



Aufforderung zur Abgabe eines Angebotes: Durchführung und Management eines Jugendbeteiligungsprozesses

Auftraggeberin:

LAG Rhein-Wied, vertreten durch den Vorsitzenden Herrn Hans-Günter Fischer

Ansprechpartner bei Rückfragen zum Angebot:

LEADER-Regionalmanagement der Region Rhein-Wied,
Conrad Siebert, Tel. 06302 9239-18, E-Mail: conrad.siebert@entra.de

1 Hintergrund

Die Lokale Aktionsgruppe (LAG) Rhein-Wied steuert den LEADER-Umsetzungsprozess in der gleichnamigen LEADER-Region. Vor dem Hintergrund einer nachhaltigen sozialen Entwicklung möchte die LAG Jugendliche und junge Erwachsene zur Mitgestaltung der Region motivieren und befähigen. Im Rahmen der zu erbringenden Leistung soll daher im Zeitraum **September 2018 bis September 2019** ein regionaler Prozess zur Jugendbeteiligung gemanagt und durchgeführt werden. Der Prozess soll an das im Vorfeld erarbeitete regionale Konzept mit dem Titel „Jugend und Gemeinwesen - Konzept für ein nachhaltiges Projekt der Jugendpartizipation in der Region Rhein-Wied“ anknüpfen. Das Konzept ist diesen Ausschreibungsunterlagen als Anlage beigefügt.

Die Region umfasst die drei Verbandsgemeinden Bad Hönningen, Linz am Rhein, Unkel und die ehemalige Verbandsgemeinde Waldbreitbach. Im ländlichen Raum zwischen Rhein und Westerwald gibt es insgesamt sieben weiterführende Schulen mit rund 3000 Schüler/-innen. Die vier in dieser Region vorhandenen Jugendpflegeeinrichtungen konzentrieren sich schwerpunktmäßig auf die Arbeit mit Kindern und Teenagern. Die LAG vertritt den Standpunkt, dass die Hemmschwelle zur Teilhabe an klassischen Beteiligungsformaten (z.B. Jugendparlamente) relativ hoch ist und möchte daher ein zeitgemäßes, interaktives Format zur Jugendpartizipation initiieren.

Im Rahmen des Jugendbeteiligungsprozesses sollen Jugendliche und junge Erwachsene der **Altersgruppe 14-22 Jahren** für die Mitgestaltung der Region begeistert werden. Das zu entwickelnde Angebot soll dabei möglichst viele Jugendliche der Region erreichen und Akteure aus Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Gesellschaft zum nachhaltigen Austausch mit jungen Menschen bewegen.

Weitere Informationen zum LEADER-Programm der LAG Rhein-Wied finden Sie auf unserer Website www.region-rhein-wied.de.

2 Leistungsbeschreibung

Im Rahmen der zu erbringenden Leistung erwartet die Auftraggeberin die Umsetzung der folgenden Leistungsbausteine.

2.1 Vorbereitungsphase

2.1.1 Leistungen

In der Vorbereitungsphase sind die entsprechenden Zielgruppen und Kooperationspartner anzusprechen und durch geeignete Maßnahmen über das Vorhaben zu informieren und zu motivieren. So sollte im Vorfeld das gesamte Projekt den Schulleitungen vorgestellt werden. Auch die örtlichen Jugendpfleger sowie die für Jugendarbeit zuständigen Gemeindeferenten und Pastoralreferenten der Kirchen sollten bereits in der Vorbereitungsphase in das Projekt eingebunden werden.

2.1.2 Aufwandsschätzung und Einflussfaktoren

Der Bieter gibt an, mit welchen Maßnahmen er die vorgenannte Leistung erfüllen möchte, welchen Aufwand er dafür kalkuliert und welche Einflussfaktoren er hierbei als bedeutsam ansieht.

LEADER-Regionalmanagement Rhein-Wied

Conrad Siebert (02224/180667, conrad.siebert@entra.de)

Luzie Schwarz (02644/560135, luzie.schwarz@vg-linz.de)

www.region-rhein-wied.de | www.facebook.com/lag.rheinwied

2.2 Durchführungsphase

2.2.1 Ex-ante-Evaluation

2.2.1.1 Leistungen

Im Rahmen eines ersten Workshops sollen die Jugendlichen anhand eines Planspiels lernen, wie ein Verbandsgemeinderat funktioniert. Dies beinhaltet auch die Durchführung von Trainings zu Rhetorik, Persönlichkeitsbildung und Advocacy. Die im Rahmen dieses ersten Workshops gesammelten Themen werden von der Workshopleitung zusammengefasst und in eine Umfrage formuliert, die über die Teilnehmer/-innen an den Schulen verteilt werden. Auf diese Weise soll hinreichendes Datenmaterial zur Situation, den Interessen, Wünschen und Anliegen von Jugendlichen in der Region Rhein-Wied gesammelt werden.

2.2.1.2 Aufwandsschätzung und Einflussfaktoren

Zur besseren Einschätzung des Erhebungsaufwandes sollte der Bieter die zur Erstellung der Umfrage verwendete Methodik zumindest skizzenhaft erläutern. Auch hier sind die Einflussfaktoren zu nennen, die die Wahl der Methodik aus Sicht des Bieters beeinflussen und welche Optionen der Bieter als relevant erachtet. Ebenso gibt der Bieter die zugrunde gelegte Teilnehmerzahl und eventuell anfallende Kosten für externe Coaches zur Durchführung der vorgenannten Trainings an.

2.2.2 Datenauswertung

2.2.2.1 Leistungen

Sobald die Umfrageergebnisse zusammengetragen wurden, findet ein weiterer Workshop statt, auf dem die Ergebnisse ausgewertet werden und in einer Diskussion mit den Jugendpflegern vor Ort in politische Forderungen umgeschrieben werden sollen. Gemeinsam mit den teilnehmenden Jugendlichen wird auf der Grundlage der Forderungen die Ergebnispräsentation (siehe Punkt 2.2.3) vorbereitet.

2.2.2.2 Aufwandsschätzung und Einflussfaktoren

Zur besseren Einschätzung des Aufwandes sollte der Bieter die zur Auswertung der Umfrage verwendete Methodik zumindest skizzenhaft erläutern. Auch hier sind die Einflussfaktoren zu nennen, die die Wahl der Methodik aus Sicht des Bieters beeinflussen und welche Optionen der Bieter als relevant erachtet. Ebenso gibt der Bieter die zugrunde gelegte Teilnehmerzahl und eventuell anfallende externe Personalkosten an.

2.2.3 Ergebnispräsentation

2.2.3.1 Leistungen

Auf einer mindestens zweitägigen Großveranstaltung sollen die Umfrageergebnisse einem breiten Publikum präsentiert werden. Zu den Zielgruppen der Veranstaltung gehören neben den Jugendlichen und jungen Erwachsenen der Region auch die Bürgermeister der Verbandsgemeinden, Vertreter politischer Parteien und Fraktionen, Jugendpfleger, Vertreter der Kirchen sowie von Jugend- und Sozialverbänden. Ziel der Veranstaltung ist die Initiierung eines nachhaltigen, offenen und konstruktiven Dialogs zwischen den vorgenannten Gruppen und die Erarbeitung eines Abkommens über die künftige Ausgestaltung der Zusammenarbeit zu jugendpolitischen Themen. Die Ergebnisse der Veranstaltung sind vom Bieter zu dokumentieren.

2.2.3.2 Aufwandsschätzung und Einflussfaktoren

Zur besseren Einschätzung des Arbeitsaufwandes sollte der Bieter zumindest eine Einschätzung geben, welche Methoden (z.B. Arbeitsgruppen, Workshops, World Cafés etc.) voraussichtlich zum Einsatz kommen werden, mit welchem personellen und zeitlichen Aufwand er dafür rechnet und welche Teilnehmerzahl seinem Angebot zugrunde liegt. Ebenso sind Art und Umfang der Veranstaltungsdokumentation sowie eventuell anfallende Kosten für externe Referenten anzugeben.

2.3 Verstetigung

2.3.1 Leistungen

Im Sinne der Nachhaltigkeit sind geeignete Strukturen zur Verstetigung des Prozesses aufzubauen. Die vom Bieter zu initiiierenden Strukturen sollen im weiteren Verlauf die Öffentlichkeitsarbeit, Netzwerkpflge, Überwachung des geschlossenen Abkommens und die Veranstaltungsplanung für die kommenden Jahre sicherstellen.

