

+++ edX +++ Familienbildungsstätte +++ FernUniversität Hagen +++ FutureLearn +++ Google Zukunftswerkstatt +++ IBB Institut für Berufliche Bildung +++ IHK Akademie +++ LinkedIn Learning +++ TÜV +++ Udemy +++ vhs +++ YouTube +++ edX +++ Familienbildungsstätte +++ FernUnive

Studiensteckbrief

# Studie Weiterbildungs-Zielgruppe betriebliche Nutzung 2026

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Mai 2026



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Weiterbildungs-  
Zielgruppe betriebliche Nutzung 2026

# Informationen zur Studie

## Nutzwert der Studie:



Worin unterscheidet sich die Zielgruppe in **soziodemografischer Hinsicht** von der Gesamtheit der Weiterbildungs-Kunden?



Welche **Motivatoren** sind für betriebliche Nutzer bei der Produktnutzung besonders relevant?



Zu welchen weiteren **Weiterbildungsprodukten** besteht in der Zielgruppe eine Affinität?



Welche **Anbieter** sind in der Zielgruppe überdurchschnittlich beliebt?



**Worüber** kommunizieren Weiterbildungs-Kunden mit Weiterbildungsanbietern?



Über welche **Medien** erreiche ich die Zielgruppe besonders gut?



# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Soziodemografie

**7%**



**Betriebliche Nutzer**  
in der Online-Bevölkerung

### Produkt

**Top-Produkte**

- Onlinekurse
- Präsenzseminare
- Weiterbildung im Betrieb

### Kundenverhalten

**18%**

Nutzung aufgrund von **Empfehlung**

### Anbieter

beliebteste Anbieter  
(Nutzungsabsicht)

**IHK Akademie**

TÜV

YouTube

### Nutzungsorte

**54%**

der Weiterbildungs-  
nutzungen  
erfolgen

**online**

### Freizeit & Medien

die Zielgruppe nutzt  
überdurchschnittlich  
häufig

**Online-Shops**



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe betriebliche Nutzer**

Analyseinhalte: **Soziodemografie, Marktanteile, Kunden-, Freizeit- und Medienverhalten** der Zielgruppe

Nutzung von **12 Produktkategorien** und **12 Anbietern**

alle Information auf **73 PowerPoint-Seiten**

**objektiv, unabhängig** und **neutral**

als **PDF und PowerPoint-Datei** kurzfristig verfügbar

**Nutzen:** Detailbetrachtung der Zielgruppe als Basis für kundenzentrierte Marketingmaßnahmen

## Forschungsdesign:

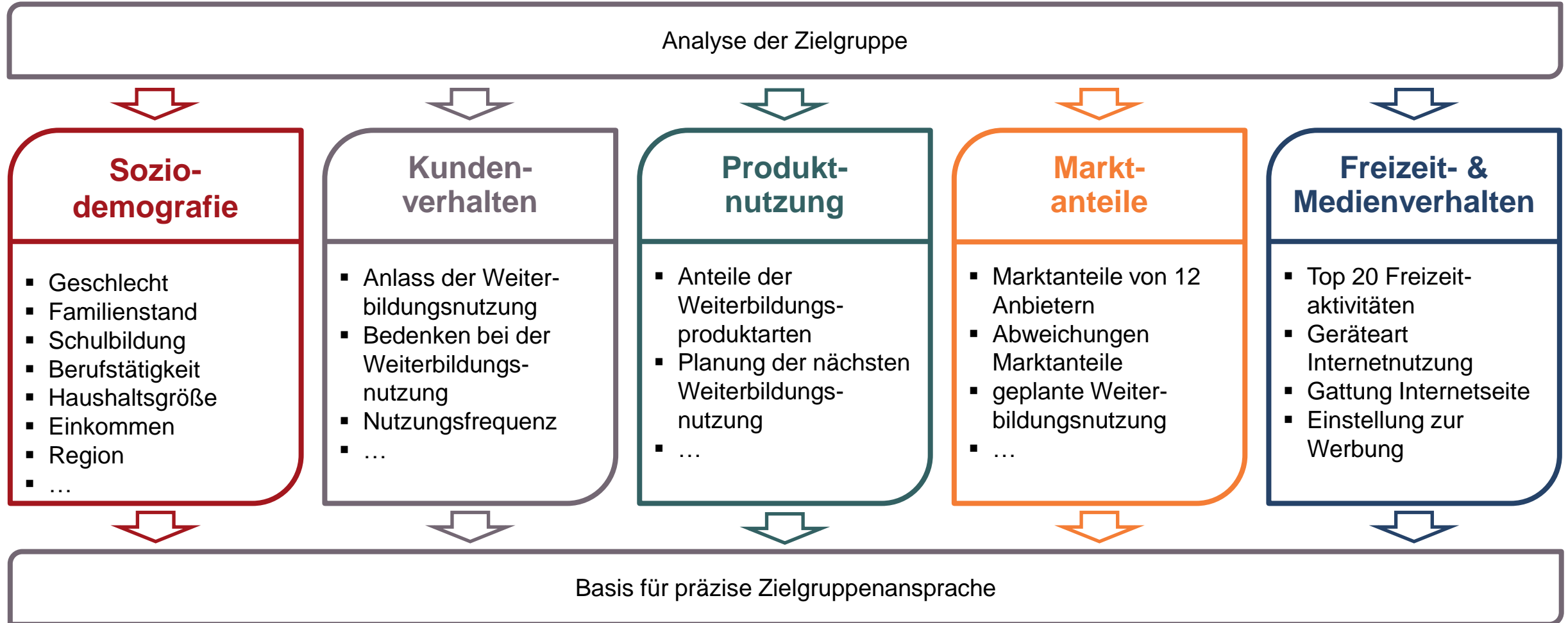
- 2.000 Interviews
- online-bevölkerungs-repräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 7 Prozent aus der Zielgruppe betriebliche Nutzung
- im Mai 2026 erschienen

