

DEUTSCHLANDS BELIEBTESTE BILDUNGSANBIETER 2023

BERICHTSBAND ZUR STUDIE DES F.A.Z.-INSTITUTS



IMWF INSTITUT

Faktenkontor Group
EXCELLENCE
CREATES VALUE





#

**MOTIVATION
& METHODIK**

MOTIVATION

Ein beliebter Bildungsanbieter zeichnet sich in der Regel durch verschiedene Faktoren aus, die dazu beitragen können, seinen Erfolg zu fördern.

- Preis: Ein erschwinglicher Preis kann dazu beitragen, dass Kunden das Angebot des Bildungsanbieters als attraktiv empfinden und sich entscheiden, in ihre Bildung zu investieren.
- Produkt & Service: Ein gut gestaltetes und qualitativ hochwertiges Bildungsprodukt oder eine gut durchdachte Bildungsdienstleistung kann dazu beitragen, dass Kunden ihre Ziele effektiver erreichen und dadurch zufriedener sind.
- Reputation: Eine gute Reputation und Erfolgsbilanz eines Bildungsanbieters können das Vertrauen der Kunden in das Unternehmen stärken und dazu beitragen, dass sie bereit sind, in ihre Bildung zu investieren.
- Weiterempfehlung: Eine hohe Weiterempfehlungsrate kann ein Indikator für die Qualität der Produkte und Dienstleistungen des Anbieters sein und dazu beitragen, dass das Unternehmen einen guten Ruf und mehr Kunden gewinnt.

Vor diesem Hintergrund analysiert diese Studie zu etwa 200 Bildungsanbieter Aussagen in den Bereichen Preis, Produkt & Services, Reputation und Weiterempfehlung. So wird das Thema breit und umfassend bewertet.

DEUTSCHLANDS BELIEBTESTE BILDUNGSANBIETER

METHODIK: DATENERHEBUNG SOCIAL LISTENING

Die Datenerhebung für das Social Listening erfolgt zweistufig. Der erste Schritt ist das sog. Crawling:

1. Zuerst werden von unserem Partner pressrelations **sämtliche Texte, welche die Suchbegriffe enthalten, aus dem Netz geladen und in einer Datenbank erfasst.** Das Quellenset umfasst dabei annähernd sämtliche Seiten bzw. Inhalte von Seiten, die folgende Bedingungen erfüllen:
 - a. Deutschsprachige Domains (.at- und .ch-Seiten werden ausgeschlossen)
 - b. Uneingeschränkter Zugang zum Inhalt der Seite
2. Nicht erfasst werden Seiten oder Inhalte, die sich z.B. hinter einer Bezahlschranke oder einem zugriffsgeschützten Bereich befinden.
3. Damit ist das Quellenset sehr umfangreich.

Nachrichten-Seiten 

Webseiten 

Foren 



 Blogs

 **Wichtige**
Social-Media-Kanäle

 **Consumer-**
Seiten

 **Presse-**
mitteilungen

DEUTSCHLANDS BELIEBTESTE BILDUNGSANBIETER

METHODIK: DATENANALYSE SOCIAL LISTENING

Die zweite Stufe, das sog. Processing, greift auf die im Crawling gesammelten Daten zu und analysiert diese nach den Vorgaben des jeweiligen Untersuchungsgegenstandes.

1. Der große Datentopf wird dazu von unserem Partner Skylink mittels Verfahren der **Künstlichen Intelligenz (sog. neuronale Netze)** in Textfragmente aufgesplittet und anschließend in drei Stufen analysiert:
 - a. Welcher Bildungsanbieter wird erwähnt?
 - b. Welches Thema wird besprochen? (sog. Eventtyp)
 - c. Welche Tonalität weist das Textfragment auf?
2. Die Zuordnung der Erwähnungen zu den jeweiligen Eventtypen erfolgt mit Hilfe definierter Keywords, Text- und Satzkorpora, welche die Themengebiete breit abbilden und umfassen.
3. Auf der letzten Stufe werden die Erwähnungen mit einer Sentiment-Analyse bewertet und den Kategorien positiv, neutral oder negativ zugeordnet.



