

Erläuterungen

Sitzung: öffentlich

Vorlage: 0014/2021

Neuausrichtung des Marketings der VHS

Beratungsfolge:

09.02.2021	Kreisausschuss
09.03.2021	Kreisausschuss

Finanzielle Auswirkungen:	ja, voraussichtlich Kosteneinsparungen
----------------------------------	--

Leitbildrelevanz:	5.
--------------------------	----

Inklusionsrelevanz:	ja
----------------------------	----

Seit Bestehen der Volkshochschule des Kreises Heinsberg wird das Angebot den Bürgerinnen und Bürgern im Kreis Heinsberg über ein gedrucktes Jahresprogramm vorgestellt, das kurz vor den Sommerferien in Verwaltungen, Kreditinstituten und Buchhandlungen ausgelegt wird. Zeitgleich wird das Programm auf der Internetseite www.vhs-kreis-heinsberg.de freigeschaltet.

Seit einigen Jahren zeichnet sich ab, dass das gedruckte Programmheft der VHS immer weniger nachgefragt wird. Die Auflage wurde bereits stark reduziert (2010: 37.000; 2020: 20.000), gleichwohl wird es immer schwieriger, die fast 400 Seiten umfassende Broschüre zu platzieren. Auch in diesem Jahr müssen wieder sehr viele Broschüren entsorgt werden. Eine Fortsetzung des alten Verfahrens erscheint auch unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung nicht angebracht.

- Die zunehmende Digitalisierung der meisten Lebensbereiche, auch im Bereich der öffentlichen Verwaltung, führt zu deutlich geringeren Besucherströmen, geschlossenen Filialen bei Kreditinstituten und insgesamt weniger Auslagemöglichkeiten für ein Programmheft. Diese Entwicklungen wurden durch die Corona-Pandemie noch beschleunigt.
- Das Jahresprogramm ist bereits zum Erscheinungstermin veraltet, da der Planungsstand zum Zeitpunkt der Drucklegung - regelmäßig im Mai eines Jahres - dargestellt wird und eine Kundeninformation bis zum Sommer des nächsten Jahres bieten soll. Es ist für die VHS dann nicht möglich, die nach dem Druck auftretenden Veränderungen und Ausfälle abzubilden. Die Planungen werden in diesem Jahr noch zusätzlich durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie (lange Kursausfälle, teilweise Online-Unterricht) erschwert. Aus diesem Grunde planen Volkshochschulen mehrheitlich nur noch Halbjahresprogramme.
- Ein Großteil der Kunden sucht erfahrungsgemäß gezielt nach Kursen in einem kleinen Segment und wird durch das Gesamtprogramm kaum erreicht. Sehr viele Kundinnen und Kunden entscheiden sich zunehmend kurzfristig zu einer Kursbuchung.

- Es ist unumkehrbar auch zu einem Digitalisierungsschub im persönlichen Bereich gekommen, bei dem es normal ist, Informationen vorrangig im Internet abzurufen. Die VHS versteht sich als moderner Weiterbildungsanbieter und möchte auf sich verändernde Rahmenbedingungen rechtzeitig und flexibel reagieren (können).
- Der derzeitige Haushaltsansatz für die Produktion des Programmhefts in Höhe von 30.000 € sollte aus Sicht der VHS stattdessen in ein zielgerichteteres und zeitgemäßeres Marketing fließen (siehe unten). Es ist anzunehmen, dass eine stärkere Verlagerung der Informationen ins Internet zudem dazu führen wird, dass Kundinnen und Kunden sich noch öfter online zu Bildungsangeboten anmelden werden, was auch den Verwaltungsaufwand senken würde.