## Preis:

- die 73 Seiten umfassende Studie kostet **1.500 EUR** zuzüglich MwSt.

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Soziodemografie	12
Vergleich der Zielgruppe mit der Vergleichsgruppe in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region, Wohnsituation	
➤ Kundenverhalten	24
Bewertung der Statements, Konkreter Anlass der letzten Weiterbildungsnutzung, Bedenken bei der Weiterbildungsnutzung, Nutzungsart des zuletzt genutzten Weiterbildungsangebots, Private oder berufliche Nutzung des letzten Weiterbildungsangebots, Kostenübernahme des letzten Weiterbildungsangebots, Frequenz der Produktnutzungen	
➤ Produktkategorien	34
Zuletzt genutzte Produktkategorien, letzte beide genutzte Produktkategorien, voraussichtlich nächste Produktnutzung, Differenz der Marktanteile	
➤ Anbieter	42
Verteilung der Anbieter, Marktanteile der Anbieter, Abweichungen Marktanteile, Nutzungsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Nutzungsorte	51
Verteilung der Nutzungsorte, Marktanteile der Nutzungsorte, Abweichungen Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	57
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen, Letzter Kontakt zum Anbieter	
➤ Kontakt	72

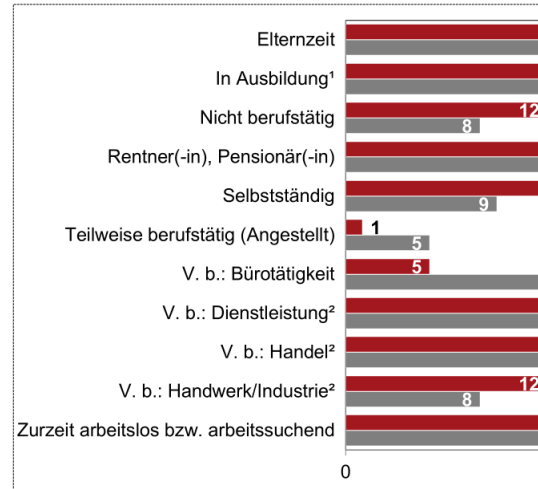


# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

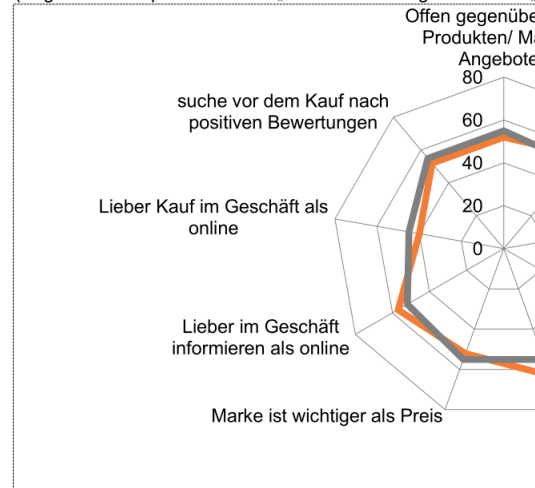


Fragestellung: Ihr Beruf? V.b. = Voll berufstätig; 1 Schule, Ausbildung, Studium, in Umsch...



