

Konzept zur Öffentlichkeitsarbeit für Jugend+Kommune

Inhalt

Die Landeshauptstadt Magdeburg wurde in diesem Jahr als Modellkommune für das Projekt „Jugend+Kommune“ ausgewählt. Das Familieninformationsbüro ist mit der Durchführung des Projektes in der Stadt Magdeburg beauftragt.

Das Pilotvorhaben dient dazu, Kinder und Jugendliche mit demokratischen Entscheidungsprozessen vertraut zu machen, sie zu ermuntern, ihre Meinung einzubringen und die Wirkung ihres Engagements direkt zu erfahren. Dafür werden zudem Fachkräfte für geeignete Methoden sensibilisiert, um Kinder und Jugendliche in Entscheidungsprozesse aktiv einbeziehen zu können.

Im Laufe des Projektzeitraumes bis zum 31.12.2020 werden fünf Aktionstage von und für Kinder und Jugendlichen organisiert. Diese Aktionstage sollen die entsprechenden Interessen und Bedarfe der Kinder und Jugendlichen herausfiltern und zu Beteiligungsrechten und -formaten informieren. Hierbei ist eine gleichwertige Aufteilung der Ressourcen nach Sozialregionen sinnvoll, da jede Sozialregion durch ihre eigenen spezifischen Bedingungen gekennzeichnet ist. Ziel ist es, nach den Aktionstagen in jeder Sozialregion Projekte, die Kinder und Jugendliche beteiligen, entstehen zu lassen.

Zusätzlich werden zwei Fachveranstaltungen zum Thema Kinderrechte und Beteiligung von Kindern und Jugendlichen stattfinden. Ziel ist hier vor allem die Herausarbeitung der Relevanz der Beteiligungsprozesse von Kindern und Jugendlichen sowie die Sensibilisierung für derartige Entscheidungsprozesse bei Fachkräften.

Die Einbeziehung und Schulung sowohl der Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen als auch der Fachkräfte der Kinder- und Jugendarbeit verspricht eine Etablierung der resultierenden Beteiligungsprozesse in der Stadt Magdeburg. Zur Realisierung beider Ebenen ist eine zielorientierte Öffentlichkeitsarbeit erforderlich. Im Speziellen sind das Sozialdezernat, darunter die Stabsstelle „Führungsunterstützung“ mit dem Familieninformationsbüro und die Kinderbeauftragte der Landeshauptstadt Magdeburg, sowie die Pressestelle der Landeshauptstadt Magdeburg gefordert.

Botschaft der Öffentlichkeitsarbeit

- Mobilisierung und Beteiligung von Kindern und Jugendlichen
- Mobilisierung und Sensibilisierung von Angebotsträgern und Fachkräften der Kinder- und Jugendhilfe
- Relevanz der Beteiligung von Kinder und Jugendlichen für Politik und Verwaltung

Zielgruppen

- Kinder und Jugendliche

Die Öffentlichkeitsarbeit muss in erster Linie Kinder- und Jugendliche erreichen, um ihr Interesse für das Projekt im Allgemeinen bzw. für Beteiligungsprozesse zu wecken. Dabei gilt es, ein geeignetes Instrument zu finden, um die Gruppe zu erreichen. Hierbei werden verschiedene Kanäle für spezifische

Altersgruppen relevant werden. Im zweiten Schritt gilt es, die Kinder und Jugendlichen für eine Teilnahme an den Aktionstagen zu gewinnen. Die Veröffentlichung der Zusammenarbeit und Diskussionen an den Aktionstagen sowie möglicherweise daraus resultierender Projekte ist im dritten Schritt erforderlich, um die Glaubwürdigkeit an die Ziele des Projektes „Jugend+Kommune“ zu verwirklichen. Daher wäre es auch von Vorteil, wenn letztlich auch Kinder und Jugendliche für die Öffentlichkeitsarbeit gewonnen werden könnten. Hier gilt es, an den Aktionstagen entsprechende Redakteure zu finden.

- Angebotsträger/Fachkräfte

Ähnlich wie bei den Kindern und Jugendlichen müssen die Fachkräfte als Adressaten zunächst für das Thema der Beteiligung gewonnen werden. Interessierte müssen dann auch für eine Teilnahme an den Fachtagungen sowie eine Mitarbeit an den Aktionstagen motiviert werden. Letztlich gilt es, die Angebotsträger bzw. Fachkräfte auch langfristig an die Thematik zu binden. Dabei wird diese Zielgruppe über andere Kanäle erreicht werden müssen, als es bei den Kindern und Jugendlichen der Fall ist. Besonders wichtig ist es, die Thematik unabhängig von zwanghaften Fortbildungsmaßnahmen zu veröffentlichen. Zudem muss eine direkte Austauschmöglichkeit realisiert werden, denn die Fachkräfte haben bereits erste Erfahrungen und auch gute Ideen, um Kinder und Jugendliche zu beteiligen.