2.3.2 Aufwandsschätzung und Einflussfaktoren

Zur besseren Einschätzung des Arbeitsaufwandes sollte der Bieter geeignete Strukturen zur Verstetigung benennen (z.B. Blogs, Netzwerktreffen etc.) und plausibel erläutern, inwiefern durch diese Strukturen ein selbsttragender Prozess gewährleistet werden kann. Hierzu gibt der Bieter den personellen und zeitlichen Aufwand sowie eventuell anfallende Kosten für externe Dienstleistungen an.

2.4 Kosten für Logistik / Medien- und Öffentlichkeitsarbeit

2.4.1 Leistungen

Der gesamte Prozess ist vom Bieter in geeigneter Form medial zu begleiten. Dies beinhaltet auch die konzeptionelle, textliche und graphische Umsetzung von Printprodukten (z.B. Einladungen, Veranstaltungsposter) und die Dokumentation des Prozesses mittels Ton-, Video- und Bildaufnahmen. Weiterhin sind vom Bieter zwingend sonstige Nebenkosten (z.B. Saalmieten, Transport- und Logistikkosten) anzugeben.

2.4.2 Aufwandsschätzung und Einflussfaktoren

Der Bieter erläutert die geplante, prozessbegleitende Medien- und Öffentlichkeitsarbeit, gibt die voraussichtlich anfallenden Kosten für die einzelnen Posten an und benennt alle sonstigen Nebenkosten für Mieten, Transport, Logistik, Pauschalen für Mehraufwand etc.

3 Kostenschätzung

Im Angebot sind alle wesentlichen Bausteine der ausgeschriebenen Leistung **einzel**n auszuweisen und mit **Preisen inkl. MwSt.** zu versehen. Die Auftraggeberin behält sich vor, ggf. nur Teilaufträge zu erteilen.

4 Zeitplan

17.07.2018	Aufforderung zur Abgabe eines Angebots
31.07.2018 (12:00 Uhr)	Angebotsabgabe beim Regionalmanagement (Angebotsfrist)
31.08.2018	Zuschlagsfrist / Bindefrist

5 Voraussichtliche Vergabekriterien

Voraussetzung für eine Auswahl ist die nachgewiesene einschlägige Erfahrung und Kompetenz des anbietenden Unternehmens. Die Vergabe erfolgt im Rahmen einer öffentlichen Ausschreibung nach Abschnitt 1 § 3 Nr. 1 Abs. 1 VOL/A.

Die voraussichtliche Vergabe erfolgt vorbehaltlich einer Auswahl des Vorhabens durch das Entscheidungsgremium der Lokalen Aktionsgruppe (LAG) der Region Rhein-Wied und vorbehaltlich einer Genehmigung durch die zuständige Bewilligungsbehörde, Aufsichts- und Dienstleistungsdirektion (ADD) Trier.

6 Formalia

Ort(e) der Leistungserbringung sind die Verbandsgemeinden Bad Hönningen, Linz am Rhein, Unkel und die ehemalige Verbandsgemeinde Waldbreitbach.

Frist zur Abgabe des Angebotes: 31.07.2018, 12:00 Uhr

Das Angebot ist in einfacher schriftlicher Ausfertigung einzureichen bei:

LAG Rhein-Wied
c/o Verbandsgemeindeverwaltung Linz am Rhein
z. Hd. Frau Geschäftsführerin Luzie Schwarz
Am Schoppbüchel 5
53545 Linz am Rhein

sowie per E-Mail an: conrad.siebert@entra.de



Anlage

Jugend und Gemeinwesen:

*Konzept für ein nachhaltiges Projekt der
Jugendpartizipation in der Region Rhein-Wied*

Jugend und Gemeinwesen

Konzept für ein nachhaltiges Projekt der
Jugendpartizipation in der Region Rhein-Wied





Ziele des Jugendprojektes

Regionale Identität stärken, Partizipation,
Verstetigung

Ziele:

- Jugendliche für die Mitgestaltung der Region zu begeistern
- Möglichst viele Jugendliche der Region erreichen
- Politik und Verwaltung zum nachhaltigen Austausch mit Jugendlichen bewegen.
- Jugendliche zur Vertretung ihrer Interessen in der Region befähigen.
- Die Identifikation Jugendlicher mit der Region verstärken.
- Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Gesellschaft der Region für den Blickwinkel junger Menschen sensibilisieren.
- Junge Menschen zum Engagement für das Gemeinwesen in der Region motivieren.



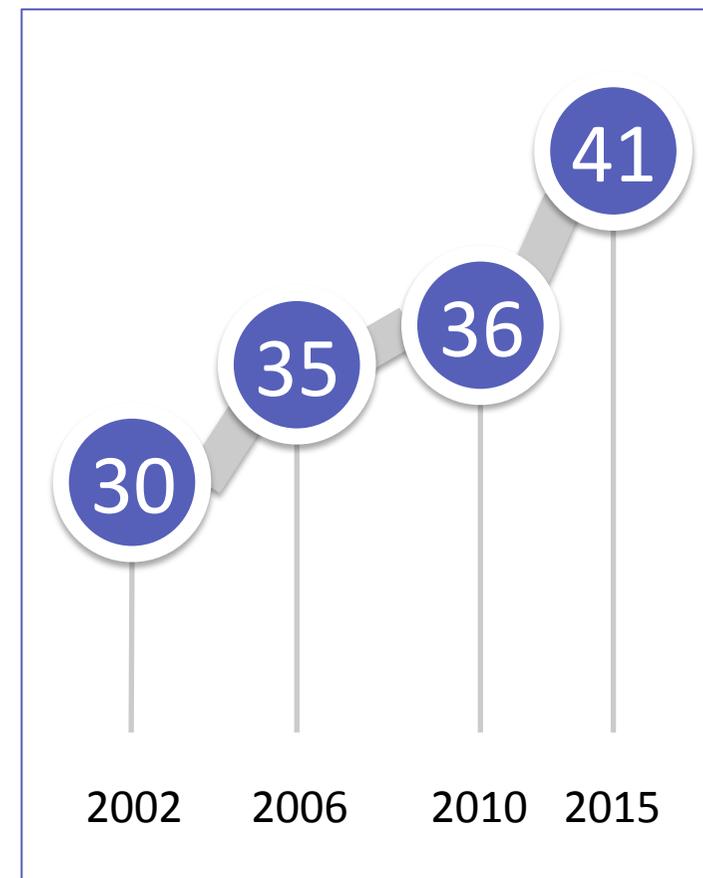


Jugend und Politik

Studienergebnisse Shell Jugendstudie
und Bravo YouGov Jugendstudie

Interesse an Politik steigt

- Immer mehr Jugendliche zeigen politisches Interesse.
- Im Vergleich zu 30 Prozent im Jahr 2002 bezeichnet sich 2015 41 Prozent als „politisch interessiert“.
- Mit dem politischen Interesse ist auch die Bereitschaft zur eigenen Beteiligung an politischen Aktivitäten verbunden.
- Die etablierten Parteien profitieren davon jedoch nicht, die Politikverdrossenheit bleibt hoch. Jugendliche bringen den Parteien wenig Vertrauen entgegen, genauso wie großen Unternehmen, Kirchen und Banken.
- Männliche Jugendliche sind häufiger an Politik interessiert als weibliche.
- Fast sechs von zehn Jugendlichen haben sich schon einmal an einer oder mehreren politischen Aktivitäten beteiligt.
- An der Spitze stehen dabei der Boykott von Waren aus politischen Gründen und das Unterzeichnen von Online-Petitionen. Online-Petitionen sind beliebter als Unterschriftenlisten.
- Jeder Vierte hat bereits an einer Demonstration teilgenommen und 10 Prozent engagieren sich in einer Bürgerinitiative.



