

Jugendbefragung

**Online-Befragung von Jugendlichen zur Vorbereitung einer
„Jugendoffensive Haren“ unter Einbeziehung der jugendrelevanten
Institutionen und Akteure**

Konzept und Dokumentation



Schwedenschanze 50 | 49809 Lingen (Ems)
Katharina Mehring | mehring@pro-t-in.de
Tel.: 0591-96 49 43 13

pro·t·in
berät · entwickelt · bewegt

Gefördert von:

Projektpartner:

Inhalt

1 Zielsetzung.....	3
2 Prozessphase.....	3
3 Anwender*innen	4
4 Zielgruppe	4
5 Umsetzungsschritte	4
5.1 Aufbau.....	4
5.2 Instrumente.....	5
5.2.1 Halbtägiger Workshop	5
5.2.2 Onlinebefragung	8
5.2.3 Begleitende Kommunikations-Kampagne.....	10
5.2.4 Städtischer Sozialausschuss.....	10
5.2.5 Befragung der Jugendlichen inkl. Nachfassaktion	11
5.2.6 Abschließender-/ Reflexions-Workshop	11
6 Mögliche Herausforderungen und Lösungsmöglichkeiten	13
7 Weitere Informationen.....	13
8 Dokumentation „#sagsuns“ am Beispiel Haren	14
Impressum	39

1 Zielsetzung

Ausgangspunkt für die Jugendbefragung in Haren ist die in den Jahren 2015 bis 2017 im Rahmen des Präventionsprogramms CTC (Communities That Care) erarbeitete Handlungsstrategie der Stadt Haren. Hier wurden alle Personen und Institutionen der Kommune einbezogen, die sich mit dem Aufwachsen und der Entwicklung von Kindern und Jugendlichen befassen.

Die Ergebnisse dieser Arbeit geben nun den Impuls, die Jugendlichen detailliert zu befragen, wie und wo sie sich selbst in Haren „verorten“, wie sie ihre Lebenssituation bewerten, wie sie ihre Freizeit verbringen und welche stationären Angebote sie dabei nachfragen. Darüber hinaus möchte die Stadt wissen, ob die vorhandenen Jugendtreffs bekannt sind und besucht werden. Schließlich soll erhoben werden, wie sich die Jugendlichen ihr eigenes Engagement in der und für die Gemeinschaft vorstellen können und wo sie sich gegebenenfalls bereits konkret einbringen.

Mit dem Beteiligungsformat einer breit angelegten Online-Befragung von Jugendlichen, vorbereitet unter Einbeziehung der jugendrelevanten Institutionen und Multiplikatoren, soll ein „Steinbruch“ für die spätere Erarbeitung einer „Jugendoffensive Haren“ mit Leitlinien für die Arbeit mit und für Jugendliche/n bereitgestellt werden. Der Einbindung der für und mit Jugendlichen arbeitenden Institutionen und Akteur*innen kommt eine zentrale Rolle zu, u.a. um diese Akteur*innen für die Bedeutung und Möglichkeiten breit angelegter Jugendbeteiligungsprozesse zu sensibilisieren. Zudem fließt ihr Knowhow in das Befragungsdesign ein – zum einen, um die praxisrelevanten Themen zu identifizieren, zum anderen, damit sie in ihrer Arbeit von den konkreten Ergebnissen profitieren können.

#sagsuns: Jugendoffensive Haren

Die Jugendbefragung #sagsuns ist ein beispielhaftes Projekt des Werkzeuges „Jugendbörse: Sei ein Mitmischer!“ aus dem Handlungsfeld „Gemeinschaft im Emsland“. Mit einem Methodenmix, bestehend aus einem moderierten Prozess mit den jugendrelevanten Institutionen sowie einer Online-Umfrage unter den Jugendlichen selbst erwachsen Impulse für die zukünftige Aufstellung der Jugendarbeit in der Stadt Haren.

2 Prozessphase

Die Entwicklung und Durchführung der Jugendbefragung #sagsuns ist als offener Prozess angelegt, in den neben den Jugendlichen vor Ort die unterschiedlichsten Akteur*innen aus der Jugendarbeit einbezogen werden, neben der städtischen Jugendarbeit sind dies Schulen, Vereine und Kirchengemeinden. Unter Einbindung ihrer Erfahrung und ihres Wissens wird im ersten Schritt das Befragungsdesign entwickelt, dann folgt die Befragung selbst. Diejenigen Akteur*innen, die das Befragungsdesign mitentwickelt haben, reflektieren abschließend die Befragungsergebnisse.

Mit einer intensiven, begleitenden Kommunikations-Kampagne zur Bewerbung der

Onlineumfrage sollen möglichst viele Jugendliche erreicht und zur Teilnahme an der Befragung motiviert werden.

3 Anwender*innen

In der Regel sollte die Gemeindeverwaltung bzw. der entsprechende Fachdienst als Anwender*in auftreten, um die Onlineumfrage zu autorisieren und ihre Akzeptanz zu fördern – sowohl bei den Akteur*innen in Jugendarbeit, Schulen, Vereinen und Kirchen, als auch bei den Jugendlichen und deren Eltern.

4 Zielgruppe

Die Onlinebefragung #sagsuns wendet sich primär an die Jugendlichen (12 bis 18 Jahre) aus Haren selbst und den zehn zu Haren gehörenden Ortschaften Altenberge, Emen-Raken, Emmeln, Erika, Fehndorf, Landegge, Lindloh-Schwartenberg, Rütenbrock, Tinnen und Wesuwe.

Als sekundäre Zielgruppe, die die erzielten Ergebnisse im Nachgang reflektieren und daraus abgeleitete Erkenntnisse und Maßnahmen umsetzen soll, sind die für und mit Jugendlichen arbeitenden Institutionen und Akteur*innen angesprochen und in den Prozess eingebunden.

Schließlich ist die Politik als Zielgruppe im Blick – sie erhält durch die Befragung Hinweise für zukünftige Entscheidungen und wird ebenso wie die anderen Akteur*innen für neue Möglichkeiten der Kinder- und Jugendbeteiligung sensibilisiert.

5 Umsetzungsschritte

5.1 Aufbau

Der Aufbau des Beteiligungsprozesses #sagsuns folgt einer klaren Struktur. Sein Kern – die Onlinebefragung – ist eingebettet in einen Kommunikationsprozess, der die beschriebenen Zielgruppen sowie die politischen Verantwortungsträger in der Stadt Haren einbindet. Die wesentlichen Schritte dieses Prozesses sind ein halbtägiger Workshop zur Erarbeitung des Befragungsdesigns, die Präsentation der Befragung im städtischen Sozialausschuss, die Durchführung der Befragung und die Nachbereitung im Rahmen eines Reflexionsworkshops:



Abbildung 1: Idealtypischer Aufbau der Jugendoffensive (Quelle: Eigene Darstellung pro-t-in GmbH)

5.2 Instrumente

5.2.1 Halbtägiger Workshop

Der halbtägige Workshop bildet den Auftakt des Prozesses. Im Rahmen der Veranstaltung werden relevante Fragestellungen für die Onlineumfrage erarbeitet. Teilnehmer des Workshops sind neben den Vertretern des Stadtjugendringes weitere jugendrelevante Institutionen und Ansprechpartner*innen (Schulen, Vereine, Kirchen) sowie Jugendliche selbst (12-15 Personen). Es bietet sich ein Termin an einem späten Nachmittag an, sodass auch mögliche Ehrenamtler*innen eine Teilnahme einrichten können.

Phase 1: Vorbereitung

Das Veranstaltungsformat „Workshop“ erfordert aufgrund der thematisch-aktiven Arbeit eine arbeitsfähige Gruppengröße. Die Ansprache der Teilnehmer*innen erfolgt über die Stadt. Im Rahmen dieses Workshops werden die in der Befragung zu behandelnden Themenfelder definiert und Fragestellungen grob vorformuliert. Es erfolgt eine externe Workshop-Vorbereitung und -Moderation.

Phase 2: Durchführung

- *Vorstellungsrunde und Abfrage der „Rolle“:* Die Teilnehmer*innen erhalten die Möglichkeit sich kurz vorzustellen und gleichzeitig zu erläutern für welche Organisation bzw. in welcher Rolle sie an dem Workshop teilnehmen.
- *Einführung in das geplante Programm bzw. den Prozess:* Durch die Moderation wird den Teilnehmer*innen kurz der gesamte Projektverlauf vorgestellt.
- *Vorstellung des Befragungsrahmens:* Anschließend wird das durch das begleitende Büro vorausgewählte Befragungstool mit seinen verschiedenen Frageformaten

vorgelegt, damit die Teilnehmer*innen des Workshops die unterschiedlichen Frage- und Antwortformate kennenlernen.

