

Berlin, 21.06.2012

## Die Jugend-Engagement-Kampagne 'Partizipationsoffensive'

*Die gefühlte Ohnmacht junger Menschen im Hinblick auf ihre Zukunftsgestaltung (Stichwort: Politikverdrossenheit) bedarf keiner Statistik mehr; so sehr ist sie Alltag geworden. Junge Menschen zu bewegen, sie zu motivieren und für sie Hürden fallen zu lassen, ist die Aufgabe der Jugend-Engagement-Kampagne.*

### **Kampagne Allgemein:**

#### **Zusammenfassung der Problemsituation:**

Die absolute Mehrheit der Jugendlichen in Deutschland sind nicht engagiert und die Hemmschwellen zu hoch, als dass sich die Situation ändern würde. Diese Situation bedroht langfristig die Existenz vieler gemeinnützigen Vereine und Initiativen, welche auf das Engagement junger Menschen angewiesen sind.

Das vorhandene Know-how verkümmert, da Jugendarbeit im eigenen Saft schmort und die Akteure in "Silos" denken. Ein Austausch zwischen den Akteuren findet nicht statt. Sie bleiben auf einem Level der Wahrnehmung und kommen nicht darüber hinaus. Nicht engagierte Jugendliche finden entsprechend keinen Zugang zu ihnen und umgekehrt. Das Potential für Beteiligung verkümmert!

In der Gesellschaft ist das Bild der Jugend falsch besetzt. Engagement wird nicht oder verschoben wahrgenommen. Das erschwert engagierten Jugendlichen ihre Arbeit und hebt die Hürde, sich zu engagieren.

### **Lösungsansatz:**

Für die Verbesserung der Engagement-Situation Jugendlicher haben wir eine Form der Engagement-Offensive als Kampagne entwickelt, welche einen wichtigen medialen und durch regionale Verankerung nachhaltigen **Sprung über die Wahrnehmung bestehender Aktivitäten** hinaus darstellt.

Die Präsentation von Erfolgsgeschichten auf der einen und die regionale Präsenz durch Zusammenarbeit mit regionalen Partnern auf der anderen Seite werden verbunden mit einem starken Netzwerk. Kooperationen und Kollaborationen finden sowohl online entsprechend der Zielgruppe und offline entsprechend der persönlichen Greifbarkeit statt. **Crowdsourcing trifft auf Changemob.**

Engagement wird auf zwei Wegen greifbar gemacht. Auf der einen Seite mit der Präsentation und Bündelung der Beteiligungsmöglichkeiten. Hier wird vor allem auf einfache und kurzfristige Möglichkeiten für den "Engagementstart" eingegangen. Im Kontext der **Qualifizierung und Vernetzung aller Akteure der Engagementlandschaft** bündeln und zeigen wir andererseits, welche Rahmenbedingungen für langfristiges Engagement nötig und wichtig sind.

### **Arbeitsgruppe auf dem Netzwerktreffen Bürgerbeteiligung:**

In der Arbeitsgruppe zur Netzwerkinitiative Jugend-Engagement-Kampagne haben sich sieben interessierte Teilnehmer\_innen eingefunden. Begonnen haben wir mit Vorstellungsrunde und der persönlichen Intention sich mit diesem Thema zu beschäftigen. Die Gruppe war sich einig, dass das Bild von Jugendlichen und jugendlichem Engagement in der Öffentlichkeit falsch wahrgenommen wird, da nahezu alle Anwesenden Geschichten aus der eigenen Arbeit oder dem engeren Umfeld erzählen konnten in denen Jugendliche aktiv, verantwortungsbewusst und effektiv für ihre Interessen eintreten und sich für ihre Umwelt und Mitmenschen einsetzen. Dennoch wurde festgestellt, dass unser Eindruck sich nicht im öffentlichen Bild widerspiegelt. Um die Brisanz dieses Themenfeldes zu unterstreichen wurde bemerkt, dass 70% aller Erwachsenen, die sich politisch oder gesellschaftlich engagieren, schon in ihrer Jugendphase damit angefangen haben. Jugendliche zu ermuntern und zu fördern ist also ein absolutes Muss für eine funktionierende Zivilgesellschaft. In der Arbeitsgruppe haben wir uns nun um Methoden zur Umsetzung der Kampagne unterhalten. Dem Zeitgeist entsprechend sind natürlich recht schnell Web 2.0 und Soziale Netzwerke als Werkzeuge genannt worden. Für die Kommunikation im Web hält die Engagement-Offensive mehrere Kanäle vor. Eine zentrale Kampagnen-Website mit vielfältigen Angeboten und echtem Mehrwert, insbesondere für beteiligungswillige Jugendliche, steht im Zentrum der digitalen Kommunikation. Diese wird im Rahmen einer App ergänzt, damit Jugendliche die vielfältigen Angebote auch auf immer weiter verbreiteten mobilen Endgeräten nutzen können.

