



Ein Fest für Fans: Die Fußball-WM und die Volkshochschulen

- ▶ Die zweite Chance: VHS-Lernangebote für gering Qualifizierte
- ▶ Kunst und Austausch: Ein Projekt für Menschen mit Behinderung
- ▶ Damit Erziehung gelingt: Volkshochschulangebot für Pflegeeltern

Der Klick vom Kick

Fußball-Fotowettbewerb führt Volkshochschule(n) zusammen und zu weiteren Einsichten

VON BODO MÜLLER-THIELICKE, Stellv. Leiter der VHS im Norden des Landkreises München e.V.

Erstmals in der Geschichte der deutschen Volkshochschulen haben sich annähernd 200 Erwachsenenbildungseinrichtungen zusammengetan, um den bundesweiten Online-Fotowettbewerb rund um den Fußball auszutragen. Wie es dazu kam, wie sich die Zusammenarbeit dargestellt hat und was die Reaktionen aus der Öffentlichkeit und der Beteiligten zeigen, soll hier aufgezeigt und gedeutet werden. Auch eine vorläufige Einordnung, in wieweit eine Zuwendung zum Massensport Fußball durch die deutschen Volkshochschulen gerade im Mega-Event-Jahr für die Volkshochschulen mehr oder weniger sinnvoll gewesen sein könnte, soll kurz vorgenommen werden.

Der Verlauf des bundesweiten Online-Fotowettbewerbs *rund um den Fußball* war hochspannend und nur durch konsequente Mannschaftsarbeit möglich.

Eine Dreierkette innerhalb der VHS im Norden des Landkreises München e.V. bildete dazu den Anstoß. Von der Idee zum erfolgreichen Spielzug „bundesweiter Fußball-Fotowettbewerb“ kam es nur deshalb, weil mehrerer Mannschaftsteile (Fachbereiche) beteiligt waren: der Fachbereich Politik und Gesellschaft (mit Erfahrung im Erstellen von Ausstellungen, Fachbereichsleiterin Hedwig Fuß), der Fotobereich (mit über 30 Spezialangeboten pro Semester, sein spezielles Fotokursprogrammheft sowie Erfahrungen in der Durchführung von Fotowettbewerben, Herbert Becke Fachbereichsleiter / vhs-Leiter) und der EDV-Fachbereich (mit stetigen inhaltlichen Neuerungen, aber auch durch moderne Marketingstrategien bemüht, neue Teilnehmer für sein Angebot zu finden, der Autor dieses Artikels). Die einzelnen Spielzüge: Die Dreierkette schlug einen weiten Pass in die Spitze: die örtliche VHS konfrontierte unseren Bundesverband DVV (Referent und Libero Bernd Passens) mit ihrem Grobkonzept. Doch dort ganz vorne fühlte sich dieser noch

ein wenig einsam, schätzte diesen Spielzug aber als aussichtsreich ein und spielte zwar den Ball erst einmal zurück, ohne jedoch den Vorwärtsschub insgesamt abzubremsten.

Er forderte nämlich auf, das Mittelfeld konsequenter einzubeziehen. Also wurde ein Kurzpass zum Mittelfeld (Landesverband) gespielt. Auch dort wusste man etwas mit der Vorlage anzufangen (Otto Löffelmann, Referent Beruf des bayrischen Volkshochschulverbandes) und spielte zum weiteren Raumgewinn einen Doppelpass zum Mitspieler (Dr. Christoph Köck, Referent Kultur / Gesellschaft und Politik). Angetrieben von der Dreierkette hinter ihnen wurde so aus Mittelfeld und Spitze ein veritabler Angriffszug.

Bis solche Spielzüge sitzen, müssen zahlreiche taktische Varianten durchgespielt werden. Dürfen nur VHS-Teilnehmer am Wettbewerb mitmachen, damit der Kursbesuch direkt gefördert wird? Soll stärker der Aspekt einer allgemeinen öffentlichkeitswirksamen Aktion verfolgt werden? Sollen Teilnehmer und Nichtteilnehmer auf die VHS und ihr Angebot hingewiesen werden? Soll man dabei eigene technische Lö-

Der Autor ist Projektkoordinator des Wettbewerbs „Der Klick vom Kick“.



Platz 18: „Schuss und Tooor“ Foto: Jürgen Wunderlich



Platz 17: Die Leiden eines Kreisligatorwarts, Foto: Julian Stratenschulte

sungen schaffen oder sich einen geeigneten Partner suchen? Und wie viele Sponsoren mit welchem Unterstützungspotenzial werden benötigt?

