

Zeit für Erfolgs- erlebnisse

**NICHT VOR
11.1.2021
ÖFFNEN!**

Kommunikationskampagne 2021

A young woman with dark hair pulled back, smiling warmly at the camera. She is wearing a blue denim shirt and a brown canvas apron. Her arms are crossed, and her forearms are covered in red and orange paint splatters. She is holding several paintbrushes in her left hand. Her cheeks also have small blue paint splatters. The background is a dimly lit art studio with a lamp and a painting on an easel.

#meinerfolgserlebnis

Editorial

Wenn uns etwas Erlerntes gelingt, freuen wir uns und ernten Anerkennung. Freude an Erreichtem und soziale Anerkennung sind die Grundlagen persönlicher Motivation. In der mehr als 130-jährigen VHS Geschichte haben wir Millionen Leben begleitet und es gibt Tausende spannende Geschichten über große und kleine Erfolge von und mit den Wiener Volkshochschulen zu erzählen.

In unserer Kampagne erzählen wir Geschichten über Erfolgserlebnisse. Diese Geschichten werden wir in den nächsten Jahren im Rahmen der Kommunikations- und Werbekampagne zum Semesterstart – aber auch semesterbegleitend in redaktionellen Beiträgen und auf Social Media – sammeln und erzählen. Kursleiter*innen und Mitarbeiter*innen sind herzlich aufgerufen, sich daran zu beteiligen.

Unser Ziel ist es, die Wiener Volkshochschulen verstärkt als moderne Bildungsdienstleisterin mit gesellschaftspolitischem Anspruch zu positionieren. Die Bedürfnisse und Motivationen unserer Kund*innen zu verstehen und innovativ darauf zu reagieren, steht dabei im Fokus.

Euer
Herbert Schweiger

Unsere Zielgruppen

Zielgruppe	Motivation	Kursangebote
Hedonist*innen	Fun, Thrill	Sport/Bewegung
Adaptiv-Pragmatische	Berufliche Entwicklung, Familie, Freunde	Bildungsabschlüsse, Kompetenzen, Eltern-Kind-Turnen
Postmaterielle	Entfaltung	Kunst, Kreativität, Sprachen
Bürgerliche Mitte	Agilität, Familie	Fitness

Der Leitspruch ‚Bildung für alle‘ bedeutet auch, die unterschiedlichen Lebenswelten, Bedürfnisse und Motivationen von Menschen zu berücksichtigen. Bei der Zielgruppenanalyse bedienen wir uns dem Modell der Sinus Milieus. Im Zuge eines Positionierungsworkshops wurden die für die Wiener Volkshochschulen relevanten Zielgruppen, deren Motivationen und emotionalen Bedürfnissen analysiert und mit dem thematischen Angebot der VHS abgeglichen.

(Bestandskund*innen der VHS finden sich verstärkt im Bereich „Postmaterielle“, „Bürgerliche Mitte“, und „Etablierte“. Erhöhtes Wachstumspotenzial wird den Milieus „Adaptiv Pragmatische“ und „Hedonist*innen“ vorhergesagt (Stand 2018).)

Unser Markenversprechen



Mehr darüber unter
www.meinerfolgserlebnis.vhs.at

5

Als Markenversprechen bezeichnen wir jene Erwartungen, die im Zusammenhang mit der Marke bei den Zielgruppen geweckt und eingehalten werden. Im Rahmen des Positionierungsprozesses wurden die zentralen Markenversprechen ‚flexibel‘ – ‚vielfältig‘ – ‚leidenschaftlich‘ – ‚kompetent‘ und ‚soziales Miteinander‘ formuliert. Im Laufe des Jahres 2021 werden diese Markenversprechen als Handlungsleitfaden allen Kolleg*innen auf unterschiedliche Art in Erinnerung gerufen und Möglichkeiten zur Umsetzung erarbeitet.

Unser Manifesto

Das Brandmanifesto ist als 2:50 min Video konzipiert und steht in gekürzter Fassung auch als Imagevideo zur Verfügung



„Menschen sind unterschiedlich und doch haben sie vieles gemeinsam.“ – Das Brandmanifesto erzählt von den individuellen Motivationen der Menschen. Es erzählt aber auch Geschichten von Gemeinsamkeiten, Neugierde und dem Wunsch, sich weiter zu entwickeln. Die VHS sind eine Institution, die Menschen die Möglichkeit gibt, neue Kenntnisse und Fähigkeiten zu erlangen. Das Manifesto ist als Video für alle Mitarbeiter*innen der Volkshochschule auf den unterschiedlichen VHS Kanälen zu sehen. Als Imagevideo für die Öffentlichkeit liegt eine gekürzte Fassung vor. **Details finden Sie ab 21.1. unter www.vhs.at/meinerfolgserlebnis**

Die Videoclips



Videoclip 00:18'' / Sport



Videoclip 00:18'' / Bewegung



Videoclip 00:18'' / Kreativität



Videoclip 00:18'' / Bewegung



Videoclip 00:18'' / Sprachen



Videoclip 00:18'' / Bildungsabschlüsse

„Zeit für Erfolgserlebnisse“ lautet unsere Kampagne 2021. In 6 kurzen Videoclips erzählen wir die Geschichten persönlicher Erfolgserlebnisse. Diese Videoclips thematisieren die Angebote der Wiener Volkshochschulen für Sprachen, Kreativität, Bildungsabschlüsse, Bewegung und Sport für unterschiedliche Zielgruppen. Dabei sind die Angebote mit den – für die VHS – relevanten Sinusmilieus abgestimmt. Die Instrumentalversion des im Imagevideo verwendeten Songs „One Life“ von „Boys Avenue“ bildet dabei das wiederkehrende musikalische Thema.