- *Arbeitsphase I:*

- *Methode:* Murmelgruppen: Die Teilnehmer*innen bleiben an ihrem Platz sitzen und bilden mit den Sitznachbar*innen Kleinstgruppen, die sich kurz folgenden Fragen austauschen: Welche Themen bzw. Themenfelder sind relevant, wenn es um den Erhalt und die Steigerung der Lebensqualität von Jugendlichen in Haren geht? Was brennt den Jugendlichen auf den Nägeln? Die Antworten werden auf Karteikarten notiert. Im Anschluss werden die Ergebnisse durch die Murmelgruppen vorgestellt und mit Hilfe der Moderation in Themenfeldern geclustert.
- *Dauer:* ca. 20 Minuten
- *Funktion:* Sammlung der ersten Einschätzung der wichtigsten Themenfelder, die relevant für den Erhalt und die Steigerung der Lebensqualität von den Jugendlichen sind und damit unbedingt Gegenstand der Onlinebefragung sein sollten.

- *Arbeitsphase II:*
 - *Methode:* Die Kleingruppen (5-6 Personen) tauschen sich zu folgender Fragestellung aus: „Was müssen Sie, was müssen die Akteur*innen wissen, um ihre Arbeit / ihre Angebote bedarfsgerecht und zukunftsfähig auszurichten?“ Die Ergebnissicherung erfolgt auf Brown-Paper; die gesammelten Ergebnisse werden durch das Plenum ergänzt und diskutiert.
 - *Dauer:* ca. 30 Minuten
 - *Funktion:* In diesem Schritt tragen die Teilnehmer*innen ihre Wissens-Bedarfe zusammen, die sie für die (Neu-)Ausrichtung ihrer jugendrelevanten Entscheidungen und Angebotsentwicklung benötigen. Die hier erarbeiteten Inhalte bilden eine wesentliche Grundlage des Befragungsdesigns, die es im Anschluss an den Workshop von der externen Moderation in konkrete Frageformate zu „übersetzen“ gilt.
- *Arbeitsphase III:*
 - *Methode:* In neu zusammengesetzten Kleingruppen (5-6 Personen) ordnen die Teilnehmer*innen die erarbeiteten Themen-/Fragekomplexe konkreten Fragetypen zu. Sie überlegen gemeinsam, welches Thema sich für welchen Frage-/Antworttyp eignet und wählen dabei unter anderem unter folgenden Formaten aus: Ja/Nein-Frage, geschlossene Frage, offene Frage, Rangfolge, Tabellen/Matrix.
(Auch hier obliegt die konkrete „Übersetzung“ in das detaillierte Frage-/Antwortformat dem begleitenden Büro.)
 - *Dauer:* ca. 45 Minuten
 - *Funktion:* Durch die Diskussion einzelner Frage-/Antwortformate entwickeln die Teilnehmer*innen einen klaren Erwartungshorizont bzgl. der von ihnen benötigten Antworten. Sie entscheiden damit, welche Inhalte quantitativ zu erfragen sind, welche qualitativ; zu welchen Fragen sie Informationen benötigen, zu welchen Einschätzungen/Meinungen; welche Fragen stärker in der Breite, welche stärker in der Tiefe zu bearbeiten sind.
- *Abschluss und Ausblick:* Zum Schluss wird das weitere Vorgehen beschrieben, um die Akteur*innen mittels Transparenz weiter in den Prozess einzubinden. Dabei werden sie u.a. darauf hingewiesen, dass sie im Nachgang zur Befragung zu der Reflexion der Ergebnisse eingeladen werden.
- *Nachbereitung der Veranstaltung:* Die Ergebnisse des Workshops werden in einem Protokoll festgehalten und allen Beteiligten zur Verfügung gestellt.

5.2.2 Onlinebefragung

Phase 1: Erstellung der Umfrage

Aufbauend auf die Workshop-Ergebnisse erfolgt die Entwicklung der Onlinebefragung für die Jugendlichen. Hierbei gilt es, verschiedene Grundsätze zu beachten, um die Jugendlichen auch wirklich zu erreichen und sie zum Durchhalten der Umfrage zu motivieren:

1. Die Umfrage muss mobiloptimiert sein, weil die Jugendlichen sie über ihre Smartphones aufrufen.
2. Die Umfrage soll eine Vielzahl an Frageformaten abbilden (z.B.: Einfachauswahl, Offene Fragen, Textfelder, Drop Down oder Multiple Choice), um abwechslungsreich zu sein.
3. Die einzelnen Frageformate sollen individuell anpassbar und individuell gestaltbar sein, um spezifische Bedarfe der durchführenden Institution berücksichtigen zu können.
4. Grundsätzlich darf die Onlineumfrage nicht zu viele Fragen enthalten, weil die Teilnehmer*innen ansonsten im Befragungsverlauf abbrechen.

Um den Zugang zu der Umfrage möglichst niedrigschwellig zu gestalten, bietet es sich an, von der Webseite der Stadt durch einen neu zu generierenden Kurzlink eine Weiterleitung zur Umfrage einzurichten.

Im Folgenden sind Beispiele für die unterschiedlichen Frageformate aufgeführt:

+ Einfachauswahl mit "ja" und "nein"

Haben Sie dieses Jahr eine Lohnerhöhung erhalten?

☐ ja

☐ nein

+ Einzeiliges Eingabefeld

Wie heisst Ihr Lieblingskünstler?

+ Mehrere Textfelder

Ihre Kontaktdaten:

Vor- und Nachname

Strasse

Postleitzahl und Ort

Telefonnummer

Email-Adresse

+ Einfachauswahl mit optionalem Textfeld

Wie viel würden Sie für das Produkt XY bezahlen?

☐ weniger als EUR 499

☐ EUR 500 - EUR 599

☐ EUR 600 - EUR 699

☐ EUR 700 - EUR 799

☐ EUR 800 oder mehr

☐ Andere Antwort:

+ Einfachauswahl, Dropdown-Liste

Wie häufig nutzen Sie das Produkt XY?

+ Rangfolge

Bitte ordnen Sie die folgenden Marken nach Sympathie:

1 = am sympathischsten, 5 = am wenigsten sympathisch

⬆ Google

⬆ Apple

⬆ Amazon

⬆ Samsung

⬆ Microsoft

+ Bewertungstabelle

Wie sind Sie bezüglich folgender Punkte mit dem Produkt XY zufrieden?

	gar nicht zufrieden	unzufrieden	eher unzufrieden	eher zufrieden	zufrieden	sehr zufrieden	nicht beurteilbar
Preis	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Qualität	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Benutzerhandbuch	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kundenservice	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Phase 2: Auswertung der Umfrage

Bei der Auswertung der Umfrage ist darauf zu achten, dass mögliche Querverbindungen zwischen den Fragen hergestellt werden. Des Weiteren gilt es, die Fragen nicht nur auf Stadtebene auszuwerten, sondern auch auf die einzelnen Ortsteilebenen herunter zu brechen. Bei den offenen Fragen gilt es, die Antworten zu clustern und zusammenzufassen, sodass eine Präsentation möglich ist. Eine schlüssige Farbgebung und Präsentation erleichtert Verständnis und Aufnahme der Befragungsergebnisse und liefert handliche „Tools“ für die weitere Arbeit.

5.2.3 Begleitende Kommunikations-Kampagne

Parallel zu dem Befragungsbogen wird eine Kommunikationskampagne entwickelt, die zur Teilnahme an der Onlinebefragung motivieren soll.

- *Zielgruppen:* Zielgruppen der Kampagne sind in erster Linie die Jugendlichen selbst, aber auch Multiplikatoren, die die Jugendlichen auf die Befragung hinweisen und sie zur Teilnahme daran motivieren können, z.B.: Haupt- und nebenamtliche Akteur*innen, Eltern, Angehörige.
- *Kampagnen Bausteine:*

Wort-Bild-Marke / Plakate / Online-Medien

Die Basis der Kampagne bildet eine eigens dafür entwickelte Wort-Bildmarke, die für einen hohen Wiedererkennungswert sorgt. Diese Wort-Bildmarke kommt auf Plakaten, sowie in den Online-Medien (z.B. Internetseite der Stadt) zum Einsatz. Starke Farben und eine frische, jugendgerechte Ansprache erhöhen den Erfolg.

Anschreiben Multiplikatoren / Bilddatei und Kurztext für WhatsApp-Gruppen, Facebook-Accounts, Instagram

Potenzielle Multiplikator*innen in Schulen, Vereinen, Kirchengemeinden und anderen Institutionen werden im Vorfeld der Befragung angeschrieben und um ihre Unterstützung in der Bewerbung der Befragung gebeten. Sie erhalten mit dem Anschreiben alle notwendigen Informationen. Außerdem wird den Multiplikator*innen eine Bild-Datei zur Verfügung gestellt, die über die bei Jugendlichen gängigen Social Media-Kanäle wie WhatsApp und Instagram gespielt werden können. Um die Eltern und weitere Multiplikator*innen zu erreichen, wird auch facebook bedient.