Als das größte Amateur-Fotoportal (www.fotocommunity.de) Interesse signalisierte, war klar, dass diese Aktionsfläche für die erstmalige Durchführung eines solch aufwendigen Wettbewerbs ideal wäre. Dort nämlich sollte jeder Wettbewerbsteilnehmer – VHS-Teilnehmer und (Noch)Nichtteilnehmer(!) – bis zu drei Bilder hochladen können. Drei bis fünf Juroren, die zuvor von der jeweiligen VHS im speziellen VHS-Wettbewerbsbereich der fotocommunity online gemeldet wurden, würden dann online, also vom eigenen PC aus, ihre Bewertungsarbeit ausüben können. Die örtlichen Volkshochschulen hatten damit die Möglichkeit viele regionale und überregionale Persönlichkeiten aus Sport, Politik (Bürgermeister/Landräte), sowie Fachleute aus den Medien zu gewinnen, da deren zeitlicher Aufwand sich in Grenzen halten würde: z.B. Nia Künzter, Andy Möller, Uwe Seeler machten mit.

Auch das Angebot des Vogel-Burda-Verlages mit seiner auflagenstärksten Fotofachzeitschrift zur Medienpartnerschaft wurde angenommen: 50 Jahres-Abos als Preise, ein zweiseitiger Anknüpfungsartikel, nachdruckbare Wettbewerbs-Anzeigen für VHS-Programmhefte und abschließende Berichterstattung. Adobe stiftete

Preise (für insgesamt ca. 5.000 Euro) sowie einen Produktionskostenanteil (3.000 Euro) für die anschließend geplante Ausstellung. Zusätzlich wurde der Kamerahersteller Konica-Minolta gewonnen, der sich ebenfalls mit Preisen und Ausstellungszuschuss beteiligte. Der deutsche Städtetag mit seinem Präsidenten Christian Ude übernahm die Schirmherrschaft.

Anpfiff

Zügig und effektiv Raum zu gewinnen und das Spiel in die Breite zu verlagern, also die Deutschen Volkshochschulen als Mitspieler zu gewinnen, galt es nun. Dazu alle zum *passenden* Zeitpunkt zu informieren, war angesichts der unterschiedlichsten Semesterzeiträume, ähnlich schwierig, wie das direkte *Versenken* einer Ecke. Und die Spielräume, die sich die Akteure auf dem Platz (Landesverbände und Bundesverband) zugestehen, stören, wenn es darum geht, das Spiel schnell zu machen: der DVV darf uns Mitgliedsvolkshochschulen insgesamt niemals direkt anspielen (=kontaktieren), dies ist ausschließlich den Landesverbänden vorbehalten.

Abpfiff

Die deutschen Volkshochschulen bildeten aber trotzdem ein gutes Team mit immerhin 195 Akteuren. Ganz große Namen waren dabei; Berlin, Hamburg, München, Köln. Einzelne erzielten dabei bis zu 68 Treffer wie München, dicht gefolgt von Berlin und Hannover. Die

INFORMATIONEN

Alle Wettbewerbfotos finden Sie unter www.vhs-fussballfoto.de

Wettbewerbssieger verteilten sich auf ganz Deutschland.

Spielanalyse

Aber überhaupt mitzumachen, war das Wichtigste: denn es gab einige VHS, deren Teilnahme am Wettbewerb nicht von direktem Erfolg gekrönt war. Sie blieben ohne Treffer bzw. erhofften sich deutlich mehr (eingereichte Fotos). Doch die Reaktionen der Presse und die ausdrücklich positive Würdigung durch die Sponsoren, die ganz bewusst auch in die Arbeit der Bundesjury einbezogen wurden, bewiesen, dass diese Aktion, der Außendarstellung der deutschen Volkshochschulen eindeutig gedient hat. Auch für all jene Volkshochschulen, die keine Fotos bzw. deutlich weniger als erwartet, erzielten, war die Mitwirkung nicht umsonst. Denn wie ein Stimmungsbild mittels einer Online-Umfrage aktuell zeigt, sind fast alle der Auffassung, dass angesichts des sehr kostengünstigen und nur wenig personalaufwendigen Mitteleinsatzes durch die einzelne VHS auch bei eher geringerer direkt angestoßener Wirkung, also eingereichter Fotos, gilt: „Dabei sein ist alles“.

Der Teamgeist der deutschen Volkshochschulen lebt

Die Volkshochschulen sahen es nämlich als selbstverständlich an, dass der Erfolg einer solchen Aktion davon abhängig ist, dass sich überhaupt einmal eine veritable Anzahl von Volkshochschulen dafür registrierten und sich damit eine ernstzunehmende Mannschaft auf dem Platz zeigte. Auch wenn man nicht aktiv mitspielt, ist die Beteiligung trotzdem wichtig.

