

Das Volkshochschulgefühl

Die Kampagne des HVV zur Gewinnung neuer Kursleitungen

CHRISTOPH KÖCK

In der Coronazeit haben in Hessen etwa ein Drittel der 12.000 Kursleiterinnen und Kursleiter ihren oft langjährigen Dienst an der Volkshochschule beendet. Mit einer breit angelegten gemeinsamen Werbeaktion wollen die 32 Volkshochschulen neue Köpfe und frische Impulse für die vhs-Community gewinnen. Die Marketingkonferenz der Hessischen Volkshochschulen identifizierte dazu im Jahr 2023 einen Bedarf an Expertinnen und Experten in fast allen vhs-Programmfeldern. Gleichzeitig fällt die Bedarfsanalyse in eine Phase des Generationenwechsels. So manche »altgediente« (und verdiente) Kursleitung sieht die Zeit des Abschieds gekommen: Neue Anforderungen in der Lehre – zum Beispiel im Feld des digital begleiteten Unterrichts – wollen nicht mehr alle Lehrkräfte mitmachen, was zweifelsfrei verständlich ist.

Doch welche Kompetenzen sollen in die Volkshochschule einfließen? Von zentraler Bedeutung ist die Ambition, das eigene Spezialwissen mit anderen Menschen teilen zu wollen und es gemeinsam weiterzuentwickeln. Beim Erwerb (weiterer) didaktischer Fähigkeiten unterstützen die Volkshochschulen und der Verband mit einschlägigen Fortbildungen.

Auf dieser Grundlage hatte eine Arbeitsgruppe – bestehend aus Vertretungen des Verbands und der Volkshochschulen – gemeinsam mit der Agenturen Erdmann & Erdmann und Freddie Agency aus Hanau vier Prototypen neuer Kursleitungen auf der Basis von Milieuanalysen und der Persona-Methode ausfindig gemacht. Im Fokus stehen vier Lehrkräfte, die als »Identifikatoren« in Videos und auf Printprodukten davon erzählen, was sie an ihrer Tätigkeit an der vhs begeistert und wie sie ihr ganz eigenes »Volkshochschulgefühl« beschrieben.

Als erste Persona wurde ein 24-jähriger experimentierfreudiger Student der Biologie und der Kulturwissenschaften identifiziert, der nach einer Möglichkeit sucht, sich mit seinem erworbenen Wissen als Lehrkraft auszuprobieren. Die vhs ist für ihn eine attraktive Durchgangsstation, um sich beruflich fortzuentwickeln. Zudem kann er die Nebeneinkünfte gut gebrauchen.

Der zweite männliche Prototyp ist ein Vorruheständler, der als KFZ-Meister mit einer eigenen Werkstatt tätig war

und der seine Kompetenzen nun »nebenher« einbringen möchte. Er restauriert Oldtimer und möchte sein Autowissen an der vhs weitergeben. Finanziell ist er abgesichert.

Die Dritte im Bunde ist eine in ihrer ländlichen Region gut vernetzte Fitness- und Personal-Trainerin, die vor einigen Jahren aus Georgien zugewandert ist. Sie sieht die Volkshochschule als Institution, in der sie ihr Wissen verbreiten und sichtbare Zeichen für den Aufbau und die Erweiterung ihrer unternehmerischen Existenz setzen kann.

Die vierte Persona ist eine junge Erzieherin, Anfang 30, mit Familie, aus städtischem Umfeld, deren Leidenschaft Kreativarbeit und Do-It-Yourself ist. Sie möchte dazu in ihrem Umfeld Lern-Communities aufbauen. Die vhs ist dafür die ideale Partnerinstitution. Dass sie mit ihrer Aufgabe ein Honorar erwirtschaftet, kommt ihr entgegen.

In einem nächsten Schritt wurden zu diesen fiktiven Personas in den Volkshochschulen reale Role Models gesucht, was erstaunlich leicht funktionierte: Gefunden wurden ein Student, angehender Lehrer, als Dozent für Digitales und Deutsch; ein versierter Ruheständler und ehemaliger selbstständiger Fotograf; eine Coachin als Personal-Trainerin im Kontext von Bildungsurlaufen; sowie eine Medienfachfrau, die »nebenher« als junge, kreative Yogalehrerin tätig ist. Diese vier Personen wurden zu den Gesichtern einer breit angelegten Video- und Printkampagne, die Anfang 2024 gestartet wurde.

Das hessenweite Medienecho in regionalen und überregionalen Medien war außergewöhnlich groß, auch die großen Fernsehanstalten (HR, ZDF, DLF) berichteten von der Kampagne. Erfreulich positive Resonanz gab es auch in den Volkshochschulen. Die Kolleginnen und Kollegen vor Ort wurden auf die Kampagne durch ein ausführliches Briefing durch den hvv und eine Social-Media-Schulung vorbereitet, zudem hat der Verband für interessierte angehende Kursleitungen eine Landingpage eingerichtet.

Ein zweiter Aufschlag der Kampagne ist für Mitte Januar 2025 vorgesehen. Dann werden Advertorials mit begleitender Social-Media-Werbung im Zentrum stehen. Das Material zur Kampagne wurde allen Volkshochschulen in Deutschland zur Verfügung gestellt.

Weiterführende Informationen:

Youtube-Kanal: [HTTPS://T1P.DE/FSXWZ](https://t1p.de/fsxwz)

Landingpage für Kursleitungen: [HTTPS://T1P.DE/XFVPO](https://t1p.de/xfvpo)

Medienecho zur Kampagne: [HTTPS://T1P.DE/1MXC2](https://t1p.de/1mxc2)

DR. CHRISTOPH KÖCK
ist Direktor des Hessischen Volkshochschulverbands.

koeck@vhs-in-hessen.de