

Für jeden Kopf den richtigen Kurs.

VHS startet neue Online- und Offline-Kurse

Selbstironisch und frech: Die Hamburger Volkshochschule begleitet den Start neuer Weiterbildungskurse mit einer Werbekampagne.

Hamburg, 12. August 2021. Unter dem Motto „Treffen sich“ präsentiert die Kampagne mit viel Wortwitz sowohl die unterschiedlichen Zielgruppen als auch das vielfältige Bildungsangebot der Volkshochschule. Was wie ein Witz klingen mag, ist eine einmalige Erfolgsgeschichte der VHS, die noch viel mehr Menschen erreichen soll.

Senator Ties Rabe: „Ich wünsche mir, dass noch mehr Hamburgerinnen und Hamburger das vielfältige Weiterbildungsangebot der Hamburger Volkshochschule entdecken. Diese Werbekampagne macht sich die Idee der Hamburger Volkshochschule ‚Bildung für Alle‘ zu eigen. Hier wird kräftig mit Klischees gespielt, und wie es mit Klischees so ist, sie haben einen wahren Kern. Mit dieser Kommunikationsoffensive wollen wir sagen: Es gibt für jeden Kopf den richtigen Kurs. Wählen Sie aus mehr als 3.000 Kursen – online und offline. Denn es gibt kaum demokratischere Institutionen als die Volkshochschule. Hier treffen sich alle Hamburgerinnen und Hamburger unabhängig von Alter, Herkunft oder Weltanschauung.“

In der Hamburger Volkshochschule kommen Menschen mit dem Ziel zusammen, etwas für ihr Leben zu lernen – Menschen und Milieus, die ansonsten vermutlich weniger Berührung miteinander hätten. Genau dieses Gemeinschaftsgefühl forciert die Idee der Kampagne und proklamiert das lehrreiche Miteinander und die Begegnung als Kernthema. „‚Bildung für alle‘ und ‚Bildung für eine demokratische Gesellschaft‘, das ist der Auftrag für die VHS und die Motivation für ihre Mitarbeitenden“, so Uwe Grieger, Direktor der Hamburger VHS. „Wir freuen uns jetzt wieder in Präsenz gehen zu können, nachdem wir ein halbes Jahr fast nur Online-Kurse angeboten haben.“

Kreativer Kopf der Kampagne ist Lars Kreyenhagen, Co-Gründer der Agentur Karl Anders: „Wir haben eine 360-Grad-Kampagne entwickelt, die sich durch eine spielerische Gestaltung hervorhebt und das Bildungsangebot integriert. Das Layout ist eine Hommage an den obligatorischen Kalender-Witz, der markante Kontrast zwischen den nonchalanten Illustrationen und der plakativen, knalligen Typografie mit den Headlines im Boulevardzeitungs-Look fallen sofort ins Auge. Pastellige Farbtöne im Hintergrund, die für Vielfalt und Leichtigkeit stehen, bilden das Bühnenbild für die liebevollen Charakter-Skizzen. Die Kampagne zeigt die Volkshochschule in ihrer ganzen Vielfältigkeit: Ein Querschnitt durch die Gesellschaft, Karikaturen von Klischees, die sich selbst nicht so ernst nehmen. Bildung für alle – augenzwinkernd, einladend, vergesellschaftend. Wir zeigen die Marke Hamburger Volkshochschule, wie sie ist: prägnant, ungezwungen und selbstbewusst.“

Die Kommunikationsoffensive umfasst als Basismedien: Moskito-Plakate in A2 großflächig im Hamburger Raum, U-Bahn-Seitenscheibenposter, HVV-Fahrgastfernsehen, Kultur-Litfaßsäulen, Standort-Plakate, Social-Media-Formate und Online-Anzeigen. Ergänzend offline sind Vertriebseinheiten der sechs Regionen der Hamburger VHS mit dem Lastenfahrrad auf den Hamburger Wochenmärkten präsent.

Die Hamburger Volkshochschule gehört zu den größten Weiterbildungseinrichtungen in Deutschland. Vor Ausbruch der Corona-Pandemie wurden dort mehr als 9.000 Kurse jährlich angeboten. In der Pandemie konnte die Hamburger Volkshochschule erfolgreich zeigen, dass viele Lernangebote auch online funktionieren und gefragt sind. Aktuell nähert sich die Hamburger VHS dem vorpandemischen Angebot:

Zurzeit sind rund 3.600 Veranstaltungen im Angebot oder in Planung. In 2021 konnten bisher mehr als 3.260 Veranstaltungen mit über 34.000 Teilnehmenden umgesetzt werden.

Alle Kurse und Informationen unter www.vhs-hamburg.de.

Pressekontakt: Dorothea Olbertz
Schanzenstraße 75, 20357 Hamburg
d.olbertz@vhs-hamburg.de, Tel.: 040/ 42841 – 2777