

Dokumentation landestreffen Jugendbeteiligung Brandenburg

Das „Viertel-nach-Treffen“

04.-06. September 2009 / Heimvolkshochschule Seddiner See

FREITAG:

- Wildes Anreise-, Zimmerverteilungs-, Begrüßungskuddelmuddel
- Diskussionsrunde mit Chef der Staatskanzlei Herr Clemens Appel
- Vorstellungsründchen: Name, Alter, Was würde ich tun, wenn ich morgen König/Königin wäre...
- „Fast-Mitternachts-Kleingruppenarbeit“ zur Vorbereitung des Vormittags: 1. Ag „Infos aus SCHle-Hol“ 2. AG: Vorbereitung der Gesprächsrunde mit den MdL/KandidatInnen für...“: Fragensammlung – Moderationsgrüppchen-Briefing

SAMSTAG:

Zusammenfassung der Vormittagsarbeitsphase: „Bilateralen Dialog-Phase“

Schleswig-Holsteinchens & Brandenburg

Probleme	Fakten	Ideen
Die Initiativen sind (oft) unbekannt	Engagement ist freiwillig	Anschreiben an SchülerInnenvertretungen / Jugendorganisationen der Parteien
Konfrontation/Auseinandersetzung mit rechten Jugendlichen	Absegnung/Unterstützung von Aktivitäten durch Gemeindevertretung → nötig	Werbung für eigene Sache über bestehende Vereine
Fehlendes Engagement vieler Jugendlicher	Initiativen/JuPas sind überparteilich/neutral	Gezielte Ansprache von Leuten (interessierten)
Zu wenig Werbung in eigener Sache	JuPas vermitteln	Kooperation mit Schulen
Fehlende, abnehmende Motivation bei eigenen Aktiven	Anerkennung und Zugehörigkeit	Wahl von Jugendvertretungen / JuPas über Schulen

Unzureichende gesetzliche Rahmenbedingungen, (kein) „§ 47 f“ in der Gemeindeordnung	Demokratie wird gelebt!! Bleibt bekannt!	Aktionen wie „Jugend im Parlament“ auf Ortsebene anbieten Präsenz zeigen! „normal“ bleiben, nicht abheben. Keine elitären Eskapaden.
---	---	--

Nachmittags-Workshops

Arbeitsgruppe „Virtuelle Vernetzung“

➔ JuPa-Forum – Soll...:

- Modernes Design
- Diskussionen
- Chat
- Eigene Bildergalerie für jeden
- Video upload
- Bau einer eigenen Homepage bzw. Info-Seite
- Eigenes Profil
- Eingebauter Messenger

WO: www.jupa-forum.de – Homepage existiert, gemeinsam checken und abstimmen, ob es ein gemeinsames Forum werden könnte.

Arbeitsgruppe „Marke Jugendbeteiligung“

Marke??? = allgemein: Markierung / Kennzeichnung mit dem Ziel der Wiedererkennung
Funktioniert wie: KUNDE ↔ emotionale Bindung ↔ Marke

Marke als Begriff der Wirtschaft

- Sichert Urhebererschaft / Produktrechte (Lizenz)
- Hilft ein Produkt schnell, effizient und erfolgreich zu vermarkten
- Strategien (weitere Ansätze zum googlen): Markentransfer , Markenkommunikation, Vermarktung – Marketing

Eine Marke im „Non-Profit-Bereich“

Wäre genial, weil:

- Ist ein Öffentlichkeitssignal
- Bringt Aufmerksamkeit
- Fantastische Voraussetzung für Fundraising („Kohle-Organisationsprozesse“)
- Hilft verlässliche Wirtschafts-Kooperationspartner zu finden

Jugendbeteiligung als Markenartikel

- Bietet hervorragende Voraussetzungen: 1. „Erlebnischarakter“ der Aktionen/Projekte/ Gruppen 2. Richtet sich an junge/dynamische Zielgruppe, die mit Interessen vieler Branchen übereinstimmt → Jugendbeteiligungsinitiativen können Wirtschaft anziehen!!

Was tun, denken, bedenken, wissen-müssen-sollen...

