

## Durch digitale Kanäle Seminarteilnehmer gewinnen

Ergebnisse einer internationalen Umfrage unter Weiterbildungsanbietern

**Mannheim/Stockholm, 24.04.2018 – Weiterbildungsanbieter in Europa und den USA setzen auf digitale Kanäle, wenn es darum geht, Kursteilnehmer für sich zu gewinnen. Klassische Anzeigen in der Presse und Plakatwerbung haben ausgedient. Zu diesem Ergebnis kommt eine in Deutschland, Skandinavien, Großbritannien und USA durchgeführte Umfrage des Portals [kursfinder.de](http://kursfinder.de).**

In Deutschland führen E-Mail-Marketing, Social Media und Google Ads die Liste der beliebtesten Vermarktungsmethoden von Weiterbildungen an. Ein ähnliches Bild spiegelt sich auch in Dänemark, Schweden, USA und Großbritannien wider – meist gefolgt von Weiterbildungsportalen. Anders sehen das Ganze die Finnen: Bei ihnen spielen Messeauftritte noch immer eine bedeutende Rolle: Mit 42 Prozent landen diese auf Platz zwei der beliebtesten Werbemaßnahmen für Seminare.

Woran lässt sich der Erfolg einer Marketing-Kampagne jedoch messen? Die Mehrheit der Befragten macht diese anhand der Leads fest. Es spielt allerdings nicht die Anzahl der Leads eine wesentliche Rolle, sondern viel mehr deren Qualität. Da sind sich die Anbieter in allen Ländern mehrheitlich einig. Wurde im Vorjahr noch die Erhöhung des Bekanntheitsgrades als zweitwichtigster Faktor für die Erfolgsmessung einer Marketing-Kampagne herangezogen, so ist es 2017 die Click-Through-Rate. Die Weiterleitung auf die eigene Webseite ist somit im vergangenen Jahr zum entscheidenden Faktor zur Erfolgsmessbarkeit geworden. Lediglich die Briten sehen das anders: Ein Fünftel von ihnen nutzt die Anzahl der Leads als zweitwichtigsten Faktor zum Bewerten des Kampagnenerfolgs.

### **Bedeutung von E-Commerce-Systemen wächst**

Im Bereich Service geht es volle Kraft voraus Richtung Online-Buchung. Verfügen die Kursanbieter über ein E-Commerce-System, so dass Seminare auch online bezahlt werden können? Was diesen Fortschritt anbelangt, sind die Finnen Spitzenreiter: Zwei Drittel von ihnen geben an, über ein solches System zu verfügen, knapp gefolgt von den Deutschen mit 62 Prozent. Es zeigt sich, dass die Schweden und Briten hier Aufholbedarf haben. Diesen Service bietet hier die Mehrheit der Kursanbieter nicht an.

Was die Bezahlung per Kreditkarte allerdings betrifft, können sich die Deutschen noch ein Scheibchen bei den anderen abschneiden: Kein Weiterbildungsanbieter gibt hierzulande an, dass die Kreditkarte als Zahlungsmittel genutzt werden kann, obwohl Online-Buchungen auf der Webseite möglich sind.

### **Zur Befragung:**

*Die Ergebnisse basieren auf den Antworten von 390 Weiterbildungsanbietern in Deutschland, Großbritannien, Schweden, Finnland, Dänemark und den USA. Die Untersuchung wurde Ende 2017/Anfang 2018 via Online-Befragung durchgeführt.*

### **Pressekontakt**

Vanessa Schäfer  
kursfinder GmbH  
Tel.: +49 621 437744-06  
[vanessa.schafer\(at\)kursfinder.de](mailto:vanessa.schafer(at)kursfinder.de)

### **Über kursfinder.de**

Seit 2011 unterstützt kursfinder.de Fach- und Führungskräfte darin, die passende berufliche Weiterbildung zu finden. kursfinder.de gehört zur schwedischen Educations Media Group, dem europäischen Marktführer für Bildungsportale.