Engagement muss sichtbar gemacht werden. Mediale aufbereitete Geschichten zu Personen und Projekten sollen zum einen die große Bandbreite von Beteiligungsmöglichkeiten aufzeigen, gleichzeitig Anerkennung schaffen und Vorbildfunktion übernehmen.

Als nächstes wurde der Wandel von jugendlichem Engagement im Allgemeinen thematisiert. Verbands- und Jugendorganisations-Engagement ist auf dem Rückzug. Jugendliche sind eher projektorientiert und möchten lieber auf ein konkretes Ziel hinarbeiten. Akute themenspezifische Jugendinitiativen haben aber häufig ein Problem mit der Nachhaltigkeit ihrer Projekte und Ideen. Engagement wird flexibel und kurzlebig. Diese unterschiedlichen Engagementstrukturen stehen miteinander nicht im Austausch, Wissenstransfer findet nicht statt. Dies gilt es zu ändern.

Organisationen und gemeinnützige Einrichtungen mangelt es an jungen aktiven Freiwilligen. Sie sind mit der Nachwuchs-Akquise und -Betreuung überfordert. Ihnen fehlt das nötige Know-how um Jugendliche jugendgerecht anzusprechen.

Der nächste Gesprächspunkt war die Verbindung von formalem und non-formalem Lernen. Einstimmiges Ergebnis war, dass es anzustreben sei, dass sich die Schulen weiter öffnen und nach Ganztagsvorbild Freiraum für externe Akteure und Programme schaffen. Auch methodisch sei der klassische Frontalunterricht überholt und müsse durch modernere Lernmethoden ergänzt werden.

Nun wollten wir schauen, welche konkreten Kooperationen innerhalb des Netzwerkes Bürgerbeteiligung denkbar wären um auch längerfristig Nutzen aus dem Treffen zu ziehen. Im Gespräch war eine Zusammenarbeit mit dem Mehr Demokratie e.V. und dem, von ihnen unterstützten, Projekt der U18 Wahlen. Die U18 Wahlen sprechen eine ähnliche Zielgruppe an und machen konkrete regionale Projekte zur Zeit der Bundestagswahl. Auch vom Zeitpunkt her eine gute Gelegenheit. Auch in der Öffentlichkeitsarbeit hat Alexander Slonka von Mehr Demokratie e.V. Unterstützung angeboten. Ein weiterer Vorschlag für die Umsetzung von regionalen Projekten sei eine Zusammenarbeit mit dem Bündnis ‚Recht auf Spielen‘, die auf lokaler Ebene Projekte zur Freizeitgestaltung von Kindern und Jugendlichen umsetzen.

Des Weiteren haben drei lokal verankerte Initiativen konkretes Interesse bekundet für eine Aktion im Rahmen der Engagement-Tour durch Deutschland bereit zu sein.

- Das Green City Project in München ist auf *Carrot Mobs* und andere spaßige Aktionsformen spezialisiert und wäre für eine Umweltaktion in München zu haben.
- Das Team der Zukunftswerkstatt in Köln hat ihr Interesse bekundet.
- Der Stadtjugendring Mannheim könnte sich auch eine regionale Aktion vorstellen.

Alles in Allem waren das sehr anregende anderthalb Stunden und die Servicestelle Jugendbeteiligung ist froh vor Ort gewesen zu sein.