



Deutsches
Jugendinstitut

Evaluation Projekt P

Ergebnisse quantitativer und qualitativer Befragungen

Dr. Franziska Wächter
Claudia Zinser

Gefördert durch das



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

Dr. Franziska Wächter
Claudia Zinser

Evaluation Projekt P

Ergebnisse quantitativer und qualitativer Befragungen

© 2006 Deutsches Jugendinstitut
e. V.
Jugend und Jugendhilfe
Projekt „Evaluation Projekt P“
Dr. Franziska Wächter
Nockherstr. 2, 81541 München
Telefon: +49 (0)89 62306-312
Fax: +49 (0)89 62306-162
E-Mail: waechter@dji.de

Inhaltsverzeichnis

1	Kurzinformation zu „Projekt P – misch Dich ein“	7
2	Aufbau des Berichts	9
3	Methodisches Vorgehen	10
3.1	Die angewandten Verfahren	10
3.2	Evaluierte Module von Projekt P	11
3.3	Feldzugänge und Rückläufe	13
3.3.1	Come in Contract	13
3.3.2	Qualifizierungsseminare	15
3.3.3	Online-Erhebung der Nutzer/innen von www.projekt-p.de	16
3.3.4	Auswahl der Fokusgruppen und Feldarbeit	16
4	Come in Contract	20
4.1	Aufbau der Fragebögen	20
4.2	Überblick Soziodemografie	21
4.2.1	Jugendliche	21
4.2.2	Hauptamtliche	23
4.3	Die Sicht der Jugendlichen auf die CiC-Projekte	23
4.3.1	Politisches Interesse, Kompetenz und Partizipation	23
4.3.2	Teilnahme an Come in Contract-Projekt	31
4.3.3	Abschluss und Umsetzung der Verträge	35
4.3.4	Nutzung von Internetangeboten, Materialien und Öffentlichkeitsarbeit	37
4.3.5	Kompetenzerwerb in den Projekten	39
4.4	Die Sicht der Hauptamtlichen auf die CiC-Projekte	42
4.4.1	Projekt P: Zielgruppe und Vertragsabschlüsse	42
4.4.2	Die Rolle des DBJR innerhalb der Initiative und die Rolle von Projekt P für die politische Partizipation von Jugendlichen	50
4.4.3	Abschließende Anmerkungen und Anregungen der hauptamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	52
4.5	Fokusgruppengespräche mit Come in Contract-Projekten	56
4.5.1	Vorstellung der einzelnen Projekte	56
4.5.1.1	„Die Behördenchecker“ (1.7.2004-30.6.2005)	56
4.5.1.2	„Mädchen sind laut – Jungs sind zickig“ (Februar 2005)	58
4.5.1.3	„Wut im Bauch“ (1.6.2004-31.3.2005)	60
4.5.1.4	„Schwule und lesbische Jugendliche – was sind wir euch wert?“ (1.8.2004-31.10.2004)	63
4.5.1.5	Jugendsprecherinnen-Ausbildung für behinderte Mädchen (10.3.2004-10.12.2004)	65
4.5.2	Querschnittsthemen aus den qualitativen Interviews - Gemeinsamkeiten und Unterschiede	67

4.5.2.1	Jugendliche und ihr Bezug zu den Come in Contract-Projekten	67
4.5.2.2	Der Einstieg ins Projekt: Motive und Erwartungen	68
4.5.2.3	Erfahrungen mit Erwachsenen und innerhalb der Gruppe	70
4.5.2.4	Erfolge, Misserfolge und Verbesserungsvorschläge	73
4.5.2.5	Persönlicher Gewinn und Nachhaltigkeit	75
5	Qualifizierungsseminare	80
5.1	Soziodemografie	80
5.2	Anbieter des Seminars, Inhalte, Ablauf, geförderte Kompetenzen	81
5.3	Kenntnis von Projekt P, Interesse an Projekt P und weitere Nutzung von Angeboten	84
5.4	Politisches Interesse und politische Orientierungen	85
5.5	Politische Beteiligung	87
6	Online-Erhebung zu www.projekt-p.de	92
6.1	Soziodemografie	92
6.2	Bekanntheit und Gründe für den Besuch der Website	93
6.3	Usability der Website	95
6.4	Politisches Interesse und Partizipation	97
7	Andere Angebote im Rahmen von Projekt P	103
7.1	Der Foto- und Schreibwettbewerb [bite 05] (Ende 2004-Juni 2005)	103
7.1.1	Der Einstieg ins Projekt: Motive und Erwartungen	104
7.1.2	Erfahrungen innerhalb der Gruppe und mit den Erwachsenen: Teamarbeit und Unterstützung	105
7.1.3	[bite 05] – Kreativ-Wettbewerb oder Partizipationsprojekt?	108
7.1.4	Erfolge und Misserfolge im Rahmen von [bite 05]	110
7.1.5	Persönlicher Gewinn, Nachhaltigkeit und Wünsche	111
7.2	Öffentlichkeitsarbeit: Die Jugendredaktion (Ende 2004 - Mitte 2006)	115
7.2.1	Motive und Ziele für die Mitarbeit im Redaktionsteam	116
7.2.2	Die Rolle der Projekt P-Homepage: Plattform für Partizipation oder für Selbstverwirklichung?	117
7.2.3	Jugendredaktion und Kampagne – ein gespanntes Verhältnis	118
7.2.4	Wer wurde mit Projekt P erreicht?	120
7.2.5	Erfolge, persönlicher Gewinn und Nachhaltigkeit	121
8	Zusammenfassung und Bilanzierung	123

1 Kurzinformation zu „Projekt P – misch Dich ein“

„Projekt P – misch Dich ein“ war eine Kampagne zur Förderung und Stärkung der Partizipation von Jugendlichen in der Bundesrepublik Deutschland. Initiatoren und Träger der Kampagne waren das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ), die Bundeszentrale für politische Bildung (BpB) und der Deutsche Bundesjugendring (DBJR). Die Laufzeit der Initiative umfasste Herbst 2003 bis Frühjahr 2006. Die Initiative sprach Kinder und Jugendliche im Alter von 12 bis 21 an.

Das „P“ stand für Partizipation und Politik. Ziel der Kampagne war es, junge Bevölkerungsgruppen für politische Themen zu interessieren und in Planungs- und Entscheidungsprozesse einzubinden. Der Fokus der Kampagne lag auf der jungen Zielgruppe, aber auch Erwachsene (bspw. Lehrer/innen) sollten mit Projekt P angesprochen werden.

Das Angebot von Projekt P war breit gefächert. Die Kampagnenpartner besetzten je verschiedene Schwerpunkte, die in separaten Modulen von Projekt P realisiert wurden. Diese unterschiedlichen Aktivitäten reichten von Vertragsabschlüssen zwischen Jugendlichen und politischen Entscheidungsträger/innen über Qualifizierungsangebote für jugendliche Multiplikator/innen und z.B. Lehrer/innen, beinhalteten Wettbewerbe genauso wie ein großes Festival für Jugendliche und eine umfangreiche Medien- und Öffentlichkeitskampagne.

Die drei Initiatoren von Projekt P informieren auf ihren jeweiligen Websites über die von ihnen durchgeführten Aktionen im Gesamtkonzert der Kampagne.

- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
<http://www.bmfsfj.de/Politikbereiche/kinder-und-jugend,did=17694.html> (20.9.2006)
- Deutscher Bundesjugendring <http://www.dbjr.de/index.php?m=12> (20.9.2006)
- Bundeszentrale für politische Bildung
http://www.bpb.de/veranstaltungen/W3GS1Q,0,Projekt_P_Misch_dich_ein.html (20.9.2006)

Ergänzt wurden die Internetauftritte durch eine von Jugendlichen gestaltete
Homepage: www.projekt-p.de.

2 Aufbau des Berichts

Die Initiative Projekt P richtete sich mit thematisch unterschiedlich besetzten Modulen verschiedener Anbieter an Kinder und Jugendliche. Dieser Diversität in Intention und Anlage - unabhängig von der „Generalintention“, die Partizipation von Jugendlichen zu fördern - trägt der Aufbau der Evaluation Rechnung. Da die multimethodisch angelegte Evaluation von Teilen von Projekt P erst gegen Ende bzw. nach der Initiative statt findet, ist sie „summativ“ zu nennen (vgl. Kromrey 2005: 7). Das multimethodische Vorgehen spiegelt sich einerseits in den mit den einzelnen Modulen angesprochenen Zielgruppen wider: Jugendliche und (in verbandlicher Jugendarbeit tätige) Erwachsene, verbandlich organisierte und erstmalig eingebundene Jugendliche, Deutsche und Jugendliche mit Migrationshintergrund. Um die Wirksamkeit der Kampagne (bzw. einzelner Module) erfassen und nachzeichnen zu können, ist – andererseits - der Einsatz verschiedener methodischer Instrumentarien unabdingbar. Nur die Integration quantitativer und qualitativer Methoden stellt sicher, dass verschiedene Perspektiven in den Blick genommen werden können und folgend die Ergebnisse der Evaluation über diese unterschiedlichen Zugänge eine fruchtbare inhaltliche Verzahnung erfahren können.

Um diese unterschiedlichen Zugänge transparent und nachvollziehbar zu machen, beginnt der Bericht mit einer knappen Darstellung der methodischen Anlage (Abschnitt 3.1) sowie einer Beschreibung der evaluierten Teilmodule der von Projekt P in Abschnitt 3.2. Es folgen im Abschnitt 3.3 eher technische Ausführungen zur Feldphase, d.h. zu Feldzugängen, Stichproben und Ausschöpfungsquoten der quantitativen und qualitativen Befragungen. Diese dienen vorrangig der methodologischen Bewertung und Einordnung der Studien. Der Schwerpunkt des Berichts liegt anschließend auf der ausführlichen Würdigung aller evaluierten Module von Projekt P (Kapitel 4 bis 7). In den einzelnen Kapiteln hierzu werden die Ergebnisse der Datenauswertung präsentiert und interpretiert. Eine zusammenfassende Bilanzierung der Ergebnisse der Evaluation schließt den Bericht ab.

3 Methodisches Vorgehen

3.1 Die angewandten Verfahren

Um eine inhaltlich breit angelegte Kampagne wie Projekt P in angemessener Weise evaluieren zu können, ist es angebracht, möglichst viele verschiedene Perspektiven einzunehmen, um daraus als „Mosaik“ ein Gesamtbild entstehen zu lassen. Dazu wurden in Absprache mit den Programminitiatoren und durchführenden Institutionen zentrale Module ausgewählt und in den Fokus genommen (vgl. Abschnitt 3.2).

Um vergleichbare Daten zu erhalten, stellt die Evaluation dabei zunächst auf standardisierte Befragungen ab. Schriftliche Fragebögen wurden so konzipiert, dass sie einerseits identische Teile beinhalten (z.B. Soziodemographie, Fragen zu Formen des politischen Engagements, zu politischen Orientierungen etc.) und andere Teile dem jeweilig zu bewertenden Modul angepasst wurden. Ein, über alle Fragebögen konstant gehaltener, Fragenblock orientierte sich an Items des DJI Jugendsurveys und der europäischen Vergleichsstudie EUY-OUPART, um die für Projekt P befragten (speziellen) Gruppen von Jugendlichen mit repräsentativen, für alle Jugendlichen geltenden, Daten vergleichen zu können. In einem weiteren Fragenblock ging es modulspezifisch um Fragen nach Zugängen, Arten der Beteiligung, die dabei gemachten Erfahrungen sowie der gegebenenfalls realisierten bzw. geplanten Fortsetzung des Engagements.

Bekanntermaßen gelingt es mit offenen, qualitativen Verfahren deutlich leichter, Motivlagen und wenig bewusste Hintergründe zu erfassen, als dies mit quantitativen Methoden der Fall ist. Deshalb wurden zusätzlich für einige Evaluationsaspekte leitfadengestützte Fokusgruppeninterviews mit Jugendlichen geführt. Die Methode, ein thematisch fokussiertes Interview mit mehreren Personen gleichzeitig zu führen, ist insbesondere in den Fällen ein geeignetes Erhebungsverfahren, wenn es um die Erfassung von Gruppenmeinungen und -erfahrungen geht (vgl. Breitenfelder et al. 2004, Morgan 1997, Bohnsack et al. 2006).

3.2 Evaluierte Module von Projekt P

Gegenstand der Evaluation sind mehrere Module von Projekt P, die im Folgenden kurz vorgestellt werden. Die Auswahl der Module beinhaltet gleichzeitig eine Fokussierung verschiedener Zielgruppen: Jugendliche und Erwachsene, verbandlich organisierte und erstmalig eingebundene Jugendliche, Deutsche und Jugendliche mit Migrationshintergrund.

Das Hauptaugenmerk der Untersuchung gilt der Sicht der an Projekt P beteiligten Jugendlichen: Inwieweit wurden sie in die verschiedenen Phasen der Entscheidungsprozesse eingebunden? War es über die Initiative bzw. die konkreten Projektanlässe möglich, ein nachhaltiges Interesse auf Seiten der Jugendlichen an Beteiligungsprozessen zu wecken?

Den größten Raum innerhalb der Evaluation nimmt das Modul „**Come in Contract – vertragt euch...**“ ein (vgl. für weiterführende Informationen zum Modul die Publikation: Deutscher Bundesjugendring (Hg.) 2006). Im Rahmen dieses Moduls sollten (verbandlich organisierte) Jugendliche die Möglichkeit bekommen, mit ihrem politischen Gegenüber auf gleicher Augenhöhe und konkret über ihre Belange zu diskutieren. Am Ende dieses Verhandlungsprozesses sollten greif- und überprüfbare Vereinbarungen zwischen den Jugendlichen und politischen und gesellschaftlichen Entscheidungsträgern stehen. Alle Mitgliedsorganisationen des DBJR zusammen genommen, wurden 98 Projekte im Rahmen von Come in Contract realisiert.

Die Evaluation von Come in Contract verfolgte das Ziel, möglichst viele Sichtweisen auf dieses zentrale Modul zu erheben. Aus diesem Grund wurden sowohl beteiligte Jugendliche als auch beteiligte hauptamtliche (z.T. auch ehrenamtliche) Mitarbeiter/innen der verbandlichen Jugendarbeit schriftlich zu ihren Erfahrungen mit der Methode des Come in Contract und der je spezifischen Projektdurchführung befragt (siehe ausführlich hierzu Kapitel 4.1 bis 4.4). In diese standardisierte Befragung wurden sämtliche 98 Projekte einbezogen. Zusätzlich wurden durch die wissenschaftliche Begleitung fünf Projekte, die im Rahmen von Come in Contract stattgefunden hatten, ausgewählt und mit den dortigen Teilnehmern und Teilnehmerinnen Gruppeninterviews durchgeführt (siehe hierzu detailliert Kapitel 4.5).

Ein Ziel von **Jugendmigrationsdiensten** ist die Verbesserung der sozialen Integration von Jugendlichen und jungen Erwachsenen bis zum 27. Lebensjahr (vgl. www.jugendmigrationsdienste.de). Soziale Integration beinhaltet dabei

auch die Förderung der Partizipation jugendlicher Migranten am gesellschaftlichen und politischen Leben. Die wissenschaftliche Begleitung evaluierte ein Come in Contract-Projekt, das aus dem Zusammenhang eines Jugendmigrationsdienstes entstanden war (siehe Abschnitt 4.5.1.1).

Von der Bundeszentrale für politische Bildung (BpB) wurden im Rahmen eines weiteren Moduls innerhalb der Kampagne Projekt P **Qualifizierungsseminare** durchgeführt. Diese Seminare wurden von externen Anbietern z.T. für Lehrerinnen und Lehrer (Kinoseminare), vorrangig aber für jugendliche Multiplikatorinnen und Multiplikatoren durchgeführt. Im Vordergrund standen Bemühungen um die Schulung der Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Dabei wurden mit Inhalten wie politische Rhetorik, Moderation und Präsentation, juristische Grundlagenkenntnisse oder Projektmanagement insbesondere Jugendliche aus Schüler/innen-Vertretungen angesprochen. In der Evaluation mit einem schriftlichen Fragebogen standen Fragen zum Kompetenzerwerb und zur Wirksamkeit und Nachhaltigkeit der erworbenen Fähigkeiten im Vordergrund (siehe Kapitel 5).

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Evaluation des Internetauftrittes zur Kampagne. Hier kamen zwei Aspekte zum Tragen: Zum einen wurde die **Jugendredaktion** befragt, die für die Erstellung der Homepage „www.projekt-p.de“ verantwortlich war. Mit drei Mitgliedern der Jugendredaktion wurde ein leitfadengestütztes Gruppeninterview zu ihrer Motivation zum Engagement in der Redaktion und zu ihren Erfahrungen während der Arbeit an der Website geführt (siehe Kapitel 7.2). Zum anderen wurde eine **Online-Befragung** der Nutzer/innen der Internetseite durchgeführt. Dabei interessierte zum einen die Benutzerfreundlichkeit und (technische) Handhabbarkeit der Website, aber auch das „politische Profil“ der Besucher/innen (siehe Kapitel 6).