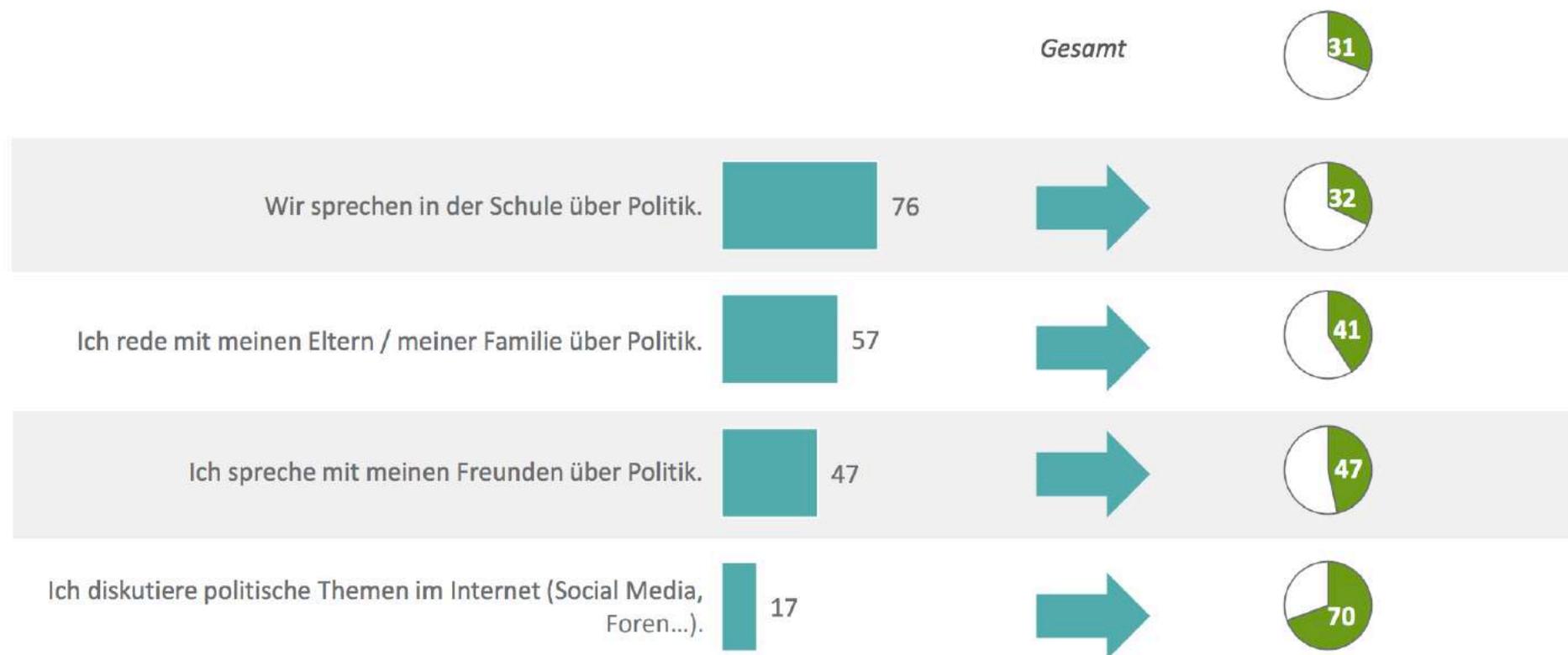
Quelle: Shell Jugendstudie 2015

Am politisch interessiertesten zeigen sich die Jugendlichen, die online politische Themen diskutieren

Kontaktpunkte und politisches Interesse

In welchem Umfeld kommst du mit Politik in Kontakt? Bitte wähle die Aussagen aus, die auf dich zutreffen.

Politisches Interesse (sehr stark/stark)

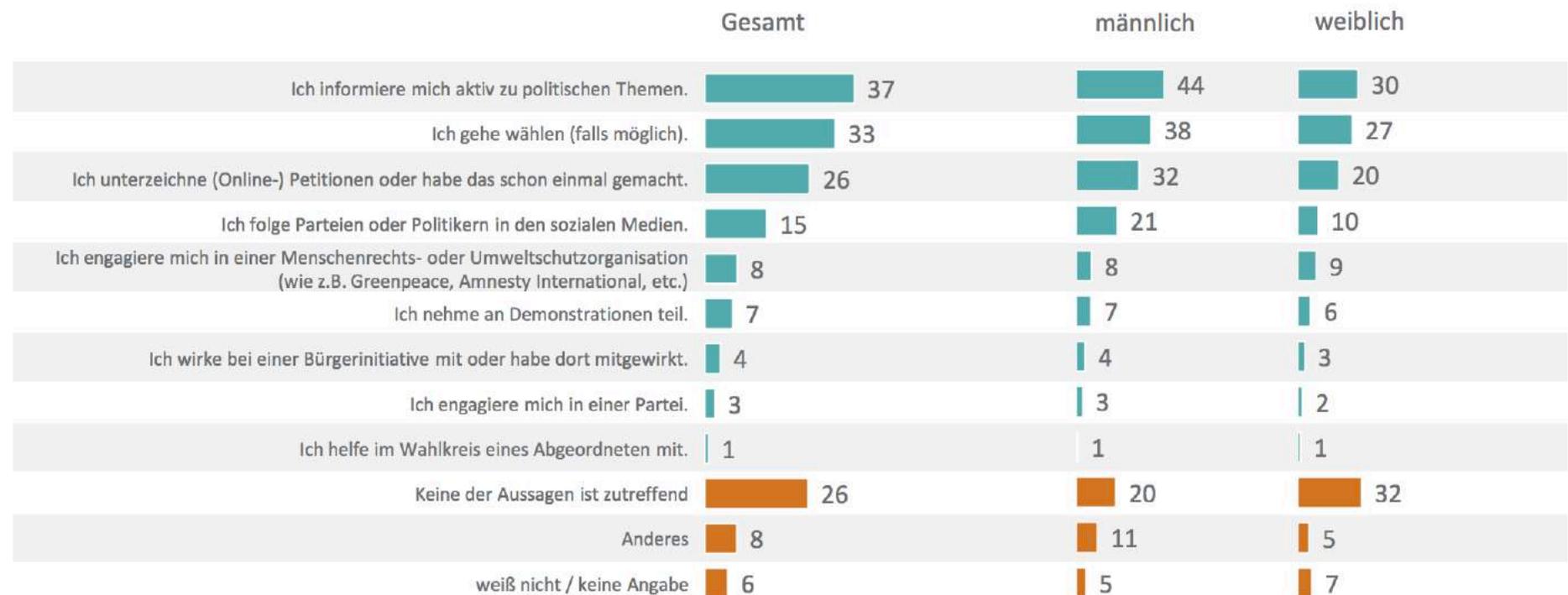


YouGov 2017 – Politische Jugendstudie von Bravo und YouGov

Ein gutes Viertel der Jugendlichen nutzt die Möglichkeit, sich über (Online-)Petitionen in Debatten einzubringen

Politische Aktivitäten

Bist du politisch aktiv/ engagierst du dich politisch? Bitte wähle die Aussagen aus, die auf dich zutreffen.