1. Geschickt wäre es eine „Dachmarke“ zu kreieren (also nicht für jedes kleine Jugendinitiativchen auf Hinterposemuckeldörfchens, sondern besser für JUBB . Die JUBB_Marke könnte auch jedes kleinere Jugendbeteiligungsprojekt nutzen, in die eigene Werbestrategie integrieren
2. Rechtliche Hintergründe abchecken (Wie kann ich die Marke „JUBB“ so schützen lassen, dass niemand anders zufällig den gleichen Abkürzungsbuchstabenhaufen für eine komplett andere Sache nutzt?)
3. Jugendbeteiligung als eigenes Unternehmen denken lernen! Welches Kapital bietet ihr, bringt ihr mit, warum seid ihr „Gold wert“.
4. Grübeln, welche Partner aus Wirtschaft und Gesellschaft für eine Kooperation in Frage kommen könnten → Kontakte aufnehmen, Vertragsverhandlung (im passenden Sprachstil / Soziolekt. Meint nicht rumjammern, sozialfuzzideutsch sprechen)
5. Wenn Partner gefunden, dann „Joint-Venture“ wagen → dauerhafte gemeinsame Zusammenarbeit. Vertraglich absichern, wer was einbringt.
6. Ganz langfristig: unternehmerischen Mut entwickeln, eigene vermarktungsfähige Produkte entwickeln, mit denen ihr Eigenmittel einspeisen könnt und Kosten selbst abdecken könnt.
7. PR-Strategien recherchieren, entwickeln und nutzen
8. Erfahrene Coachs finden, die helfen (z. B. „Senior Angels“)
9. Buch: Wolfgang Antes „Markenmacht Jugendarbeit“ lesen

Was können wir kurzfristig tun:

1. Echt nochmal klar werden, wen will/muss JuPa, Jugendbeteiligungsprojektchen eigentlich erreichen
 - a. Na klaro: Jugendliche, junge Erwachsene
 - b. Die Kommunalpolitiker im Hintergrund
 - c. Sponsoren, Unterstützer, „Geld- und Sachdienstleistender“

Alle 3 Gruppen sind fast gleich wichtig!

2. Überlegen, mit welchem Medium, welcher Aktion erreiche ich die einzelnen Gruppe
3. Dann abgrasen, was lohnt:
 - a. Radio, Zeitungen, Fernsehsender?
 - b. Homepage
 - c. Flyer
 - d. Plakate
 - e. „Give-aways“ (attraktive Bestechungsgeschenkchen)
 - f. Werbe-Aktionen im öffentlichen Raum
 - g. „Identifikations-Artikel“ : T-Shirts, Mützens, Winkelementchens, Windschutzscheibenbanner...)
4. Regional und überregional recherchieren, welche Unternehmen, Branchen auch an der Zielgruppe „Jugend, junge Erwachsene“ interessiert sind und an Werbung über euer Projekt interessiert sind. Die Klassiker sind z. B.:
 - a. Banken
 - b. Versicherungen
 - c. Fahrschulen
 - d. Einkaufsfilialen
 - e. „Technikmärkte“ – Media Markt...
 - f. „Klamotten-Discounter“
 - g. Kinos

Bei der Auswahl aber genauestens überlegen, ob eine Branche, ein konkretes Unternehmen eurem Image gefährlich werden könnte (z. B. Jägermeister..)

Sonntag:

- Tolle-Toberunde (Kissen & Garage)

Auswertung Diskussionsrunde MdL

- Konkretere Fragen wären besser gewesen – unsere Fragen waren zu allgemein
- Schade, dass zu wenig Chance für Dialog blieb, so war's zu viel Zutextung
- Antworten der MdL nicht befriedigend aussagekräftig
- Nächstes mal Zeitmanagement noch straffer. Antwortzeiten noch knapper
- Schade, dass wir die Gäste nicht wirklich zu klaren Statements zu ihrem zukünftigen Engagement in Bezug auf „den § 47 f“ in Brandenburg festgenagelt haben. Man hätte klarer machen können, dass die Antworten für die meisten unbefriedigend waren
- Politiker hätten besser darauf vorbereitet werden sollen, dass sie nicht in eine „Informations-Blabla-Veranstaltung“ kommen, sondern es um ein klares Positionierungs-Verhandlungsgespräch geht (kommt beim nächsten mal)
- Setting ändern: kleine Gesprächsrunden – je nur 5 Leute je Politiker
- Vorschlag Carsten: „Speed-Dating“ – mit 2 Durchläufen, um PolitikerInnen zu konkreten Aussagen zu bringen
- Es war zu viel, 3 große Bereichsblöcke anzudenken -> besser doch Themenbeschränkung, um mehr Zeit zu direktem Gespräch zu haben
- Wiederholung? – Ja, aber wirklich besser vorbereitet!!! (wir laden alle Politiker auch wieder zum Sep.treffen 2010 ein)

Traurige Verabschiedung der Schle-Hol-Gruppe → Verabredungen: 1. Kontakt fetzt und bleibt erhalten 2. Mit der Doku wird Kontaktliste rumgeschickt 3. Der nächste Direktkontakt wird beim Landestreffen in Schle-Hol im November stattfinden. Leider diesmal nur für 4 (+ 2 Nachrücker). Weitere Treffen sind schon in der Denkarbeitskiste...