[Bite 05] bezeichnet einen Foto- und Schreibwettbewerb, zu dem Jugendliche nicht nur eigene Beiträge zum Thema „Eine jugendgerechte Welt in Bild und Text“ einreichen konnten, sondern bei dem sie zugleich auch die Wettbewerbsjury stellten. Dieses Peer-Jury-Verfahren sollte als Lernfeld dienen, um Jugendliche „spielerisch“ an die Grundprinzipien demokratischen Handelns heranzuführen (vgl. Deutscher Bundesjugendring (Hg.) 2005). Mit zehn der Teilnehmer/innen wurde ein ausführliches Fokusgruppeninterview über ihre Erfahrungen in diesem Prozess geführt (siehe Kapitel 7.1).

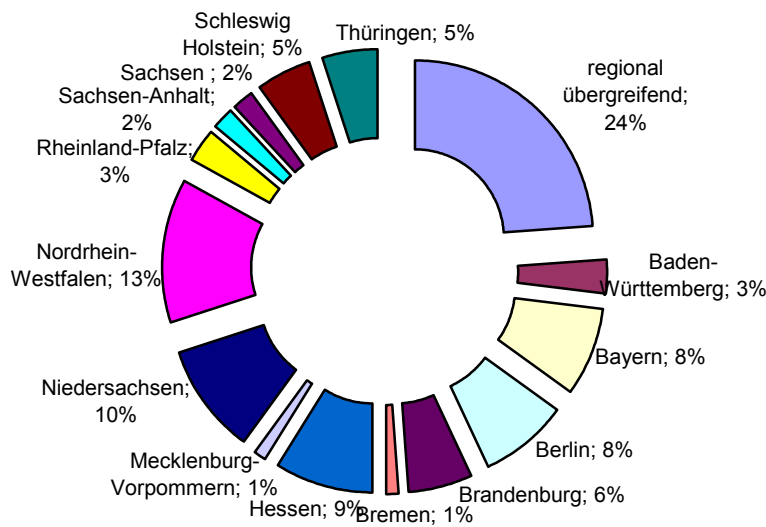
3.3 Feldzugänge und Rückläufe

Der folgende Abschnitt widmet sich der Beschreibung der Zugänge zu den verschiedenen Zielgruppen sowie dem Erfolg der Befragung – ausgedrückt in Rücklaufzahlen. Wie bereits ausgeführt, handelt es sich bei den schriftlichen Befragungen um Datensammlungen „ex post“. Das heißt, zum Zeitpunkt der Befragung (Frühjahr 2006) lagen die Projekte oder Seminare zum Teil bereits Monate, zum Teil Jahre, zurück. Diese Schwierigkeit spiegelt sich in den Nachfragen von Zielpersonen wider, die oft keine Erinnerung mehr an das spezifisch abgefragte Ereignis - Projekt oder Seminar - hatten. Dies zeigt sich noch deutlicher in den doch sehr geringen Rücklaufquoten. Für einen beträchtlichen Teil der Antwortenden muss deshalb angenommen werden, dass sie a) noch in evtl. weiter bestehende (Projekt-)Kontexte eingebunden sind oder b) ein außerordentlich hohes Interesse an der Thematik und damit an einer Teilnahme an der Befragung haben.

3.3.1 Come in Contract

Dem Deutschen Jugendinstitut lag für die Evaluation des Moduls Come in Contract eine Liste der 98 durchgeführten Come in Contract- Projekte vor. Die Projekte verteilten sich auf die einzelnen Bundesländer wie folgt (vgl. Abb. 3.1). 24 der 98 Come in Contract-Projekte waren regional übergreifend angelegt, so dass sich keine eindeutige Zuordnung zu einem Bundesland herstellen lässt. Hamburg und das Saarland waren, zumindest über ein bundeslandspezifisches Projekt, nicht vertreten.

Abb. 3.1: Versand nach Bundesländern (Angaben in %)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Für die Mehrzahl dieser Projekte waren Ansprechpartner/innen namentlich bekannt, nicht aber die Namen oder Adressen der jugendlichen Teilnehmer/innen an den Projekten. Über die Projekt-Ansprechpartner/innen, die sogenannten „Gatekeeper“, wurde die Verschickung der Fragebögen an die beteiligten Jugendlichen und jungen Erwachsenen dergestalt organisiert, dass an sie (bzw. die bekannten Institutionen, die Come in Contract-Projekte durchgeführt hatten) jeweils zehn Fragebögen für Jugendliche (samt Anschreiben und Rückkuvert) versandt wurden. Dies mit der Bitte, die Fragebögen an (noch erreichbare) Jugendliche weiterzugeben und gleichzeitig um Teilnahme an der Befragung zu werben. Selbstverständlich bestand auch die Möglichkeit, weitere Fragebögen zu bekommen. Von dieser Möglichkeit wurde kein Gebrauch gemacht. Die Verschickung der Fragebögen fand am 29.3.2006 statt. Ein Erinnerungsschreiben erging an die Ausstände am 3.5.2006.

Von den 980 nach diesem Prozedere verschickten Fragebögen an die Jugendlichen, waren 30 nicht zustellbar. Dadurch reduziert sich die Bruttostichprobe auf 950. Letztlich kamen 92 ausgefüllte und verwertbare Fragebögen von Jugendlichen aus Come in Contract-Projekten zurück und sind im Datensatz enthalten. Bezogen auf die Bruttostichprobe bedeutet dies eine Rücklaufquote von knapp zehn Prozent. Zu ermitteln ist weiterhin, dass die 92 Fragebögen aus 28 Projekten stammen.

Aus dem Kontext zu Come in Contract sollten weiter hauptamtliche Mitarbeiter/innen befragt werden. Dies geschah auf zwei Wegen. Zum einen wurden die oben erwähnten „Gatekeeper“, also Personen (bzw. Institutionen), die ein konkretes Come in Contract-Projekt durchgeführt hatten, mit einem Fragebogen angeschrieben (im Sinne einer Vollerhebung). Zum anderen wurden der Bundesgeschäftsstelle des DBJR 150 Fragebögen (samt Anschreiben und Rückkuverts) zur Verfügung gestellt, die dort an (interessierte, befragungswillige) Mitarbeiter/innen vergeben werden sollten. Ebenfalls über den DBJR und dessen Homepage hatten Mitarbeiter/innen die Möglichkeit, den Fragebogen als pdf-Datei zu erhalten und an das Deutsche Jugendinstitut zurück zu schicken. Diese Fragebögen wurden, wie die Fragebögen an die Jugendlichen, Ende März verschickt bzw. als Download-Datei dem DBJR zur Verfügung gestellt. Ein Erinnerungsschreiben wurde Anfang Mai an die noch ausstehenden „Gatekeeper“ versandt. Auf die anderen Adressen hatte das DJI, wie beschrieben, keinen Zugriff, um nachfassen zu können.

Von den 98 an Gatekeeper verschickten Fragebögen waren drei nicht zustellbar, wodurch sich die Bruttostichprobe auf 95 verringert. 35 Fragebögen von in Projekte involvierten Mitarbeiter/innen kamen in auswertbarer Form zurück und sind im Datensatz enthalten. Dies entspricht einer Quote von rund 37%. Weitere 22 Fragebögen kamen über den Verteilungsweg des DBJR an das DJI zurück, zwei davon waren über das Internet herunter geladen und anschließend ausgefüllt an das DJI gegangen. Aussagen über eine Rücklaufquote können für diesen zweiten Versandweg nicht gemacht werden. Insgesamt stehen damit 57 Fragebögen von Mitarbeiter/innen, die mit Come in Contract-Projekten betraut waren bzw. in das Modul involviert waren, für Analysen zur Verfügung.

3.3.2 Qualifizierungsseminare

Für die Teilnehmer/innen an Qualifizierungsseminaren der Bundeszentrale für politische Bildung lagen dem DJI ebenfalls Adressen von Jugendlichen vor, die an einem der Seminare im Zeitraum von Ende 2004 bis Anfang 2005 teilgenommen haben. Insgesamt wurden am 23.3.2006 183 Fragebögen an Jugendliche verschickt. Davon kamen 18 Briefe mit dem Vermerk „unbekannt/Adresse nicht vorhanden“ zurück, so dass sich die Bruttostichprobe auf 165 reduziert. Der Rücklauf geschah nur sehr schleppend und das DJI erreichten viele Nachfragen von Jugendlichen bzw. deren Eltern, die sich nicht erin-

nern konnten, an einem solchen Seminar teilgenommen zu haben. Am 6.4.2006 wurden an noch ausstehende Beteiligte Erinnerungsschreiben versandt.

In den Datensatz konnten letztlich 38 Fälle aufgenommen werden.¹

3.3.3 Online-Erhebung der Nutzer/innen von www.projekt-p.de

Die Online-Erhebung richtete sich an die Nutzer/innen der Website zu Projekt P www.projekt-p.de. Sie wurde als Eingabemaske vom DJI (DJI Census) erstellt und von einem Kooperationspartner der Bundeszentrale für politische Bildung am 23.3.2006 als Pop-up-Fenster auf dieser Seite geschaltet. Dort stand sie bis zum 4.5. 2006 zur Verfügung.

Als Incentive konnten die Jugendlichen sich am Ende der Befragung in einer Datei registrieren, um an einer Verlosung von drei Berlin-Reisen teilzunehmen. Dies wurde von der „Servicestelle Jugendbeteiligung“ umgesetzt.

Insgesamt konnte die Erhebung zur Nutzung der Website www.projekt-p.de 563 Einträge verzeichnen. Diese beachtliche Anzahl reduziert sich jedoch auf 137 Fälle, da nur diejenigen Befragten in die Analyse einbezogen werden, die den Fragebogen bis zu Ende beantwortet haben.

3.3.4 Auswahl der Fokusgruppen und Feldarbeit

Die Perspektiven und Einschätzungen der beteiligten Jugendlichen „einzufangen“, war dezidiertes Ziel der Evaluation von Projekt P, weshalb ergänzend zu der quantitativen Erhebung sieben Gruppeninterviews geführt wurden. Den Wünschen der Auftraggeber entsprechend wurden dabei zum einen Teilnehmer/innen der Jugendredaktion sowie des Wettbewerbs [bite 05] befragt, zum anderen eine Auswahl von weiteren fünf Projekten des Moduls Come in Contract getroffen. Ein Jugendmigrationsdienst sollte dabei sein, die anderen vier Projekte wurden aus den etwa hundert Come-in-Contract-Projekten nach folgenden Kriterien ausgesucht:

¹ Der Rücklauf belief sich letztlich auf 39 Fälle. Eine dieser Personen antwortete jedoch lediglich nur auf die Frage „Kennen Sie Projekt P?“ mit „nein“ und wurde folglich mangels substantieller Aussagekraft aus dem Datensatz ausgeschlossen. Dies führt zu einem Umfang auswertbarer Fälle von 38.

- eine möglichst lange oder späte Laufzeit des Projekts, um die Chancen zu der Kontaktaufnahme zu den Jugendlichen zu erhöhen bzw. eine noch aktive Gruppen anzutreffen;
- unterschiedlichste Zielgruppen und hier der Blick auch auf Gruppen, die sonst durch Politik- und/oder Partizipationsprojekte kaum erreicht werden;
- eine Mischung der von den Jugendlichen gewählten Projektthemen und -ziele;
- Projekte in allen Teilen der Bundesrepublik;
- unterschiedliche Projektträger.

Eine Mischung der Zielgruppen, Themen und Orte konnte erreicht werden, doch bleibt festzuhalten, dass die abschließende Auswahl insbesondere durch die Erreichbarkeit der Gruppen und ihre Bereitschaft zum Interview geprägt wurde. Dabei stellte sich, wie auch bei der quantitativen Erhebung der lange Abstand der Evaluation zum Projektzeitraum als deutliches Hindernis heraus. Die Teilnehmer/innen konnten nur über die jeweiligen Projektverantwortlichen erreicht werden, doch auch diese sind häufig nicht mehr unter den angegebenen Adressen oder bei den jeweiligen Verbänden anzutreffen. Wo diese angesprochen werden konnten, war es trotzdem oft nicht möglich, die frühere Gruppe zu einem Interview zusammen zu führen. Entsprechend schwierig und zeitaufwändig waren die Recherche und die Organisation der jeweiligen Fokusgruppeninterviews.

Letztlich konnten fünf Projekte gewonnen werden, die aufgrund besonderer Umstände - z.B. aktive ehrenamtliche Begleitperson, verbandliche Gruppe, Schulklasse, bestehende Treffpunkte – erreichbar waren und in drei Fällen zu ihrem ursprünglichen oder einem anderen Thema weiterhin aktiv sind.

Da alle Projekte und Arbeitsformen – Come in Contract ebenso wie [bite 05] und die Jugendredaktion - und damit auch ein Teil der Erfahrungen sehr spezifisch sind, werden diese zuerst gesondert im Text behandelt und erst in einem zweiten Schritt auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede, z.B. bezüglich der Motive, Erfahrungen und des Zugewinns, beleuchtet. Dieser Spezifik der

Projekte ist auch geschuldet, dass zwar die Personen (wie zugesichert) anonymisiert werden, das Projekt mit seinem Namen und seinen Arbeitszielen aber öffentlich gemacht wird. Den Teilnehmer/innen war es teilweise sogar sehr wichtig, dass ihr Projekt dezidiert genannt wird, um bestimmte Aspekte und Aussagen im Projektkontext verankert zu wissen.

Konkret vorgestellt werden die Erfahrungen mit folgenden Come-in-Contract Projekten:

- „Die Behördenchecker“ – eine Jugendgruppe des Jugendmigrationsdienstes in Soest hilft ausländischen Mitbürger/innen bei ihren Anträgen in Behörden (vgl. 4.5.1.1)
- „Mädchen sind laut – Jungs sind zickig“ – ein Gendertraining in einer 8. Realschulklasse in Bremen (vgl. 4.5.1.2)
- „Wut im Bauch“ – ein Anti-Gewaltprojekt des Ortsverbands der Johanniter in Görlitz (vgl. 4.5.1.3)
- „Schwule und lesbische Jugendliche - was sind wir euch wert?“ - eine Initiative des Jugendnetzwerkes Lambda für einen Bundestagsbeschluss (vgl. 4.5.1.4)
- „Jugendsprecherinnen-Ausbildung“ von behinderten Mädchen, die u.a. von Mixed Pickles e.V. in Lübeck begleitet werden (vgl. 4.5.1.5)

Die Interviews mit den Come in Contract-Projekten fanden alle vor Ort in den Räumen der genannten Organisationen statt. Ein Teil der Mitglieder der Jugendredaktion kamen zum Interview in das Deutsche Jugendinstitut e.V. nach München. Da es eine Häufung von Teilnehmer/innen des [bite 05]-Wettbewerbs im Bergischen Land (NRW) gab, wurden diese Jugendlichen in die Räume der Stadtverwaltung Wuppertal eingeladen.

Die Anzahl der Teilnehmenden an den Fokusgruppen lag zwischen drei und zwölf Personen. Die Gruppendiskussionen hatten eine Dauer von ein bis zwei Stunden und gestalteten sich inhaltlich dicht und zum Teil emotional sehr intensiv. Die Teilnehmenden diskutierten mit der Interviewerin und miteinander u.a. über

- ihren Einstieg in das jeweilige Projekt;

- die Motive der Teilnahme und Erwartungen;
- die Auswahl des Projektziels;
- die Erfahrungen innerhalb der Gruppe und mit ihren unterschiedlichen Gesprächspartner/innen und Aufgaben;
- ihre Arbeitsstrukturen;
- die Begleitung des Projektes;
- Highlights, Erfolge, Misserfolge, Verbesserungsvorschläge sowie
- Nachhaltigkeit, weiteres Engagement und persönlichen Gewinn.

Darüber hinaus hatten die Gruppen die Möglichkeit, andere ihnen wichtige Themen rund um das Projekt zur Sprache zu bringen.

Die Gruppendiskussionen wurden mit dem Einverständnis der Anwesenden aufgenommen und anschließend in Stichpunkten, z.T. auch wörtlich, transkribiert. Die Auswertungen in Abschnitt 4.5 und Kapitel 7 fassen die Aussagen der Jugendlichen zusammen und stellen sie in ihrer Vielfältigkeit und auch Kontrastierung dar. Darüber hinaus werden die Gesprächsatmosphäre sowie weitere Besonderheiten der Fokusgruppen „skizziert“, damit für die Leser/innen ein „Bild“ der Gruppe und ihrer Erfahrungen entstehen kann. Wo dies möglich ist, werden die Interviewaussagen mit den Ergebnissen der quantitativen Befragung in Bezug gesetzt.