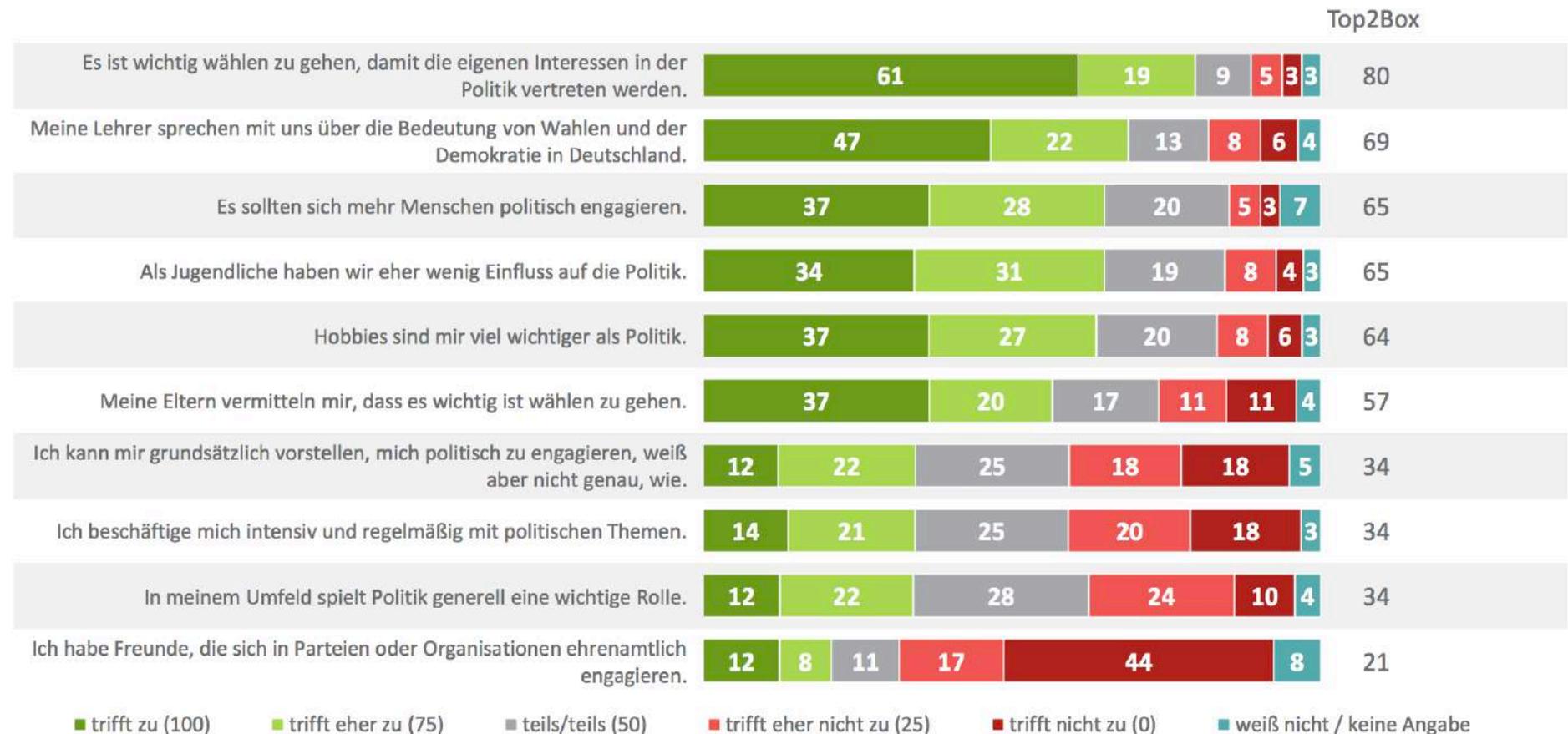


YouGov 2017 – Politische Jugendstudie von Bravo und YouGov

Die Bedeutung der politischen Partizipation wird erkannt, eine wichtige Rolle spielt die Politik im persönlichen Umfeld eher selten

Einstellungen zur Politik

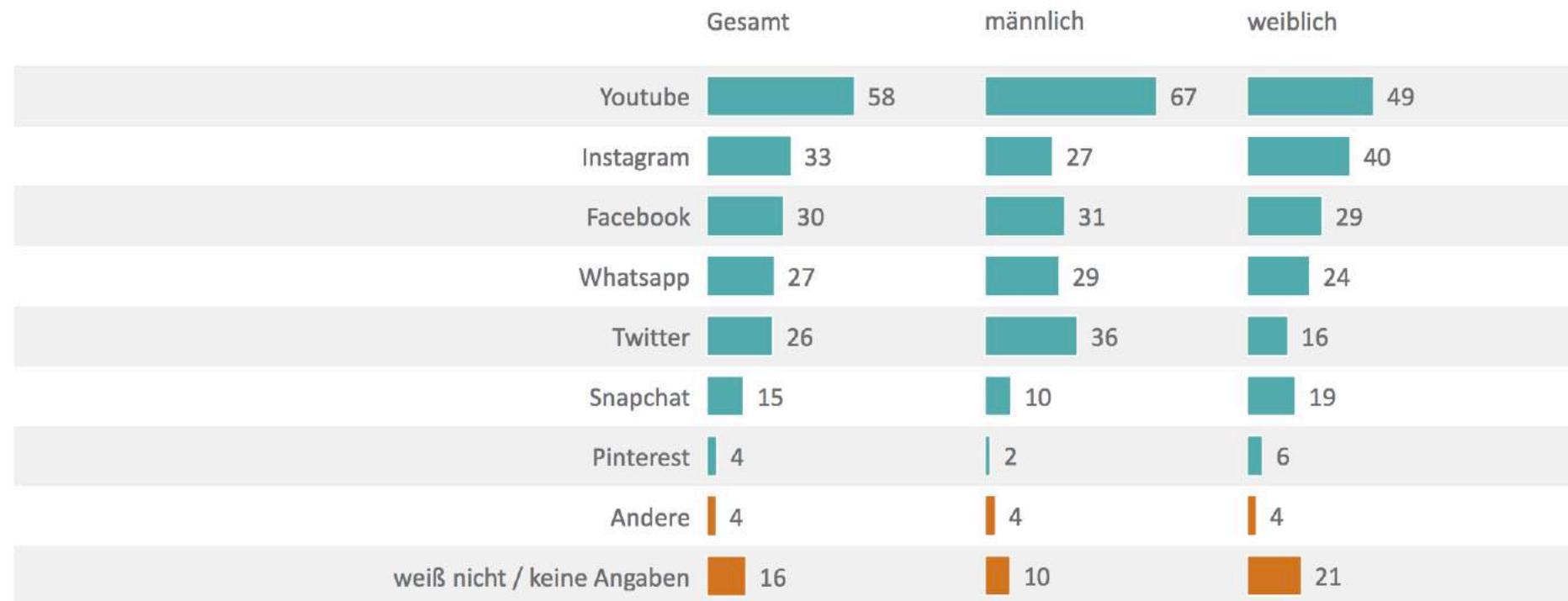
Manchen Menschen ist Politik wichtig, für andere spielt sie eher eine kleinere Rolle. Welche Aussagen findest du zutreffend?



Bei den Social Media Nutzern dominiert Youtube, an zweiter Stelle folgt Instagram vor Facebook

Nutzung Social Media

Welche Social Media Kanäle nutzt du um dich über politische Themen zu informieren?

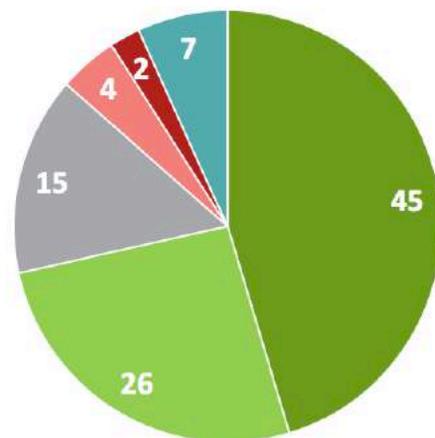


YouGov 2017 – Politische Jugendstudie von Bravo und YouGov

Nur wenig Unzufriedene mit der Demokratie, nur 4 Prozent können sich eine bessere Staatsform vorstellen

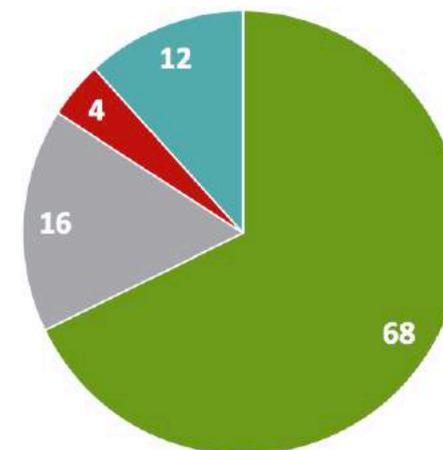
Beurteilung Demokratie

Wie zufrieden bist du mit der Demokratie als Staatsform?



- Sehr zufrieden (100)
- Teils/teils (50)
- Sehr unzufrieden (0)
- Eher zufrieden (75)
- Eher unzufrieden (25)
- weiß nicht / keine Angabe

Würdest du sagen, die Demokratie hat sich bei uns im Großen und Ganzen bewährt, oder meinst du, eine andere Staatsform (z.B. eine autoritäre Staatsform mit einem/r starken Mann/ starker Frau an der Spitze) wäre besser für Deutschland?