EINSATZ NEURONALER NETZE

Die im Processing verwendete Künstliche Intelligenz kategorisiert die gefundenen Textfragmente in einzelne Themengebiete. Diese werden „Eventtypen“ genannt. Hierbei existiert ein Katalog vordefinierter Eventtypen, von denen die folgenden in dieser Studie verwendet wurden.

Die Darstellung auf der folgenden Folie veranschaulicht die Systematik unseres Modells.

VERWENDETE EVENTTYPEN

Die Eventtypen beinhalten unter anderem folgende Themen:

Preis: Ersparnis, Vergünstigung, Kostenpunkt

Produkt & Services: Qualität, Dienstleistungen, Kundenservices, Kundenzufriedenheit

Reputation: Ansehen / Ruf, Image, Selbstbild

Weiterempfehlung: empfehlenswert, empfehlungswürdig, empfohlen

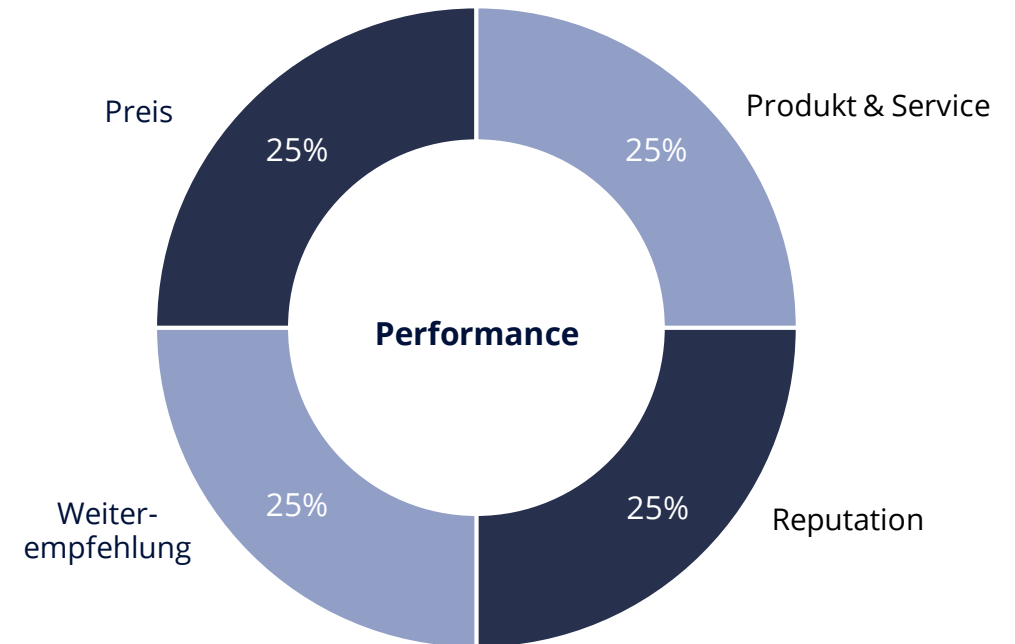
DEUTSCHLANDS BELIEBTESTE BILDUNGSANBIETER

METHODIK: MESSUNG DER PERFORMANCE

Es genügt nicht, allein in einem Themenfeld zu glänzen.

Jede der betrachteten Dimensionen ist wichtig für die Messung der Performance eines Bildungsanbieters.

Die Eventtypen Preis, Produkt & Services, Reputation und Weiterempfehlung gehen zu jeweils 25 % in die Messung der Performance ein.



DEUTSCHLANDS BELIEBTESTE BILDUNGSANBIETER

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL LISTENING



Faktenkontor Group
EXCELLENCE
CREATES VALUE

Für diese Studie konnten rund **20 Tausend Nennungen** zu den etwa **200** Bildungsanbieter innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **28. Februar 2022** bis **01. März 2023** identifiziert und zugeordnet werden.

Wie werden die Punktwerte für die Eventtypen ermittelt?