4 Come in Contract

4.1 Aufbau der Fragebögen

Die konzeptionelle Stärke der Untersuchung des Come in Contract-Moduls besteht in der Möglichkeit, sowohl die Perspektive der beteiligten Jugendlichen als auch die Perspektive erwachsener Beteiligter an diesen Projekten erheben zu können. Für zwei Schwerpunkte wurden in den beiden schriftlichen Befragungen weitgehend identische Fragenkomplexe abgefragt. Dies gilt zunächst für die Einschätzung der Kooperation der Jugendlichen mit politisch Verantwortlichen im Rahmen der Kontrakte. Bestand von Seiten der (erwachsenen/politischen) Vertragspartnerinnen und Vertragspartner Interesse an den Ideen und Forderungen der Jugendlichen? Wurde tatsächlich „auf gleicher Augenhöhe“ verhandelt? Führte der Vertragsabschluss als neues Instrument in der Jugendarbeit wie intendiert zu einem größeren Erfolg der Projekte?

Der zweite Schwerpunkt, bei dem sich die Perspektiven von Jugendlichen und involvierten Erwachsenen abgleichen lassen, bezieht sich auf das Thema Öffentlichkeitsarbeit. Hier zum einen auf die DBJR-interne Öffentlichkeitsarbeit, d.h. die Kenntnis und das Nutzen vielfältiger vom Dachverband zur Verfügung gestellter Materialien zu Projekt P mit seinen Modulen. Zum anderen auf Pressearbeit, die von den Jugendlichen und jungen Erwachsenen für ihr konkretes Come in Contract-Projekt selbst initiiert wurde. Und letztlich auf die Medienkampagne und die Präsenz der Kampagne zu Projekt P generell.

Nicht mehr zwischen den beiden Gruppen vergleichbare Fragen beziehen sich für die jugendlichen Teilnehmer/innen auf deren politisches Interesse und politische Orientierung und ihre generelle Beteiligungsbereitschaft und tatsächlich umgesetzte Aktivitäten. Mit Blick auf das konkrete Come in Contract-Projekt war weiter interessant, wie die Jugendlichen von dem Projekt Kenntnis erhielten, was sie motivierte, teilzunehmen und welche Kompetenzen sie durch die Mitarbeit erlangen konnten.

Von den Hauptamtlichen war die Einschätzung wichtig, welche Rolle der DBJR in der Struktur und Zusammenarbeit des Programms eingenommen hat

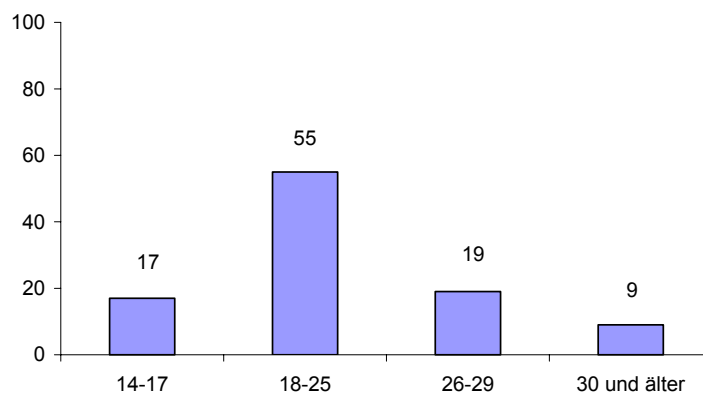
und welchen Einfluss die Initiative Projekt P nach ihrer Meinung auf das politische Handeln in den Jugendverbänden hatte.

4.2 Überblick Soziodemografie

4.2.1 Jugendliche

An der Befragung zu den Come in Contract-Projekten haben 92 Jugendliche und junge Erwachsene teilgenommen. 47% von ihnen sind männlich, 53% weiblich. Die jüngsten Befragten sind 14 Jahre alt, das Durchschnittsalter beläuft sich auf 22 Jahre. Von den 92 Befragten sind acht Teilnehmer/innen 30 Jahre und älter.

Abb. 4.1: Alter in Gruppen (Angaben in %)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Die Rücklaufstatistik weist für die einzelnen Bundesländer folgende Werte aus: 28% der Befragten leben in Nordrhein-Westfalen, in Niedersachsen 16%, Bayern 14%, Hessen 11%, Mecklenburg-Vorpommern 8%, in Rheinland-Pfalz 7%, Berlin und Bremen jeweils 5% und in Baden-Württemberg und Schleswig-Holstein je 3%.² Aus den östlichen Bundesländern Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Sachsen und Thüringen ist kein Rücklauf vorhanden. Dies bedeutet für die Bewertung der Ergebnisse eine Überrepräsentanz der westlichen Bundesländer.

² Siehe für Details der Verteilung der einzelnen Bundesländer im Feld: Abschnitt 3.3.1. Es wurden keine Projekte in Hamburg und im Saarland angeschrieben.

In 77% der Fälle wurden beide Elternteile der Befragten in Deutschland geboren, 14% der Jugendlichen haben Eltern, die beide nicht aus Deutschland stammen, in 7% hat ein Elternteil eine andere Nationalität (überwiegend ist ein Elternteil dann türkischer Herkunft).

Die überwiegende Zahl der Befragten hat Abitur bzw. strebt das Abitur als Schulabschluss an (61%), weitere 17% besitzen bereits die Fachhochschulreife bzw. werden sie erlangen. Dies sind zusammen genommen mehr als drei Viertel der Befragten (78%). 18% haben die Mittlere Reife bzw. einen Realschulabschluss und lediglich 4% der befragten Teilnehmer/innen an Come in Contract-Projekten haben einen (erweiterten/qualifizierten) Hauptschulabschluss bzw. möchten diesen erwerben.

Ein Vergleich dieser Daten zu den formalen Bildungsabschlüssen für die Altersgruppe 15 bis 25 Jahre der Erhebung zu den Come in Contract-Projekten und dem DJI Jugendsurvey aus dem Jahr 2003 zeigt deutliche Unterschiede hinsichtlich des Bildungsniveaus (Tabelle 4.1). So besitzen 56% der 15-25-jährigen der Teilnehmer/innen an Come in Contract-Projekten das Abitur bzw. streben es an, während dies in der Gesamtpopulation der gleichen Altersgruppe lediglich für ein Viertel der Jugendlichen gilt. Auf der anderen Seite gibt etwa ein Viertel der Jugendlichen und jungen Erwachsenen des DJI Jugendsurvey 2003 einen (erweiterten) Hauptschulabschluss an, während unter den Jugendlichen der Befragung zu Come in Contract nur 7% Hauptschulabsolventen und -absolventen zu finden sind.

Tab. 4.1: Angestrebter bzw. erreichter Schulabschluss (Altersgruppe 15 bis 25; Angaben in %)

	DJI- Jugendsurvey (gewichtet)	Projekt P – Come in Contract
Hauptschulabschluss	18	5
Erweiterter oder qualifizierter Hauptschulabschluss	6	2
Mittlere Reife, Realschulabschluss o.ä.	40	20
Fachhochschulreife o.ä.	7	17
Abitur	25	56
Ohne Abschluss	3	0
Anderer Schulabschluss	1	0

Quellen: DJI Evaluation Projekt P; DJI Studie Jugendsurvey

4.2.2 Hauptamtliche

Die Fragebögen an hauptamtliche Mitarbeiter/innen des DBJR und seiner Mitgliedsorganisationen wurden über mehrere Wege an die Zielpersonen gebracht. Erstens direkt über die Bundesgeschäftsstelle des DBJR, zweitens über die Homepage des DBJR als pdf-Datei für interessierte und befragungswillige Mitarbeiter/innen und drittens gingen die Fragebögen an die Betreuer/innen der 98 Come in Contract-Projekte. Von den so verteilten Bögen kamen insgesamt 57 verwertbare zurück, davon 62% von (direkt) an Come in Contract-Projekten beteiligten Erwachsenen und 38% von „sonstigen Hauptamtlichen“ (4%, zwei Fragebögen, waren dabei über das Internet herunter geladen und an das DJI geschickt worden). Die „sonstigen Hauptamtlichen“ sind diejenigen Mitarbeiter/innen, an die der DBJR die Fragebögen verteilte. Es handelte sich zum überwiegenden Teil um Mitarbeiter/innen auf Bundesebene (12 der 20 zurückgesendeten Fragebögen). Acht der 20 „sonstigen Hauptamtlichen“ sind Mitarbeiter/innen eines Jugendverbands auf Landesebene bzw. Landesjugendrings.

60% der Teilnehmer/innen sind männlich, 40% weiblich. Das Alter bewegt sich zwischen 22 und 63 Jahren und liegt im Mittel bei 36. Die überwiegende Zahl der Fragebögen wurde von Personen beantwortet, die für einen Jugendverband auf Bundesebene tätig sind (35%). Ein Viertel der Befragten ist bei einem Jugendverband auf Landesebene, weitere 10% auf Kreisebene und 4% auf kommunaler Ebene angestellt. 12% der Interviewten geben als Tätigkeitsbereich einen Landesjugendring an. Unter 12% „sonstigen“ finden sich Mitarbeiter/innen von Stadtjugendringen, Jugendverbänden auf Diözesanebene bzw. Teilnehmer/innen einer Arbeitsgruppe (in Niedersachsen). Zwei Drittel der Befragungsteilnehmer/innen üben innerhalb ihres Verbandes eine leitende Funktion aus.

4.3 Die Sicht der Jugendlichen auf die CiC-Projekte

4.3.1 Politisches Interesse, Kompetenz und Partizipation

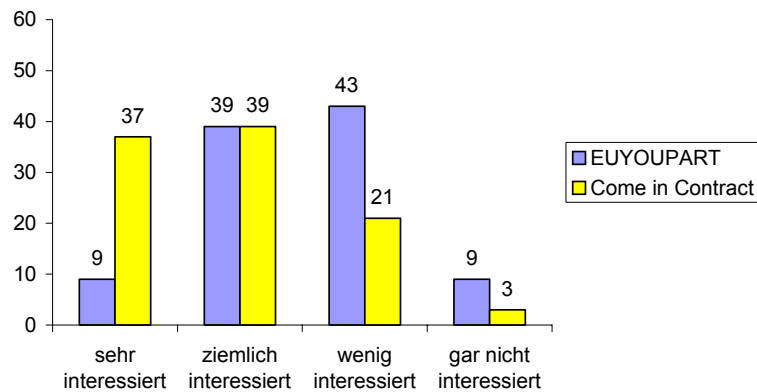
Das politische Interesse hat sich in der sozialwissenschaftlichen Forschung als einer der wesentlichen Prädiktoren für politische Partizipation erwiesen (statt vieler: Gaiser/de Rijke, 2006: 260). Der weitaus größte Teil der befragten Jugendlichen aus Come in Contract-Projekten ist sehr bzw. ziemlich an Politik

interessiert (39% sehr, 43% ziemlich). 17% sind wenig an Politik interessiert, 2% der Befragten geben an, gar nicht an Politik interessiert zu sein. Geschlechterdifferenzen zeigen sich in der Form, dass männliche Befragte ein höheres politisches Interesse angeben als weibliche Jugendliche: 56% der jungen Männer sind sehr an Politik interessiert, während es bei den Frauen lediglich 21% sind. Das Interesse steigt zudem mit zunehmendem Alter der Befragten.

Um die spezifischen Merkmale der Zielgruppe von Projekt P ausfindig zu machen, die die Teilnehmer/innen an Projekt P von allen Jugendlichen in Deutschland unterscheiden, ist ein Vergleich mit repräsentativen Jugendstudien nötig. Hierfür wird an dieser Stelle auf die europäische Studie EUYOUPART (durchgeführt Oktober/November 2004) zurückgegriffen. In der vom Deutschen Jugendinstitut durchgeführten Teilstudie für die Bundesrepublik wurde das politische Interesse Jugendlicher von 15 bis 25 ebenfalls anhand einer 4-stufigen Skala erhoben³. Aufgrund der unterschiedlichen Altersspannen in beiden Erhebungen ist für den Vergleich eine Beschränkung der Altersgruppe in der Erhebung zu Come in Contract/Projekt P notwendig. Abbildung 4.2 weist die Werte für das politische Interesse für die Altersgruppe 15 bis 25 für die repräsentative Studie EUYOUPART und die Evaluation von Projekt P aus. Es wird auf den ersten Blick deutlich, dass die Jugendlichen, die an Come in Contract-Projekten teilnahmen (und an der Befragung teilgenommen haben), im Vergleich zu ihren Altersgenossen, ein weitaus höheres politisches Interesse aufweisen.

³ Der Umfang der Antwortskala und das Wording der Antwortkategorien sind in beiden Studien identisch. Allerdings unterscheiden sich die Fragetexte und auch die Art der Durchführung der Erhebungen. EUYOUPART fand in einem Face-to-face-Interview statt, die Evaluation von Projekt P war, wie beschrieben, eine schriftliche Erhebung. In EUYOUPART lautete der Fragetext: „Wie sehr sind Sie an Politik interessiert: Sind Sie sehr interessiert, ziemlich interessiert, wenig interessiert oder gar nicht interessiert?“. In der Evaluation zu Projekt P antworteten die Befragten auf die Frage: „Wie stark interessieren Sie sich für Politik? Sind Sie...“ (es folgen die vier Antwortmöglichkeiten).

Abb. 4.2: Politisches Interesse (Altersgruppe 15 bis 25; Angaben in %)



Quellen: DJI Evaluation Projekt P; DJI Studie EUYOUPART

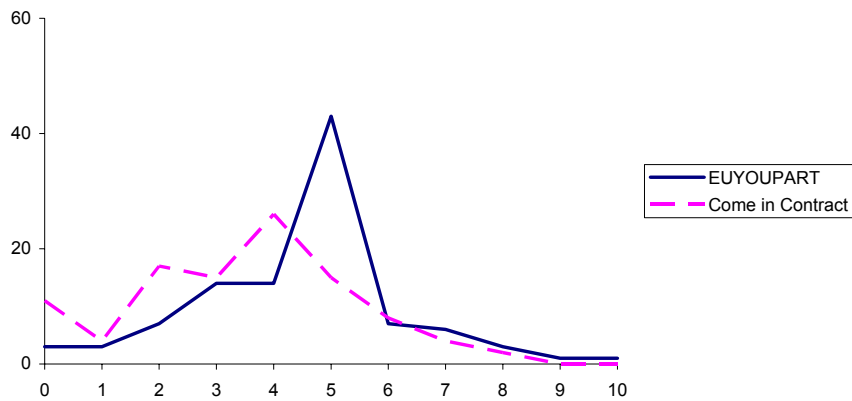
Aus repräsentativen Studien zum Thema „Jugend und Politik“ (z.B. DJI Jugendsurvey und EUYOUPART) ist weiter bekannt, dass sich das politische Interesse der Eltern sowie jugendlicher Peers förderlich auf das eigene politische Interesse der Jugendlichen auswirkt (statt vieler: Schmid 2004 sowie Gaiser/de Rijke, 2006: 262). 76% der Jugendlichen und jungen Erwachsenen haben einen politisch sehr bzw. ziemlich interessierten Vater, 57% eine sehr bzw. ziemlich an Politik interessierte Mutter. Von den gleichaltrigen Freunden sind 16% sehr, 40% ziemlich, 33% wenig und 11% nach Angaben der Jugendlichen gar nicht an Politik interessiert.

Auf der in der Politikforschung nach wie vor gängigen Links-Rechts-Skala zur Einschätzung der politischen Orientierung, können sich 90% der Befragten einstufen. 10% geben auf die Frage, wo sie sich auf der 11-stufigen Skala (von 0=links bis 10=rechts) platzieren würden, „weiß nicht“ zu Protokoll. Die Werte der Skala, die ein „Rechtsaußen“ bedeuten (Werte 9 und 10), werden von keinem/r Befragten zur Einstufung verwendet. Im Mittel ergibt sich ein Wert von 3,3 auf der Skala, d.h. dass sich die überwiegende Zahl der Jugendlichen deutlich im linken Spektrum verortet.

Dieses Ergebnis wird im Vergleich mit der repräsentativen Auswahl Jugendlicher der Studie EUYOUPART noch einmal deutlicher. Für diese Gegenüberstellung der politischen Positionierungen wurde erneut für beide Studien jeweils die Altersgruppe 15 bis 25 Jahre abgebildet (Abb. 4.3). Erkennbar ist, dass sich die befragten Jugendlichen der Come in Contract-Projekte zum einen deutlich häufiger im linken politischen Spektrum verorten lassen und dass sie

zweitens seltener auf die Mittelposition „5“ „ausweichen“. Letzteres lässt auf eine bereits etabliertere politische Orientierung schließen.