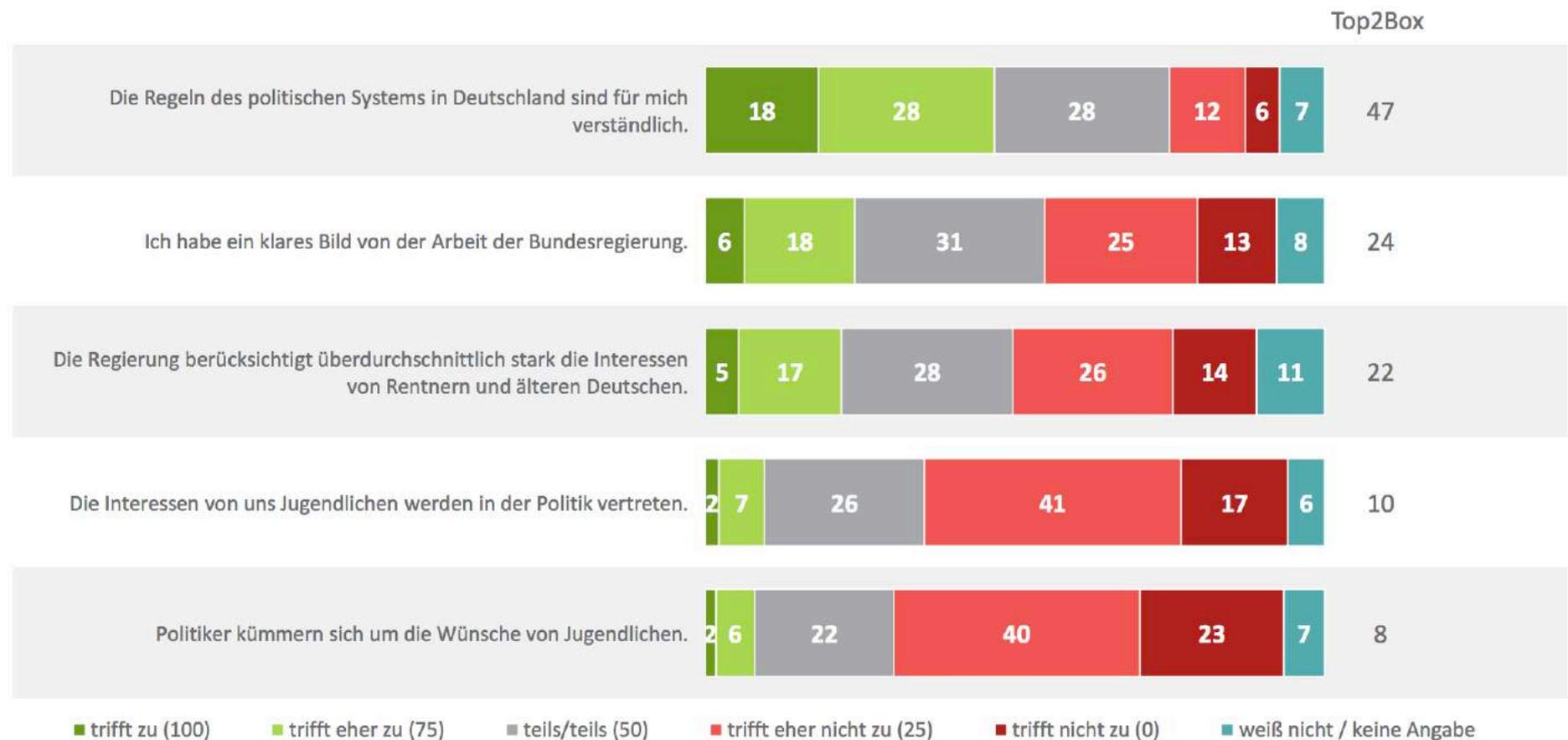


- Die Demokratie ist alles in allem die beste Staatsform
- Die Demokratie ist genauso gut oder schlecht wie andere Staatsformen
- Andere Staatsformen sind besser als die Demokratie
- weiß nicht / keine Angabe

Die Interessen der Jugendlichen werden in der Politik als nur schlecht vertreten gesehen

Wahrnehmung politisches System

Treffen die folgenden Aussagen deiner Meinung nach zu?



Bei interessantem und lehrreichem politischen Schulunterricht steigt das Systemverständnis

Zusammenhang politische Schulbildung und Systemverständnis

In der Schule werden Fächer wie Politik, Gemeinschaftskunde oder Sozialwissenschaften unterrichtet, die sich mit gesellschaftlichen Themen befassen. Inwiefern stimmst du den folgenden Aussagen zum diesem Unterricht an deiner Schule zu?

Die Regeln des politischen Systems in Deutschland sind für mich verständlich. (Trifft zu / Trifft eher zu)

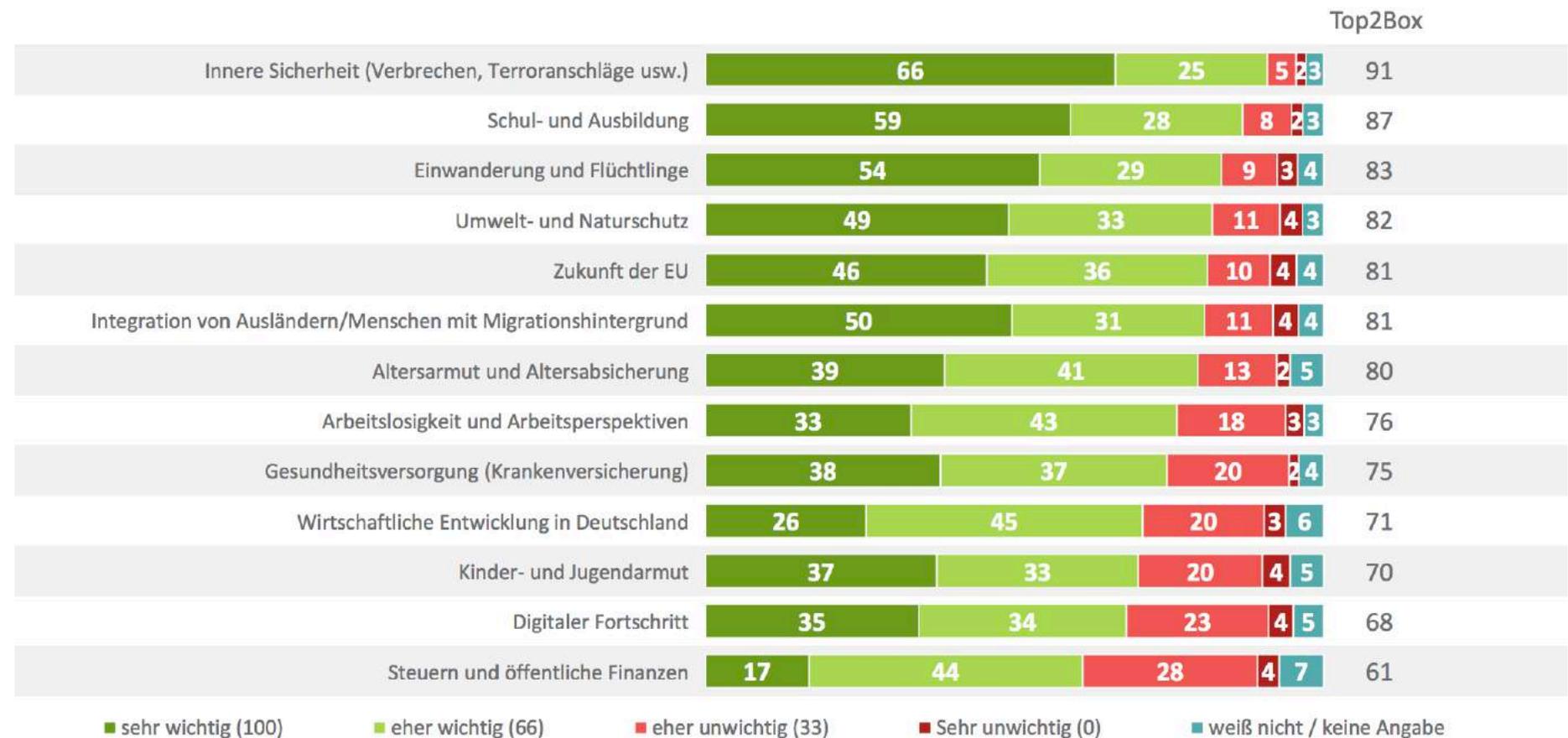


YouGov 2017 – Politische Jugendstudie von Bravo und YouGov

Schul- und Ausbildung als zweitwichtigstes politisches Thema nach innerer Sicherheit

Wichtigkeit politischer Themen

Wie wichtig sind deiner Meinung nach zurzeit die folgenden Themen in Deutschland?



Ein Viertel der Jugendlichen in Deutschland fühlt sich von keiner Partei vertreten

Parteienwahrnehmung

Welche Partei in Deutschland vertritt deine Interessen und Einstellungen aktuell am besten?