Pressearbeit

Zum Auftakt der Kampagne wird eine Presseinformation veröffentlicht, um die Befragung in die breite Öffentlichkeit zu tragen. Eine weitere Presseinfo erfolgt im Befragungsverlauf als „Nachfassaktion“. Dies gilt auch für Facebook-Posts, die über den Befragungszeitraum wöchentlich zur Verfügung gestellt werden sowie für eine Nachfassaktion mittels Mailing, das erneut an die Multiplikator*innen zu richten ist.

5.2.4 Städtischer Sozialausschuss

Das ausgearbeitete Befragungsdesign wird im städtischen Sozialausschuss präsentiert, der für die Jugendarbeit zuständig ist. Auf diese Weise wird die Kommunalpolitik eingebunden, die parallel selbst Zielgruppe wie auch Multiplikatorin des Gesamtprozesses ist. Neben der Befragung selbst ist die begleitende Kommunikationskampagne Bestandteil dieser Präsentation. Es gilt, die politischen Vertreter*innen mit den öffentlichkeitswirksamen Elementen vertraut zu machen.

Phase 1: Vorbereitung

Zur Vorbereitung auf den städtischen Sozialausschuss werden die Inhalte der Kommunikationskampagne sowie der Onlinefragebogen aufbereitet.

Phase 2: Durchführung

- *Vorstellung der Workshop-Ergebnisse, des Fragebogens und der Kommunikationskampagne:* Durch die externe Begleitung werden mit Hilfe einer Powerpoint Präsentation die entsprechenden Ergebnisse vorgestellt.
- *Reflektion und Diskussion:* Den Teilnehmer*innen wird im Anschluss an die Präsentation die Möglichkeit gegeben, die vorgestellten Daten zu diskutieren und Ergänzungen bei dem Fragebogen vorzunehmen.

5.2.5 Befragung der Jugendlichen inkl. Nachfassaktion

Die Online-Befragung der Jugendlichen zwischen 12 und 18 Jahren erstreckt sich über vier Wochen.

- *Anreize:* Damit möglichst viele Jugendliche an der Umfrage teilnehmen, wird ein Anreiz geschaffen: Am Ende der Umfrage ist es den Jugendlichen möglich, ihre Kontaktdaten einzutragen, um an einer Verlosung teilzunehmen. Verlost werden beispielsweise Einkaufsgutscheine im Wert von je 15 €.
- *Ansprache:* Angesprochen bzw. über die Onlinebefragung informiert werden die Jugendlichen über die breit angelegte Kommunikationskampagne, die auch die Multiplikator*innen einschließt (siehe Punkt 5.2.3).

5.2.6 Abschließender-/ Reflexions-Workshop

Der Reflexions-Workshop bildet den Abschluss des moderierten und begleiteten Prozesses. Im Rahmen dieser Veranstaltung werden die Ergebnisse reflektiert und Handlungsempfehlungen für die Zukunft erarbeitet. Teilnehmer*innen des Workshops sind neben den Vertreter*innen des Stadtjugendringes auch diesmal die Vertreter*innen der jugendrelevanten Institutionen. Im Idealfall sind dieselben Teilnehmer*innen dabei wie beim Auftaktworkshop. Nur so lassen sich Erwartungen und Ergebnisse ins Verhältnis setzen. Auch hier bietet sich ein Termin an einem späten Nachmittag an, sodass die Ehrenamtler*innen eine Teilnahme einrichten können.

Phase 1: Vorbereitung

Aufgrund der thematisch-aktiven Arbeitsphase sollten nicht mehr als 15 Personen an dem Workshop teilnehmen. Als Teilnehmer*innen sind dieselben Akteure, wie bei dem Anfangsworkshop eingeladen.

Für den Workshop selbst muss von der externen Begleitung die Onlineumfrage komplett ausgewertet und grafisch verständlich aufbereitet sein.

Phase 2: Durchführung

- *Vorstellungsrunde und Abfrage der „Rolle“:* Die Teilnehmer*innen erhalten die Möglichkeit sich kurz vorzustellen und gleichzeitig zu erläutern für welche Organisation bzw. in welcher Rolle sie an dem Workshop teilnehmen.
- *Einführung in das geplante Workshop-Programm:* Durch die Moderation wird den Teilnehmer*innen kurz der gesamte Projektverlauf unter Berücksichtigung des

ersten Workshops zur Entwicklung des Befragungsdesigns, der ersten Ausschusspräsentation, der durchgeführten Online-Befragung und des abschließenden Reflexions-Workshops vorgestellt.

- *Vorstellung des Befragungsergebnisse:* Anschließend werden die Ergebnisse der Onlineumfrage ausführlich präsentiert. Von Bedeutung ist, dass die Ergebnisse – wo möglich – auch auf die einzelnen Ortsteile heruntergebrochen werden.
- *Arbeitsphase – Reflexion der Befragungsergebnisse:*
 - *Methode:* In fünf Kleingruppen werden an Themeninseln (im vorliegenden Fall: „Mobilität“, „Handynetz“, „Vereinsleben“, „Freizeit“ und „Jugendzentrum“) die jeweils vorgestellten Befragungsergebnisse noch einmal genau betrachtet und diskutiert. Die Kleingruppen wechseln nach jeweils 15 Minuten die Themeninsel. Im zweiten Schritt notieren die Teilnehmer*innen ihre Reflexionen zu folgenden drei Fragen auf die jeweils passenden farblichen Kärtchen. Diese werden so platziert, dass die jeweils nächste Gruppe darauf aufbauend weiter diskutieren und reflektieren kann.
Die Fragen lauten:
 - Welche Schlüsse ziehen Sie?
 - Was ist zu tun?
 - Wer kann/soll/muss tätig werden?
 - *Dauer:* 90 Minuten
 - *Funktion:* Im Rahmen dieses Austauschs reflektieren die Teilnehmer*innen die erzielten Ergebnisse und nehmen erste Einordnungen vor.
- *Diskussionsrunde:*
 - *Methode:* In einer moderierten Diskussion im Plenum tauschen sich die Teilnehmer*innen zu ihren Eindrücken und möglichen Schlussfolgerungen aus und identifizieren Handlungspotenziale.
 - *Dauer:* 45 Minuten
 - *Funktion:* Ziel dieser abschließenden Auseinandersetzung mit den Befragungsergebnissen und ihrer Einordnung ist es, Handlungspotenziale zu identifizieren und in Handlungsempfehlungen zu übersetzen. Auf diese Weise werden der Stadt Bausteine für eine mögliche Jugendoffensive an die Hand gegeben.
- *Abschluss und Ausblick:* Zum Abschluss verständigen sich die Teilnehmer*innen über das weitere Vorgehen. Es wird verabredet, wer die Initiative zur weiteren Kooperation ergreift und in welcher Form eine solche Kooperation denkbar ist.
- *Nachbereitung der Veranstaltung:* Die Ergebnisse des Reflexions-Workshops werden in einem Protokoll festgehalten und allen Beteiligten zur Verfügung gestellt.

6 Mögliche Herausforderungen und Lösungsmöglichkeiten

Ziel der Online-Befragung #sagsuns ist es, möglichst alle Jugendlichen zwischen 12 und 18 Jahren, wie auch die für und mit den Jugendlichen arbeitenden Institutionen und Akteur*innen bereits im Vorfeld in die Entwicklung einer Jugendoffensive einzubinden.

Um dieses Ziel zu erreichen, ist eine breit anzulegende Kommunikationskampagne notwendig, die die Jugendlichen altersgemäß anspricht und über die jugendrelevanten Kanäle zu erreichen versucht (die klassischen Medien fallen hier aus). Gleichzeitig sind Multiplikator*innen (Eltern, Schul- und Sozialarbeiter*innen, Lehrer*innen, Vereinsvorsitzende etc.) trotz ihres vielfältigen Engagements und ihrer zum Teil starken Überbeanspruchung für eine Unterstützung zu gewinnen.

Anreize, wie zum Beispiel eine Verlosung unter den Teilnehmer*innen, befördern die Teilnahmebereitschaft zusätzlich.

Darüber hinaus stellt die Erarbeitung jeder einzelnen Frage (Was genau wird erfragt? Warum und mit welchem erwarteten Nutzen?) eine Herausforderung dar. Es zeigt sich, dass vor allem offene Fragen zwar einfach in der Erstellung sind, es hiervon aber nicht zu viele geben sollte, da die Beantwortung sehr zeitaufwendig ist. Um den Jugendlichen den Zugang zum Befragungstool insgesamt zu erleichtern, sollte mit einfachen Einstiegsfragen nach Alter, Geschlecht, Wohnort etc. begonnen werden.

