



DAS WIFI

Das Wirtschaftsförderungsinstitut (WIFI) der Wirtschaftskammern ist seit nunmehr 70 Jahren zuverlässiger Partner der heimischen Unternehmen bei berufsbezogener Aus- und Weiterbildung. Eine Dachorganisation, neun Landes-WIFIs und 80 Außenstellen sind mit einem Angebot von 30.000 Kursen ein Garant für Weiterbildung in regionaler Nähe. An die 12.000 erfahrene Trainer/-innen aus der Praxis überzeugen mit fachlicher und didaktischer Kompetenz, die von den 350.000 jährlichen WIFI-Kundinnen und -Kunden nach Schulnotensystem mit 1,1 bewertet werden. Als dynamische Institution der Wirtschaftskammer Organisation fördert das WIFI die Leistungskraft und Wettbewerbsfähigkeit österreichischer Unternehmen.

GESCHICHTE

Die junge Republik nach 1945

In den ersten Jahren der Zweiten Republik war das von der Handelskammer im Jahr 1946 gegründete Wirtschaftsförderungsinstitut wesentliches Instrument zur Förderung von Gewerbe und Handel. So wurde die Basis für eine funktionierende Volkswirtschaft geschaffen. 1950 gab es bereits 950 Veranstaltungen, 1954 wurde die erste Prüfungsordnung des WIFI festgelegt. Besonders für die in den Export drängende Wirtschaft wurden spezielle Angebote erstellt. 1969 wurde der erste Hochschullehrgang für Export entwickelt.



Das Erscheinungsbild des Kursbuchcovers der vergangenen Jahrzehnte reflektiert die visuelle Entwicklung der Marke WIFI.

Die technische Revolution in den 70er und 80er-Jahren

In den 70er- und 80er-Jahren investierten die WIFIs massiv in die Erneuerung und das technische Equipment der Institute. Der Strukturwandel der österreichischen Wirtschaft erforderte neue Qualifikationen und Fertigkeiten. EDV, Elektronik, Automatisierung, Marketing, um nur einige zu nennen. Für das WIFI bedeutete das: Entwickeln von neuen Lern- und Lehrinhalten,

laufende Weiterqualifizierung der WIFI-Trainer/-innen, Ausbau und modernste Ausstattung der WIFI-Werkstätten und neue Kommunikationsstrukturen in der Vermittlung von Wissen.

Das digitale WIFI in den 90er-Jahren

Das Internet brachte in den 90er-Jahren einen weiteren wichtigen Einschnitt mit sich. Damit erschloss das WIFI neue Wissenswelten. Im Jahr 1995 ging wifi.at online und somit konnten Kunden und Kundinnen schnell und unkompliziert per Mausclick Kurse buchen, elektronische Einstiegstests machen und vieles mehr. Ende der 90er-Jahre wurden erste eLearning-Module eingeführt, womit sich das WIFI als Pionier im Bereich innovativer Lernmethoden positionieren konnte.

WIFI goes international: das 21. Jahrhundert

Bildung und Wissensvermittlung sind heute das Kapital, das auch erfolgreich ins Ausland exportiert wird. Das WIFI

wurde sukzessive in den CEE- und SEE-Ländern aktiv. Heute sind es über 10 Länder in dieser Region, wo von WIFI International initiierte und umgesetzte Weiterbildungskurse für Auslandsniederlassungen österreichischer Unternehmen stattfinden - projektbezogen auch in China und im arabischen Raum.

PRODUKT UND INNOVATION

Die Angebote des WIFI richten sich an alle Menschen, die an berufsbezogener

Weiterbildung interessiert sind – egal, ob Unternehmer oder Privatpersonen, mit oder ohne Beschäftigung. Firmeninterne Trainings, kurz FIT, führen die Kursteilnehmer/-innen weg vom Kursraum hin zur Weiterbildung direkt in den Unternehmen. eLearning bietet die ortsunabhängige Möglichkeit der Weiterbildung. Das vom WiFi eigens entwickelte Lernmodell LENA (LEbendig und NÄchhaltig) fördert die in den Unternehmen sehr geschätzte Selbstlernkompetenz der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, das heißt die Fähigkeit und Motivation sich selbst Wissen anzueignen und dieses in Können umzusetzen. Alle WiFi-Lernangebote orientieren sich an zwei Maximen: einerseits am unmittelbaren praktischen Nutzen der Inhalte und andererseits an den modernsten Erkenntnissen der Lern- und Kompetenzforschung.

