

Fachtagung Jugendinformation 2009

Protokoll zu Workshop „neue Zielgruppen für Jugendinformationsdienste“ Anwesend: Heba Osman (IJAB), Markus Singer (Flörsheim), Annette Kappes (Augsburg)

Zusammentragung wichtiger Punkte:

- Altersgruppenbefragung und Ausbildungsstandbefragung in der Masterarbeit „Jugendinformation – offen für alle?!“: wesentliche Ergebnisse: gerade die 12-14-jährigen kommen nicht
- Wie bekommt man Jugendliche an eine Beratungsstelle.
- Beziehung geht vor Inhalt!
- Wie sind die Mittel/Ressourcen?
- Bezug zu der neuen Zielgruppe herstellen.
- Setting spielt eine Rolle um Jugendliche anzulocken, gleichberechtigte Kommunikation auf Augenhöhe wichtig
- Mehr Mut zu neuen Ideen/Experimenten (auch von den Jugendlichen selbst)
- Einmalkontakte von Jugendlichen im Jugendinfodienst, woher bekommt man das Gefühl/wissen, was Jugendliche brauchen/möchten? Eine Idee: Freiwilligenteam von Jugendlichen (seit 4 Jahren in Augsburg)
- Migrationshintergründe besser kennen als Basis für die neue Zielgruppe.

Analyse:

- Gerade wichtig für neue JIDe
- Was gibt es für Einrichtung, Anlaufstellen etc. vor Ort.
- Wo gibt es Lücken, wo gibt es Bedarfe?

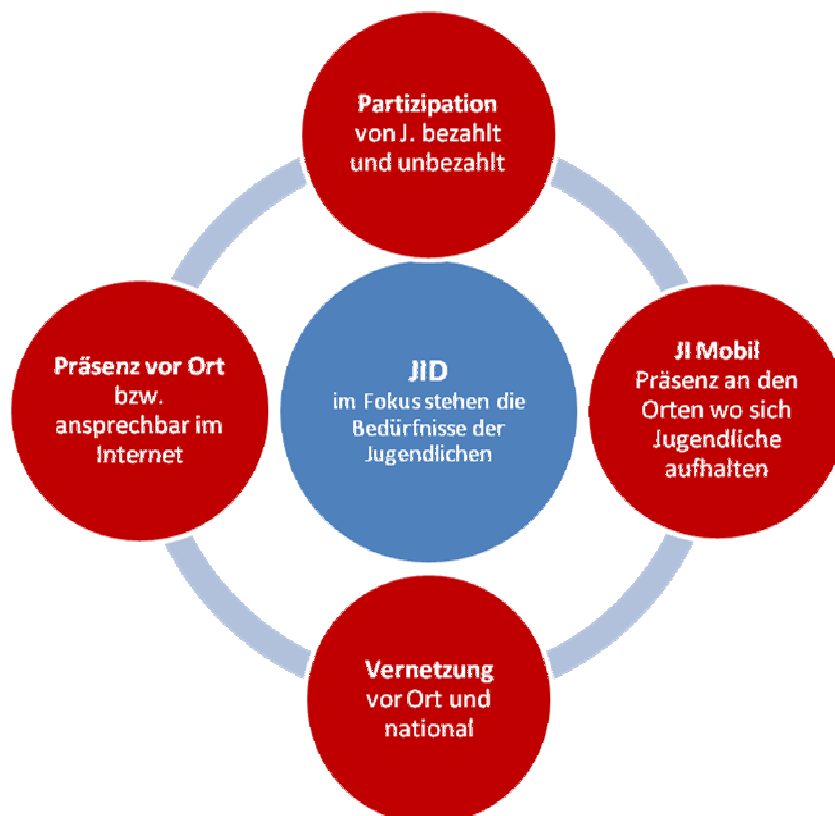
Möglichkeiten, neue Zielgruppen zu erreichen:

- Jugendliche in die Arbeit gleichberechtigt einbinden (als Freiwillige und auch bezahlt als MitarbeiterInnen)
→ **Partizipation als Schlüssel zum Erfolg**
- Jugendliche unterschiedlich ansprechen da Jugendliche sehr unterschiedlich sind.
- Methodenvielfalt um viele Jugendliche anzusprechen.
- Bestimmte Jugendliche (12-14 Jahre) kommen nicht. Wie kann man entsprechendes Programm für diese Jugendliche gestalten?

- Partizipation der Jugendlichen ist wichtig. Es sollte mehr Freiwillige in der Jugendarbeit geben.
- Jugendliche wissen selbst was sie wollen. Jugendliche sollen/können für ihre Partizipation bezahlt werden.
- Gleichberechtigung der Jugendlichen im JID.
- Jugendliche müssen angesprochen werden (persönlich)!!
- Multiple Settings aussuchen: Jugendhäuser, Schulfeste, Einkaufszentren.
- Leute ansprechen; selbstbewusst sein um sein Konzept durchzubringen.
- Stabilisierendes Element in der Gesellschaft.
- Kundenkontakt ist wichtig und nicht die Besucherzahl.
- Gut laufende Projekte sollen weitergeführt werden und schlechte Projekte streichen.
- **Mehr Mut zu neuen Projekten auch bei Risikogefahr.**
- Vernetzung muss sein.
- Sich auf die Sichtweise der Klienten einzustimmen.
- Motivations- und Zielanalyse. Verbesserung der Lebensqualität.

→ 4 Schritte zum Erfolg, möglichst viele Zielgruppen/Jugendliche zu erreichen

Gleichberechtigtes Handeln auf allen vier Ebenen der JI



Ausblick/Perspektive

- Neue Methoden anwenden: z.B. Film drehen, Avator in Facebook
- Neue Projekte anfangen vorzustellen im Jugendinfonetz „**Marktplatz der Möglichkeiten**“, dabei niedrigschwellige Projektpräsentation + es müssen keine perfekten Hochglanzprojekte sein
- Herausgabe von einem **aktuellen Jugendinformationsjournal** (z.B. 2x im Jahr) oder Newsletter um auf JID aufmerksam zu machen. (Zielgruppen einerseits die Infodienste selbst, um zu wissen, was bei dein Anderen passiert, zum anderen Politiker, dass sie auf das Arbeitsfeld aufmerksam werden und sehen, dass es aktiv in Deutschland existiert