7 Weitere Informationen

Die Online-Befragung #sagsuns wurde in der hier geschilderten Form in der Stadt Haren durchgeführt. Konzipiert und beraten wurde die Gemeinde dabei von der pro-t-in GmbH, Ansprechpartnerinnen waren Katharina Mehring und Hilke Wiest. Für die Stadt Haren zeichneten der Erste Stadtrat, Dieter Sturm, und Karina Koop als Mitarbeiterin der Stadtverwaltung verantwortlich.

8 Dokumentation „#sagsuns“ am Beispiel Haren

Auftaktworkshop Haren

Erarbeitung der Befragungsinhalte I

- Welche Themen bzw. Themenfelder sind relevant, wenn es um den Erhalt und die Steigerung der Lebensqualität von Jugendlichen in Haren geht?
- Was brennt den Jugendlichen auf den Nägeln?

Ein Schwerpunktthema, das sich bei dieser Fragestellung herauskristallisiert hat, ist die **„Mobilität“**. Hier gilt es einerseits herauszufinden, wie das Angebot von den Jugendlichen wahrgenommen wird und welche Änderungen von den „Kunden“ gewünscht werden. Darüber hinaus erscheint das Thema Mobilität unter dem Aspekt der Kooperationen zwischen Schulen und Vereinen vor allem in der Nachmittagsbetreuung relevant.

Ein weiteres Schwerpunktthema bilden **„vereinsungebundene Angebote“** mit den Aspekten: Ansprechpartner, Schule am Nachmittag, flexibles Engagement für andere, soziale Aktivitäten, konfessionsübergreifende Erwerb sozialer Kompetenzen.

Darüber hinaus wurde **„Identität“** als ein wichtiges Thema benannt. Hier ist vor allem interessant, welche ortsübergreifenden Aktivitäten sich die Jugendlichen wünschen bzw. woran sie teilnehmen würden. Und mit welchem Ort (Ortsteil oder Stadt Haren) sie sich identifizieren.

Schließlich kristallisierte sich **„Freizeit“** als weiteres wichtiges Themenfeld heraus. Mögliche Aspekte hier sind Räumlichkeiten, Treffpunkte, Kino, Vergünstigungen, Freizeitangebote, Wünsche z.B. Jugendfahrten – die Überschneidung des Themas „Freizeit“ mit „vereinsungebundenen Angeboten“ wurde deutlich.

Zusätzlich wurde der Wunsch formuliert, das Thema **WLAN / Hotspots** in der Umfrage zu thematisieren.

So wurden insgesamt fünf Themenkomplexe herausgearbeitet: Mobilität, vereinsungebundene Angebote, Identität, Freizeit und WLAN/Hotspots.

Erarbeitung der Befragungsinhalte II

- Was müssen Sie, was müssen die Akteure wissen, um ihre Arbeit / ihre Angebote bedarfsgerecht und zukunftsfähig auszurichten?

Die erarbeiteten Frage-Inhalte im Überblick:

Mobilität

- Hat dich eine fehlende Transportmöglichkeit schon mal aufgehalten, an einer Aktivität teilzunehmen?
- Wann fehlt „Mobilität“?
- Ausbau Radwege, z.B. Beleuchtung
- Bereitschaft
- Wo fehlen Angebote?
- Transportmittel – Wie kommst du von A → B?
 - Bus
 - Fahrrad, Mofa
 - Elterntaxi
 - etc.

Vereinsungebundene Angebote

- Vereinszugehörigkeit
→ ja
→ nein, warum nicht?
(Antwortmöglichkeiten vorgeben, z.B. Angebot fehlt)
- Welche Angebote wünschst Du Dir?
- Zu welcher Zeit? Tag / Uhrzeit
- Brauchen Jugendliche einen Ansprechpartner in Haren?
(Angebote, Probleme, Beratung, Vernetzung)
- Würdest Du Dich gerne sozial engagieren? Wann? Wieviel? Für wen?

Identität

- Wie lange wohnst Du an Deinem Wohnort?
- Was fehlt Dir an Deinem Wohnort (Identifikation steigern)?
- Nationalität vs. Identität „Haren“, „Erika“, ...

- Identifizierst Du Dich mit Deinem Wohnort? → Fühlst Du Dich zu Deinem Wohnort zugehörig (verbunden, wohl, heimisch, zuhause)?

Freizeit

- Wünschst Du Dir einen zusätzlichen Treffpunkt für Jugendliche? Wann würdest Du ihn besuchen? Wo sollte der Treffpunkt sein? Wie sollte er beschaffen sein?
- Nutzt Du das städtische Jugendzentrum? Wenn nicht, warum (nicht)?
- Würdest Du gerne Angebote außerhalb Deines Wohnortes wahrnehmen (Ausflüge, Fahrten)?
- Welches Angebot an Fahrten würdest Du gerne wahrnehmen?
- Welches Freizeitangebot vermisst Du an Deinem Wohnort?
- Welches bestehende Angebot würdest Du gerne nutzen, kannst es Dir aber nicht leisten?

WLAN / Hotspot

- Wo brauchst Du WLAN?
Wichtig für JuZ (Jugendzentrum)
Vielleicht keine Frage für die Umfrage?

Onlineumfrage Haren

Hallo, und schön, dass du da bist!

Mit der folgenden Umfrage kannst du uns wissen lassen, was dir als jungem Menschen in Haren (Ems) gut gefällt, was fehlt und wo es hakt. Wir nutzen deine Infos, um Haren (Ems) für dich und alle Jugendlichen attraktiver zu gestalten. Du kannst aber sofort profitieren: Wir verlosen Harener Geschenk-Gutscheine im Wert von jeweils 15 Euro, also: mitmachen und absahnen. Und: Dankeschön, dass Du's uns sagst!

Als erstes benötigen wir ein paar Angaben von dir.

Das ist nur für die Statistik.

** Hierbei handelt es sich um Pflichtfragen*

Wann bist du geboren? *

Bitte gib dein Geburtsjahr an.

Geschlecht *

- ☐ männlich
- ☐ weiblich

Welche Nationalität hast du?

In welchem Ortsteil wohnst du? *

- ☐ Altenberge
- ☐ Emen-Raken
- ☐ Emmeln
- ☐ Erika
- ☐ Fehndorf
- ☐ Landegge
- ☐ Lindloh-Schwartenberg
- ☐ Rütenbrock
- ☐ Tinnen
- ☐ Wesuwe

Wie lange wohnst du schon an deinem Wohnort?

- ☐ weniger als 2 Jahre
- ☐ 2 bis 5 Jahre
- ☐ 5 bis 10 Jahre
- ☐ länger als 10 Jahre
- ☐ ich bin hier geboren

Fühlst du dich in Haren (Ems) wohl?

- ☐ ja
- ☐ nein

Vereine und Freizeit

Gerne würden wir ein wenig über deine Freizeitgestaltung erfahren, damit wir die zukünftigen Angebote optimal anpassen können.

Was machst du in deiner Freizeit?

Du kannst mehrere Antworten ankreuzen.

- ☐ Sport
- ☐ Kino
- ☐ Freunde treffen
- ☐ Kirche
- ☐ Fernsehen / Netflix oder ähnliches
- ☐ Musik
- ☐ zu Hause chillen
- ☐ online surfen
- ☐ _____

Bist du in einem Verein aktiv? *

- ☐ ja
- ☐ nein

Warum nicht?

Uns würden die Gründe interessieren, warum du in keinem Verein aktiv bist. Du kannst mehrere Sachen auswählen oder auch eine eigene Antwort schreiben.

- ☐ Das richtige Vereinsangebot fehlt.
- ☐ Die Dinge, die mich interessieren, kann ich nicht erreichen.
- ☐ Vereine sind zu teuer.
- ☐ Meine Freunde sind nicht im Verein.
- ☐ _____

Wie bewertest du folgende Dinge?

Du kannst hier Schulnoten vergeben. (1 = sehr gut ... 6 = ungenügend)

	1	2	3	4	5	6
Wie gefällt dir das vorhandene Vereinsangebot?	0	0	0	0	0	0
Wie bewertest du das Handy-Netz im Stadtgebiet?	0	0	0	0	0	0
Wie gefällt dir das städtische Jugendzentrum?	0	0	0	0	0	0

Besuchst du das Jugendzentrum im Haus der Begegnung?

- ☐ ja

- ☐ nein

Warum nicht?

Was wünschst du dir für das Jugendzentrum?

- ☐ erweiterte Öffnungszeiten
- ☐ moderneren Style der Einrichtung
- ☐ mehr Betreuer
- ☐ erweitertes Spielangebot
- ☐ freies WLAN
- ☐ _____

Welche zusätzlichen Angebote wünschst du dir?

Gerne kannst du mehrere Sachen auswählen.

- ☐ Tagesausflüge
- ☐ mehrtägige Gruppenfahrten
- ☐ einen Ansprechpartner bei Problemen oder Fragen
- ☐ Möglichkeiten sich sozial zu engagieren
- ☐ zusätzliche offene Treffpunkte in dem eigenen Wohnort
- ☐ _____

Welche konkreten Aktionen würden dich noch interessieren?