### Kundenverhalten

Kundenverhalten der Zielgruppe im Vergleich zu allen Weiterbildungskunden  
(Angaben als Top-2-Box-Werte „stimme voll und ganz zu“ und „stimme zu“)



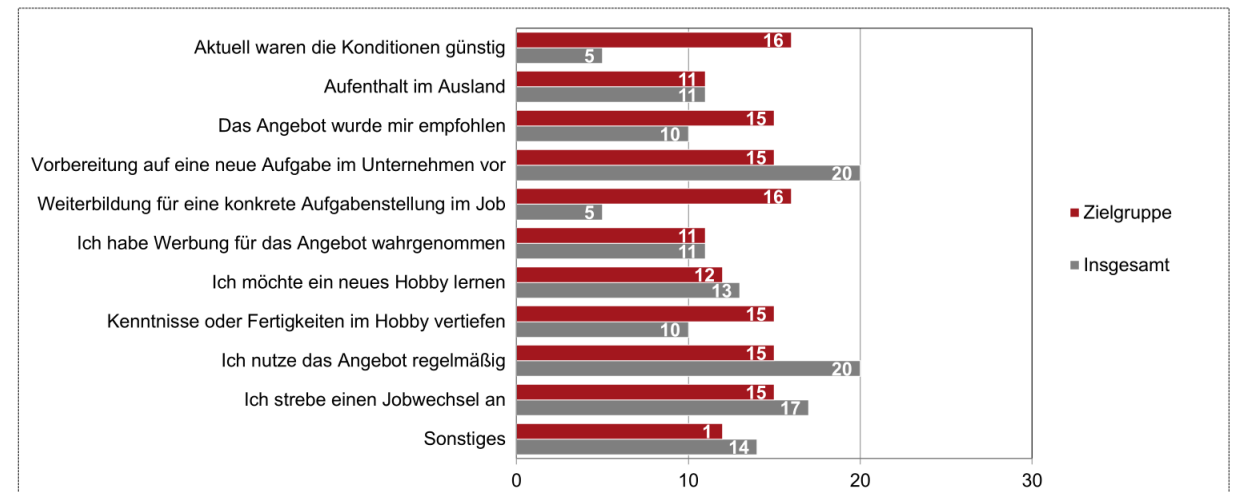
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



Was war der konkrete Anlass für die letzte Weiterbildung?

### Kundenverhalten

Konkreter Anlass der letzten Nutzung (Angaben in %)



Fragestellung: Aus welchem konkreten Anlass haben Sie das letzte Weiterbildungsangebot genutzt? (Mehrfachantworten möglich)



Studie Weiterbildungs-Zielgruppe betriebliche Nutzung 2026

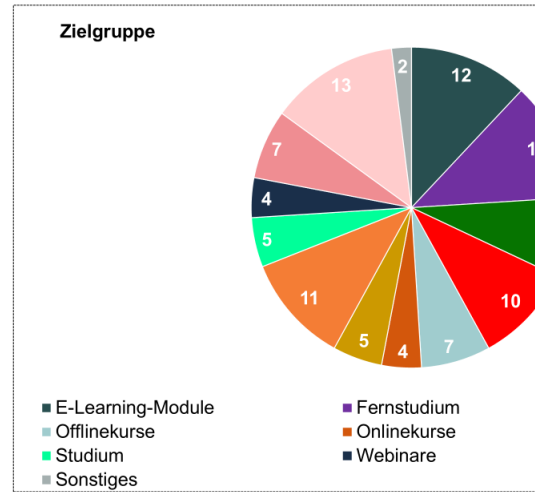
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produktkategorien

Anteil der Produktkategorien an den **letzten Produktnutzungen**<sup>1</sup> (Angaben in %)

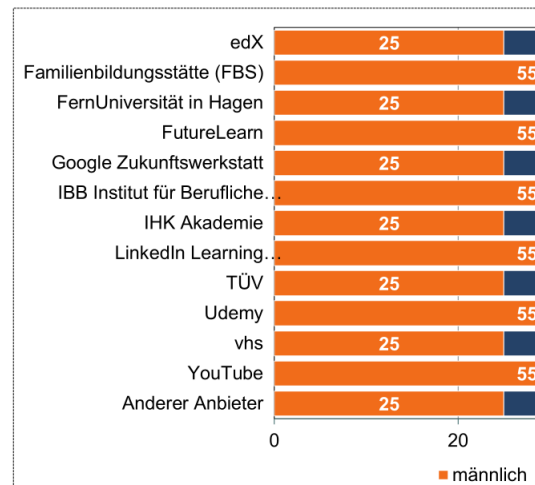


1 Basis: letzte zwei Produktnutzungen



### Anbieter

Anteile der Geschlechter nach Anbieter in der Zielgruppe<sup>1</sup> (Angaben in %)