Aufgrund der oben geschilderten veränderten Rahmenbedingungen schlägt die VHS eine Neuausrichtung bei der Vermarktung ihres Angebots wie folgt vor:

- Es wird beginnend mit dem Jahr 2021 auf das bisherige gedruckte Jahresprogramm der Volkshochschule verzichtet.
- Der Schwerpunkt der Kundenkommunikation ist die Internetseite, wobei eine größere Flexibilität und Aktualität gewährleistet wird.
- Das Programm wird im Internet nicht mehr für ein Jahr, sondern nur noch für ein halbes Jahr vorgestellt.
- Vor dem jeweiligen Semesterstart (also im Sommer und zu Beginn eines Jahres) wird ein Magazin (ca. 30 Seiten) als Hauswurfsendung erstellt. Als Vorbild könnte dabei das Magazin der VHS Mönchengladbach dienen. In einer hochwertigen und modernen Form werden dort die Highlights des Semesters sowie informative und amüsante redaktionelle Beiträge zu wichtigen Themen der VHS-Arbeit präsentiert. Ebenso werden Anmeldekarten mit abgedruckt.

Link zum Magazin der VHS Mönchengladbach:

https://vhs-mg.de/wp-content/uploads/2020/12/VHS_Magazin_21-1_Web-2.pdf

- Zusätzlich werden Flyer und Leporellos zu den einzelnen Fachbereichen oder Themen (Konzerte, Vorträge u. a.) erstellt, die als PDF-Dokumente von der Internetseite heruntergeladen und als Druckversion zielgerichtet in Institutionen/Geschäften etc. verteilt sowie von Kundinnen und Kunden kostenfrei telefonisch oder schriftlich bestellt werden können. Plakataktionen und Kampagnen in den sozialen Medien ergänzen das Vorgehen.
- Um auch Kundinnen und Kunden ohne Internetanschluss zu erreichen, erhalten diese ausführliche Informationen im Magazin, wie sie sich beraten lassen und Einzelbroschüren zu den Fachbereichen erhalten können. Dazu wird auch eine Broschüre speziell für Seniorinnen und Senioren gehören.

Dem Kuratorium soll im Mai weiterhin grundsätzlich das Jahresprogramm zur Beratung vorgelegt und eine zweite Sitzung nur bei weitreichenden Änderungen im Programm nach Bedarf einberufen werden.

In der Sitzung des Kreisausschusses am 09.02.2021 besteht Einvernehmen, die Thematik aufgrund von noch bestehendem Beratungsbedarf in die nächste Sitzung des Kreisausschusses im

März 2021 zu vertagen. Die Verwaltung wird zudem beauftragt, Lösungen zu erarbeiten, um das Kuratorium der Anton-Heinen-Volkshochschule an der Entscheidung über den Beschlussvorschlag zur Neuausrichtung des Marketings der VHS in angemessener Weise zu beteiligen. Hierzu solle keine separate Sitzung stattfinden, sondern ein informeller Meinungsaustausch mit den Kuratoriumsmitgliedern.

Am 24.02.2021 hat eine Online-Konferenz des VHS-Kuratoriums zwecks Meinungsaustauschs zum geplanten neuen Marketing-Konzept der VHS stattgefunden.

In der auf die Vorstellung des neuen Konzeptes durch VHS-Leiter Rümke sowie ergänzenden Ausführungen durch Dezernentin Dr. Maurer folgenden Aussprache wurde das neue Konzept nahezu von allen Seiten als modern und zeitgemäß begrüßt.

Lediglich vereinzelt wurden Bedenken geäußert, gänzlich auf ein Druckwerk zu verzichten. Herr Rümke betonte diesbezüglich noch einmal, dass eine seriöse langfristige Planung pandemiebedingt aktuell nicht möglich sei. Zudem sei festzustellen, dass sich eine Reduzierung der Auflagenzahl nicht in gleichem Maße auf die Kosten auswirke, da der Großteil der Kosten durch die Vorarbeiten, nicht aber die Druckanzahl entstehe.