Um neue Angebote in Haren (Ems) anbieten zu können müssten wir wissen, was dich interessiert und wann du dir die Angebote wünschst. Hättest du Lust dich sozial zu engagieren? Wenn ja, wo? Und für wen?

Wie kommst du wohin?! Mobilität.

Wir haben jetzt noch ein paar Fragen zur Mobilität, danach kannst du an dem Gewinnspiel teilnehmen.

Ist es schon vorgekommen, dass du ein Freizeitangebot nicht nutzen konntest, weil du dort nicht hingekommen bist?

- ☐ ja
- ☐ nein

Wie kommst du im Normalfall zu deinen Freizeitaktivitäten?

- ☐ Bus

- ☐ Fahrrad
- ☐ Mofa
- ☐ Elterntaxi
- ☐ zu Fuß
- ☐ _____

Fährst du regelmäßig mit dem Bus oder dem Zug nach ...?

- ☐ Emmen (NL)
- ☐ Leer
- ☐ Lingen (Ems)
- ☐ Meppen
- ☐ Oldenburg

Wo benötigst du dringend eine Busverbindung?

Von wo nach wo müsste deiner Meinung nach ein Bus fahren, damit du flexibler bist? Und wann?

Möchtest du uns noch etwas sagen?

Verlosung

Möchtest du an der Verlosung der Harener Geschenk-Gutscheine im Wert von 15 € teilnehmen? *

Wenn du an der Verlosung teilnehmen möchtest, musst du bei der nächsten Frage deine Daten angeben, damit wir dich informieren können, ob du bei der Verlosung gewonnen hast. Diese Daten erheben wir nur für die Verlosung, wir werden die Daten nicht weitergeben und sie nach der Verlosung löschen!

- ☐ ja
- ☐ nein

Deine Kontaktdaten für die Verlosung! *

Diese Daten benutzen wir nur, um dich bezüglich der Verlosung zu informieren bzw. dir im Falle eines Gewinns die Gutscheine zuzuschicken! Wir werden die Daten nicht weitergeben und nach der Verlosung löschen!

Vor- und Nachname _____
Straße und Hausnr. _____
Postleitzahl und Ort _____
E-Mail-Adresse _____

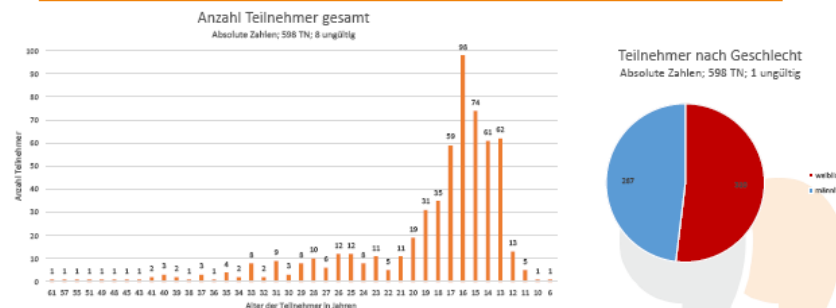
Super, du hast dich bis zum Ende durchgeklickt. Damit hilfst du uns sehr! Vielen Dank für deine Zeit und dein Engagement. Über die Ergebnisse der Umfrage informieren wir auf unserer Internetseite und natürlich in der Presse. Sei gespannt – wir sind es auch!

Das Fenster kann nun geschlossen werden.

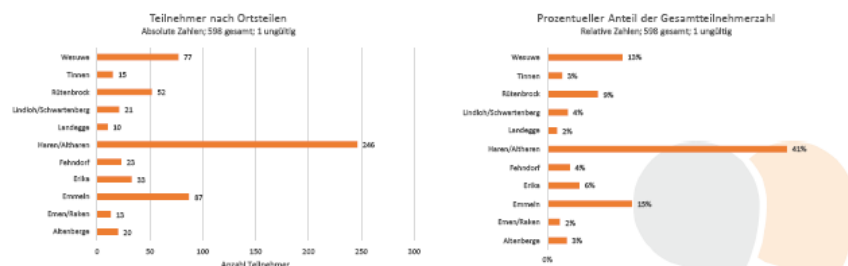
Quantitative Daten

Gesamt Teilnehmer (TN)

Gesamt TN Alter / Geschlecht



Gesamt TN auf Ortsteilebene



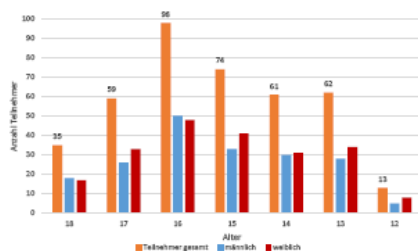
Quantitative Daten

Auf die Zielgruppe eingegrenzt (12 – 18 Jahre)

Alter

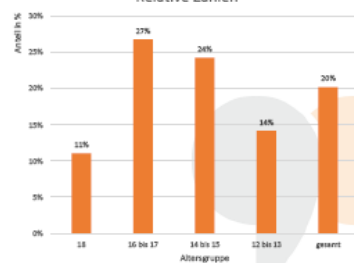
Teilnehmer der Zielgruppe nach Alter und Geschlecht

Absolute Zahlen; 402 gesamt



Prozentualer Anteil von der Gesamtbevölkerung

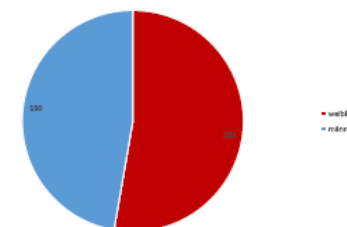
Relative Zahlen



Geschlecht

Zielgruppe Geschlecht

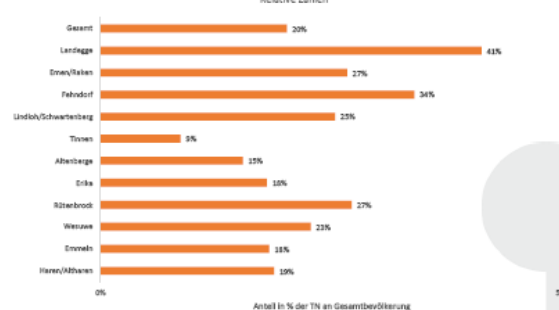
Absolute Zahlen; 402 gesamt



Anteil auf Ortsteilebene

Anteil der Zielgruppe je Ortschaft

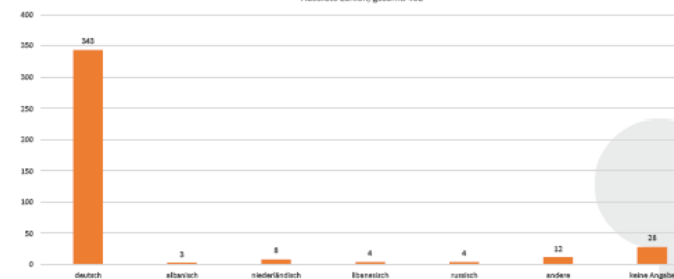
Relative Zahlen



Nationalität

TN nach Nationalität

Absolute Zahlen; gesamt: 402



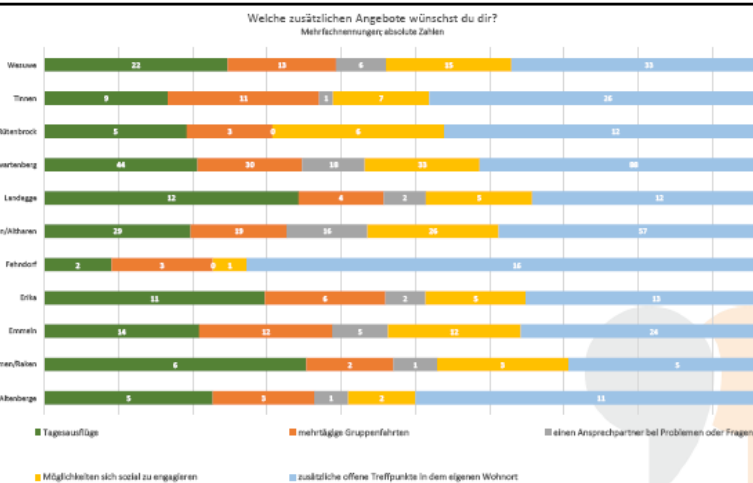
Nationalität



Wohndauer und Wohlfühlfaktor

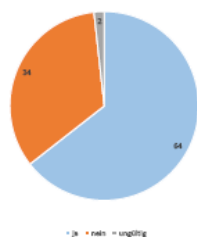


Freizeit

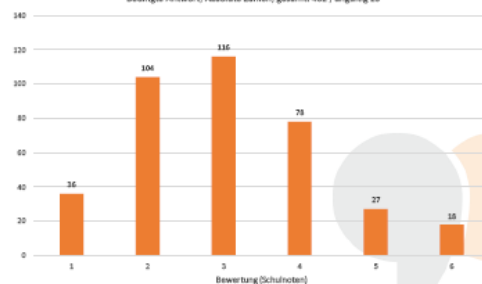


Vereinsleben

Bist du in einem Verein aktiv?
Relative Zahl in %; gesamt: 402; ungültig: 7



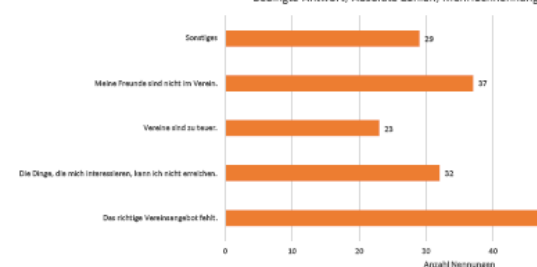
Wie gefällt dir das vorhandene Vereinsangebot?
Bedingte Antwort; Absolute Zahlen; gesamt: 402; ungültig: 23