Zur Berechnung der einzelnen Punktwerte werden für jeden Bildungsanbieter und jeden Themenbereich des Modells folgende zwei Werte ermittelt:

- Tonalitätssaldo: Differenz aus positiven und negativen Nennungen geteilt durch die Gesamtzahl der Nennungen
- Reichweite: Anzahl der Gesamtnennungen im Verhältnis zum Mittelwert der Branche

Anschließend werden diese Werte zu einem ersten Punktwert verrechnet. Je reichweitenstärker ein Bildungsanbieter ist, desto stärker wirkt sich die Tonalität aus, also ob die Kommunikation überwiegend positiv oder negativ gefärbt ist.

Dieser so gewonnene Punktwert wird anschließend für die gesamte Branche normiert. Der beste Bildungsanbieter erhält hierbei 100 Punkte und bildet hiermit den Vergleichswert für alle anderen Bildungsanbieter dieser Branche. Weniger als 0 Punkte können nicht erreicht werden.

DEUTSCHLANDS BELIEBTESTE BILDUNGSANBIETER

METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Deutschlands beliebteste Bildungsanbieter**“ wird anhand der erreichten Punktzahl im Branchengesamtranking vergeben.

Die Berechnung des Punktwertes erfolgt branchenspezifisch auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten. Der Branchensieger erhält **100** Punkte und setzt damit den Benchmark für alle anderen untersuchten Bildungsanbieter. Eine Auszeichnung erhalten diejenigen Bildungsanbieter, die mindestens **60** Punkte in der Gesamtwertung erreichen.

Insgesamt wurden etwa **40 Bildungsanbieter** ausgezeichnet.





#

KONTAKT

ÜBER DAS F.A.Z.-INSTITUT

INTELLIGENCE IN MARKETING AND COMMUNICATIONS

Das F.A.Z.-Institut ist ein Unternehmen der renommierten Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung. Als Dienstleister für Kommunikations- und Marketingentscheider steht es für relevante, glaubwürdige und hochwertige Informationen. Seit mittlerweile 30 Jahren zeichnet sich die Arbeit des F.A.Z.-Instituts durch fachliche Anerkennung, ein hohes Renommee und langjähriges Kundenvertrauen aus.

Unternehmen profitieren hierbei von:

- Marketing- und Kommunikationslösungen
- Studien zur Unternehmensreputation
- KI-gestützte Reputationsanalysen
- Netzwerken, Events und Magazinen
- Zertifikatsstudien



ÜBER DAS IMWF

STRATEGIC IMPACT THAT MAKES THE DIFFERENCE

Das IMWF liefert **Insights für die strategische und operative Steuerung** in Pressearbeit, Marketing und Risikomanagement. Weltweit. Hochverdichtet. Handlungsleitend für unsere Kunden.

Basis dafür ist die gesamte öffentliche Kommunikation zu Marken, Unternehmen und Institutionen auf 438 Millionen Webseiten weltweit. In 130 Sprachen. Allein in Deutschland analysiert das IMWF laufend die Kommunikation zu 27.000 Marken und Unternehmen sowie zu 4.000 politischen Akteuren. Täglich wertet das IMWF Millionen von Aussagen aus und nutzt dafür eigens entwickelte Instrumente der künstlichen Intelligenz. Damit gehört das IMWF zu den **führenden Anbietern von KI-basierten Inhaltsanalysen in Europa**.

Die millionenfache Kommunikation verdichtet das IMWF-Analyseteam zu strategischen und operativen Handlungsempfehlungen. Unser Anspruch ist die Verdichtung auf das Entscheidende. Und das extrem zeitnah, um die Reaktionsgeschwindigkeit unserer Kunden bestmöglich zu unterstützen.

Die Erstellung umfangreicher Zertifikatsstudien wurde von der International School of Management ISM **geprüft und zertifiziert**.



DEUTSCHLANDS BELIEBTESTE BILDUNGSANBIETER

KONTAKT



Faktenkontor Group
EXCELLENCE
CREATES VALUE

Herausgeber der Studie

F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen GmbH

Pariser Straße 1
60486 Frankfurt am Main

Fon: +49 69 75 91 11 33
Fax: +49 69 75 91 80 11 33

E-Mail: info@faz-institut.de

www.faz-institut.de

Wissenschaftspartner

IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung GmbH

Vermarktungspartner

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341
50935 Köln

Fon: +49 221 67 78 67 61
Fax: +49 221 67 78 67 99

a.goeschl@servicevalue.de

www.servicevalue.de