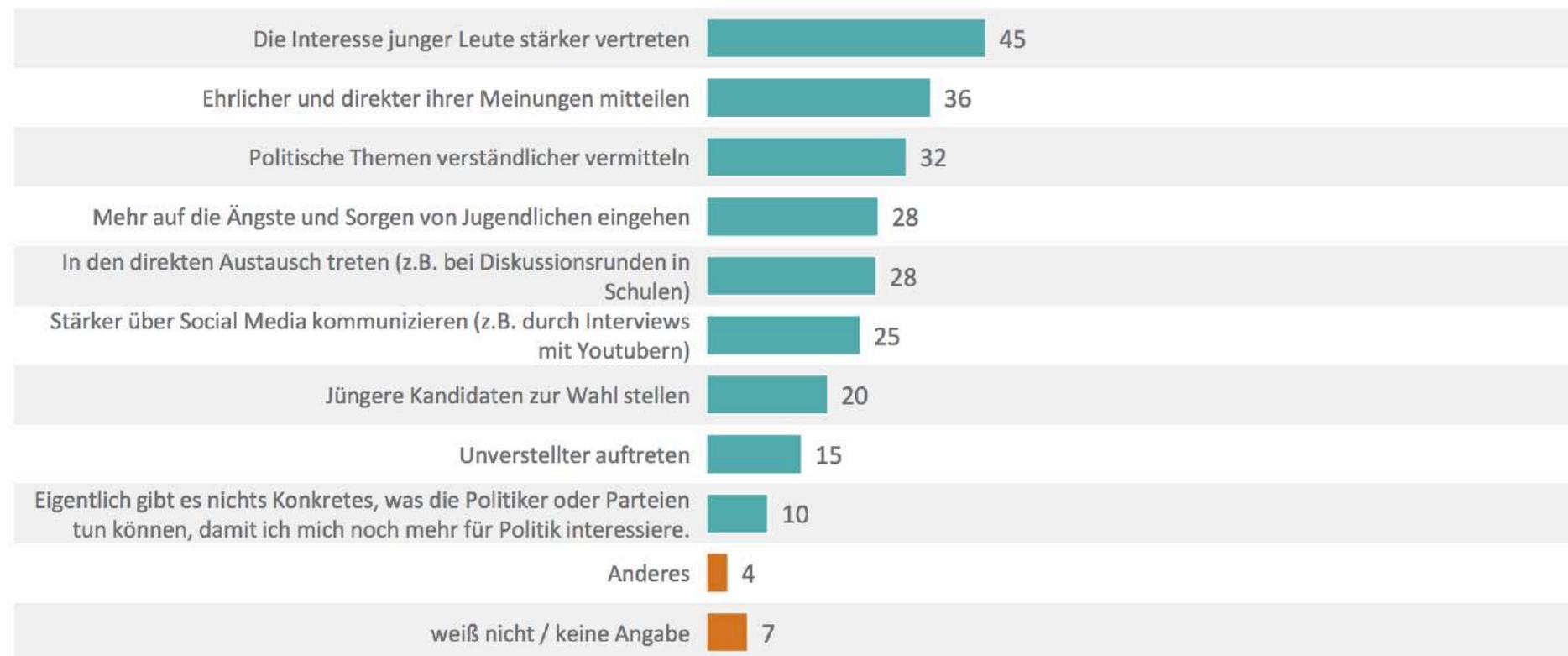
	Gesamt	männlich	weiblich
CDU/CSU	18	20	17
SPD	12	11	13
Bündnis 90 / Die Grünen	11	9	13
Die Linke	6	8	4
FDP	5	8	2
AFD	3	4	2
Die Piraten	2	3	1
Andere Partei	2	2	1
Fühle mich von keiner Partei vertreten	24	22	25
weiß nicht / keine Angabe	17	13	22

YouGov 2017 – Politische Jugendstudie von Bravo und YouGov

Stärkere Interessensvertretung und ehrlichere Kommunikation von Parteien und Politikern gefordert

Ansätze zur Steigerung des politischen Interesses

Was könnten Politiker/innen und Parteien tun, damit du dich noch mehr für Politik interessierst? Bitte wähle bis zu drei Möglichkeiten aus.



YouGov 2017 – Politische Jugendstudie von Bravo und YouGov

Was bedeutet das im Ergebnis?

Positiv ist

- 41 Prozent der Jugendlichen interessieren sich für Politik
- Sie sind mit der Demokratie als Staatsform zufrieden
- Die Bedeutung von Partizipation in der Demokratie wird erkannt

Aber

- Die Politikverdrossenheit ist weiter hoch
- Jugendliche sehen ihre Interessen in der Politik nicht gut vertreten
- Die Kommunikation politischer Themen erscheint ihnen oft unverständlich
- Sie wünschen sich, dass Politiker ehrlicher sind und deutlicher ihre Meinungen vertreten.

Was bedeutet das im Ergebnis?

Positiv ist

- 41 Prozent der Jugendlichen interessieren sich für Politik
- Sie sind mit der Demokratie als Staatsform zufrieden
- Die Bedeutung von Partizipation in der Demokratie wird erkannt

Aber

- Die Politikverdrossenheit ist weiter hoch
- Jugendliche sehen ihre Interessen in der Politik nicht gut vertreten
- Jugendliche bringen den Parteien wenig Vertrauen entgegen, genauso wie großen Unternehmen, Kirchen und Banken.
- Die Kommunikation politischer Themen erscheint ihnen oft unverständlich
- Sie wünschen sich, dass Politiker ehrlicher sind und deutlicher ihre Meinungen vertreten.



Es fehlt der
Dialog



Jugendpartizipation

Projekte, Konzepte und Erfahrungen

Partizipationsprojekte

Jugendparlamente/Jugendforen

Während Jugendbeteiligungsprojekte in städtischen Gebieten in einem konzentrierten Raum stattfinden und die Ergebnisse von den zuständigen Verwaltungseinheiten meist direkt umgesetzt werden können, stehen Kommunen im ländlichen Raum vor anderen Herausforderungen.

Häufig haben kleine Gemeinden weder die Ressourcen noch die Erfahrung für Beteiligungsprojekte. Vor allem können viele Themen, welche die Jugendlichen in kleinen Dörfern und Kleinstädten bewegen, nur interkommunal angegangen werden.

Jugendparlamente und Jugendforen setzen voraus, dass sie in der Gemeindeordnung festgeschrieben werden, eine eigene Satzung und Verwaltungsvorlagen mit Jugendbezug erhalten. Bei der hier zugeschriebenen Aufgabenfülle ist die Hemmschwelle zur Teilhabe relativ hoch und die tatsächlichen „Erfolgsenerlebnisse“ für Jugendliche relativ gering. Hinzu kommt die ohnehin altersübliche Fluktuation, die viele dieser Projekte zum Erliegen brachte.

Jugendparlamente/Jugendforen

- Hoher Verwaltungsaufwand
- Hoher Kostenaufwand
- Hohe Hemmschwelle
- Geringe Erfolgserlebnisse
- Zu zentralistisch für den ländlichen Raum

Partizipationsprojekte

Jugendparlamente/Jugendforen

Ein Inspirierender Ansatz mit kleinen Schwächen.

Das Rosenheimer Modell setzt auf den Dialog zwischen Politik, Verwaltung und Jugendlichen. Keine Satzungen, Keine Änderung der Gemeindeordnung. Ein niederschwelliges Angebot zur Beteiligung von Jugendlichen.

Hier wurde ein zweijähriger Zyklus entwickelt:

Jahr 1:

Dreitägige stark pädagogisch ausgerichtete Jugendkonferenz mit dem Charakter einer Jugendfreizeit.

Teilnehmerzahl: 100

Jahr 2:

Vier dezentrale Jugendkonferenzen mit starker Konzentration auf Themensammlung.

Dazwischen sollen Gruppen und Kommunen bei der Umsetzung von Anliegen begleitet werden.

Schwachstellen

- Hoher Personalaufwand
- Themen werden zum Teil vorgegeben
- Jugendliche selbst haben keine klare Verantwortlichkeit
- Der Fortschritt wird von Extern vorangetrieben
- Es kommt nur eine kleine Gruppe zu Wort
- Es werden keine Umfragedaten erhoben



Jugend in der Region

Haltungen, Kenntnisse,
Lebenswirklichkeit

Keine gesicherten Erkenntnisse

Die Region besteht aus vier Verbandsgemeinden die jeweils wieder mehrere Ortsgemeinden bündeln.

Die vier in dieser Region vorhandenen Jugendpflegeeinrichtungen konzentrieren sich schwerpunktmäßig auf die Arbeit mit Kindern und Teenagern. Für die Arbeit mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen bleibt wenig Raum.

Ergänzt wird das staatliche Angebot durch kirchliche Jugendarbeit und Vereinsjugendarbeit..

Die Altersgruppe der 14 bis 22 jährigen kann zurzeit von der Jugendpflege kaum abgedeckt werden.

Hier im ländlichen Bereich zwischen Rhein und Westerwald gibt es sieben weiterführende Schulen mit insgesamt rund 3000 Schülern.