Positive Bewertung des Vereinsangebotes – Widerspruch zur nächsten Frage

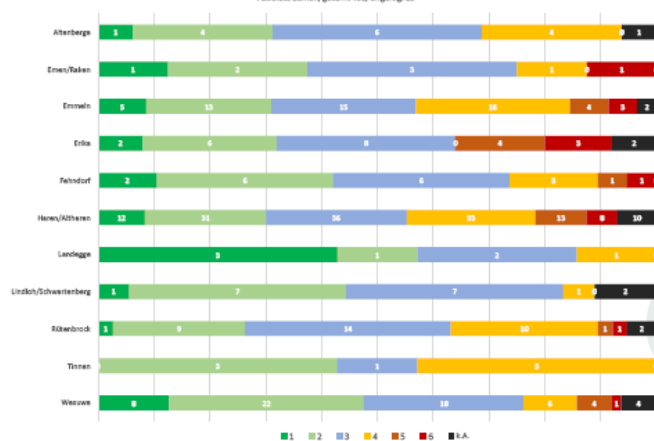
Vereinsleben

Gründe für fehlendes Vereinsengagement
Bedingte Antwort; Absolute Zahlen; Mehrfachnennung



Interessen werden nicht bedient / Widerspruch zu vorheriger Frage

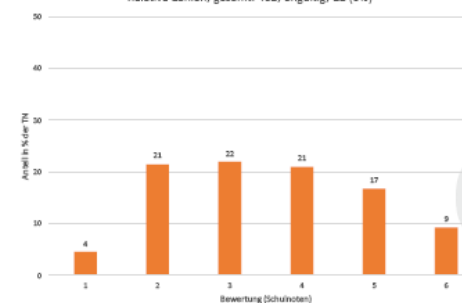
Wie gefällt dir das vorhandene Vereinsangebot?
Absolute Zahlen; gesamt: 402; ungültig: 23



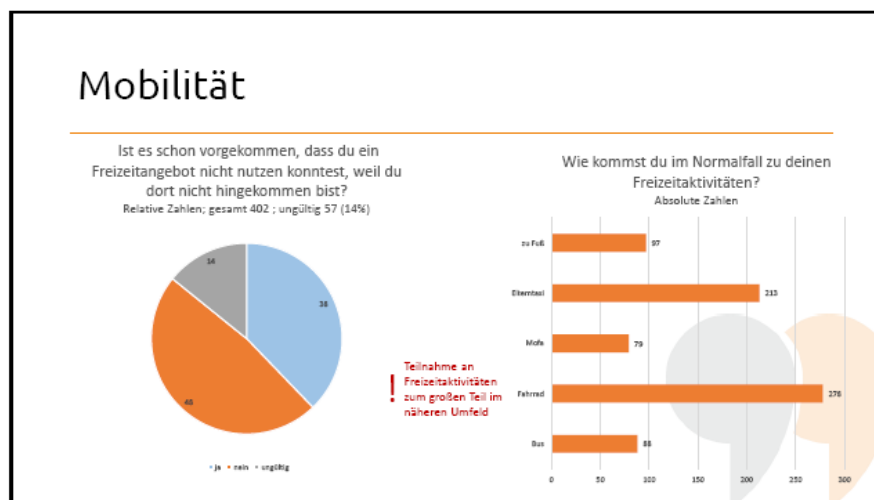
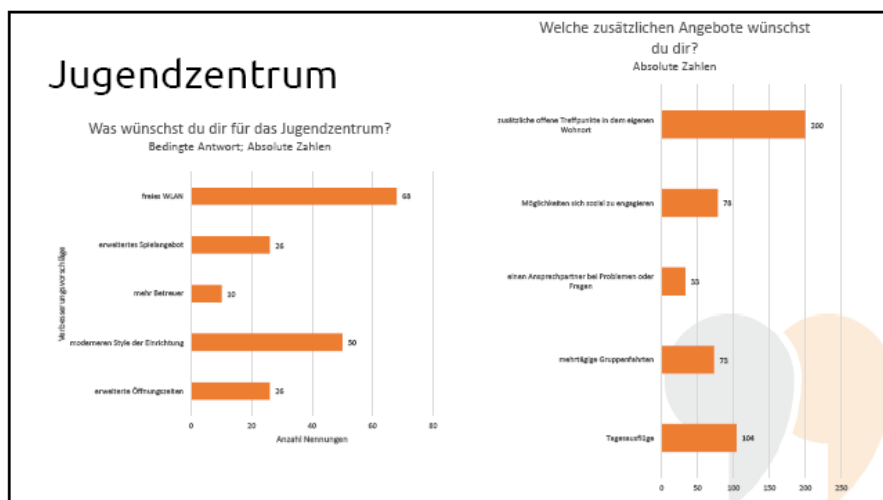
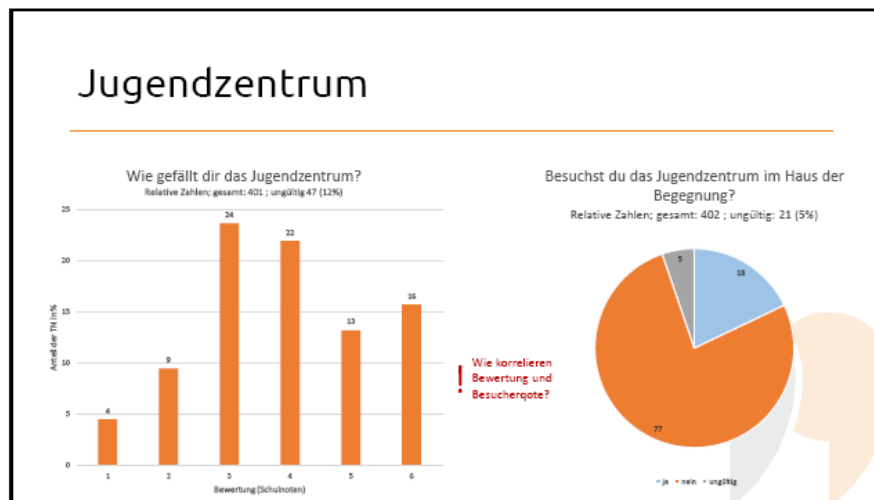
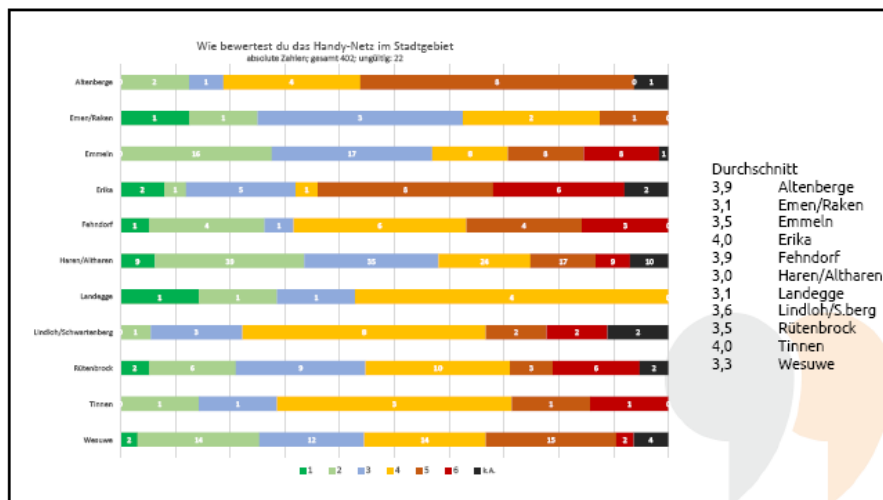
Durchschnitt
2,7 Altenberge
3,0 Emen/Raken
3,1 Emmeln
3,0 Erika
2,9 Fehndorf
3,0 Haren/Altharen
2,1 Landegge
2,2 Lindloh/S.berg
2,9 Rütenbrock
3,0 Tinnen
2,5 Wesuwe

Handynet

Wie bewertest du das Handy-Netz im Stadtgebiet?
Relative Zahlen; gesamt: 402; ungültig: 22 (5%)

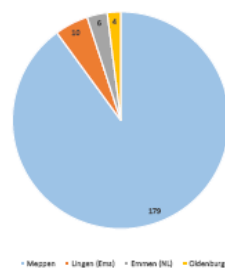


Bewertung eher positiv



Mobilität

Fährst du regelmäßig mit dem Bus oder dem Zug nach ...?
Absolute Zahlen



Qualitative Daten

ehrenamtliches Engagement

Sport

Arbeit

Online-Spiele

Was machst du in deiner Freizeit?