Zu den Kosten des neuen Marketingkonzepts teilte Herr Rümke auf Nachfrage mit, dass auf jeden Fall das vorgegebene Marketingbudget der VHS nicht überschritten werde. Nach erster Einschätzung werden sich die Druckkosten des VHS-Magazins auf ca. 4.000 € belaufen. Dazu kämen ggf. Kosten für dessen redaktionelle und fotografische Ausgestaltung. Die Erstellung von Flyern und Leporellos könne in Anlehnung an das Corporate Design des Deutschen Volkshochschulverbands hausintern erfolgen. Auch die Plakataktion und ggf. die Schaltung von Anzeigen würden weitere Kosten erzeugen.

Auf Nachfrage erklärte Herr Rümke, dass eine Hauswurfsendung des Magazins aufgrund der zu hohen Kosten und aus Gründen der Ressourcenschonung nicht mehr angedacht sei; die VHS würde stattdessen auf zielgerichtete und kreative Werbung setzen.

In der VHS-Landschaft gebe es bislang zwar nur wenige Volkshochschulen, die gänzlich auf ein gedrucktes Programm verzichteten (z. B. Mönchengladbach, Kaiserslautern und Straubing). Die VHS könne hier eine Vorreiterrolle einnehmen. Dass der Trend in Richtung Digitalisierung gehe, zeige sich auch daran, dass der Dachverband zunehmend auch Vorlagen für Magazine etc. zur Verfügung stelle.

Folgende Aspekte wurden aus dem Kuratorium zur Ergänzung des neuen Konzeptes angeregt:

- Personen mit geringen digitalen Zugängen sollen gezielt angesprochen werden. Herr Rümke stellte in diesem Zusammenhang das Konzept einer digitalen Bildungsoffensive für diese Personengruppe vor, das aufsuchend ausgerichtet sei und auf die intensiviertere Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern setze. Dabei könne auch an bestehende Angebote der VHS im Bereich Schulabschlüsse, Alphabetisierung und Integration angedockt werden, in denen bereits Kontakte zu Personen mit geringen digitalen Zugängen bestünden. Seitens des Kuratoriums wurde angeregt, Pflegeheime und ähnliche Institutionen aktiv anzusprechen und passgenaue Kurse anzubieten. In diesem Zusammenhang wurde auch auf die Wichtigkeit der Barrierefreiheit des Internetauftritts der VHS hingewiesen. Hier verwies Herr Rümke auf erste Ansätze, Angebote in leichter Sprache zu formulieren und versprach, dies kontinuierlich auszubauen. Er betonte auch, dass sich immer mehr Seniorinnen und Senioren verstärkt im Internet in-

formierten und dementsprechend das digitale Nutzungsverhalten in den letzten Jahren stark gestiegen sei, was statistisch belegt sei.

- Positiv wurde angemerkt, dass bei der Auslage des VHS-Magazins vorgesehen ist, bisherige Auslageorte wie Bürger-Service-Stellen, Sparkassen und Bibliotheken weiterhin zu berücksichtigen. Dies sollte für eine Kontinuität bei der Kundenansprache. Angeregt wurde, die Einrichtung von Terminals in Bürger-Service-Centern und anderen Orten mit Kundenverkehr zu prüfen. Hier könnten sich Bürgerinnen und Bürger über das konkrete VHS-Angebot informieren und eine Anmeldung vornehmen.
- Der Weg zurück zum Printwerk sei nicht ausgeschlossen. Um insbesondere den pandemiebedingten Schwierigkeiten bei der Erstellung eines Programms in Printform Rechnung zu tragen, könnte das neue Marketingkonzept Ende des Jahres evaluiert und einer Prüfung für das Folgejahr unterzogen werden.

Beschlussvorschlag:

Aufgrund der stark veränderten Rahmenbedingungen wird die VHS ab 2021 keine gedruckte Broschüre mit dem Jahresprogramm mehr erstellen, sondern ein Halbjahresprogramm vorrangig auf der Internetseite und in den sozialen Medien sowie zusätzlich mit einer innovativen Imagebroschüre und Flyern zu den Fachbereichen bewerben. Dem Kuratorium wird im Mai weiterhin das Jahresprogramm zur Beratung vorgelegt.