Anfragen überwiegend per Telefon, aber auch – zu geringerem Anteil - per Email**
- Anfragenformular nur von gut einem Viertel genutzt. Diese halten es für sinnvoll und kommen überwiegend damit zurecht (Achtung: Bewertung beruht nur auf sehr kleiner Fallzahl)
- **Fast alle Antragsteller (95%) sind mit der Anfragenbearbeitung voll und ganz oder zumindest eher zufrieden**
- Limitierungen für eine intensivere Nutzung sind:
 - eingeschränkter Kreis der Anfrageberechtigten
 - keine Änderung des Passwortes möglich
 - Zeitdifferenz zwischen Ankündigung und Versendung der Ergebnisse
 - Anfragentext kann nicht gespeichert werden

2.8 Anfragenbearbeitung (II)

Ergebnisse der
Online-Befragung

19

Warum werden Anfragen an KIBB NICHT über das Anfragenformular gestellt?

- Zum großen Teil sind Anfragensteller der Meinung, dass Fragen **besser telefonisch präzisiert werden können** bzw. persönliches, zeitnäheres Feedback zu den erwarteten Ergebnissen führt
- Von geringer Bedeutung scheint mangelnde Berechtigung sowie Aufwand für die Eingabe
- Technische Probleme wurden nicht genannt



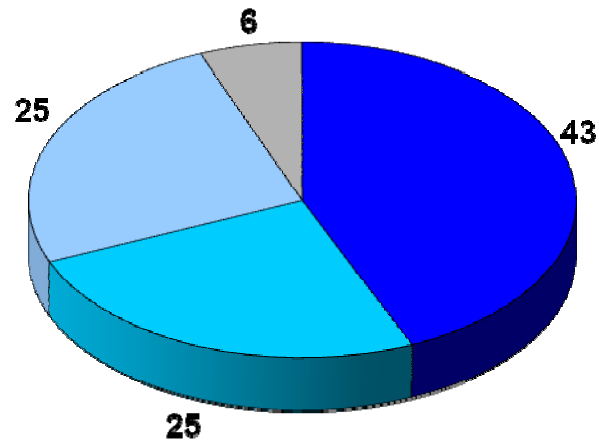
2.9 Weiterempfehlung von KIBB

Ergebnisse der
Online-Befragung

20

Würden Sie das KIBB-Portal weiterempfehlen?

Total



- Ja, das habe ich bereits getan
- Ja, das kann ich mir gut vorstellen
- Kann ich noch nicht beurteilen
- Nein

Angaben in Prozent; Basis: alle Befragten n=115

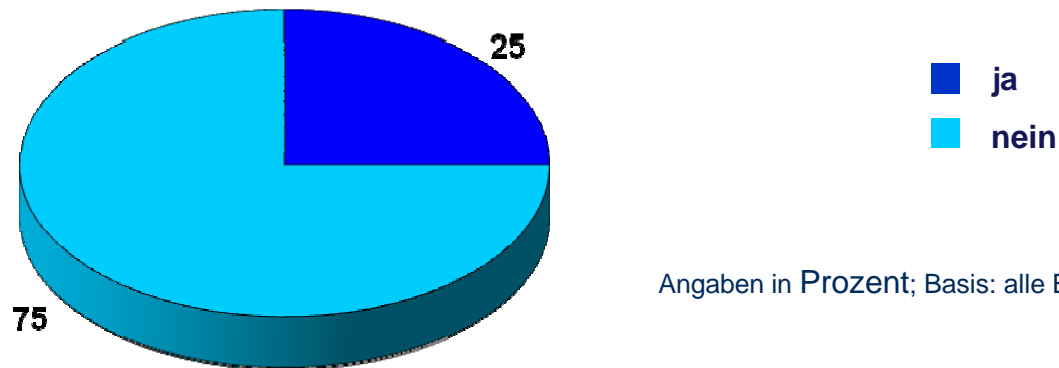
2.10 Kritik am KIBB-Portal

Ergebnisse der
Online-Befragung

21

Gibt es etwas, dass Sie am KIBB-Portal stört?