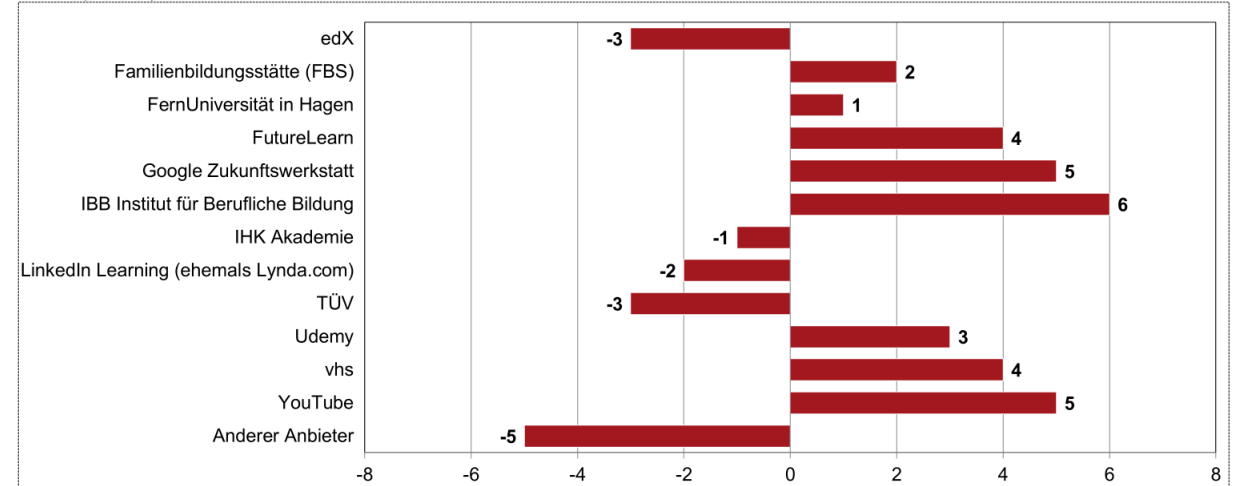
Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchem Anbieter Sie das oben genannte Produkt genutzt haben. 1 Basis: letzte zwei Produktnutzungen (Anbieter)



Welche Anbieter werden zukünftig gewählt?

### Anbieter

Differenz der Marktanteile produktgruppenübergreifend in der Zielgruppe<sup>1</sup> (geplante Nutzung abzüglich letzte Nutzung, Angaben in Prozentpunkten)



Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchem Anbieter Sie das oben genannte Produkt genutzt haben. 1 Basis: letzte 2 Produktnutzungen (Anbieter)



Studie Weiterbildungs-Zielgruppe betriebliche Nutzung 2026

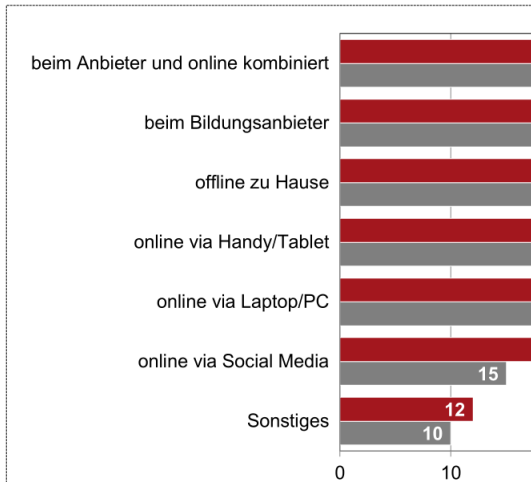
Welche Produktgruppen nutzt die Zielgruppe verstärkt?

# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Nutzungsorte

Verteilung der Produktnutzungen auf die Nutzungsorte<sup>1</sup> (Angaben in %)



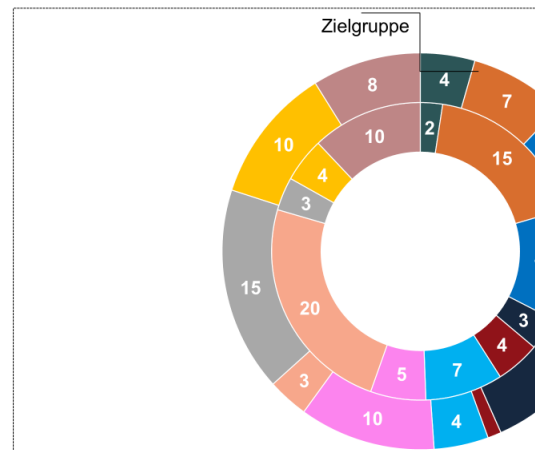
Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie das oben genannte Produkt genutzt haben. 1 Ba online via Laptop oder PC



**Welche Nutzungsorte wählt die Zielgruppe verstärkt?**

### Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



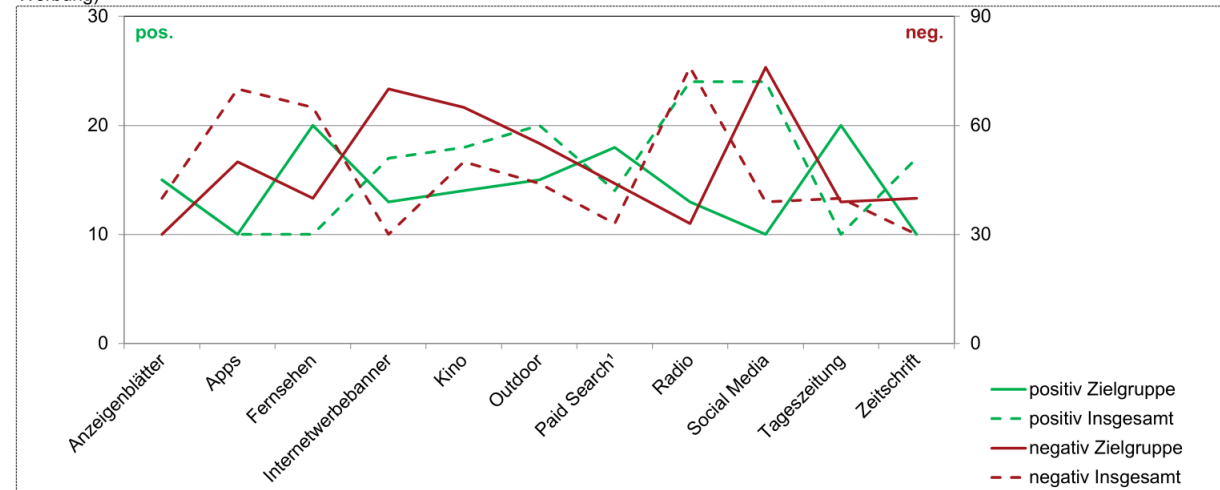
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite zuordnen?



**Über welche Medien kann ich die Zielgruppe erreichen?**

### Freizeitverhalten und Mediennutzung

Einstellung zur Werbung in der Zielgruppe (Angaben in durchschnittlichen Prozent, Zustimmung zu positiven und negativen Statements zur Werbung)



Fragestellung: Bitte bewerten Sie folgende Werbeformen. (Mehrfachantworten möglich) 1 Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Weiterbildungs-Zielgruppe betriebliche Nutzung 2026

# Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

**E-Mail:** [ronja.inhofer@research-tools.net](mailto:ronja.inhofer@research-tools.net)

**FAX:** +49 (0)711 – 55090384

**Auftragnehmer:** research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.500 EUR zzgl. MwSt. die **Studie Weiterbildungs-Zielgruppe betriebliche Nutzung 2026**.

**Auftraggeber:**

Firma: \_\_\_\_\_

Ansprechpartner: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Position/Funktion: \_\_\_\_\_

Datum, Ort, Unterschrift: \_\_\_\_\_



Ihre Ansprechpartnerin für diese Studie ist:

**Ronja Inhofer**



Marketinganalytikerin  
M.Sc. Planung und Partizipation  
Tel.: +49 711 55090383, Fax +49 711 55090384  
E-Mail: ronja.inhofer@research-tools.net

**research tools**

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar  
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist mit Insights aus mehr als 100 Branchen.

In der Reihe ‚Zielgruppen-Studien‘ sind bisher mehr als 100 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zu verwandten Branchen:

- Studie Kundenpfade Weiterbildung 2025
- Studie eVisibility Schulbedarf 2025
- Werbemarktanalyse Immobilienvermittlung 2025
- Werbemarktanalyse Messen und Kongresse 2025
- Werbemarktanalyse Jobvermittlung 2024
- Studie eVisibility Büromaterial 2024

Die hier vorgestellte Studie ist die zweite Weiterbildungsstudie.