Kreativ

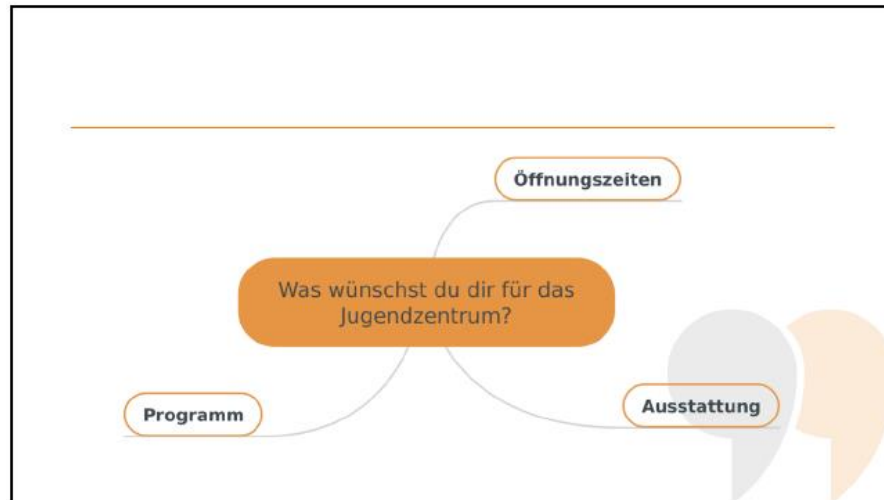
sonstige Hobbys

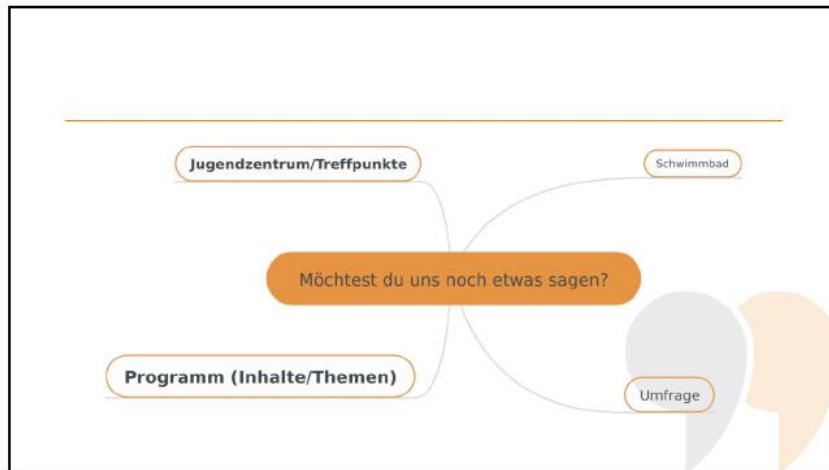
Zeit

Lust/Motivation

Warum bist du nicht in einem Verein tätig?

Erfahrungen





Reflexionsworkshop Haren

Mobilität

Welche Schlüsse ziehen Sie?	Was ist zu tun?	Wer kann/soll/muss tätig werden?
Kein optimales ÖPNV-Netz	Netzausbau / Erziehung zu Nutzung	Eltern / ÖPNV / Kommune
Schlechte Busverbindung	Busverbindung ausbauen Auswertung nach Ortsteilen	ÖPNV Pro-t-in GmbH
Jugendliche halten sich lieber in Meppen als in Haren auf	Attraktive Angebote der Stadt Meppen auch in Haren anbieten	Stadt Vereine
	Lokale Angebote stärken / schaffen	Stadt Vereine

Handynet

Welche Schlüsse ziehen Sie?	Was ist zu tun?	Wer kann/soll/muss tätig werden?
Schlecht Netzabdeckung, insbes. in den Randlagen	Ausbau Netzausbau vorantreiben	Kommune Politik Örtliche Politik, insbesondere Ausbau von W-Lan
Handy-Netz unzureichend ausgebaut, insbesondere in Randlagen	Politik auf Problem der Netzanbindung aufmerksam machen	

Vereinsleben

Welche Schlüsse ziehen Sie?	Was ist zu tun?	Wer kann/soll/muss tätig werden?
Fehlende Mobilität	Bessere Mobilität	Kommune
Fehlende Angebote	Weitere Angebote schaffen	Politik
	Wertschätzung	Schule
	Belobigung für Engagement	Jugendliche selbst
		Eltern

Freizeit

Welche Schlüsse ziehen Sie?	Was ist zu tun?	Wer kann/soll/muss tätig werden?
Gutes Sportangebot	Infoangebote ausweiten?!	Eltern
Freizeitaktivität „online surfen“ vs. „schlechtes Netz“	Vereinsangebote kommunizieren	Gemeinwesen (Kirchen!)
Zufriedenheit zuhause	Anreize schaffen für Jugendliche, die nicht erreicht wurden!	Bonussystem (Stadt)
Zu viel zuhause	Jugendliche über Freundschaften (Einladung von Freund*innen) heranzuführen	„Runder Tisch“ Schulen, Vereine, Kirchen (Schulleiter-Besprechung!)
	Einladung der Schule(n) zum ToT (Schnuppertag) an Vereine, Jugendzentrum	
	Jugendliche stärker aktivieren	
	Vernetzung Schule und VHS VHS-Angebote in der Schule	
	Vernetzung Schule und Vereine Vereinsangebote in der Schule	
	Vereine in die Schulen	
	AGs auslagern an andere Orte	
	Kommunikation zwischen Haupt- und Ehrenamt	
	Ansprechpartner festlegen	

Jugendzentrum

Welche Schlüsse ziehen Sie?	Was ist zu tun?	Wer kann/soll/muss tätig werden?
Was gibt es wo schon?	Optimieren der vorhandenen Orte, vorher: Sichtung	Mitstreiter suchen – finanzielle Mittel (Schule, Kirchen, Stadt, Betriebe)
Imageproblem! Namensgebung überdenken?!	Offene Jugendarbeit an den Schulen	Stadt / Vereine: Räumlichkeiten zur Verfügung stellen vor Ort
Fehlende Attraktivität Imageproblem	Imageveränderung – mehr Werbung	Dorfplätze zur Verfügung stellen
	Bessere Vernetzung zwischen Schulen und Jugendzentrum	Mitarbeit der Jugendlichen bei der Schaffung von örtlichen Treffpunkten
	Attraktivierungs-Initiative der Stadt in Zusammenarbeit mit Besuchern	Kommune / Politik
	Ausstattung materiell <u>und</u> personell	

Fazit

In der anschließenden Diskussion über die erzielten Ergebnisse kristallisierten sich folgende Punkte als erste Bausteine für eine mögliche Jugendoffensive heraus:

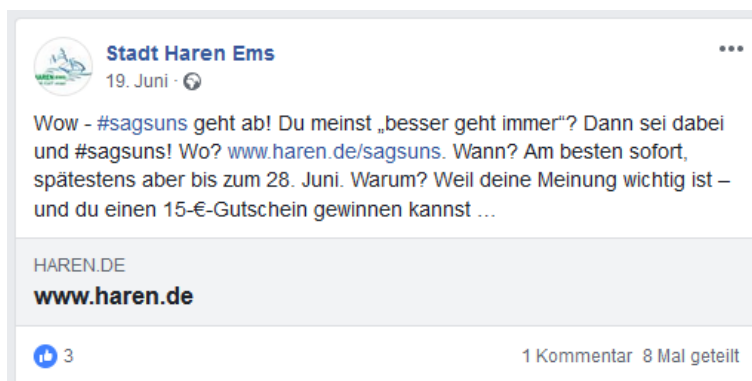
1. Stadt (Verwaltung und Politik), Kirchen, Schulen und Vereine sollten sich enger vernetzen und stärker kooperieren mit dem Ziel, die Angebotsvielfalt zu erhöhen und die Angebote in ihrer Breite und Tiefe besser zu kommunizieren. Ein „runder Tisch“, einmalig einzuberufen von der Stadt, soll die **Vernetzungsarbeit** steuern.
2. Vereine und ganz besonders auch die in ihnen engagierten Jugendlichen brauchen **Wertschätzung** (Belobigung).
3. Jugendliche und Eltern sind für die **Bedeutung** einer aktiven Teilnahme an **Gemeinschaftsangeboten** zu sensibilisieren und bei der Umsetzung von Maßnahmen möglichst einzubeziehen.
4. Das **Jugendzentrum** leidet unter einem schlechten Image. Ansätze für eine Imageverbesserung sollen sein: eine bessere materielle und personelle Ausstattung auch in Zusammenarbeit mit den jugendlichen Besuchern selbst sowie kommunikative Maßnahmen (z.B. neuer Name?).