Total



Angaben in Prozent; Basis: alle Befragten n=115

Als Kritikpunkte am KIBB-Portal werden hauptsächlich genannt:

- Optische Aufmachung / Unübersichtlichkeit
- Informationen teilweise unvollständig
- Trennung/Zuständigkeit KIBB/BIBB teilweise unverständlich

2.11 Verbesserungsvorschläge

Ergebnisse der
Online-Befragung

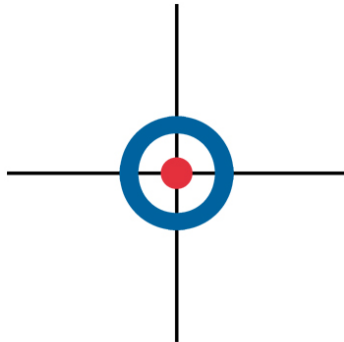
22

Ausgewählte Anregungen aus Nutzersicht, wie KIBB das Portal und den Service verbessern kann

- Mehr Transparenz auf der Webseite
- Eine verbesserte Suchfunktion mit Eingrenzungsmöglichkeiten
- Thematische und/ oder alphabetische Sortierung für das Anfragenarchiv
- Stärkere Einbindung der externen Forschungslandschaft, z.B. durch Links
- Persönliche Ansprechpartner für spezielle Themen in der Berufsbildungsforschung benennen (Expertendatenbank)
- Leichter Zugang zu Statistiken

Aufnahme in den KIBB Newsletter-Email Verteiler

- Durch die online Befragung konnten insgesamt 27 neue Kontakte für den KIBB Email-Newsletter-Verteiler gewonnen werden



3. Beschreibung der Zielgruppen

- 3.1 Zielgruppe BIBB
- 3.2 Zielgruppe Hochschule



3.1 Zielgruppe BIBB

Ergebnisse der
Online-Befragung

24

Was nutzt/möchte die Zielgruppe BIBB:

- Auffällig ist, dass diese Gruppe den Nutzen des KIBB-Portals für die eigene Arbeit am geringsten bewertet
- Wissenslandkarte ist die wichtigste Funktion für BIBB-Mitarbeiter
 ➡ ABER: Es zeigen sich Schwierigkeiten bei der Orientierung
- Unterstützung durch das KIBB-Team wird stärker genutzt als von anderen Institutionen (räumliche und persönliche Nähe)
- Forschungsnetzwerk für das BIBB eher unwichtig
- Tendenziell bewertet die Zielgruppe BIBB, das KIBB-Portal etwas schlechter
- 31% der BIBB-Mitarbeiter äußern Kritik am KIBB-Portal, die allerdings sehr konstruktiv ist

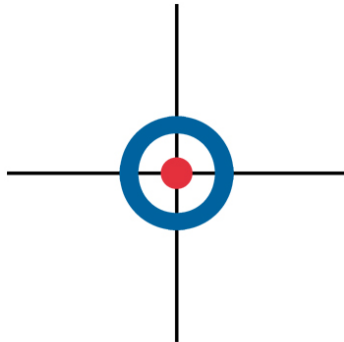
3.2 Zielgruppe Hochschule

Ergebnisse der
Online-Befragung

25

Was nutzt/möchte die Zielgruppe: „Hochschulbereich“:

- Hohe allgemeine Zufriedenheit mit dem KIBB-Portal (86% bewerten es als gut oder sehr gut)
- Von allen Gruppen bewertet der Hochschulbereich den Nutzen des Portals für die eigene Arbeit am höchsten.
- Literatur, Forschungsnetz AG BFN, Wissenslandkarte am häufigsten genutzt
 - ➔ Generell werden Forschungsnetzwerke als Informationsquelle von dieser Gruppe stark genutzt
 - Finden sich am Besten auf der Wissenslandkarte zurecht
- Über die Hälfte der Befragten aus dem Hochschulbereich informiert auf dem KIBB-Portal über ihre eigenen Aktivitäten im Bereich Berufsbildung
- Lediglich 18% stört etwas am KIBB-Portal
- Generell zeigt die Zielgruppe Hochschule die Tendenz, das KIBB-Portal, das Team und seine Funktionen sehr positiv zu bewerten



4. Ergebnisse der persönlichen Befragung

Ergebnisse der persönlichen Befragung
auf dem
5. BIBB-Fachkongress 2007

4. Zusammenfassung: Persönliche Befragung (I)

27



Bekanntheitsgrad von KIBB

- Das Kommunikations- und Informationssystem Berufliche Bildung (KIBB) ist einer relativ geringen Anzahl an Besuchern des BiBB-Fachkongresses bekannt

Genutzte Medien bei der Informationsrecherche

- Bei der Informationsrecherche ist bei den Befragten das Medium Internet von höchster Bedeutung. Es werden hauptsächlich Suchmaschinen wie „Google“, aber auch spezifische Internet-Seiten zur Recherche genutzt. Persönliche Kontakte und Printmedien sind bei der Informationssuche ebenfalls von Bedeutung