Abb. 4.3: Politische Orientierung (Altersgruppe 15 bis 25, Angaben in %)

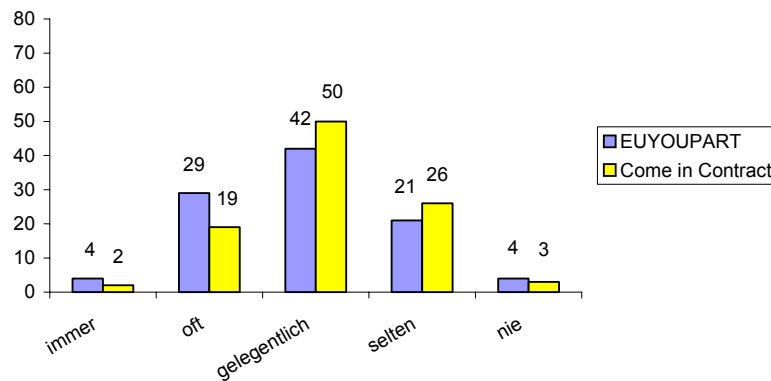


Quellen: DJI Evaluation Projekt P; DJI Studie EUYOUPART

Die politische Kompetenz wurde mit der Frage „Wie oft erscheint Ihnen das politische Geschehen so kompliziert, dass Sie nicht wirklich verstehen, was vor sich geht?“ und der dazugehörigen Skala „immer – oft – gelegentlich – selten – nie“ erhoben. 2% der Befragten können danach das politische Geschehen nie verstehen, 20% erscheint es oft zu kompliziert, 47% gelegentlich, 28% selten und 3% haben nie Schwierigkeiten mit dem Verstehen politischer Zusammenhänge.

Auch für diese Einschätzung der eigenen Kompetenz, politischen Geschehnissen folgen zu können, stehen Vergleichsdaten aus EUYOUPART zur Verfügung.⁴ Abbildung 4.4 macht deutlich, dass die Jugendlichen und jungen Erwachsenen von 15 bis 25, die an einem der Come in Contract-Projekte teilgenommen haben, ihre Kompetenz, Politik verfolgen zu können, um einiges besser einschätzen als der „Durchschnitt“ der Jugendlichen dieser Altersgruppe. So ist es für ein Drittel der befragten Jugendlichen zwischen 15 und 25 aus EUYOUPART immer oder oft schwierig, politischen Nachrichten zu folgen, während dies in der Gruppe der Teilnehmer/innen in Come in Contract-Projekten für lediglich 21% der Befragten (also etwa jede/r fünfte Befragte) immer oder oft ein Problem darstellt.

Abb. 4.4: Politikverständnis (Altersgruppe 15 bis 25, Angaben in %)



Quellen: DJI Evaluation Projekt P; DJI Studie EUYOUPART

In die Untersuchung der Come in Contract-Projekte wurden auch Fragen zur Beteiligung der Jugendlichen an verschiedenen Organisationen bzw. Gruppierungen mit aufgenommen. Diese Fragen erlauben ebenfalls einen Vergleich mit den Befragten der Studie EUYOUPART. In Abbildung 4.5 sind die Daten der beiden Erhebungen (für Come in Contract in verschiedenen Gelbtönen, für EUYOUPART in unterschiedlichen Blautönen) für Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 15 bis 25 Jahren dargestellt. Es werden 1) die Ergebnisse zur Mitgliedschaft in verschiedenen Organisationen und Gruppierungen abgebildet, 2) die Anteile derjenigen Jugendlichen ausgewiesen, die angeben, an Veranstaltungen der jeweiligen Organisation teilgenommen zu haben und 3) die Werte für freiwillige bzw. ehrenamtlich geleistete Arbeit berichtet⁵.

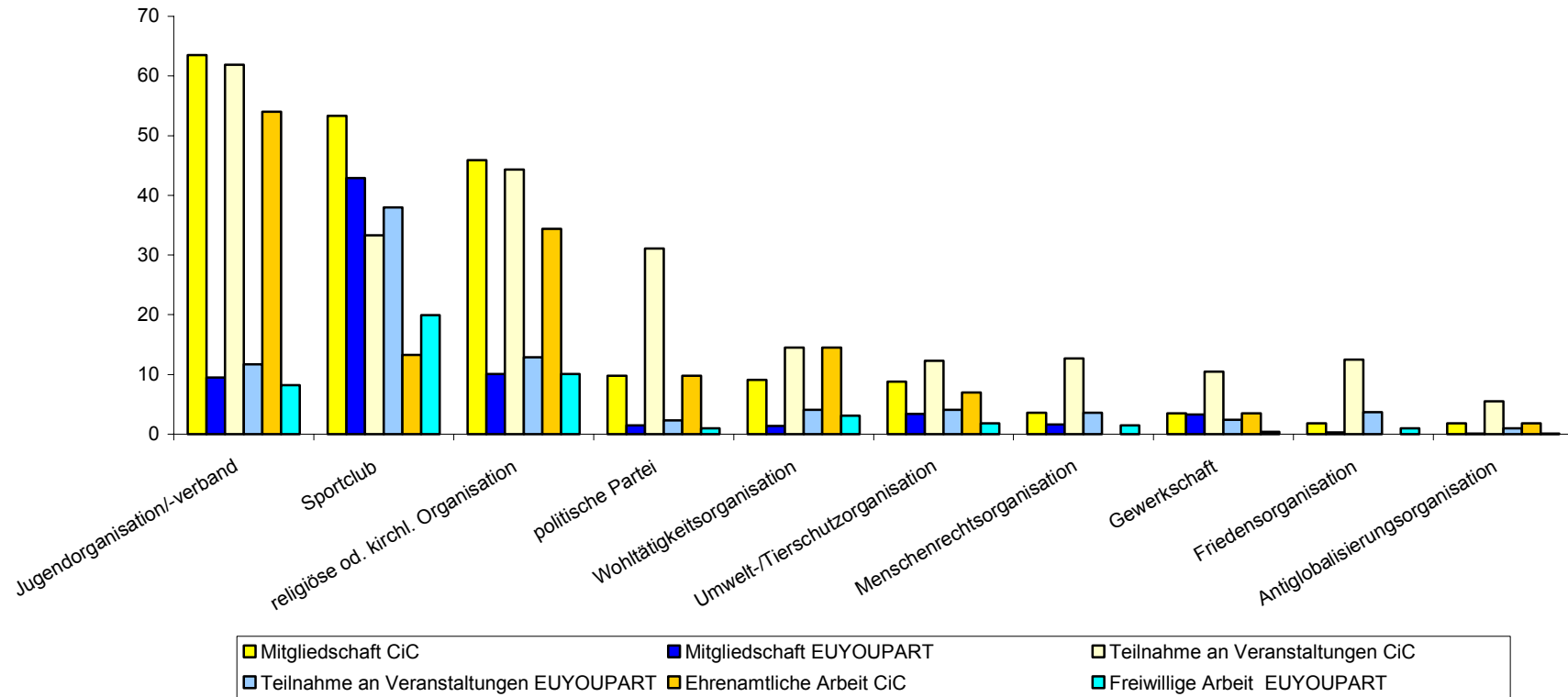
Ein Blick auf die Grafik macht, trotz der Fülle der dargestellten Daten, schnell deutlich, wie sehr sich die Zielgruppe der Teilnehmer/innen an Come in Contract-Projekten in ihrem gesellschaftlichen Engagement und ihrer Teilhabe von „der Jugend“ in Deutschland unterscheidet. So sind bspw. in der Stichprobe zu EUYOUPART etwa 10% der Jugendlichen Mitglied einer Jugendorganisation oder eines Jugendverbandes, während dies etwa 64% der Jugendlichen aus Come in Contract-Projekten von sich angeben. Dieses Ergebnis war durchaus erwartbar (sogar noch mit einem höheren Prozentsatz), da die vom DBJR anvisierte Zielgruppe verbandlich organisierte Jugendliche

⁴ Der Wortlaut der Fragen und die vorgegebenen Antwortkategorien ist für beide Studien identisch.

⁵ EUYOUPART verwendet hier die Formulierung „Freiwillige Arbeit geleistet“, der Come in Contract-Fragebogen enthält die Formulierung „Ehrenamtliche Arbeit geleistet“.

waren. Etwa 2% sind nach Aussagen in EUYOUPART weiter Mitglied in einer politischen Partei (bzw. der Jugendorganisation einer politischen Partei). Demgegenüber finden sich unter den Come in Contract-Jugendlichen etwa 10% Parteimitglieder.

Abb. 4.5: Gesellschaftliche und politische Beteiligung (Altersgruppe 15 bis 25, Angaben in %)



Quellen: DJI Evaluation Projekt P; DJI Studie EUYOUNG

Neben der längerfristig angelegten Mitgliedschaft oder Mitarbeit in einer Organisation oder Gruppierung (so wie sie in Abbildung 4.5 dargestellt ist), wurden in dem Fragebogen an Teilnehmer/innen an Come in Contract-Projekten auch Aktivitäten abgefragt, die sich eher auf eine punktuelle Beteiligung beziehen.⁶ Dazu gehört neben der Beteiligung an Wahlen, zum Beispiel Briefe/Mails an Politiker/innen schreiben oder die Teilnahme an einer Demonstration. Für den Fragebogen im Rahmen von Come in Contract wurde auch hier zum Zwecke der Vergleichbarkeit auf erprobte stabile Instrumente des DJI Jugendsurveys zurückgegriffen. In Tabelle 4.2 sind die Ergebnisse der beiden Jugendstudien hierzu zusammengestellt. Die Daten beschränken sich auf die Altersgruppe der 16- bis 29-Jährigen.

Auch für eher punktuelle oder sporadische Aktivitäten ist offensichtlich, dass die jugendlichen Teilnehmer/innen an Come in Contract-Projekten eine stärkere Partizipationsbereitschaft an den Tag legen als ihre vergleichbaren Altersgenoss/innen, die für den DJI Jugendsurvey befragt wurden.

⁶ Die Frage nach den punktuellen Aktivitäten bezog sich a) auf vergangenes Verhalten und b) auf mögliche zukünftige Beteiligung. Die Analyse zeigt, dass trotz optischer Trennung im Fragebogen nicht ausgeschlossen werden kann, dass die zweite Frage nicht wahrgenommen wurde bzw. von einigen Befragten angenommen wurde, dass sie nur ein Kreuz in der Zeile machen können. Die Daten weisen auf eine uneinheitliche Handhabung bezüglich dieses Items, d.h. insbesondere der nachgestellten Frage nach zukünftigen Aktivitäten, hin. So kommen nicht nachvollziehbare Ergebnisse zustande: z.B. geben 92% an, sich an Wahlen beteiligt zu haben, für die Zukunft können sich das lt. Datenlage nur noch 28% vorstellen. Dies ist nicht plausibel. Aus diesem Grund wird auf das Berichten der Zahlen zum Teil B der Frage verzichtet.

Tabelle 4.2: Politische Beteiligung (Altersgruppe 16 bis 29, Angaben in %)

	DJI Jugend- survey** (n=6956)	Come in Contract (n=67)
Beteiligung an Wahlen*	80	92
Absichtliches Nichtwählen*	10	3
Wahl einer extremen Partei*	4	2 (n=1)
Briefe/Mails an Politiker schreiben	8	58
Teilnahme an öffentl. Diskussionen	23	74
Politisches Amt übernehmen	2	25
Mitarbeit in Mitbestimmungsgremium in Betrieb, Schule, Ausbildungsstätte	27	62
Schreiben von Leserbriefen	7	26
Aktive Parteiarbeit	2	11
Mitarbeit in Bürgerinitiative	5	25
In anderer polit. Gruppierung mitmachen	3	20
Spenden für politische Zwecke	7	20
Sich an Unterschriftensammlung beteiligen	60	87
Teilnahme an genehmigter Demonstration	32	63
Teilnahme an nicht genehmigter Demonstration	7	21
Teilnahme an gewerkschaftlichem Streik	5	13
Teilnahme an Aktionen mit möglicher Sachbeschädi- gung	3	11
Teilnahme an Aktionen mit möglichem Personen- schaden	2	8
Teilnahme an einem Boykott	9	20

* Die ersten drei Items beziehen sich auch auf die Altersgruppe 18 bis 29

** Die Daten des DJI Jugendsurveys sind gewichtet

Quellen: DJI Evaluation Projekt P; DJI Studie Jugendsurvey

4.3.2 Teilnahme an Come in Contract-Projekt

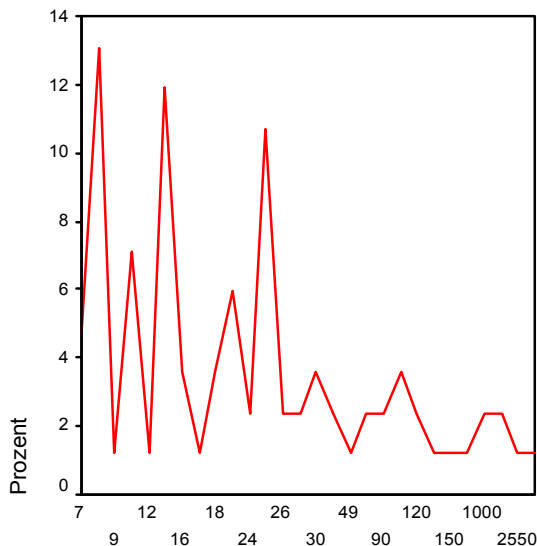
Nach dem Zeitraum ihrer Teilnahme an einem Come in Contract-Projekt befragt, geben 77% der Jugendlichen an, dass sie seit 2004 an einem der Projekte beteiligt waren. Weitere 19% geben an, im Jahr 2005 mit dem Projekt begonnen zu haben. Die verbleibenden 4% geben an, bereits in den Jahren 2002, 2003 bzw. 2006 in eines der Projekte eingestiegen zu sein. Die meisten Projekte waren im Jahr 2005 abgeschlossen; 61% der Jugendlichen geben an, bis zu diesem Zeitpunkt an einem Come in Contract-Projekt beteiligt gewesen zu

sein. 32% haben ihr Projekt im Jahr 2004 beendet (oder verlassen), 7% im laufenden Jahr 2006.

82% haben ihr Come in Contract-Projekt mit der Kampagne Projekt P in Verbindung gebracht und wussten, dass ihr Projekt ein Teil dieser größeren Initiative war. 18% der Befragten war dies nicht bewusst. Geschlechtsspezifische Unterschiede oder Differenzen nach dem Alter gibt es nicht.

Die Anzahl der teilnehmenden Jugendlichen und jungen Erwachsenen weist ein breites Spektrum auf. Die geringste hier genannte Anzahl beteiligter Jugendlicher an einem Projekt beläuft sich auf sieben Personen (4%) , die höchste Teilnehmerzahl wird mit 3000 angegeben (1%, entspricht einer Nennung).

Abb. 4.6: Anzahl beteiligter Jugendlicher an Come in Contract-Projekten (Angaben in %)

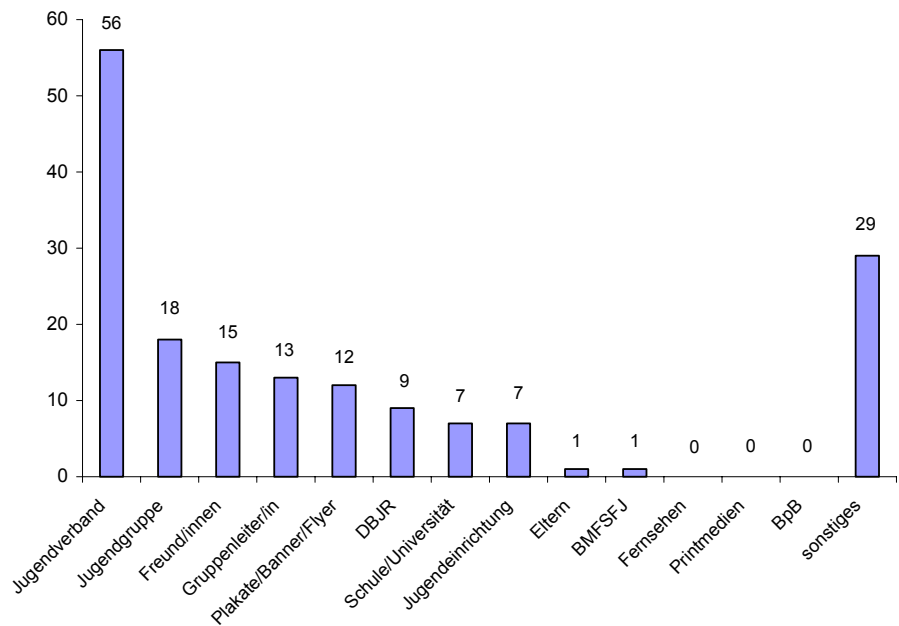


Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Von Interesse für die Suche nach Zugängen zu Jugendlichen ist, wie die befragten Jugendlichen auf das Come in Contract-Projekt, an dem sie sich beteiligt haben, aufmerksam geworden sind. Anhand einer Liste von 13 Vorgaben und einer offenen Antwortmöglichkeit, konnten die Befragten – über die Wahl mehrerer Möglichkeiten – angeben, wie sie von dem Projekt erfahren haben. 56% sind über den Jugendverband, 18% über ihre Jugendgruppe und weitere 13% sind über ihre/n Gruppenleiter/in auf ihr Come in Contract-Projekt aufmerksam geworden. Damit stehen die (jugend-)verbandlichen Kommunikations- und Motivationswege eindeutig an der Spitze. Hinzu kommen (offene) Nennungen, die sich in erster Linie auf Jugendbildungswerke und (Stadt- bzw.