Social Media

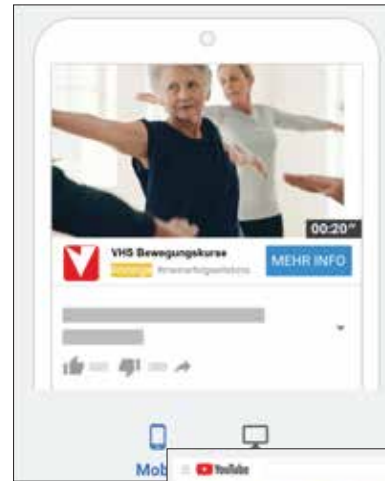
8



Facebook, Instagram:
4 Bildanzeigen mit
Fokus auf Websiteclicks



Facebook, Instagram:
6 Videoanzeigen mit
Fokus auf Reichweite
und Markenbekanntheit



Youtube:
6 Videoanzeigen 0:18''



Social Media bieten Plattformen auf denen Menschen anderen Geschichten erzählen können. Mit den persönlichen Erfolgsgeschichten wollen wir andere begeistern und motivieren. Alle Kolleg*innen und in Folge auch Kursteilnehmer*innen werden Teil unserer Kommunikationskampagne und fungieren als wichtige Multiplikator*innen für die Bewerbung auf unseren Social Media Kanälen. Soziale Netzwerke sind wie Mundpropaganda – nur online. Dadurch erzielen wir nachhaltige Effekte punkto Reichweite und Zielgruppensegmentierung.

Unsere Geschichten



Öffentlichkeit:

Ab 21.1. gibt es unter www.vhs.at/meinerfolgserlebnis die gesamte Kampagne und alle Videos für die Öffentlichkeit
Ab 22.2. können ebenfalls Geschichten hochgeladen und bewertet werden.

Ein laufendes Gewinnspiel mit hochwertigen Preisen animiert zur Teilnahme.

Mitarbeiter*innen und Kursleiter*innen:
Ab 15.2. gibt es unter www.meinerfolgserlebnis.vhs.at die gesamte Kampagne und alle Videos.
Hier können auch eigene Geschichten hochgeladen und bewertet werden.

Ein Gewinnspiel mit hochwertigen Preisen animiert zur Teilnahme.



9

Der Mensch als Homo narrans teilt seine Erfahrungen in erster Linie in Form von Geschichten. Die Kampagne ‚Zeit für Erfolgserlebnisse‘ erzählt von den großen und kleinen Erfolgen und Erfolgserlebnissen, die Menschen im Umfeld der Wiener Volkshochschulen erleben. Mit #meinerfolgserlebnis wenden wir uns an ca. 4.000 VHS Kolleg*innen, um einen Geschichtenpool zu generieren. Mitarbeiter*innen und Kursleiter*innen sind in ihrer Arbeit wichtige Multiplikator*innen und werden gezielt in die Kampagne als Markenbotschafter*innen eingebunden. Gewinnspiele helfen uns dabei, Menschen zu animieren ihre Geschichten als Teil unserer Kampagne zu teilen.

Die Printsujets



Sujet Weiterbildung



Sujet Sport



Sujet Sprachen



Sujet Bewegung



Sujet Kreativität



Sujet Bewegung Eltern/Kind

10

Der Fokus der gesamten Kampagne liegt auf Videos und Storytelling. Die Anzeigensujets werden aus Motiven der Kurzclips konzipiert. Der Wiedererkennungswert der Kampagne ist damit gegeben, die Sujets werden zielgruppengerecht in ausgewählten Medien geschaltet. Werbung im öffentlichen Raum unterstützt die crossmediale Kampagne. Über zwei Wochen hängen die zwei Sujets Kreativität und Bildungsabschlüsse als Citylights in der Nähe von VHS Standorten und an stark frequentierten Verkehrslinien. **Details: www.meinerfolgserlebnis.at**



QR Code zum
jeweiligen Videoclip auf
www.vhs.at/meinerfolgserlebnis



Zeit für Erfolgs- erlebnisse



Für alle, die beruflich weiterkommen wollen:
Bildungsabschlüsse, Studienberechtigung,
Social Skills, Management-Kompetenzen uvm.



 
#meinerfolgserlebnis
www.vhs.at



#meinerfolgserlebnis