

Volkshochschulen auf Reformkurs

VHS = Viele Halbe Sachen? Die Volkshochschulen haben nach wie vor ein Imageproblem. Dabei können manche durchaus mithalten mit privaten Weiterbildungsinstituten. Durch die Kürzung finanzieller Zuschüsse der Länder und Kommunen sind die Volkshochschulen nämlich immer stärker gefordert, sich zu modernisieren. So haben sich bereits mehr als 20 VHS als GmbH aufgestellt. Jene, denen das nicht möglich ist, versuchen zumindest zielgruppenspezifischere Angebote zu machen.

„Das ist ja Volkshochschul-Niveau!“ Wenn solche Bemerkungen gemacht werden, sind sie meistens abwertend gemeint. Mit dem Ruf der Volkshochschulen steht es nicht gerade zum Besten. Die von den Kommunen bezuschussten VHS gelten vielerorts als pädagogisch verstaubt und als alles andere als innovativ. In so manchen Köpfen rufen sie Assoziationen wie Unprofessionalität, Hausfrauentreff und Töpferkurse hervor.

„Die Volkshochschulen haben ein Imageproblem“, bestätigt Dr. Susanne May, Programmdirektorin von der Münchener Volkshochschule (MVHS). Schuld daran sei, dass die Volkshochschulen wegen ihres gemeinnützigen Bildungsauftrages ein breites Kursangebot präsentieren müssen. „Bei der Vielzahl der Themen, die die Volkshochschulen bedienen (müssen), heißt es schnell, sie machen alles, nur nichts richtig“, sagt May.

Dabei würden viele Volkshochschulen professionell arbeiten und könnten sich durchaus mit privaten Weiterbildungseinrichtungen messen. Zumindest für die MVHS trifft dies zu: Sie kann auf 90.000 Teilnehmer pro Semester verweisen. Mit einem Angebot von 40 Sprachen gilt die Organisation zudem als größtes Sprachlern-Institut in München.

Volkshochschulen müssen mehr Marketing machen

Ihren Erfolg verdankt die MVHS nicht zuletzt ihrer (zum Teil bundesweiten) Öffentlichkeitsarbeit. Für ihr Sprachangebot hat die Volkshochschule z.B. vor einiger Zeit eine Plakat-Aktion durchgeführt: Auf Münchener Litfasssäulen, U-Bahn-Wänden u.ä. prangte das Wort Liebe in jeweils einer der 40 angebotenen Sprachen in roter Schrift auf

schwarzem Hintergrund. „Die Plakat-Aktion hat Aufsehen erregt. Bildungsmarketing ist extrem wichtig, wenn man wahrgenommen werden will“, meint May.

Dem stimmt Prof. Dr. Heiner Barz vom Erziehungswissenschaftlichen Institut der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf voll und ganz zu. Seiner Ansicht nach sind die Volkshochschulen in ihrem Bildungsmarketing aber noch viel zu zurückhaltend. „Für viele Erwachsenenbildner ist Marketing per se nach wie vor fragwürdig“, weiß der Weiterbildungsexperte. „Werbung verträgt sich nach Ansicht vieler Erwachsenenbildner nicht mit dem politischen und gesellschaftlichen Auftrag, den sie zu erfüllen haben; ihre ideellen Vorstellungen können sie nur schlecht mit den ökonomischen Kategorien in Einklang bringen“, erklärt Barz.

Zudem seien die Volkshochschulen aus ihrer Tradition heraus nicht gewohnt, Marketing zu betreiben und sich um ein gutes Image bei der Bevölkerung zu bemühen. Der Grund: In den 70-er und 80-er Jahren haben Kommunen und Länder öffentliche Erwachsenenbildungs-Einrichtungen stark gefördert. Durch die Subventionen waren die Volkshochschulen also weder darauf angewiesen, Werbung zu betreiben, noch neue Geschäftsfelder zu erschließen oder innovative Konzepte zu erarbeiten.

Volkshochschulen müssen finanziell unabhängiger werden

Heute jedoch sind die Volkshochschulen längst mit der harten Realität der Ökonomie konfrontiert. Denn durch die allgemeinen Sparpläne der Länder und Kommunen werden die finanziellen Zuschüsse für die Volkshochschulen mehr und mehr gekürzt.

Doch der ökonomische Druck bietet auch Chancen, wie Prof. Barz von der Uni Düsseldorf meint: Er zwingt die Volkshochschulen nämlich dazu, sich als Dienstleistungsbetrieb neu aufzustellen und sich zu modernisieren. Und in der Tat: Um eine größere Unabhängigkeit von den kommunalen Behörden zu erreichen und flexibler und eigenständiger agieren zu können, haben es bereits mehr als 20 Volkshochschulen gewagt, sich als GmbH neu zu gründen.