Kommunikationskampagne Haren

Grafikelement / Bild für den Facebookaufruf:



Beispiele der Facebookposts:



Stadt Haren Ems
21. Juni · 🌐

Knackt die 500er-Marke! Exakt 493 Jugendliche haben bereits mitgemacht – jetzt bist Du dran! Unter www.haren.de/sagsuns sag` Du uns Deine Meinung über Haren. Unsere Umfrage läuft noch bis Donnerstag, 28. Juni – aber mal ehrlich: Was Du sofort machst, kannst Du nicht mehr vergessen! Also: www.haren.de/sagsuns. Die 500 schafft Haren locker, oder?!

4 2 Mal geteilt

Stadt Haren Ems
28. Juni · 🌐

#sagsuns

Wow, die 500 sind geschafft – und wie: 589 Teilnehmer zählt die #sagsuns-Umfrage bis jetzt. Da legen wir doch glatt noch zwei Tage drauf und feuern Euch an: Reißt die 600-er-Latte! Wir halten Euch auf dem Laufenden ...

3 1 Mal geteilt


Stadt Haren Ems
3. Juli · 🌐
...

598 #sagsuns-Teilnehmer*innen – Ihr seid der Hammer!

Dankeschön allen, die sich die Zeit genommen haben, an unserer Umfrage teilzunehmen. Wir nutzen die Sommerzeit, um die Ergebnisse auszuwerten. Mitte September lassen wir Euch wissen, was die Umfrage ergeben hat und welche Schlüsse wir daraus ziehen.

Aber jetzt legt Euch erstmal in die Sonne – Ihr habt's verdient! ...

[Mehr anzeigen](#)



598 Teilnehmer:
DANKE!



Ermöglicht durch:

DWK
Demografiewerkstatt
Kommunen

👍 5
2 Kommentare · 1 Mal geteilt

Plakat:



#sagsuns

Du bist zwischen 12 und 18 Jahren alt?
 Lass' uns wissen, was dir in Haren gut gefällt,
 was fehlt und wo es hakt – damit wir Haren für
 dich und alle Jugendlichen attraktiver gestalten
 können.

Wo? www.haren.de/sagsuns
Wann? 4. bis 28. Juni 2018
Warum? Weil deine Meinung für uns wichtig ist.

**Mitmachen und
 15 x 15 €-Haren-Gutscheine
 gewinnen!**

Ermöglicht durch:




Beispielanschreiben für die Multiplikatoren:

Liebe Vertreterinnen und Vertreter der Jugendarbeit in Haren (Ems)!

In wenigen Jahren werden die heute 12- bis 18-jährigen Jugendlichen darüber entscheiden, ob die Stadt Haren (Ems) für sie ein so attraktiver Wohn- und Lebensraum ist, dass sie dauerhaft hier leben möchten. Die Grundlagen für diese Entscheidung werden heute gelegt, wenn die Jugendlichen ihre Stadt im besten Fall als lebenswert erfahren. Damit das gelingt, möchte die Stadt Haren (Ems) ihre Arbeit für und mit den jungen Menschen noch attraktiver machen.

Dazu führen wir jetzt unter dem Titel

#sagsuns

eine Online-Umfrage durch, an der sich möglichst alle Jugendlichen zwischen 12 und 18 Jahren beteiligen sollen.

Die Umfrage ist zu finden unter www.haren.de/sagsuns; sie ist ab **Montag, 4. Juni, bis Donnerstag, 28. Juni**, freigeschaltet. Teilnehmer/innen können, wenn sie es möchten, an einem Gewinnspiel teilnehmen.

Um möglichst viele junge Leute zu erreichen, sind wir auf **Ihre Mithilfe** angewiesen:

- ❖ Bitte weisen Sie alle diejenigen, die in Ihrer Institution mit Jugendlichen arbeiten, auf die Umfrage hin.
- ❖ Bitte informieren Sie die Jugendlichen selbst – soweit Sie direkt mit ihnen arbeiten.
- ❖ Bitte nutzen Sie für die Weitergabe der Information die beigelegte Datei – sie eignet sich zum Versand per WhatsApp, für Facebook und Instagram. Ergänzende Posts (Texte) finden Sie dazu ebenfalls im Anhang.
- ❖ Bitte hängen Sie das beigelegte DIN A3-Plakat an einer für Ihre Jugendlichen markanten Stelle aus.

Die Umfrage findet im Rahmen des Bundesprojektes „Demografiewerkstatt Kommunen“ statt. Vielen Dank für Ihre Unterstützung. Über die Ergebnisse der Umfrage werden wir Sie selbstverständlich informieren, um gemeinsam davon zu profitieren.

#sagsuns – sagen Sie's bitte weiter!

Mit freundlichen Grüßen

Presseartikel vom 02.06.2018, Meppener Tagespost:

Jugendoffensive „#sagsuns!“ startet Ausschuss vom Konzept überzeugt

Von Tobias Böckermann

HAREN Die Stadt Haren wird in den kommenden Wochen eine Jugendbefragung durchführen lassen. Das Projekt „#sagsuns! Jugendoffensive Haren“ startet am 4. Juni und soll dabei helfen, die Emsstadt für Jugendliche attraktiver zu machen.

Durchgeführt wird sie von der Lingener pro-tin GmbH, deren Teamleiterin Katharina Mehring das Vorhaben im Ausschuss für Bildung und Soziales vorgestellt hat. Es ist Teil der „Demografiewerkstatt Kommunen“, zu der auch das für die Kommunen kostenlose Modellprojekt „Sei ein Mitmischer“ gehört. Befragt werden demnach möglichst viele Jugendliche im Alter von 12 bis 18 Jahren. „Sie sollen der Politik sagen, was sie wissen muss, um Haren aktuell und zukünftig für junge Menschen attraktiver zu gestalten“, sagte Mehring.

Eine der großen Herausforderungen sei das Erreichen der Jugendlichen. Nur wenn möglichst viele zur Teilnahme motiviert werden könnten, bekomme man aussagekräftige Ergebnisse. Deshalb starte man in diesen Tagen eine Kommunikationskampagne über Schulen, Kir-

chen oder Vereine, sowie Medien aller Art.

Die Teilnahme an der Befragung sei in wenigen Minuten online machbar und für Smartphones optimiert. Erreichbar ist sie ab dem 4. Juni unter www.haren.de/sagsuns. Der Ausschuss sprach sich für das Konzept und den Start der Befragung aus.

Vor der Sitzung hatten die Ausschussteilnehmer die Kindertagesstätte Küken & Friends im Eurohafen besucht. Leiterin Martina Reichelt-Jansen führte durch die Einrichtung der Rothkötter Unternehmensgruppe mit zurzeit 50 Betreuungsplätzen in zwei Krippen- und einer Kindergartengruppe. Rothkötter möchte mit dieser Einrichtung seinen Mitarbeitern die Vereinbarkeit von Familie und Beruf erleichtern: Beschäftigte können mit flexiblen Öffnungszeiten ihren Betreuungsbedarf individuell bestimmen, und zwar zwischen 6 und 18 Uhr.

Die Voraussetzungen seien dafür sowohl räumlich als auch personell optimal, sagte Reichelt-Jansen. Die Nachfrage nach den Betreuungsplätzen für Kinder zwischen sechs Monaten und sechs Jahren sei seit Jahren auch von außerhalb hoch.

Presseartikel vom 27.08.2018, Meppener Tagespost



Karina Koop (links) und Bürgermeister Markus Honnigfort (rechts) mit den Gewinnern der Verlosung im Rahmen der Jugendbefragung „#sagsuns“.

Foto: Stadt Haren

Was Jugendliche wollen

600 Teilnehmer bei Online-Umfrage der Stadt Haren

Impressum

Auftraggeber:

Geschäftsstelle Demografiewerkstatt Kommunen (DWK)
Am Stadtholz 24
33609 Bielefeld

Tel.: +49 521 106 7364

Fax: +49 521 106 7171

info@demografiewerkstatt-kommunen.de

www.demografiewerkstatt-kommunen.de

Durchführung:

pro-t-in GmbH
Schwedenschanze 50
49809 Lingen (Ems)

Tel.: +49 591 96 49 43 0

Fax: +49 591 96 49 43 20

www.pro-t-in.de