Landes-)Jugendringe als Multiplikatoren und Motivatoren beziehen (29%). Deutlich weniger ins Gewicht fallen indes Eltern, Schule bzw. Universität, Jugendeinrichtungen oder auch die Initiatoren („Dachverbände“) der Kampagne Projekt P (vgl. Abb. 4.7).

Abb. 4.7: Information über Projekt (Mehrfachnennungen, Angaben in % der Fälle)



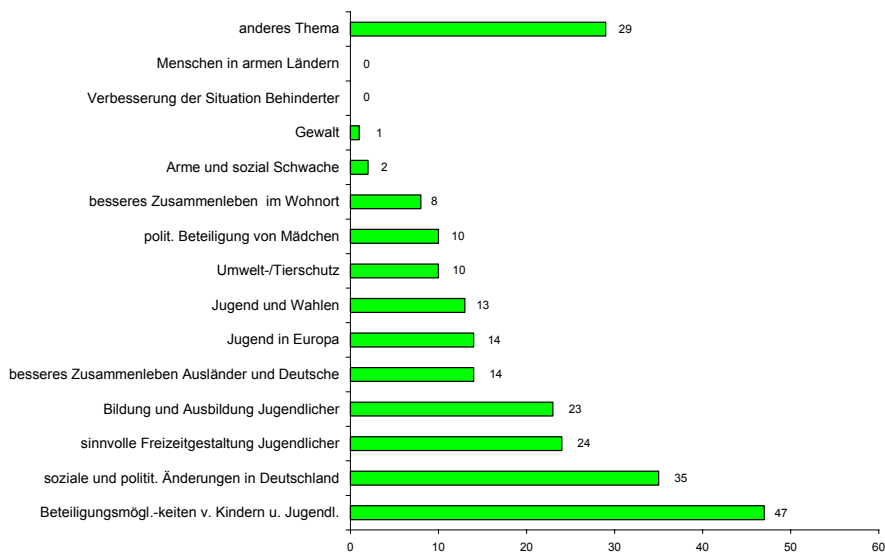
Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Auch für die Angabe des inhaltlichen Schwerpunkts ihres Come in Contract-Projekts hatten die Jugendlichen die Möglichkeit, aus einer beträchtlichen Anzahl an Antwortalternativen mehrere auszuwählen. Der Intention des Moduls innerhalb der Kampagne Projekt P entsprechend, bezog sich etwa die Hälfte der Come in Contract-Projekte thematisch auf Beteiligungsmöglichkeiten von Kindern und Jugendlichen sowie auf soziale und politische Änderungen in Deutschland. 35% der Befragten gaben diese Option an. 29% der befragten Jugendlichen subsumieren unter „sonstiges“ Angaben, die die Vorgaben des Fragebogens z.T. ergänzen bzw. konkretisieren. So ging es bspw. in einem Projekt um „Räume für Mädchen“, in einem anderen um eine „gerechte Gesellschaft“. Andere von den Jugendlichen selbst genannte Themen lassen sich durchaus noch einmal als eigene Kategorien fassen. So beschäftigten sich

einige der Come in Contract-Projekte mit der Gleichstellung und Antidiskriminierung homosexueller Jugendlicher, der Beteiligung innerhalb ihres Verbandes, dem Thema „Jugend und Kirche“ oder auch „Ernährung/regionale Lebensmittel“. Jungen und junge Männer waren eher als die befragten jungen Frauen in thematische Zusammenhänge wie „soziale und politische Veränderungen in Deutschland“, „besseres Zusammenleben zwischen Deutschen und Ausländern“ und „Beteiligungsmöglichkeiten von Kindern und Jugendlichen“ eingebunden. Die befragten jungen Frauen lassen sich eher als die männlichen Befragten in Kontexten um „sinnvolle Freizeitgestaltung von Jugendlichen“ und „politische Beteiligung von Mädchen“ finden.

Die zusammenfassende Darstellung – in Prozent der Befragten (Fälle) – findet sich in Abbildung 4.8.

Abb. 4.8: Projektthemen (Mehrfachnennungen, Angaben in % der Fälle)

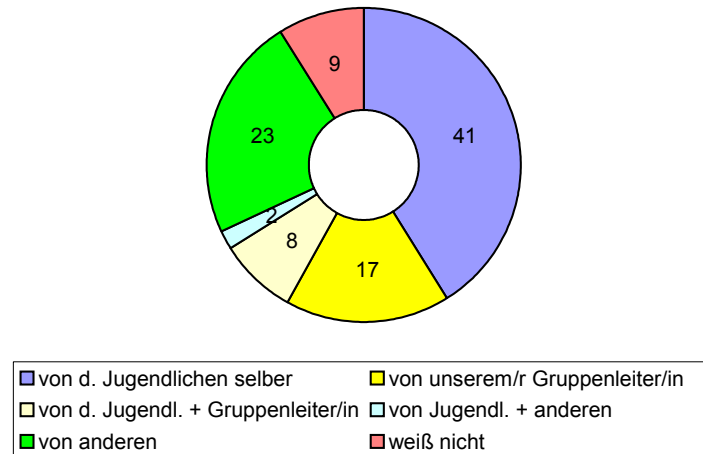


Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Abbildung 4.9 zeigt, dass die überwiegende Zahl der Themen zu dem jeweiligen Come in Contract-Projekt von den Jugendlichen selber stammt (41%) bzw. Jugendliche im Austausch mit ihren Gruppenleiter/innen an der Ideenfindung zum konkreten Projekt im Austausch waren (8%). Allerdings geben auch 18% der Jugendlichen an, dass das Thema von der Gruppenleiter/in vorgegeben wurde. In 23% der Fälle waren es andere Personen aus beteiligten Institutionen. Genannt werden hier in erster Linie: Kreis- oder Stadtjugend-

ring, Bundes- oder Landesvorstände der jeweiligen Verbände oder (Klassen-) Lehrer/innen.

Abb. 4.9: Themensetzer für Projekt (Angaben in %)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

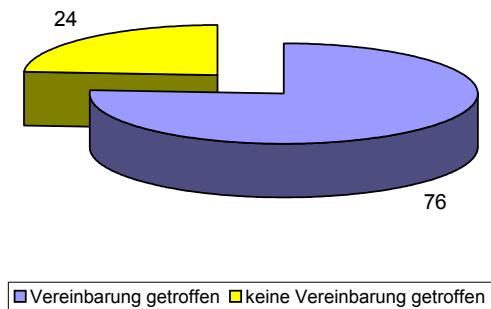
4.3.3 Abschluss und Umsetzung der Verträge

Innovativ an der Konzeption und Umsetzung der Come in Contract-Projekte war die Idee, dass Jugendliche mit Politiker/innen und anderen gesellschaftlichen Entscheidungsträger/innen (möglichst) konkrete Vereinbarungen über ihre Themen und Belange abschließen sollten. Dieser Vertragsabschluss sollte Verbindlichkeit vermitteln und bei den Jugendlichen Selbstwirksamkeitserfahrungen erzeugen.

80% der befragten Jugendlichen aus den Come in Contract-Projekten geben an, dass sie persönlich bei der Umsetzung des Projektes direkten Kontakt zu den Vertragspartner/innen hatten. Etwa ein Drittel der jungen Erwachsenen hatte bereits vor dem Projekt Kontakt zu Entscheidungsträger/innen.

Dass konkrete Vereinbarungen aus dem Come in Contract-Projekt heraus getroffen wurden, geben etwas mehr als drei Viertel der befragten Jugendlichen an. 24% der Jugendlichen geben keinen Vertragsabschluß an (vgl. Abb. 4.10).

Abb. 4.10: Vertragsabschlüsse (Angaben in %)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Alle Jugendlichen, die angeben, dass in ihrem Come in Contract-Projekt verbindliche Vereinbarungen mit Politiker/innen getroffen wurden, geben auch an, dass diese von Seiten der Jugendlichen eingehalten werden. Anders der Eindruck, den die Jugendlichen über die Verlässlichkeit ihrer Partner/innen haben: Immerhin ein Viertel ist der Auffassung, dass die Verträge von Seiten der Politik nicht eingehalten werden. In 80% der Fälle kontrollieren Jugendliche die Einhaltung.

Die Einschätzung des Interesses der Vertragspartner/innen am Projekt und der dahinter stehenden Idee sowie der Eindruck vom Ablauf der „Verhandlungen“ zwischen Jugendlichen und Erwachsenen sind weitere wichtige Punkte innerhalb der Evaluation des Moduls. Die Jugendlichen konnten ihre Zustimmung bzw. Ablehnung zu mehreren Statements auf einer 4-stufigen Skala von 1= stimme zu bis 4= stimme nicht zu abgeben.

91% der Befragten sind der Meinung, dass sich die Vertragspartner/innen für die Belange der Jugendlichen interessiert haben. Ebenfalls eine überwältigende Mehrheit (90%) der Jugendlichen stimmt der Aussage zu und eher zu; (Werte 1 und 2), dass sie sich von den Vertragspartner/innen ernst genommen fühlten. Knapp drei Viertel (74%) von ihnen sind darüber hinaus der Auffassung, dass zwischen Jugendlichen und Entscheidungsträger/innen auf gleicher Augenhöhe verhandelt wurde. Etwa 39% fanden es manchmal schwierig, die Vertragspartner/innen für die Projektidee zu gewinnen. Der skeptischen Aussage, dass die Zusammenarbeit auf gleicher Augenhöhe nur ein Strohfeuer und nicht von langer Dauer ist, stimmen allerdings auch 44% der Jugendlichen zu (und eher zu). Abschließend bewerteten aber 70% der jugendlichen Teilnehmer/innen an einem Come in Contract-Projekt, dass der Vertragsabschluss ein

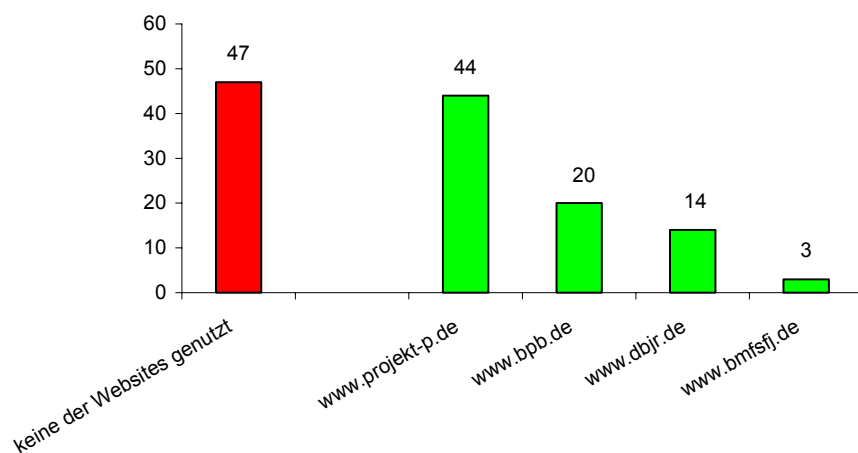
wichtiges Instrument war, damit das Projekt überhaupt Erfolg haben konnte. Sie unterstützen damit die Intention des Moduls und stellen ihm insgesamt ein durchaus gutes Zeugnis aus.

4.3.4 Nutzung von Internetangeboten, Materialien und Öffentlichkeitsarbeit

Der Fragebogen hat weiterhin erfasst, welche der von den Initiatoren von Projekt P bereitgestellten Websites die Jugendlichen zu Informationszwecken über die Kampagne genutzt haben. 47% der Jugendlichen geben an, keine der vier vorhandenen Informationsquellen hierzu genutzt zu haben. 60% der weiblichen Befragten, aber demgegenüber nur 30% der männlichen Befragten machten von den Internetangeboten keinen Gebrauch.

Von denjenigen, die sich der Internetangebote bedient haben, wurde am ehesten die originäre Seite zu Projekt P „www.projekt-p.de“ verwendet. Dies dann überwiegend von männlichen Befragten (56% der männlichen Befragten vs. 34% der weiblichen Befragten). Abbildung 4.11 informiert über die Details der Nutzung aller vorgegebenen Internetangebote.

Abb. 4.11: Nutzung von Internetangeboten (Mehrfachnennungen bei konkret genannten Websites, Angaben in % der Fälle)

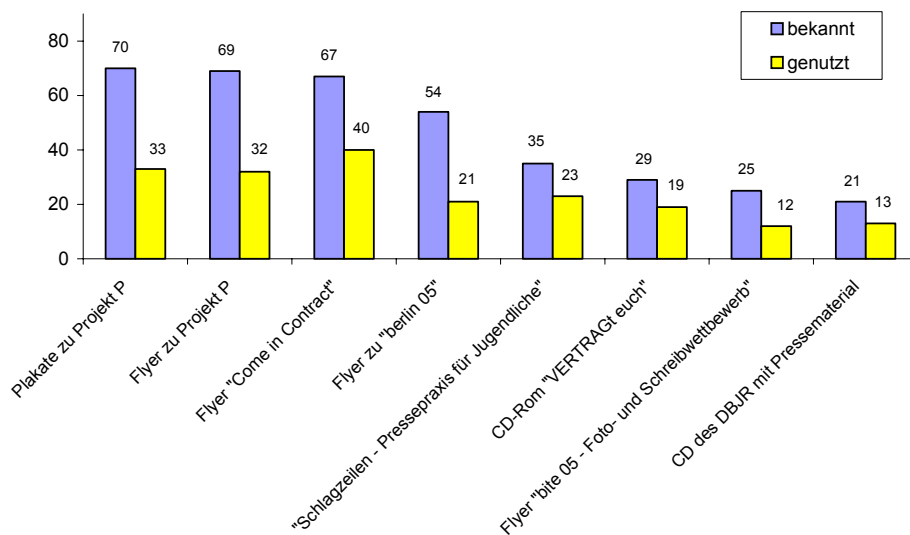


Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Über die im Internet verfügbaren Informationen hinaus, wurden von den Initiatoren der Kampagne zusätzlich verschiedene Materialien zur Verfügung gestellt. Von Interesse ist, inwieweit die einzelnen Medien bekannt waren und

weiter, inwiefern sie auch im Projekt und für das Projekt genutzt wurden. Abbildung 4.12 stellt die relevanten Materialien vor und informiert über den jeweiligen Bekanntheitsgrad und die Nutzungshäufigkeit. Deutlich wird, dass insbesondere die Medien, die über das Dach der Kampagne Projekt P, über das Modul Come in Contract sowie über das Großevent berlin05 informieren, jeweils bei über der Hälfte bis zu zwei Dritteln der Jugendlichen bekannt sind. Thematisch spezifischer ausgelegtes Material ist zwar weniger Jugendlichen bekannt, allerdings fällt hier das Verhältnis von bloßem Kennen und tatsächlicher Nutzung günstiger aus.