Jugendpflege:

VG Bad Hönningen

- PrOJu – Projekt Offene Jugendarbeit

VG Linz

- JuLi – DRK Jugendpflege VG Linz
- WellenCITYch – Offener Jugendtreff

VG Unkel

- z. Z. kein Jugendpfleger

VG Waldbreitbach

- Jugendpflege Waldbreitbach

Zielgruppen

Jugend, Politik, Jugendpfleger,
Kirchenvertreter, Unternehmer





Zielgruppen: Jugendliche sind am Besten über die Schulen zu erreichen.

Notwendig sind:

- Die Eingrenzung der Zielgruppe auf 14 bis 22jährige
- Eine möglichst paritätische Verteilung auf die Verbandsgemeinden
- Eine jugendgemäße Ansprache
- Die Einbindung von Social Media
- Eine ansprechende Kampagne
- Glaubwürdige Dialogbereitschaft der Vertreter aus Politik und Gesellschaft

Um Jugendliche zu erreichen müssen folgende Dinge sichergestellt werden:

- Anzeigen in den Mitteilungsblättern
- Informationsflyer
- Plakate
- Einladungsflyer
- Facebook-Gruppe
- Blog im Internet
- Online-Umfrage
- Jugendgerechte Gestaltung der Veranstaltungen

Zielgruppen: Jugendliche sind am Besten über die Schulen zu erreichen.

Weiterführende Schulen

Martinus-Gymnasium Linz
1.040 Schüler

Robert-Koch-Schule Linz am Rhein
619 Schüler

Alice-Salomon-Schule
Berufsschule
1.228 Schüler

Realschule plus Rheinbrohl
Römerwallschule
404 Schüler

Stefan-Andres-Schule Realschule plus
296 Schüler

Deutschherrenschule RS plus Waldbreitbach
219 Schüler

Um Jugendliche zu erreichen müssen folgende Dinge sichergestellt werden:

- Anzeigen in den Mitteilungsblättern
- Informationsflyer
- Plakate
- Einladungsflyer
- Facebook-Gruppe
- Blog im Internet
- Online-Umfrage
- Jugendgerechte Gestaltung der Veranstaltungen

jugendmacht!

Aktivierender
mehrdeutiger Name

- Aussage, dass Jugendliche etwas machen /können
- Aufforderung an die Jugendlichen etwas zu machen / aktiv zu werden
- Jugend hat Macht oder Macht der Jugend

jugendmacht!

Wir gestalten Rhein-Wied

Positionierender Claim

- Der Claim macht deutlich worum es geht
- Der Claim stiftet Identität und lädt ein, Teil einer großen Sache zu werden

Zielgruppen: Den Schulen kommt eine besondere Bedeutung zu

Hier müssen:

- **die Schüler motiviert werden**
- **die Umfragen stattfinden**
- **die Freistellungen der Schüler vom Unterricht erteilt werden**

Da davon auszugehen ist, dass Partizipationsprojekte für Jugendliche bei Schulleitungen Unterstützung finden, sollte im Vorfeld der Veranstaltungen das gesamte Projekt den Schulleitungen vorgestellt werden.

Hierzu ist ein gemeinsamer Termin zu vereinbaren. Neben den Vertretern der Schule wäre die Anwesenheit des LAG-Vorsitzenden wünschenswert. Einladen sollten die Verbandsbürgermeister.

Es sollte den Schulen überlassen werden, ob sie die Teilnehmer der Veranstaltungen über die Schülervertretungen wählen lassen oder in den Klassen bestimmen lassen.

Da die Anzahl der Teilnehmer für die ersten beiden dreitägigen Veranstaltungen begrenzt ist, wird nicht aus jeder Klassenstufe und aus jeder Klasse ein Vertreter entsandt werden können.

Zielgruppen: Die Jugendpfleger sind für die Verstetigung des Projektes entscheidend

Hier müssen:

- Kontakte mit der Politik vor Ort geknüpft werden
- Das Monitoring-Team begleitet werden
- Jugendliche für die Partizipation begeistert und motiviert werden.

Auch die örtlichen Jugendpfleger sowie die für Jugendarbeit zuständigen Gemeindereferenten und Pastoralreferenten der Kirchen sollten bereits in der Vorbereitungsphase in das Projekt eingebunden werden.

Für die Verstetigung des Projektes sollten die Jugendpfleger dem Monitoring-Team als Ansprechpartner und Mittler gegenüber der Kommunalpolitik dienen.

Ihre Expertise ist auch bei der Gestaltung der zweitägigen Großveranstaltung von großem Nutzen.

Zielgruppen: Bürgermeister, Kommunalpolitiker, Kirchenvertreter und Unternehmer brauchen Dialogbereitschaft

Hier müssen:

- Jugendbeauftragte der Fraktionen ernannt werden, die als Ansprechpartner zur Verfügung stehen
- Termine im Voraus bekannt gemacht werden
- Möglicherweise jugendrelevante Entscheidungen vorab zur Stellungnahme an das Monitoring-Team gegeben werden
- Der „jugendmacht-Pakt“ eingehalten werden

Um sicher zu stellen, dass kommunalpolitische Entscheidungsträger am Projekt jugendmacht mitwirken, sollten die Verbandsbürgermeister ein Informationsschreiben und einen Aufruf an alle Fraktionen erstellen, damit eine breite Akzeptanz des Projektes nachhaltig sichergestellt werden kann.

Die Aktivitäten





jugendmacht Training

Persönlichkeitsbildung, Rhetorik, Politik-Know-How, Interessenvertretung, Umfragetechnik

jugendmacht Training

Der Workshop, der stark macht

Dreitägiger Workshop/ 34 Teilnehmer / Je nach Größe von den Schulen entsandt

Teil 1:

Wie funktioniert Kommunalpolitik?

Hier lernen die Jugendlichen anhand eines Planspiels, wie ein Verbandsgemeinderat funktioniert. Hierbei werden den Teilnehmern Rollen zugeschrieben in denen sie Projekte entwickeln und diese den virtuellen Ratsfraktionen präsentieren müssen. Am Ende werden die Projekte im virtuellen Verbandsgemeinderat vorgestellt und dieser entscheidet über mögliche Zuschüsse.

Teil 2:

Wie wirke ich? Wie trete ich auf? Wie vertrete ich Interessen?

In einem zweiten Teil des Workshops werden die Jugendlichen fit gemacht in Sachen Interessenvertretung.

- Rhetorik
- Persönlichkeitsbildung
- Advocacy

sind die Schwerpunkte dieses Workshops.

Beide Workshopteile sollen den Jugendlichen ein Gefühl dafür geben, wie Kommunalpolitik funktioniert und wie man seine Interessen vertritt.

Umfragetechnik:

Am Ende eines jeden Tages wird das Erlebte mit den Jugendlichen in einer Reflektionsrunde im Plenum besprochen.

Diese Runden werden auch dafür genutzt, die Themenfelder zu sammeln, den Jugendlichen vor Ort am wichtigsten sind.

Die gesammelten Themen werden jeweils nach der Reflektionsrunde von der Workshopleitung zusammengefasst und in eine Umfrage formuliert.

Die Teilnehmer bekommen Tricks und Kniffe beigebracht, um eigenständig Video-Umfragen durchzuführen.

Diese Umfragen werden später im Blog veröffentlicht und dienen dem Rahmenprogramm auf dem „Jugendmacht Forum“.



Die jugendmacht Umfrage

Datensammlung / Was Jugendliche wirklich wollen

Die jugendmacht Umfrage

Daten sammeln für die Interessensvertretung

Die Jugendlichen die an dem Workshop teilgenommen haben, erhalten eine ausreichende Anzahl an Umfragebögen, die sie mit in die Schule nehmen und dort dann ihre Mitschüler zum Ausfüllen verteilen und anschließend wieder einsammeln sollen.

Auf diese Weise erhält jugendmacht hinreichendes Datenmaterial über die Situation, die Interessen, Wünsche und Anliegen von Jugendlichen in der Region Rhein/ Wied.

Die Umfrage wird zugleich auf dem „jugendmacht Blog“ veröffentlicht und Jugendliche können auch hier per Mausclick an der Umfrage teilnehmen.

Umfragetechnik:

Am Ende eines jeden Tages wird das Erlebte mit den Jugendlichen in einer Reflektionsrunde im Plenum besprochen.

Diese Runden werden auch dafür genutzt, die Themenfelder zu sammeln, den Jugendlichen vor Ort am wichtigsten sind.

Die gesammelten Themen werden jeweils nach der Reflektionsrunde von der Workshopleitung zusammengefasst und in eine Umfrage formuliert.