Die WiFi als wichtigster Bildungspartner der Wirtschaft legen seit jeher den Fokus auf zukunftsorientierte und praxisrelevante Ausbildungen, die sowohl den Unternehmen als auch deren Mitarbeitern ein lebensbegleitendes Spektrum an Aus-

und Weiterbildungsmöglichkeiten bieten. Die akademischen WiFi-Ausbildungen in Kooperation mit anerkannten Hochschulen und Universitäten sind in diesem Portfolio ein Schlüsselement. Sie ermöglichen engagierten Fachkräften – auch ohne Matura – den Erwerb wesentlicher Management- und Führungskompetenzen mit hochschulischer Fundierung. Der Karriereweg vom Lehrling zum Master ist somit möglich – ganz im Sinne der Durchlässigkeit der Bildungssysteme. Neuerdings bietet das WiFi auch gebrandete eShops für Websites von Unternehmen, die so ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern das für sie relevante WiFi-Weiterbildungsangebot näher bringen möchten.

DIE MARKE

Die Marke WiFi wurde vor allem über einen einheitlichen Werbeauftritt konsequent aufgebaut. Die Kommunikation und das Selbstverständnis wurden in Richtung Kundenorientierung geändert und die Kurse aktiv beworben. Das jährlich

erscheinende Kursbuch wurde noch übersichtlicher und kundenfreundlicher gestaltet. Mittlerweile verfügt das WiFi über einen Bekanntheitsgrad von 93 Prozent und erzielt einen Umsatz von 170 Millionen Euro. Der Marktanteil in Österreich liegt bei 25 Prozent.

Um die professionelle Etablierung der Marke weiter voranzutreiben, folgten ab den 70er-Jahren einheitliche, länderübergreifende Werbeaufträge. Kurse und Seminare werden nun über TV-Spots, Anzeigen, Direct Mailings und heutzutage auch über digitale Kanäle beworben. Das Markenzeichen/Logo wird bei allen Kommunikations-Aktivitäten eingesetzt: Kursbuch, Werbemittel, Firmendrucksaften, Homepage, Soziale Medien, Skripten, Videos und Präsentationen und selbstverständlich auch auf sowie in Gebäuden (rund 1.300 Kursräume und zirka 300 Ausbildungswerkstätten etc.). Alle Kommunikationsmaßnahmen sind darauf ausgerichtet, die konkreten, differenzierenden Leistungen der Marke überzeugend zu vermitteln.

Als primäre Schnittstelle zum Kunden bzw. zur Kundin sind es vor allem die Trainer/-innen, die die markenspezifischen Leistungen und Qualitäten des Institutes uneingeschränkt verkörpern. Sie erbringen sämtliche Leistungen gemäß der hohen Ansprüche der Marke und sind letztendlich der Botschafter und integraler Bestandteil der Marke WiFi. Es wird mit aller Kraft weiter daran gearbeitet werden, dass die Marke durch immer bessere Produkte und Leistungen aktuell und attraktiv gehalten wird. Dies wird durch den regelmäßigen Austausch mit den Fachorganisationen der Wirtschaftskammer und anderen Experten und Expertinnen aus der Wirtschaft ermöglicht.



Mag. Markus Raml (Kurator WiFi Österreich, links im Bild) und Prof. Dr. Michael Landertshammer (WiFi Österreich Institutsleiter) sind überzeugt, dass lebenslanges Lernen mit einer „Superbrand“ wie dem WiFi noch mehr Spaß macht.

WAS SIE NOCH NICHT WUSSTEN ...

- DIE WiFi-ERFOLGSFORMEL LAUTET: THEORIE + PRAXIS = ERFOLG
- WiFi-ZEUGNISSE UND -ZERTIFIKATE SIND IN DER WIRTSCHAFT NATIONAL UND INTERNATIONAL ANERKANNT
- VON UNTERNEHMEN BESONDERS GESCHÄTZT: MASSGESCHNEIDERTE ANGEBOTE FÜR FIRMENINTERNE TRAININGS (FIT).
- WÄRE DAS WiFi, GEMESSEN AN SEINEN KUNDINNEN UND KUNDEN, EINE STADT, ES WÄRE DIE ZWEITGRÖSSTE ÖSTERREICHS.