Abb. 4.12: Bekanntheit und Nutzung von Materialien (Angaben in % der Fälle)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

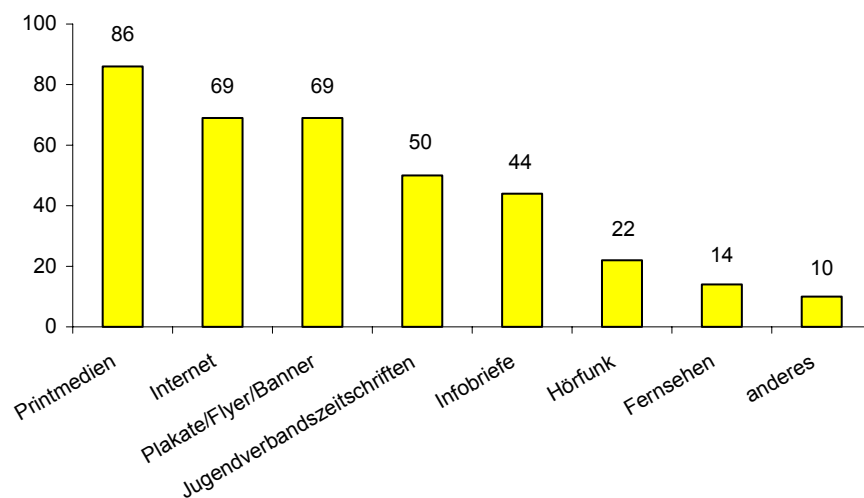
Die Medienkampagne zu Projekt P, d.h. Großplakate in Bahnhöfen oder Anzeigen in kommerziellen Jugendzeitschriften haben 61% der Jugendlichen wahrgenommen, 39% der Befragten nicht. Von diesen 61%, also denjenigen, die sich ein Urteil erlauben können, sagen 49%, dass die Kampagne geholfen hat, dass Politiker/innen die Anliegen der Jugendlichen ernst genommen haben. 51% können dem nicht zustimmen.

63% der befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen geben an, dass sie in ihrer Gruppe für ihr Come in Contract-Projekt Öffentlichkeits- bzw. Pressearbeit gemacht haben. In der Mehrzahl der Fälle (75%) nahmen sich die Jugendlichen des Projektes selbst dieser Aufgabe an. Mitarbeiter/innen des Verbandes waren nach Auskunft der Befragten zu 56% (auch) in die Öffent-

lichkeitsarbeit eingebunden. 35% der Jugendlichen geben weiter ihre/n Gruppenleiter/in als Beteiligte/n an der Pressearbeit an.

Abbildung 4.13 gibt Auskunft darüber, welche Medien für die spezifische Projekt-Pressearbeit genutzt wurden. Basis der Grafik sind wiederum nur diejenigen Jugendlichen, die angegeben haben, für ihr Projekt Öffentlichkeitsarbeit gemacht zu haben. Es waren Mehrfachnennungen möglich.

Abb. 4.13: Nutzung von Medien (Mehrfachnennungen, Angaben in % der Fälle)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Die Erfahrungen, die die Jugendlichen mit der Presse machten, fallen überwiegend positiv aus. So können 73% derjenigen, die Öffentlichkeitsarbeit initiierten sagen, dass sich die Presse für ihre Themen und das Projekt interessiert hat. 77% der Jugendlichen stimmen der Aussage zu, dass die eigene Pressearbeit geholfen hat, dass die Anliegen des Projekts von Politiker/innen und Entscheidungsträger/innen ernst genommen werden. 43% der Jugendlichen berichten jedoch auch, dass es schwer war, an „Presseleute“ heran zu kommen.

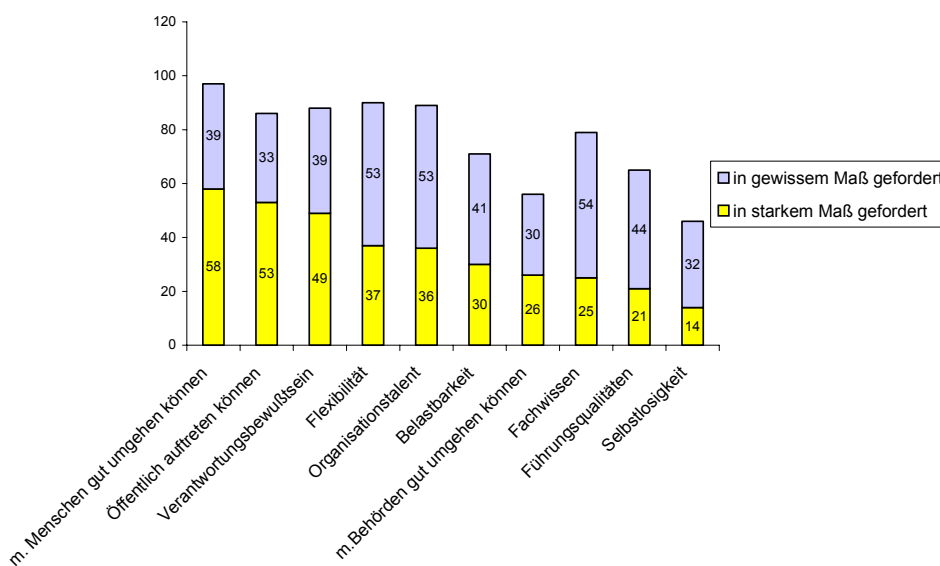
4.3.5 Kompetenzerwerb in den Projekten

Der Kompetenzerwerb in außerschulischen Kontexten steht zunehmend im Fokus wissenschaftlicher Diskussionen und Untersuchungen (vgl. Düx 2006, Lehmann/Mecklenburg 2006, Grunert 2005). Die Evaluation zu Projekt P erhob in diesem Fragebogen Aspekte des informellen Lernens aus zweierlei Perspektiven. Zum einen wurde abgefragt, welche Anforderungen die Mitar-

beit an dem Come in Contract-Projekt an die Jugendlichen stellte. Zum anderen sollte in Erfahrung gebracht werden, welche Fähigkeiten durch die Mitarbeit im Projekt gefördert wurden.

Abbildung 4.14 weist die Antworten der Jugendlichen auf die Frage aus, welche Anforderungen in welchem Maß in der Projektarbeit gefordert war. Es werden hierbei die Antworten „in starkem Maß gefordert“ und „in gewissem Maß gefordert“ gestapelt dargestellt.

Abb. 4.14: Geforderte Kompetenzen (4-stufige Skala: 1=in starkem Maß gefordert bis 4=gar nicht gefordert; Angaben in %)



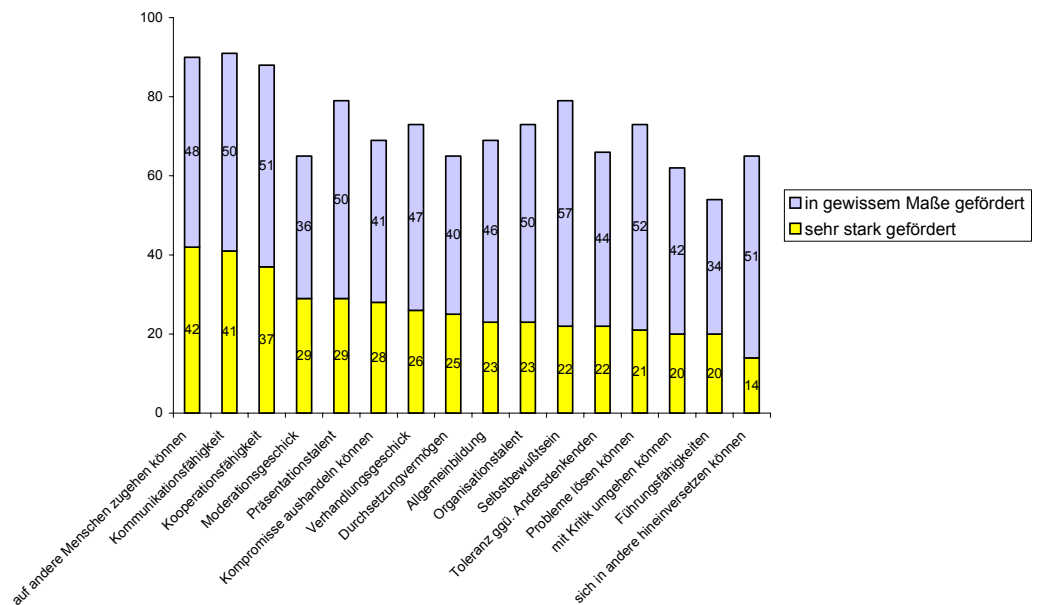
Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Deutlich wird, dass sowohl sachbezogene Kompetenzen (z.B. Organisationstalent, Fachwissen) als auch personenbezogene Kompetenzen (personale Kompetenzen wie z.B. Flexibilität und soziale Kompetenzen wie z.B. mit Menschen gut umgehen können, Verantwortungsbewusstsein) bei der Mitarbeit im Projekt gefordert waren. Im Vordergrund der Anforderungen durch die Mitarbeit im Projekt standen die Sozialkompetenzen. Junge Männer sahen sich eher als junge Frauen im Hinblick auf den Umgang mit Behörden und hinsichtlich ihrer Selbstlosigkeit in dem bzw. von dem Projekt gefordert.

Einen etwas anderen Blickwinkel auf den Erwerb von Kompetenzen eröffnet die Frage danach, in wieweit individuelle Eigenschaften und Fähigkeiten im Projekt gefördert wurden. Aus den Daten lässt sich schließen, dass sich die

Jugendlichen in allen aufgeführten Optionen durch ihre Mitarbeit im Come in Contract-Projekt gefördert sehen (vgl. Abb. 4.15). Im Vordergrund stehen wiederum kommunikative und soziale Fähigkeiten. Nennenswerte Unterschiede nach dem Geschlecht zeigen sich hinsichtlich der Kompetenz, sich in andere hineinversetzen zu können (hier sehen sich die männlichen Befragten stärker gefördert) und hinsichtlich der Fähigkeit, Kompromisse auszuhandeln (in diesem Punkt wiederum sehen sich die Frauen in ihrer Kompetenz durch das Projekt gestärkt).

Abb. 4.15: Geförderte Kompetenzen (4-stufige Skala: 1=sehr stark gefördert bis 4=überhaupt nicht gefördert, Angaben in %)

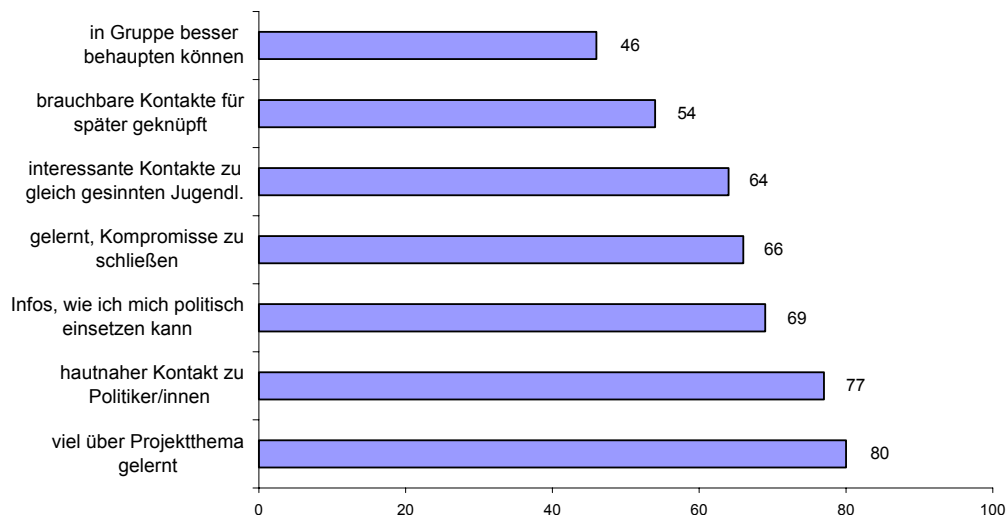


Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Als abschließende Bewertung zu ihrer aktiven Teilnahme an einem Come in Contract-Projekt wurde von den Jugendlichen eine Bewertung zu sieben Statements auf einer 4-stufigen Skala erbeten. Wie der nachstehenden Grafik zu entnehmen ist, fanden die Jugendlichen „besonders gut“, viel über das jeweilige Projektthema gelernt zu haben und hautnahen Kontakt zu Politiker/innen und Entscheidungsträger/innen bekommen zu haben (Abb. 4.16). Differenziert man die Angaben der Befragten nach Männern und Frauen, kann man zeigen, dass weibliche Befragte stärker als männliche für sich mitnehmen, dass sie sich besser in einer Gruppe behaupten können und gelernt haben, Kompromisse

zu schließen. Männer hingegen fanden besonders gut, dass sie mit Politiker/innen und Entscheidungsträger/innen „hautnah“ in Kontakt kamen.

Abb. 4.16: Erworbene Kompetenzen (%), 4-stufige Skala (1=stimme zu bis 4=stimme nicht zu, dargestellt sind zusammengefasst die Werte 1 und 2, Angaben in %)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

4.4 Die Sicht der Hauptamtlichen auf die CiC-Projekte

4.4.1 Projekt P: Zielgruppe und Vertragsabschlüsse

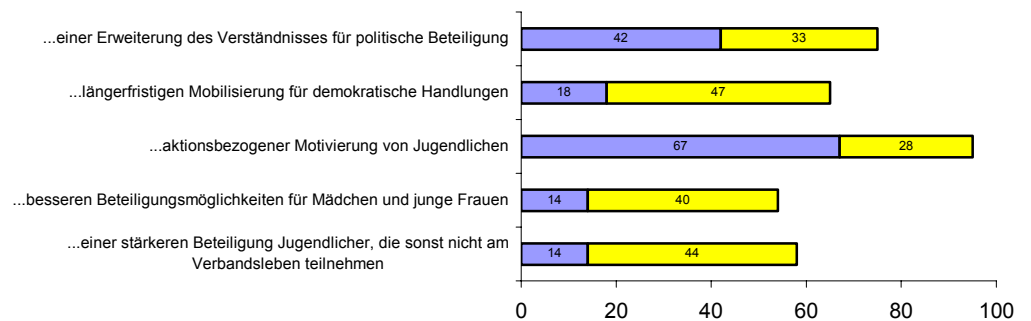
Zunächst wurde von den befragten (hauptamtlichen) Mitarbeiter/innen verschiedener Jugendverbände und Institutionen eine erste generelle Einschätzung zu fünf Statements im Zusammenhang mit dem Modul Come in Contract erbeten. Die Antworten wurden auf einer 4-stufigen Skala von 1= stimme zu bis 4=stimme nicht zu erbeten. Abbildung 4.17 stellt die Antworten für die Werte „1“, komplette Zustimmung (blaue Balken), und „2“, eingeschränkte Zustimmung (gelbe Balken), dar.

Die Daten drücken einige Skepsis in Bezug auf die Erreichung bisher wenig involvierter Jugendlicher und Nachhaltigkeit der Aktion Come in Contract aus.

Lediglich 14% der Interviewten denken, dass Jugendliche, die bisher nicht am Verbandsleben teilnehmen, durch das Modul erreicht werden konnten. Zwei Drittel der Befragten sind der Auffassung, dass Come in Contract lediglich zu einer aktionsbezogenen Motivierung von Jugendlichen führte. Nur 18% sind voll und ganz der Meinung, dass Come in Contract zu einer längerfristigen, also nachhaltigen Mobilisierung führen konnte.

Abb. 4.17: Effekte von Come in Contract (4-stufige Skala von 1= stimme zu bis 4=stimme nicht zu, dargestellt sind die Werte 1 und 2, Angaben in %)

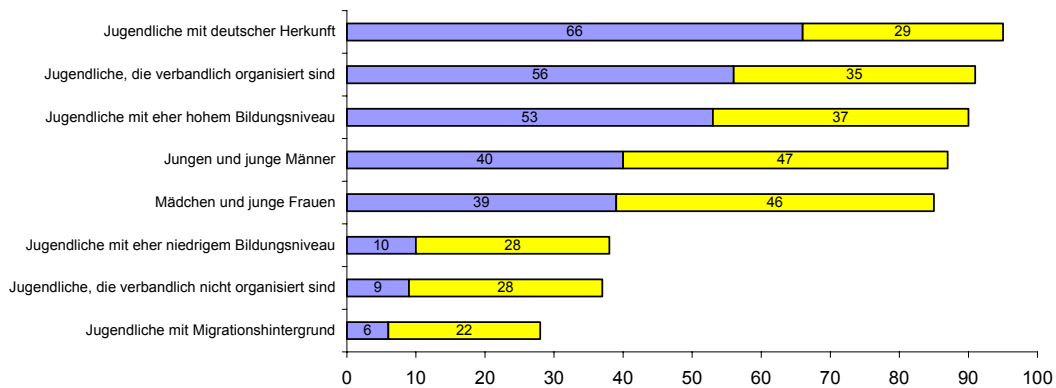
„Come in Contract“ führte zu...



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Nach dieser ersten allgemeinen Bewertung des Gesamtmoduls war es von Interesse zu erfahren, welche Jugendlichen von dem konkreten Come in Contract-Projekt, an dem die Hauptamtlichen mitgewirkt hatten, erreicht werden konnten. Den befragten Erwachsenen wurden für diese Einschätzung mehrere Gruppierungen von Jugendlichen vorgegeben. Auf einer 4-stufigen Skala von 1=sehr gut erreicht bis 4=gar nicht erreicht konnten die Bewertungen abgegeben werden. Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass überwiegend deutsche – in ähnlichem Ausmaß junge Männer wie junge Frauen –, besser gebildete Jugendliche, die bereits verbandlich organisiert sind, von Come in Contract erreicht wurden (vgl. Abbildung 4.18). Die Altersspanne bewegt sich nach Angaben der Befragten von 15 bis 25 Jahren. Diese Einschätzung deckt sich mit den empirisch belegten Zahlen aus der Befragung der jugendlichen Teilnehmer/innen an Come in Contract (70% der befragten Jugendlichen sind zwischen 15 und 25 Jahren alt).