Vorstellung Landesschülerrat - Ulrike

- Struktur des LSR erklärt – Chancen bis zur Bundesebene
- Chancen der Kooperation im Themenbereich Jugendbeteiligung :
 - o Kooperationsvertrag wäre möglich
 - o Vernetzungskatalysator

AG-Arbeit

1. Virtuelle Vernetzung:

www.jupa-forum.de

- Vorstellung der Jupa-Forum-Homepage, die Florian gesichert und strukturell vorbereitet hat.
- Alle sollen immer voneinander wissen / Fragen, Bilder, Termine, Videos, eigene homepages, Aufrufe und Verabredungen zu gemeinsamen Aktionen in den Regionen
- Seite ist als deutschlandweites Forum angelegt / prinzipiell für jeden offen
- Wäre super, wenn sich dort viele von Euch anmelden!

2. „Brief-Grüppchen“ – „Politische Weiterbearbeitung“

- Kleine AG hat Brief an die teilnehmende PolitikerInnen der Gesprächsrunde am Sonnabend formuliert, um die unverbindlich gemachten Unterstützungsangebote zu fokussieren
- Brief von allen abgestimmt, abgenickt...
- Brief wird heute ausgedruckt und i. A. unterschrieben direkt an die MdL's und KandidatInnen weiterleiten
- Sören und Fritz bereiten bis Mittwoch eine öffentliche, politisch relevante Erklärung im Mailverkehr vor, die dann als Vorlage an alle JuPa's verteilt wird, die per Mail an Thommy Zustimmung signalisieren und die Erklärung unterzeichnen (elektronische Unterschrift ist an der Stelle rechtsverbindlich)

3. Zukunftsplanungsteam

Welche Sachen, Themen würdet ihr jetzt sofort anschließend an das Treffen bearbeiten wollen? – Brainstorming!!!!!!!!!!

- Marke JUBB
- Logo überarbeiten
- Öffentlichkeitsarbeit
- Werbevideo (Mitgliederwerbung)
- Flyer neu gestalten
- Mitgliederwerbung

- Presstraining
- Konfrontationstraining (Rhetorik, Überzeugung, Landestreffen als Auftreff für JuPa's, Kooperation mit anderen JuPas, ständige Kooperationen von regional nahe gelegenen Jupas, organisieren einer gemeinsamen Aktion

Fazit:

- Es braucht insgesamt mehr Zeit, um Themen zu bearbeiten
- Probieren, ob vielleicht doch „Zwischen-Seminare“ möglich sind, zu den Themen, die nicht alle JuPa's so interessieren, aber einzeln vertieft werden können (JUBB vor Ort)
- Themen von Mitgliedern sollen stärker berücksichtigt werden
- Spannend wäre es, die Treffen auch zur Vorbereitung konkreter gemeinsamer Aktionen zu nutzen, die zeitnah realisiert werden
- Treffen sollten öffentlichkeitswirksamer sein. Noch intensiver versuchen, Medienöffentlichkeit zu erreichen, z. B. auch Presseinfos hinterher
- Es gibt Kontaktmenschen aus den einzelnen JuPa's, die sich bei der Vorbereitung des nächsten Treffens einbringen werden → Kontaktliste ist bei Tommi..
- Thema nächstes Treffen: PR, Marke, Rhetoriktraining.
- Thema Marke zeitnah weiterbearbeiten: Gemeinsames Logo erarbeiten, Experten dazuholen → Ansprechpartnerin/Expertin: **Sarah**
- Mehr Eigenengagement bei Vorbereitung – Durchführung von Treffen (z. B. eigene Workshopleitung zu passenden Themen)

Organisatorisches von Thomas:

- RBB – „Klipp-und-Klar“ : Für die Sendungen am 15. Und 22.9. zum Thema Wahlen → gesucht werden noch Studiogäste (sollen wahlberechtigt sein). Bis Dienstag (08.Sep.) spätestens zurückmelden
- Tommi hat schon lange die Idee, sich mit einer Gruppe von „sprachbegabten“ Jugendlichen bei „Blue-Moon“ auf Radio Fritz zu landen. Gruppe signalisiert Interesse... Tommi versucht Kontakt herzustellen / Sophie hat heißen Draht zur Fritz-Redaktion und erkundigt sich
- Die nächste Treffen: Überlegt wird, ob es ab jetzt regelmäßig jährlich ein „großes“ Treffen im September in der Seddiner Heimvolkshochschule zu organisieren. Das 2. Jahrestreffen (Februar/März 2010) wird aus Kostengründen wahrscheinlich nicht in Seddiner See, sondern wenn möglich in der Jugendherberge Potsdam stattfinden können.

FEEDBACK:

Nur Positives....

Es war schön "alte" und "neue" Gesichter zu sehen! Es war wunderbar mit Euch zu arbeiten und mit Euch zu feiern! Wir freuen uns darauf, Euch wiiiiiederzusehen! Fröhliche Grüße ins Land und in den Norden! Conny, Annett, Otto, Sascha & Thomas

P.S. *Otto hat insg. 9Std.-Filmmaterial „gesammelt“ und ist selbst total begeistert. Er hat nun noch eine Menge zu tun – die Doku-DVDs werden ca. Ende des Monats fertig sein. Wir schicken Euch die DVDs zu.*