Vor dem Spiel ist immer nach dem Spiel

Für die Zukunft ähnlicher Kooperationsprojekte gilt: Nur wenn wieder zahlreich Volkshochschulen sich beteiligen, werden wir von möglichen großen Sponsoren, deren Etats als Großunternehmen zwangsläufig auf ganz Deutschland zielen, als Werbe- bzw. Imagepartner interessant. Für diesen Imagegewinn – unabhängig vom Einzelergebnis eingereichter Fotos – für die deutschen Volkshochschulen, hat es sich gelohnt mitzumachen. Eine vorläufige Auswertung zeigt aber auch, dass der Erfolg vor Ort sich natürlich nicht von selbst einstellt. Viele Fotos wurden in der Regel dort eingereicht, wo zweierlei zusammenkam:

1. der werbliche Aufwand und die PR waren umfassend und

2. man besaß bereits Erfahrung in diesem Segment, verfügte also schon über viele Foto-/ Bildbearbeitungskurse und entsprechende Teilnehmer. Denn es zeigte sich, dass nicht allein die Größe einer VHS und damit der entsprechende Einzugsbereich Erfolgsgaranten für zahlreiche eingereichte Fotos waren. Durchaus kleinere und ganz kleine Volkshochschulen erhielten zum Teil deutlich mehr Bilder als große. Dennoch waren dies eher Ausnahmen. Für einen möglichen nachfolgenden Wettbewerb müssen also Kooperationsplattformen für kleinere Einrichtungen geschaffen werden.

VHS goes Fußball: – besser Hände weg davon oder jederzeit wieder

Landauf landab haben Volkshochschulen ihre Programme mit speziellen Veranstaltungen bereichert, um auf dieses Mega-Event *irgendwie* zu reagieren. In diesem *irgendwie* (so zumindest ein vorläufiges Urteil des Verfassers) liegt vielleicht ein wesentlicher Grund der eher mäßigen Teilnahmen. Zwar bildeten diese Sonderveranstaltungen attraktive Aufhänger für die Medienarbeit, einige Volkshochschulen brachten sogar den „Klick vom Kick“ auf die Titelseite ihres Programmheftes. Doch nicht schon deshalb, weil Fußball ein Massenphänomen darstellt, kommen zu uns in die VHS auch viele neue Leute, die bisher nicht kamen, wie vor allem Männer(!). Wenn man glaubt, diese Massen, zumindest einen Anteil davon, zu sich zu lenken schon dadurch, dass man Fußball in eher ungewohnten Formaten, zwangsläufig abseits der Stadien *irgendwie* bildungstauglich in VHS-Veranstaltungen modelliert, sind die Erfolgsaussichten sehr gering. (A. d. V.: Auch innerhalb unserer VHS, haben wir diese Einsicht erst hinterher gewinnen dürfen!)

„Der Klick vom Kick“ erwies sich hier als gelungeneres *Bildungsformat*, denn spielerisch und ohne zu eng auf eine bereits bestehenden Kunden(=Teilnehmer)-Beziehung zu setzen, traten die deutschen Volkshochschulen im Windschatten der allgemeinen WM-Euphorie an, und forderten auf, Fußballfotos einzureichen. Damit machten sie auf sich und ein dazu möglicherweise passendes Spektrum an Bildungsangeboten (Fotografie/Digitalfotografie, Bildbearbeitung) aufmerksam, bereiteten Spaß und Freude beim Mitmachen (Fotos-Hochladen), Anschauen (Sichtung des Eingereichten durch zahlreiche Neugierige und Juroren). Nicht mehr, aber auch nicht weniger, aber eben nicht irgendwie! ◀

Wander-Ausstellung zum „Klick vom Kick“ (bereits buchbar!)

Erstmals zu sehen ab 26. Oktober (bis 20. Dezember 2006) in Ismaning, vhs-Haus, Dr.-Schmitt-Str. 6, zu den Büro- und Kurszeiten der vhs-Geschäftsstelle

Knapp 2000 Foto-Enthusiasten beteiligten sich am bundesweiten vhs-Wettbewerb „Der Klick vom Kick“. Anlässlich der Fußball Weltmeisterschaft haben wir alle Hobby- und Profifotografen aufgefordert, uns ihr ganz persönliches Fußballfoto zu senden. Eingegangen sind technisch brillante Sportfotos aber auch Schnappschüsse beim Kicken im Hinterhof. Mit der Kamera festgehalten wurden Fans, die mit ganzem Körpereinsatz ihre „Idole“ unterstützen oder über eine Niederlage verzweifeln, Bälle, die in Gefängnishöfen gekickt werden oder auf Kriegsschauplätzen.

Die Ausstellung zeigt die Rolle des Fußballs in all seinen Facetten: In den Stadien, in den großen Medien, im Alltag. Quer durch alle Generationen und Kontinente. Präsentiert werden auch die von einer bundesweiten Jury ausgewählten 18 Siegerfotos.

Unter der Projektleitung der Fachbereichsleiterin Politik/Gesellschaft Hedwig Fuß (vhs im Norden d. Lk. München) haben ein SZ-Journalist und zwei Studierende der Fachhochschule für Gestaltung München diese Wanderausstellung erarbeitet. Einzelheiten zum Ordern an Frau Fuß fuss@vhs-nord.de Tel.: 089/55051735 .

Anschließend wandert die Ausstellung nach Köln und Chemnitz, und vielen weiteren Orten.