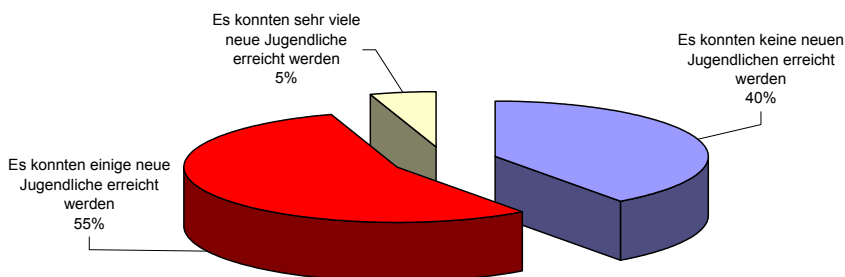
Abb. 4.18: Erreichte Zielgruppen (4-stufige Skala von 1=sehr gut erreicht bis 4=gar nicht erreicht, dargestellt sind die Werte 1 und 2, Angaben in %)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

60% der Befragten sind überzeugt, dass einige oder sogar sehr viele neue Jugendliche im Rahmen der Projekte zu Come in Contract für die Jugendarbeit gewonnen werden konnten (vgl. Abb. 4.19).

Abb. 4.19: Erreichen neuer Jugendlicher (Angaben in%)



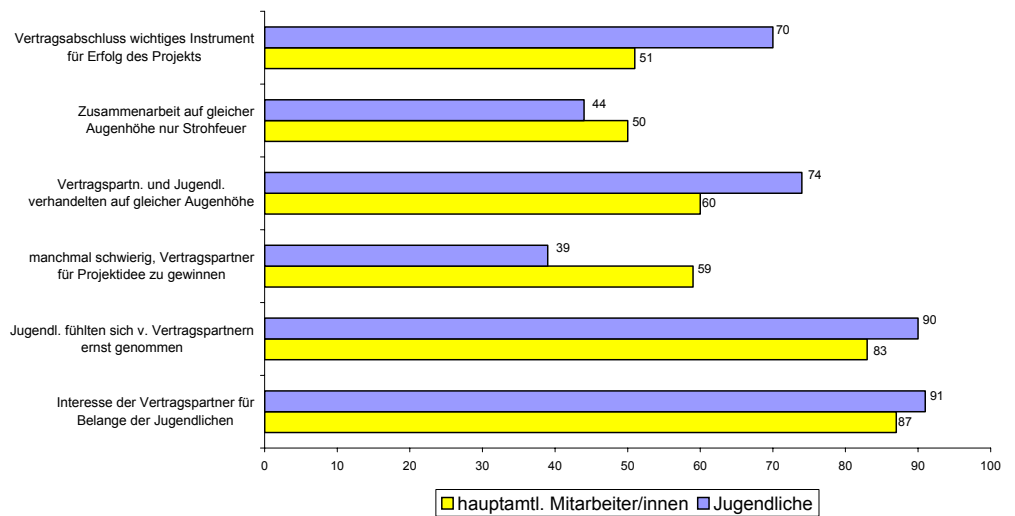
Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Von diesen 60% sind weiterhin 65% der Meinung, dass diese neu gewonnenen Jugendlichen in sehr starkem oder starkem Maße für eine kontinuierliche Beteiligung an der Verbandsarbeit motiviert werden konnten.

Für die jugendlichen Teilnehmer/innen am Come in Contract-Projekt wurde in Abschnitt 4.3.3 deren Einschätzung über das Interesse der Vertragspartner/innen am jeweiligen Projekt und die Zusammenarbeit zwischen Jugendlichen mit Entscheidungsträger/innen berichtet. Den erwachsenen Mitarbei-

ter/innen der Jugendverbände wurden die gleichen Items (in etwas abgewandelter Form⁷) ebenfalls zur Bewertung auf einer Skala von 1=stimme zu bis 4=stimme nicht zu vorgelegt. Die Sichtweisen der Jugendlichen und hauptamtlichen Mitarbeiter/innen werden in Abbildung 4.20 einander gegenübergestellt.

Abb. 4.20: Bewertung der Vertragsabschlüsse (4-stufige Skala von 1=stimme zu bis 4=stimme nicht zu, dargestellt sind die Werte 1 und 2, Angaben in %)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Wie die Jugendlichen sehen auch die Hauptamtlichen die Kontaktaufnahmen und Umsetzung des Come in Contract-Projekts überwiegend positiv (z.B. hinsichtlich der Ernsthaftigkeit und des Interesses am Projekt. Dennoch sehen sie eher als die beteiligten Jugendlichen Schwierigkeiten beim Erreichen von Politiker/innen bzw. Entscheidungsträger/innen, sind skeptischer, was das tatsächliche Verhandeln auf gleicher Augenhöhe angeht und bewerten den Vertragsabschluss als neues Instrument weniger wichtig bzw. erfolgreich. „Alles in allem“ vergeben sie doch für die Zusammenarbeit gute Noten: 14% der Hauptamtlichen sind sehr, 52% eher, 27% eher weniger und 7% gar nicht zufrieden mit der Zusammenarbeit mit den Politiker/innen. So hätten auch 63%

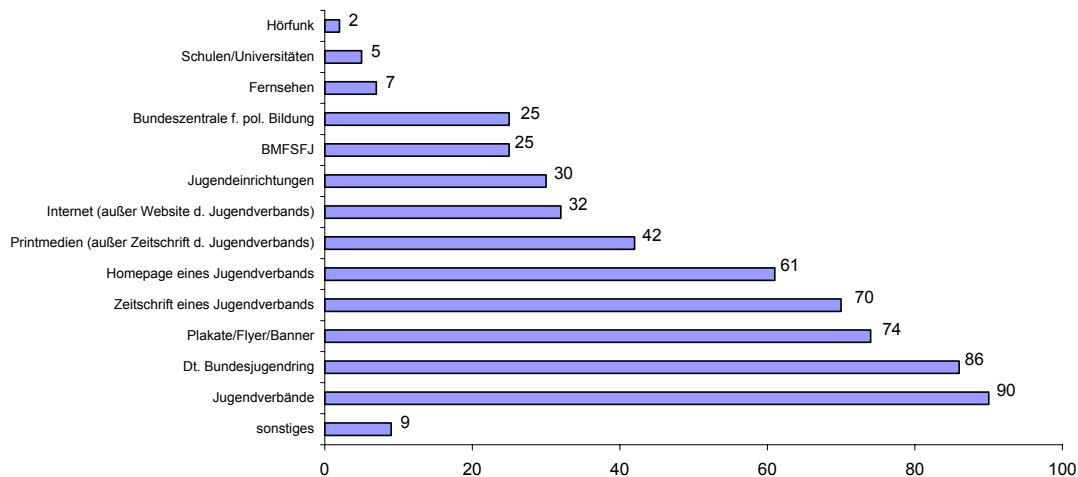
⁷ So heißt es bspw. im Fragebogen für die Jugendlichen: „Die Vertragspartner/innen haben sich für unsere Belange interessiert“. Im Fragebogen für die Hauptamtlichen hingegen: „Die Vertragspartner/innen haben sich für die Belange der Jugendlichen interessiert“. Für den genauen Wortlaut der einzelnen Items siehe die Fragebögen im Anhang dieses Berichts.

der Befragten gern mehr Come in Contract-Projekte in ihrem Zuständigkeitsbereich gehabt. 61% der Befragten konnten im Anschluss an ihr Projekt im Rahmen von Come in Contract Folgeprojekte auf den Weg bringen.

Öffentlichkeitsarbeit ist für das Gelingen einer Kampagne wie Projekt P unabdingbar. Aus diesem Grund wurden in den Fragebogen einige Fragen zur Wahrnehmung der Gesamtkampagne sowie zur Pressearbeit für das eigene Projekt integriert.

Von den hauptamtlichen Mitarbeiter/innen wurde erfasst, wo ihnen die im Rahmen der Initiative Projekt P stattfindenden Projekte in der Öffentlichkeit begegnet sind. Die häufigsten Nennungen entfallen auf „Kanäle“ der Jugendverbände bzw. des Dachverbandes (DBJR) selbst. Jeweils einem weiteren Viertel der Befragten sind Projekte im Zusammenhang mit den beiden anderen Initiatoren von Projekt P, der Bundeszentrale für politische Bildung und dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, zur Kenntnis gekommen. D.h. dass die „Bewerbung“ hauptsächlich innerhalb der Jugendverbände bzw. ihres Zusammenschlusses wahrgenommen wurde.

Abb. 4.21: Wahrnehmung von Öffentlichkeitsarbeit (Mehrfachnennungen, Angaben in % der Fälle)

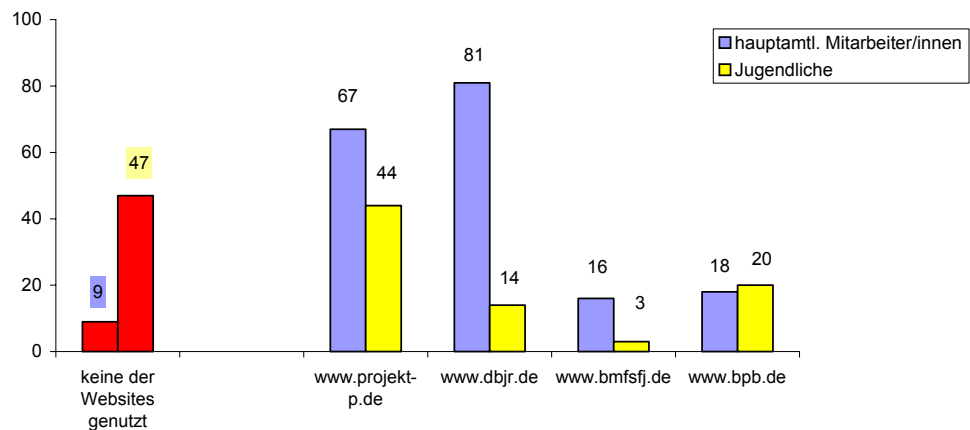


Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Die Nutzung der für Projekt P relevanten Websites wurde für die beteiligten Jugendlichen und die hauptamtlichen Mitarbeiter/innen identisch abge-

fragt. In der Gegenüberstellung zeigt sich, dass die Hauptamtlichen das Internet häufiger als die befragten Jugendlichen nutzten, um an Informationen über Projekt P zu gelangen (vgl. Abb. 4.22). Neun Prozent der Erwachsenen geben an, keine der Websites der Projektinitiatoren genutzt zu haben, während der Anteil unter den Jugendlichen bei 47% liegt. Damit gilt - zumindest für die Personen, die an der Befragung teilgenommen haben -, dass die hauptamtlichen Mitarbeiter/innen der Jugendverbände die Internetangebote häufiger nutzen als die in Come in Contrat-Projekte eingebundenen Jugendlichen selber (mit Ausnahme der Homepage der Bundeszentrale für politische Bildung, die etwa gleich häufig von Erwachsenen und Jugendlichen genutzt wurde).

Abb. 4.22: Nutzung von Internetangeboten (Mehrfachnennungen bei konkret genannten Websites, Angaben in % der Fälle)

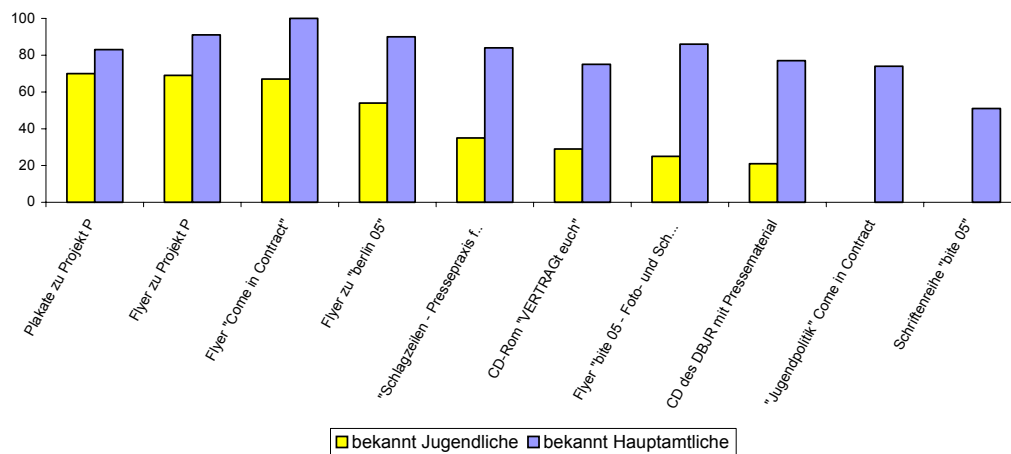


Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Um die Pressearbeit für die einzelnen Come in Contract-Projekte zu erleichtern, professionell zu gestalten und effektiver zu machen, wurden vom DBJR und den Mitinitiatoren verschiedene Materialien zur Verfügung gestellt. Sowohl im Fragebogen für die Jugendlichen als auch in der Abfrage der Hauptamtlichen wurde erstens erfasst, welche dieser Materialien bekannt waren und zweitens, welches Material tatsächlich genutzt wurde. Für die Jugendlichen wurde nach der Nutzung für ihr konkretes Projekt, die hauptamtlichen Mitarbeiter nach der Nutzung im Verband gefragt. Ein direkter Vergleich beider Gruppen ist damit nur für den ersten Teil der Frage, der Bekanntheit des Materials, möglich (vgl. Abb. 4.23). Sämtliche Presseprodukte und Handreichun-

gen sind einer großen Gruppe der befragten hauptamtlichen Mitarbeiter/innen bekannt und in deutlich höherem Maße bekannt als den Jugendlichen. Die beiden in der Abbildung zuletzt dargestellten Presseerzeugnisse „Sonderausgabe Jugendpolitik „Come in Contract“ und „Schriftenreihe bite 05 „Ihr seid die Jury – Demokratie spielerisch lernen“ wurden für die Jugendlichen nicht abgefragt.

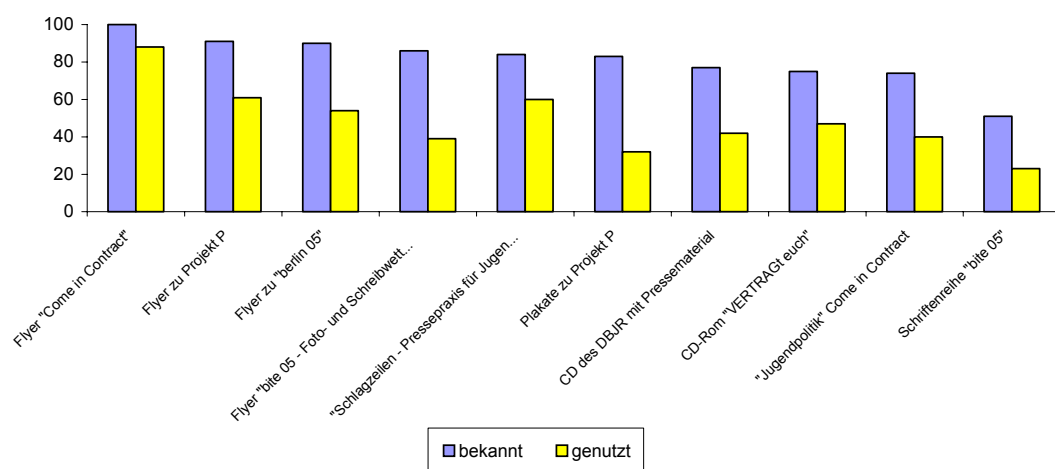
Abb. 4.23: Bekanntheit von Materialien (Angaben in % der Fälle)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Der durch die befragten Jugendverbandsmitarbeiter/innen genannte Bekanntheitsgrad der einzelnen Materialien wird in Abbildung 4.24 mit der tatsächlichen Nutzung im Verband verglichen. Das beste Verhältnis von Bekanntheit zur tatsächlichen Verwendung erreicht der Flyer zum Modul „Come in Contract“.