- Kommune(-n)

Als erstes muss die eigene Kommune über das Projekt informiert werden. Die Öffentlichkeitsarbeit muss zudem einen Austausch mit den anderen Pilotkommunen aber auch anderen bisher nicht interessierten Kommunen ermöglichen. Die Kommunen können bei der Einbindung von Kinder und Jugendlichen in ihre Entscheidungsprozesse von den Erfahrungen der anderen lernen. Relevant ist hier jedoch die Beachtung der jeweiligen Strukturen. Neben dem Austausch, müssen Politik und Verwaltung für die Beteiligungsprozesse gewonnen werden. Nur so kann erreicht werden, dass das Projekt nicht nur punktuell auf die Aktionen beschränkt bleibt. Es ist Aufgabe der Öffentlichkeitsarbeit, die Kommune für eine Kinder und Jugendbeteiligung zu gewinnen. Dabei ist eine Rückkopplung für die teilnehmenden Kinder und Jugendlichen erforderlich, damit das Interesse bestehen bleibt. Es gilt also Entscheidungsträger direkt und öffentlich mit einzubeziehen, um die Relevanz und Notwendigkeit der Beteiligung abzubilden.

- Bürger*innen

Die Bürger*innen müssen auf das Projekt und die Thematik aufmerksam gemacht werden. So können zum einen Interessenten gewonnen werden und zum anderen Strukturen in der Öffentlichkeit für derartige Beteiligungsprozesse geschaffen werden. Diese Zielgruppe ist am wenigstens homogen. Hier spielen neben Altersgruppen auch andere Faktoren eine wichtige Rolle. Die Gruppe der Bürger*innen verlangt somit eine breite Nutzung an Informationskanälen.

- Projektgruppe

Mit der Öffentlichkeitsarbeit müssen zudem Akteure zur Mitarbeit am Projekt gewonnen werden. Dabei müssen Absprachen im entsprechenden Rahmen realisiert werden. Neben der Zusammenarbeit spielt die Dokumentation der jeweiligen Organisation und Durchführung eine wesentliche Rolle. Bestimmte Erkenntnisse müssen innerhalb der Projektgruppe veröffentlicht werden.

- Landeszentrum Jugend+Kommune

Die Öffentlichkeitsarbeit muss zudem das Landeszentrum als Projektfinanzier erreichen. Hier spielt vor allem die Dokumentation und Evaluation der Veranstaltungen eine entscheidende Rolle. Aber auch einzelne Organisationsschritte sollte den Verantwortlichen kommuniziert werden, um eventuelle Misserfolge zu vermeiden.

Ziele der Öffentlichkeitsarbeit

- Bekanntgabe des Projekts
- Veröffentlichung der Organisatoren und Ansprechpartner
- Gewinnung von Interessenten
- Informationen und Sensibilisierung
- Dialog und Kommunikation
- Dokumentation der Projektarbeit
- Etablierung von Beteiligungsprozessen
- Austausch mit anderen Kommunen
- ÖA als Instrument der Beteiligung

Kanäle

Name	Definition und Funktionen	Zielerfüllung	Zielgruppe
E-Mail	Nachrichtendienst über Groupwise	<ul style="list-style-type: none"> - Bekanntgabe des Projekts - Veröffentl. der Organisatoren - Dialog und Kommunikation - direkte Ansprache von Akteuren - Information/ Sensibilisierung - Austausch mit anderen Kommunen 	Angebotsträger/ Fachkräfte, Kommune(-n), Projektgruppe
Post	Postalische Zustellung von Informationsmaterialien über Poststelle und Biberpost	<ul style="list-style-type: none"> - Bekanntgabe des Projekts - Veröffentl. der Organisatoren - Informationen/ Sensibilisierung 	Angebotsträger/ Fachkräfte

Webseite	Nutzung vorhandener Webseite: www.magdeburg.de/fib	<ul style="list-style-type: none"> - Bekanntgabe des Projekts - Veröffentl. der Organisatoren - Information/ Sensibilisierung - Gewinnung von Interessenten - Dokumentation der Projektarbeit 	Bürger*innen, Kinder- und Jugendliche, Angebotsträger/ Fachkräfte, Kommune(-n), Landeszentrum
Social Media	Facebook/ Instagram noch in der Planung, Beiträge mit Kommentarfunktion	<ul style="list-style-type: none"> - Bekanntgabe des Projekts - Veröffentl. der Organisatoren und Ansprechpartner - Gewinnung von Interessenten - Informationen und Sensibilisierung - Dialog und Kommunikation - Dokumentation der Projektarbeit - Etablierung von Beteiligungsprozessen - Austausch mit anderen Kommunen - ÖA als Instrument der Beteiligung 	Bürger*innen, Kinder- und Jugendliche, Angebotsträger/ Fachkräfte, Kommune(-n), Landeszentrum
Trello	Board der Landeszentrale, geschlossene Gruppe/ Adressatenkreis, Beiträge in Form von Texten, Bilder, Präsentation können eingestellt werden, mit Kommentarfunktion	<ul style="list-style-type: none"> - Dokumentation der Projektprozesse - Sammlung von Infos und Erfahrungen - Austausch/ Kommunikation 	Kommune(n), Projektgruppe, Landeszentrum
Kl. Pressearbeit	erfolgt z.T. durch die Pressestelle: <ul style="list-style-type: none"> - Pressemitteilung - Zeitungsartikel in Volksstimme, General Anzeiger, DATES und ottokar 	<ul style="list-style-type: none"> - Bekanntgabe des Projekts - Benennung der Organisatoren - Informationen/ Sensibilisierung 	Bürger*innen (vor allem Ältere), Kinder- und Jugendliche (größtenteils über die Eltern),

