



Wie erreicht man Zielgruppen, die kaum erreichbar scheinen?

Wie gelingt es Bildungseinrichtungen, Menschen zwischen 20 und 40 Jahren für ihre Angebote zu begeistern? Mit dieser Fragestellung starteten Studierende im dritten Semester des Moduls Menschenzentriertes Design in ein praxisnahes Semesterprojekt in Kooperation mit der Volkshochschule Aalen. Ausgangspunkt war ein Briefing der Volkshochschule Aalen zu Beginn des Semesters. Im Fokus stand die Herausforderung, neue Zielgruppen besser zu erreichen und bestehende Barrieren in der Ansprache abzubauen. Hintergrund ist ein wahrgenommenes Image- und Reichweitenproblem, insbesondere bei jüngeren Erwachsenen. Als methodische Grundlage diente der Design-Thinking-Prozess. In der ersten Semesterhälfte erlernten die Studierenden zentrale Prinzipien menschenzentrierter Gestaltung und führten eine fundierte Nutzerforschung durch. Dabei zeigte sich, dass schwer erreichbare Zielgruppen sich heute überwiegend digital informieren und dort passgenaue sowie niedrigschwellige Angebote erwarten. Auf dieser Basis entwickelten die Studierenden in Projektgruppen konkrete Lösungsansätze. Dazu zählten Konzepte zur Optimierung der bestehenden Website mit Fokus auf Struktur, Ansprache und Nutzerführung sowie strategische Ansätze für Social Media zur gezielten Ansprache jüngerer Zielgruppen. In der abschließenden Präsentation stellten die Studierenden ihre Konzepte Vertreterinnen und Vertretern der Volkshochschule Aalen vor. Die Ergebnisse überzeugten durch eine große Bandbreite an praxisnahen und umsetzbaren Ideen und lieferten wertvolle Impulse für die Weiterentwicklung der digitalen Kommunikation. Das Projekt verdeutlicht, wie menschenzentriertes Design dazu beitragen kann, reale gesellschaftliche und organisatorische Herausforderungen aus Nutzerperspektive zu betrachten und in konkrete Lösungsansätze zu übersetzen.