Gesuchte Themen/ fehlendes Informationsangebot

- Die gesuchten Themen sind sehr vielfältig. Hauptsächlich wird nach Aus- und Weiterbildungsthemen gesucht
- Obwohl vereinzelt Informationen zu bestimmten Themen nicht gefunden wurden, nehmen die Befragten das Angebot allgemein eher als Informationsflut wahr

4. Zusammenfassung: Persönliche Befragung (II)

28



Kritikpunkte an vorhandenen Internet-Seiten/ Optimierungspotenzial für die Informationsrecherche

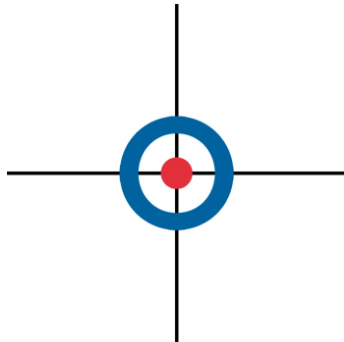
- Die interviewten Kongressbesucher sind grundsätzlich mit der Informationsrecherche eher zufrieden, bemängeln aber bei Internet-Seiten die Benutzerfreundlichkeit
- Dementsprechend wünschen sich die Befragten Websites mit klarer Nutzerführung und Transparenz. Außerdem soll die jeweilige Seite ein schnelles Erreichen des Ziels (Suchergebnis) ermöglichen

Unterstützung bei der Informationsrecherche

- Generell bevorzugen die Befragten die Informationsrecherche alleine durchzuführen, wünschen sich aber auf jeden Fall zu den einzelnen Themen konkrete Ansprechpartner

Aufnahme in den KIBB Newsletter-Email Verteiler

- Durch die persönliche Befragung auf dem BiBB-Fachkongress konnten insgesamt 46 neue Kontakte für den KIBB Email-Newsletter-Verteiler gewonnen werden



5. **Fazit und Empfehlungen**



5. Fazit und Empfehlungen (I)

Ergebnisse der
Online-Befragung

+

30

Ergebnisse der persönlichen Befragung
auf dem
5. BiBB-Fachkongress 2007

Stärken- und Schwächenanalyse des KIBB-Portals:

STÄRKEN

- Optische Gestaltung des Portals
- Wissenslandkarte als Übersichtshilfe
- Insgesamt umfangreiches Informationsangebot im Bereich Berufsbildung
- Gute persönliche Betreuung durch das KIBB-Team
- Hohe Zufriedenheit mit dem KIBB-Portal bei Nutzern
- Hohe Bereitschaft, dass KIBB-Portal weiterzuempfehlen

SCHWÄCHEN

- Relativ geringer Bekanntheitsgrad (außerhalb der Kernzielgruppen)
- Teilweise geringe Transparenz/Übersichtlichkeit (insbesondere der Wissenslandkarte)
- Bisher geringe Nutzung des Anfragenformulars
- Geringe Einbindung in externe Forschungslandschaft (insbesondere bezüglich Verlinkung)

5. Fazit und Empfehlungen (II)

Ergebnisse der
Online-Befragung

+

31



- Die persönliche Befragung der Besucher des BIBB-Fachkongresses hat gezeigt, dass der Bekanntheitsgrad von KIBB relativ gering ist, aber ein sehr großes Interesse daran besteht, KIBB kennen zu lernen.

➔ „Werbung“ für KIBB z.B. auf Kongressen, Fachveranstaltungen

- Das Bundesinstitut für Berufliche Bildung ist den meisten Befragten bekannt; an dieser Stelle wäre ebenfalls ein Ansatzpunkt, um auf KIBB hinzuweisen.

➔ Prominentere Platzierung des KIBB-Links auf der BIBB-Seite

- Ein Großteil der Befragten nutzt das Internet zur Informationsrecherche, vor allem Suchmaschinen.

➔ Suchmaschinen-Marketing optimieren

➔ Intensivierung der Verlinkung zu den häufig genutzten Informationsquellen (z.B. Forschungsnetzwerke)

5. Fazit und Empfehlungen (III)

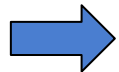
Ergebnisse der
Online-Befragung

+

32



- Allgemein wünscht man sich von Internet-Angeboten, dass sie klar strukturiert und übersichtlich sind. Eine klare Benennung von Titeln und Gliederungspunkten sowie kurze Zusammenfassungen würden den Befragten ebenfalls den Suchprozess erleichtern.



KIBB kann sich durch Erfüllung dieser Eigenschaften von anderen Internet-Angeboten abheben