	- Veranstaltungshinweise in den Kalendern von DATEs, ottokar, Volkstimme und magdeburg.de	- Dokumentation der Projektarbeit - Gewinnung von Interessenten	Angebotsträger/ Fachkräfte, Kommune(-n), Landeszentrum
Aktionen/ Veranstaltungen	5 Aktionstage und 2 Fachtagungen	- Bekanntgabe des Projekts - Benennung der Organisatoren - Informationen/ Sensibilisierung - Gewinnung von Interessenten	Bürger*innen, Kinder- und Jugendliche, Angebotsträger/ Fachkräfte, Projektgruppe, Kommune(-n), Landeszentrum
Druckerzeugnisse	u.a. Flyer, Checklisten und Veranstaltungsbroschüren	- Bekanntgabe des Projekts - Benennung der Organisatoren - Informationen/ Sensibilisierung - Dokumentation der Projektarbeit - Gewinnung von Interessenten	
Drucksachen/ Informationen	Politische Kommunikation (Stadtrat, Ausschüsse, usw.)	- Bekanntgabe des Projekts - Benennung der Organisatoren - Informationen/ Sensibilisierung - Etablierung von Beteiligungsprozessen	Kommune

Ablauf

Der Ablauf wurde aufgrund der Corona-Krise und damit verbundenen Bestimmungen bereits angepasst. Zum jetzigen Zeitpunkt lässt sich keine Aussage treffen, ob das Projekt wie geplant durchgeführt werden kann. Es werden Anpassungen erforderlich sein.

Zudem ist das Projekt als Prozess zu verstehen, demnach wird es auch unabhängig der Pandemie Anpassungen und Veränderungen geben. Das betrifft sowohl zeitliche Aspekte als auch Zuständigkeiten.

Zeitraum	Aktion, erreichte Zielgruppe	Kanal	Verantwortlicher
Februar	- Registrierung bei Trello - Einblicke in die Arbeit anderer Kommunen - erster Austausch mit dem Landeszentrum	Trello	Fr. Hollmann
		E-Mail	Fr. Melzer
			Fr. Hollmann

	- Austausch/Rücksprache ehemalige Modellkommune Muldestausee		
März	- Recherche geeigneter Akteure und Fachkräfte in den Sozialregionen - Bekanntgabe des Projekts und direkter Aufruf zur Mitarbeit (Rückmeldefrist: 30.04.2020)	E-Mail, Post	Fr. Jentzsch
April	- Einrichtung einer Plattform zum Austausch der Angebotsträger/Fachkräfte* alternativ telefonische Rücksprache mit den Akteuren - Umstrukturierungsmaßnahmen aufgrund von Corona	in der Klärung	Fr. Hollmann alle
Mai	- Kick-Off: Bekanntgabe des Projekts und Veröffentlichung der Organisatoren, Ablauf des Projekts (von Bekanntgabe in den Ausschüssen abhängig) - Info an Ausschüsse - Konzept, Info und Einladung 1. Fachtag - Teilnahme an Qualifizierungsreihe	Webseite+Social Media, Pressearbeit, E-Mail	Fr. Melzer, Pressestelle Fr. Jentzsch, Fr. Deutschmann Fr. Melzer, Pressestelle Fr. Melzer
Juni	- Planung/ Organisation 1. Fachtag - Rücklauf Einladung Fachtag - Testlauf 1. Fachtag	Trello, Webseite+Social Media, Pressearbeit, E-Mail	alle
Juli	- Durchführung 1. Fachveranstaltung - Dokumentation und Veröffentlichung der Ergebnisse - Bekanntgabe/Planung Aktionstage	Trello, Webseite+Social Media, Pressearbeit, E-Mail	Fr. Melzer Fr. Melzer, Pressestelle Fr. Jentzsch
August, September, Oktober	- Planung und Durchführung der Aktionstage - Werbung für die Aktionstage - Dokumentation und Veröffentlichung der Ergebnisse - Planung und Organisation 2. Fachtag	Trello, Webseite+Social Media, Pressearbeit, E-Mail, Druckerzeugnisse	
November	- Durchführung 2. Fachtag: Präsentation der Projekte	Trello, Webseite+Social	

		Media, Pressearbeit, E-Mail, Druckerzeugnisse	
Dezember	- Kick-Off: Zusammenfassung/ Veröffentlichung aller Aktionen - Abbildung des kompletten Projektzeitraums - Ausblick und Danksagung	Webseite+Social Media, Pressearbeit, E-Mail	Fr. Hollmann