

Hinweise zu Weiterbildung Hamburg e.V.

Das Dienstleistungsangebot

- Bereitstellen von Selbstinformedien zu Weiterbildungsangeboten
- Beratungsservice zu allen Fragen rund um die Weiterbildung
- Qualitätssicherung von Bildungsangeboten auf Anbieterseite
- Teilnehmerschutz auf Nachfragerseite
- Optimierung des regionalen Weiterbildungssystem

Gründungsjahr: 1987

Der Basissetat umfasst ca. 1 Mio. Euro

Anzahl fester Mitarbeiter: 15

Merkmale: Neutrale Information und Beratung

öffentliche (statt staatliche) Verantwortung für
Qualitätssicherung

Jürgen Voß

Leiter der Hamburger Weiterbildungsdatenbank WISY

Seit '87 verantwortlich für Entwicklung und Auskunftsservice der
Kursdatenbank WISY

Zuständig für die Publikationen „1001 m@I Lernen“ und

„Bildungsurlaub – Früchte des Wissens

Digitale Kooperation der Weiterbildungsinfodienste

Erfahrungen und Vorschläge für Regelungen und Standards im Datenverkehr

A. Und täglich grüßt das Murmeltier – wie lange noch?

- I. Problemstellung und Ausgangspunkt**
- II. Bisherige Kooperationsversuche und Hindernisse**

B. Hat das Murmeltier ausgegrüßt? Lösungsansätze

- I. Engpassfaktoren**
- II. Kurzfristige Lösungen zur Kostensenkung der Technik durch Mitnutzung (z.B. des WISY- Erfassungsmoduls)**
- III. Mittelfristige Lösungen zu Entwicklungskosten Technik Freeware oder Open- Source- Lösungen**
- IV. Mittelfristige Lösung zur Kostensenkung Datenpflege: Kompatibilität sichern durch DIN- Normung**

Weiterbildungsdatenbanken

Relationen von Erfolgskomponenten

Tue Gutes ...

1. Produktkosten für den Infoservice

(Maßstab: Transparenz und Vergleichbarkeit)

1.1. Entwicklungskosten für Infomedien

(ca. 10% der Betriebskosten)

Umfang weitgehend **unabhängig vom Infoeffekt!**

1.2. Betriebskosten Datenpflege - *Mittelfresser Nr.1*

(ca. 1 Stelle für 1 Mio. Einwohner)

abhängig vom angestrebten Infoeffekt:

technische Betriebskosten; Umfang weitgehend **unabhängig vom Infoeffekt!**

... und rede davon!

2. Anwendungskosten für Infoservice - *Mittelfresser Nr.2*

(Maßstab: Anzahl Verbraucher, deren Entscheidung unterstützt wurde)

2.1. Werbung Personalkosten

(kaum mehr als 1/2 Stelle für einen Infodienst)

Umfang weitgehend **unabhängig vom Infoeffekt**

2.2. Werbung Sachkosten

(i.d.R. ca. 10-15% der Betriebskosten, min. 5.000 € p.a.)

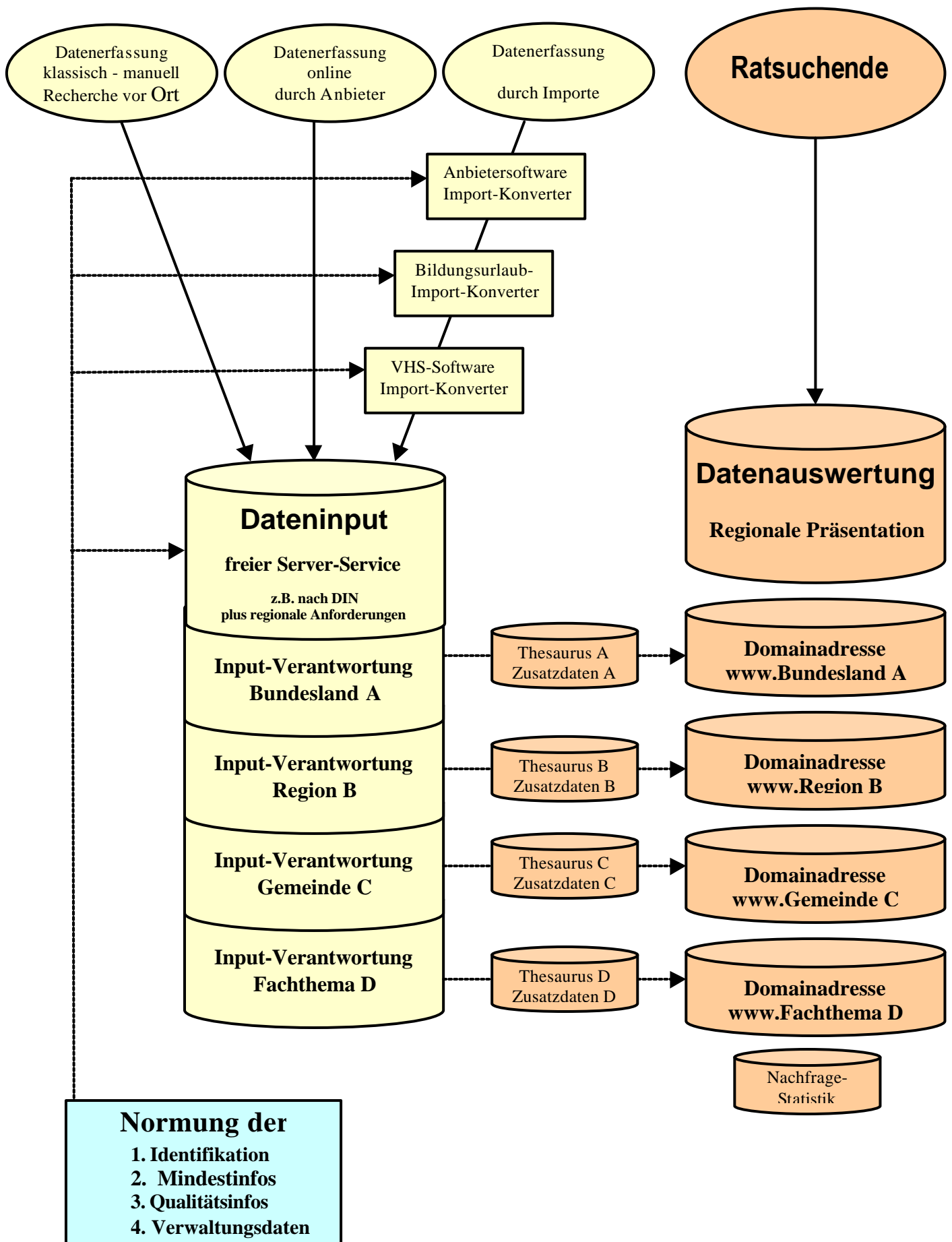
2.3. Ggf. Printmedien Herstellungs- und Vertriebskosten;

Umfang abhängig vom angestrebten Infoeffekt.

3. Sach- und Verwaltungskosten **(i.d.R. ca. 15% der Gesamtkosten)**

Vorschlag zum Info-Management für Kursangebote

Zusammenführung der Vorteile von Integration und Autonomie



- Normung der**
1. Identifikation
 2. Mindestinfos
 3. Qualitätsinfos
 4. Verwaltungsdaten