Neben der MVHS sind das u.a. die VHS Reutlingen, die VHS Mannheim und die VHS Braunschweig. Letztere gilt für ihre Neuaufstellung als vorbildlich: Ende vergangenen Jahres ist die Organisation vom Deutschen Institut für Erwachsenen-

bildung mit dem Preis für Innovationen in der Erwachsenenbildung ausgezeichnet worden.

Die VHS Braunschweig hat sechs Einzelmarken eingeführt

Die Umgründung der VHS Braunschweig in eine GmbH erfolgte im Jahr 2000/2001 und war Ausgangspunkt für eine umfassende Modernisierung in der Einrichtung. „Unser Ziel war, das Konzept „Alles in einem Haus“ aufzugeben und eine neue profilierte Markenpolitik zu betreiben. So haben wir unter dem Dach der VHS mehrere Einzelmarken eingeführt“, erzählt Dietrich Burggraf, der von 2001 bis 2005 Geschäftsführer der VHS Braunschweig war und nun an die VHS Hannover geholt wurde, um dort einen ähnlichen Modernisierungsprozess einzuleiten.

Aus ursprünglich zehn Fachbereichen in der Gesamtorganisation in Braunschweig wurden sechs eigenständig operierende Unternehmen mit jeweils eigenen Kosten- und Leistungsstrukturen gegründet: Die VHS Arbeit und Beruf GmbH bietet nun Maßnahmen zur Berufsvorbereitung, Qualifizierung und Vermittlung. Die vhs consult entwickelt neue Modell zur Beratung, Existenzgründung und Qualifizierung.

Die Akademie Alte Waage wendet sich mit hochpreisigen Programmen zu den Themen Management, Kommunikation und Persönlichkeit an Fach- und Führungskräfte. Die VHS Schule ist für Alphabetisierung und Schulabschlüsse zuständig, Eltern- und Familienbildung indes wird vom „Haus der Familie“ durchgeführt. Ferner gibt es noch die vhs international, die - wie der Name schon verrät - mit einem Programm zum Sprachlernen aufwartet.

Die Volkshochschulen sollten alle Möglichkeiten zum Geldverdienen nutzen

„Je klarer die neuen VHS-Marken zu identifizieren sind, desto eher lässt sich das Imageproblem der Volkshochschulen überwinden“, ist Burggraf überzeugt. Zudem gelte es, jegliche Möglichkeiten zu nutzen, um Erträge zu erwirtschaften. „Ein Schulabschluss kann sicherlich nicht ohne öffentliche Mittel durchgeführt werden, in den Bereichen Management, Kommunikation, Persönlichkeit und Gesundheit spricht aber nichts dagegen, mit entsprechenden Angeboten Geld zu verdienen“, sagt er.

Und wenig Geld scheint die VHS Braunschweig dank ihres neuen Konzepts nicht gerade zu erwirt-

schaffen: Trotz der Krise auf dem Weiterbildungsmarkt konnte sie für 2005 ein Umsatzwachstum von drei Prozent verzeichnen.

Die Volkshochschul-Landschaft ist sehr differenziert

Mit ihrem Erfolg wird die Volkshochschule Braunschweig aber eher die Ausnahme als die Regel unter den öffentlichen Weiterbildungseinrichtungen bleiben. „Die meisten Volkshochschulen haben gar nicht die Chance, sich als GmbH aufzustellen“, sagt Dr. Christopher Hausmann, Geschäftsführer von Projekt:Contor, Jena, der schon einige Volkshochschulen im Projektmanagement beraten hat. Die Handlungsspielräume würden oft nicht ausreichen.

„Vielen Einrichtungen sind die Hände gebunden, da sie sehr stark administrativ eingebunden sind“, erklärt Hausmann. Dazu muss man wissen: Die Erwachsenenbildungsgesetze sind nicht einheitlich, und je nach Land sind die Volkshochschulen unterschiedlich stark an die Bildungsaufträge gebunden. Das Konzept der VHS Braunschweig ist also nicht ohne Weiteres übertragbar.

Zielgruppenspezifische Weiterbildung entwickeln

Nach Meinung von Prof. Heiner Barz kann der Innovationsprozess ohnehin nur in kleinen Schritten erfolgen. Gemeinsam mit Prof. Dr. Rudolf Tippelt von der Ludwig-Maximilians-Universität München hat er daher das Projekt „ImZiel“ ins Leben gerufen. Elf Volkshochschulen nehmen daran teil, viele andere bekunden Interesse. „Es geht darum, zielgruppengerechte Weiterbildungsangebote zu entwickeln“, sagt Barz. Die Volkshochschule Hamburg hat in diesem Rahmen z.B. einen Spanischkurs für „Experimentalisten“ konzipiert. Gelernt wird u.a. in Szenekneipen bei Vino verde und Tapas. (pwa)

Quelle: [Training aktuell](#) Heft 02/06 vom 30.01.2006, Rubrik: Markt.

<http://www.trainingaktuell.de/>

Internetseite von Prof. Dr. Heiner Barz:

<http://www.barz-online.de/>

Projekt-Internetseite ImZiel: <http://www.imziel.de>