Die Teilnehmer bekommen Tricks und Kniffe beigebracht, um eigenständig Video-Umfragen durchzuführen.

Diese Umfragen werden später im Blog veröffentlicht und dienen dem Rahmenprogramm auf dem „jugendmacht Forum“.



jugendmacht Campus

Umfrage analysieren. Forderungen formulieren.

Der jugendmacht Campus

Daten auswerten, Forderungen formulieren

Erster Dialog

Dreitägiger Workshop:/ 34 Teilnehmer

Sobald die Umfrageergebnisse zusammengetragen wurden, findet ein weiterer dreitägiger Workshop statt, auf dem die Ergebnisse ausgewertet werden und in einer Diskussion mit den Jugendpfleger vor Ort in politische Forderungen umgeschrieben werden sollen.

Gemeinsam mit den teilnehmenden Jugendlichen wird auf der Grundlage der Forderungen das zweitägige große „jugendmacht Forum“ vorbereitet.

Umfragetechnik:

Am Ende eines jeden Tages wird das Erlebte mit den Jugendlichen in einer Reflektionsrunde im Plenum besprochen.

Diese Runden werden auch dafür genutzt, die Themenfelder zu sammeln, den Jugendlichen vor Ort am wichtigsten sind.

Die gesammelten Themen werden jeweils nach der Reflektionsrunde von der Workshopleitung zusammengefasst und in eine Umfrage formuliert.

Die Teilnehmer bekommen Tricks und Kniffe beigebracht, um eigenständig Video-Umfragen durchzuführen.

Diese Umfragen werden später im Blog veröffentlicht und dienen dem Rahmenprogramm auf dem „jugendmacht Forum“.



jugendmacht Forum

Informieren. Diskutieren. Feiern.

Das jugendmacht Forum

Daten sammeln für die Interessensvertretung

Zweitägige Veranstaltung:

Teilnehmer:

- Ca. 100 Jugendliche
- VG-Bürgermeister
- Fraktionsvertreter
- Jugendpfleger
- Kirchenvertreter
- Vertreter von Jugendverbänden

Das „jugendmacht Forum“ ist eine zweitägige Großveranstaltung mit rund 100 Teilnehmern. Die Teilnehmer werden über die Schulen und die örtliche Jugendpfleger akquiriert.

Eine Ausstellung der Umfrageergebnisse, kurze zuvor eingeholte Videobeiträge und ein jugendliches Ambiente sollen die Teilnehmer erwarten.

Mit kurzen, frischen Impulsen wird im Plenum eröffnet. Es folgen abwechselnd Arbeitsgruppen, Workshops, WorldCafés, die die Politiker und die jungen Menschen in einen offenen und konstruktiven Dialog führen sollen. Am Abend des ersten Tages wird eine große Party stattfinden, die den Jugendlichen ermöglicht, sich in lockerer Atmosphäre kennen zu lernen und auszutauschen.

Der jugendmacht Pakt

Am zweiten Tag der Veranstaltung Werden die Ergebnisse gemeinsam gebündelt und dokumentiert. Am Ende soll ein Pakt unterzeichnet werden, der sowohl die Jugendlichen als auch die Politiker auf eine zukünftige Zusammenarbeit verpflichtet. Er dient der Verstärkung der Jugendpartizipation in den Verbandsgemeinden Rhein/Wied.

Nachhaltigkeit des Partizipationskonzeptes

Am Ende des Forums wählen die etwa 100 Jugendlichen Aus ihrer Mitte Ein Monitoring Team.

Dieses Team soll die Kontakte zu den Verbandsbürgermeister und denen Jugendpflegern auf Dauer sicherstellen.

Die Jugendpfleger sollen künftig gemeinsam mit dem Monitoring Team die Abarbeitung der Forderungen in den Verbandsgemeinden beobachten und über Erfolge und den jeweiligen Sachstand auf dem Blog berichten.

Die in den Verbandsgemeinderäten vertretenen Fraktionen sollen jeweils einem Jugendbeauftragten benennen. Damit soll die nachhaltige Fortsetzung des begonnenen Dialogs sichergestellt werden.

jugendmacht Forum soll künftig jährlich stattfinden. Hier sollen die Fortschritte im Dialog zwischen Politik und Jugendlichen festgehalten, Erfahrungen ausgetauscht und neue Wege ausgelotet werden.

Das jugendmacht Forum

Talkrunde mit Politik-Youtubern



LeFlويد

- Erfolgreichster Youtuber in Sachen Politik
- Interviewte die Kanzlerin



„Jung und naiv“

- Mitglied der Bundespressekonferenz
- Bekannt als ungewöhnlicher Fragensteller



„Klugscheißerin“

- Erklärt Alltagsphänomene und
- immer öfter auch politische Zusammenhänge



„Wissen2go“

- Erklärt politische Zusammenhänge
- Ist auch Mitglied der Logo-Redaktion des ZDF

Youtube ist das mit Abstand beliebteste soziale Netzwerk unter Jugendlichen.

Ziel sollte es sein, einen oder mehrere der an Politik interessierten Influencer für die Teilnahme bei einer Talkrunde auf dem „jugendmacht Forum“ zu gewinnen.

Für die Zielgruppe sicher ein weiterer Anreiz. Möglichenfalls ist auch eine Medienpartnerschaft interessant.

A photograph of four young people (three men and one woman) sitting around a computer monitor in a dimly lit room with blue and purple neon lights. They are all looking intently at the screen. The man in the foreground is pointing at the monitor. The woman next to him is also looking at the screen. The other two people are in the background, also looking at the monitor. The overall atmosphere is focused and collaborative.

jugendmacht Monitoring

Beobachten. Nachhalten. Netzwerk pflegen.

Das jugendmacht Monitoring Team

Garant für die Verstetigung

Auf dem „jugendmacht Forum“ gewähltes 16-köpfiges Team bestehend aus Jugendlichen aller Verbandsgemeinden.

- **Beobachtet die Einhaltung des „jugendmacht Paktes“**
- **Hält Kontakt mit den Bürgermeistern und Kommunalpolitikern**
- **Trifft sich einmal im Monat zum Erfahrungsaustausch, organisiert von einem VG-Jugendpfleger**
- **Berichtet im Blog und auf Facebook über Fortschritte im Blog.**
- **Bereitet das nächste „jugendmacht Forum“ mit Unterstützung der Jugendpfleger und der Verwaltungen vor.**
- **Bemüht sich um Sponsoren mit der Rückendeckung der Bürgermeister.**

Nachhaltigkeit des Partizipationskonzeptes

Am Ende des Forums wählen die etwa 100 Jugendlichen Aus ihrer Mitte Ein Monitoring Team.

Dieses Team soll die Kontakte zu den Verbandsbürgermeistern und den Jugendpflegern auf Dauer sicherstellen.

Die Jugendpfleger sollen künftig gemeinsam mit dem Monitoring Team die Abarbeitung der Forderungen in den Verbandsgemeinden beobachten und über Erfolge und den jeweiligen Sachstand auf dem Blog berichten.

Die in den Verbandsgemeinderäten vertretenen Fraktionen sollen jeweils einem Jugendbeauftragten benennen. Damit soll die nachhaltige Fortsetzung des begonnenen Dialogs sichergestellt werden.

Das „jugendmacht Forum“ soll künftig jährlich stattfinden. Hier sollen die Fortschritte im Dialog zwischen Politik und Jugendlichen festgehalten, Erfahrungen ausgetauscht und neue Wege ausgelotet werden.

Zeitraum:

Am 26.05.2019 finden Kommunalwahlen statt. Diese bieten eine hervorragende Möglichkeit, im Vorfeld den Kontakt der Jugendlichen mit den Politikern aus der Region herzustellen und die Jugendlichen vorher in Kooperation mit Schulen und Jugendpflegern fit zu machen für den Austausch.

Aus diesem Grunde ergibt sich folgende Zeitlinie:

- **August/September 2018:** Start des Projektes. (Kontakt zu Schulen, Jugendträgern und Politikern der Region. Vorstellen des Projektes.
- Oktober – November 2018: Informationskampagne an den Schulen
- **Danach Einladung und Wahl** der teilnehmenden Jugendlichen.
- **Januar 2019: Projektstart** entsprechend der Absprachen mit allen Beteiligten
- Februar/März 2019: Workshops und Umfrage
- April/Mai 2019: Großveranstaltung
- Danach Monitoring und Vorbereitung für das Folgejahr





DANKESCHÖN!