Abb. 4.24: Bekanntheit und Nutzung von Materialien (Angaben in % der Fälle)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Mit Blick auf die Medienkampagne zur gesamten Initiative Projekt P, also Großplakaten auf Bahnhöfen oder Anzeigen in kommerziellen Jugendzeitschriften, geben erstaunlicherweise 40% der befragten Hauptamtlichen an, diese nicht wahrgenommen zu haben. Von denjenigen (34) Befragten, die sie bemerkt haben, stimmen lediglich 12% der Aussage zu, dass sich die Presse durch die Kampagne auch verstärkt für die Jugendverbandsarbeit interessiert hat und 30% geben der Aussagen recht, dass die Medienkampagne geholfen hat, dass die Anliegen der Jugendlichen von den Politiker/innen und Entscheidungsträger/innen ernst genommen werden. In Abschnitt 4.3.3 werden hinsichtlich der Gesamtkampagne einige Daten aus der Jugendlichenbefragung berichtet. Auch wenn die Zahlen aufgrund etwas verschiedenem Fragewortlauts und vor allem unterschiedlicher Antwortskalen nicht eins zu eins vergleichbar sind, wird doch deutlich, dass die Jugendlichen die Unterstützung durch die Medienkampagne deutlich positiver bewerten als die Mitarbeiter/innen der Jugendverbände. Tabelle 4.3 stellt die Ergebnisse trotz der oben geschilderten notwendigen Einschränkung bei der Interpretation gegenüber.

Tabelle 4.3: Beurteilung Medienkampagne (Angaben in %)

<i>„Die Medienkampagne zu Projekt P (...) hat geholfen, dass unsere Anliegen von Politiker/innen und Entscheidungsträger/innen ernst genommen werden“</i>	Jugendliche	<i>„Die Medienkampagne zu Projekt P hat geholfen, dass die Anliegen der Jugendlichen von Politiker/innen und Entscheidungsträger/innen ernst genommen werden“</i>	Mitarbeiter/innen Jugendverbände
Ja, in starkem Maße	7	Stimme zu	3
	42		27
	32		38
Nein, überhaupt nicht	19	Stimme nicht zu	32

Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Die eigene Pressearbeit im Jugendverband hat jedoch nach Aussage der überwiegenden Zahl der befragten Mitarbeiter/innen (65% der Befragten) geholfen, dass die Anliegen von Jugendlichen von den Entscheidungsträger/innen ernst genommen wurden. Ebenfalls über die Hälfte der Befragten (53%) ist der Meinung, dass die Chancen des Internets genutzt wurden, um breitere Massen von Jugendlichen zu erreichen. Dies steht allerdings in einem gewissen Widerspruch zu dem Befund, dass 47% der Jugendlichen keine der Websites von DBJR, Bundeszentrale oder BMFSFJ genutzt haben. Ein Drittel der befragten hauptamtlichen Mitarbeiter/innen ist der Auffassung, dass die Pressearbeit des eigenen Come in Contract-Projekts überwiegend nur das Fachpublikum erreichte. Zwei Drittel sehen das nicht so.

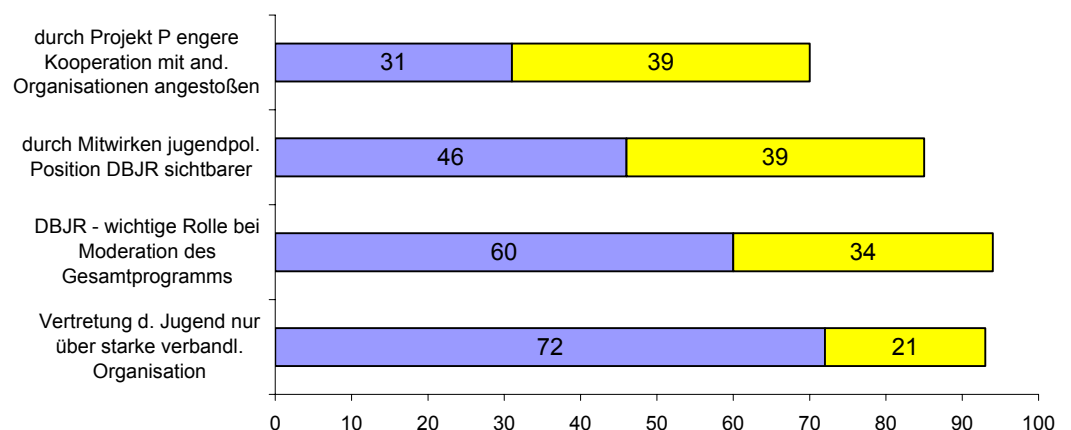
4.4.2 Die Rolle des DBJR innerhalb der Initiative und die Rolle von Projekt P für die politische Partizipation von Jugendlichen

Der Deutsche Bundesjugendring und seine Mitgliedsorganisationen waren nicht nur für die Konzeption und Umsetzung des Moduls Come in Contract verantwortlich, sondern waren, neben der Bundeszentrale für politische Bildung und dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, als Mitinitiator ein wesentlicher Teil der Gesamtkampagne. Von den mit der Fragebogenaktion erreichten Mitarbeiter/innen sollte in Erfahrung gebracht werden, wie sie die Stellung des DBJR in Projekt P einschätzen.

Zusätzlich zu der bereits bekannten Skala von 1 bis 4 (stimme zu bis stimme nicht zu) war es den Befragten auch möglich, „kann ich nicht einschätzen“

anzugeben. Am häufigsten machen die Befragten von dieser Möglichkeit Gebrauch bei der Aussage „Durch das Projekt P wurde eine engere Kooperation mit anderen Organisationen über die Verbandsgrenzen hinweg angestoßen“. 14% trauen sich hier kein Urteil zu. 11% können sich nicht hinsichtlich des Statements „Der DBJR hat bei der Moderation des Gesamtprogramms Projekt P eine wichtige Rolle gespielt“ auf eine Zustimmung oder Ablehnung festlegen. Und 5% trauen sich keine Einschätzung zu bei „Durch das Mitwirken an Projekt P konnte die jugendpolitische Position des DBJR sichtbarer gemacht werden. In Abbildung 4.25 sind die Zustimmungen zu den Einzelaussagen dargestellt. Dabei sind diejenigen Fälle, die sich keine Einschätzung zutrauten, aus der Analyse entfernt.

Abb. 4.25: Rolle des DBJR innerhalb der Initiative (4-stufige Skala von 1=stimme zu bis 4=stimme nicht zu, dargestellt sind die Werte 1 und 2, Angaben in %)

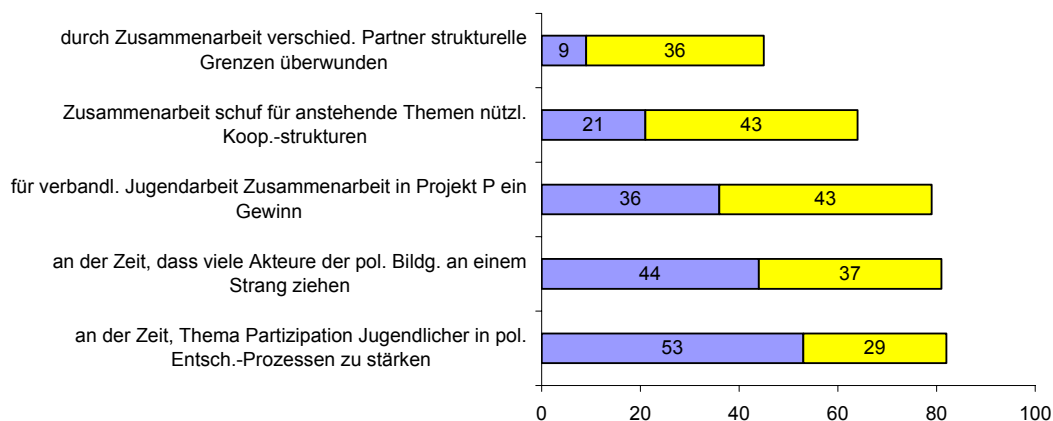


Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Höchstwerte der Zustimmung erreichen mit 93 bzw. 94% die Aussagen, dass die Vertretung der Jugend gegenüber der Politik nur über eine starke verbandliche Organisation erreicht werden kann sowie dass der DBJR bei der Moderation des Gesamtprogramms eine wichtige Rolle gespielt hat. Etwas weniger zuversichtlich sind die Befragten hinsichtlich des Sichtbarmachens der eigenen jugendpolitischen Position des DBJR innerhalb der Gesamtkampagne Projekt P. Relativ am geringsten fällt hingegen die Zustimmung dazu aus, dass durch Projekt P eine engere Kooperation mit anderen Organisationen über die Verbandsgrenzen hinweg angestoßen werden konnte.

Letzterer Befund wird durch die deutliche Skepsis gestützt, die der Aussage „In der Zusammenarbeit der verschiedenen Partner konnten strukturelle Grenzen überwunden werden“ entgegengebracht wird (vgl. Abb. 4.26). Große Zustimmung ernten indes zwei Aussagen, die eine gewisse Notwendigkeit und auch Dringlichkeit in den Bereichen Kooperationen zwischen Akteuren der politischen Bildung und Beteiligung Jugendlicher an politischen Entscheidungsprozessen zum Ausdruck bringen. In der Gesamtschau heißt dies, dass ein deutlicher Bedarf im Ausbau der Beteiligung Jugendlicher an konkreter Politik gesehen wird und Kooperationen verschiedener Akteure über die Verbandsgrenzen hinweg dafür als sinnvoll und nützlich erachtet werden. Die Umsetzung – zumindest des zweiten Anliegens – besitzt allerdings in den Augen der befragten Mitarbeiter/innen des DBJR bzw. seiner Mitgliedsverbände noch deutliches Ausbaupotenzial.

Abb. 4.26: Bewertung der Zusammenarbeit (4-stufige Skala von 1=stimme zu bis 4=stimme nicht zu, dargestellt sind die Werte 1 und 2, Angaben in %)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

4.4.3 Abschließende Anmerkungen und Anregungen der hauptamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Zwei Fragen, die es den Befragten erlaubten, in ihren Worten noch einmal auf Come in Contract und Projekt P einzugehen, schlossen den Fragebogen ab. Hierbei sollte dezidiert erhoben werden, welche Aspekte zum Modul bzw. zur Gesamtkampagne in der Befragung etwa zu kurz gekommen sind. Statt die

Antworten und Anregungen der Hauptamtlichen noch einmal zusammenzufassen, sollen sie folgend, thematisch systematisiert, in „O-Tönen“ präsentiert werden. Dabei wird deutlich, dass die Befragten nicht nur zur Schwerpunktsetzung des Fragebogens Stellung nehmen, sondern häufig grundsätzlicher Stellung zum Modul und der Initiative beziehen.

„Gibt es Aspekte im Rahmen von ‚Come in Contract‘, die in diesem Fragebogen zu kurz gekommen sind?“

politische Steuerung

Come in Contract, war auch ein Imageprojekt des zuständigen Bundesministeriums, ein Topdown-Projekt, das nur dort nachhaltig wirken konnte, wo es in vorhandene Partizipationsstrukturen der Verbände eingebunden war.

Das Zusammenspiel der Ebenen! Partizipation findet im Lebensumfeld der Kinder-Jugendlichen statt <-> ein von der Bundesebene gesteuertes Projekt!

Fragen zur Zusammenarbeit der 3 Institutionen DBJR, BMFSFJ + bpb (zu wenig berücksichtigt, Anm. d. Verf.)

Instrument Vertragsabschlüsse

Die Frage danach, für wie verbindlich die PolitikerInnen die Verträge genommen haben und ob sie von sich aus Rückmeldungen gegeben haben oder ob hier die Projektträger hinter der Vertragserfüllung herlaufen mussten!

Die Fragen nach der Durchführung der Kontrakte. Wir haben insgesamt 25 Kontrakte abgeschlossen. Von denen sind bis heute ca. 2/3 abgearbeitet bzw. im Prozess.

Die Kontrakt-Idee war häufig aufgesetzt. Sie war außerdem am Anfang schwierig zu vermitteln in den Verband. Zu abstrakt.

Mit Politikerinnen waren nur Contracts möglich abzuschließen, die in ihrer Allgemeinheit auch nicht weiterführten.

Organisation/strukturelle Bedingungen des Moduls und seiner Umsetzung in Projekte

Die Startphase von CIC war z.T. unstrukturiert u. Informationen zu: Wer? Was? Wie? anfänglich nicht immer klar

Kritik an der Umsetzung - Organisation - Verhältnismäßigkeit Kosten/Öffentlichkeitsarbeit - Beteiligung der Jugendverbände bei inhaltlicher Ausgestaltung

Medien- u. Öffentlichkeitsarbeit stehen viel zu sehr im Mittelpunkt. Insgesamt wird viel zu gering der graue Alltag der Projekte u. Verbände beachtet. Genau hier fehlen auch die meisten Mittel. Das kann auch eine Kampagne nicht ändern.

War die Projektbeschreibung und Ausschreibung (Richtlinien, Antrag, Verwendungsnachweis) verständlich und leicht nachvollziehbar?

Kennenlernen anderer Projekte wie am Anfang angekündigt (Gab es nicht, Jugendliche enttäuscht!)

Partizipation und Nachhaltigkeit

Projekte + Prozesse, die die Entwicklung von Partizipation Jugendlicher befördern/unterstützen sollen, müssen langfristig angelegt werden; dem trägt die Evaluation keine Rechnung.

Sonstiges

Fragen zur Auswertung des Projektes

Zu Berlin 05: grausam & Geldverschwendung

Rolle des DBJR als Mittel vergebende Stelle

„Gibt es Aspekte im Rahmen von Projekt P, die in diesem Fragebogen zu kurz gekommen sind?“

Partizipation

Das Projekt hat uns im Verband die "Grenzen der Jugendpartizipation" gezeigt - sowohl der Druck von Seiten des Erwachsenenverbandes als auch die fehlende Motivation von Jugendlichen Neues auszuprobieren wenn genügend Freizeitangebote vorhanden sind

Die Kampagne war relativ überflüssig und auch sicher teuer, denn Partizipation, Veränderungsprozesse in der Politik in

Bezug auf Kinder + Jugendliche ist ein langer Aushandlungsprozess, der zwischen Menschen geschieht und nicht über Plakatwände angestoßen wird

Partizipation sieht anders aus

Partizipationsmöglichkeiten jenseits des Schließens von Verträgen

Kooperation der Initiatoren

Kooperation der beteiligten Partner und dadurch entstehende Reibungs- und Zeitverluste

zu Berlin 05: durch die Organisation durch mehrere Partner teilweise erhebliche Informationsverluste, die sich überaus negativ auf die Möglichkeit d. Teilnahme ausgewirkt haben.

Öffentlichkeitsarbeit

Wo haben Sie Werbung gesehen? Großplakate nur in Großstädten, ansonsten nix!

Medien- u. Öffentlichkeitsarbeit stehen viel zu sehr im Mittelpunkt. Insgesamt wird viel zu gering der graue Alltag der Projekte u. Verbände beachtet. Genau hier fehlen auch die meisten Mittel. Das kann auch eine Kampagne nicht ändern.

Umsetzung Projekt P

Thema Partizipation ist wichtig, die Frage ist nur, ob Projekt P der richtige Weg war. Projekte & Projektförderung ist ein heikles Thema, wenn parallel die Strukturen zerschlagen werden. Projekte sind gut für Initiativen, haben aber keinen langfristigen Wert.

Ungleichzeitigkeit der einzelnen Kampagnen-Teile (Medienkampagne, CIC, etc.)

Detailliertere Abfrage zum eigentlichen Projekt, z.B. Anzahl der Teilnehmenden, Projektverlauf.

Nachhaltigkeit

Sind PolitikerInnen in ihrer Arbeit danach verstärkt auf die Probleme der Jugendlichen eingegangen?

Wurde nach dem Projekt ein verstärktes ehrenamtliches Engagement festgestellt?

Ist das politische Interesse der beteiligten Jugendlichen dadurch gestärkt worden?

sonstiges

Fragen zur Arbeit/Auskunftsfreudigkeit + Hilfestellungen durch die beiden Kolleginnen beim DBJR (war sehr gut

Wieso wurden wir nicht zu Berlin '05 befragt?

4.5 Fokusgruppengespräche mit Come in Contract-Projekten

Im Folgenden werden die Interviews mit den fünf Come in Contract-Projekten vorgestellt. Nach einer kurzen Hintergrundinformation über Projektziel und Rahmenbedingungen wird bei der so genannten „dichten Beschreibung“ (vgl. Geertz, 1995) insbesondere Wert darauf gelegt, den Charakter der Fokusgruppe und der Diskussion sowie Besonderheiten im Setting oder in der thematischen Schwerpunktsetzung der Gruppe widerzuspiegeln.

Im Anschluss werden Aussagen und Erfahrungen der Jugendlichen zu einigen der nachgefragten Themenstränge projektübergreifend verglichen (vgl. 4.5.2).

4.5.1 Vorstellung der einzelnen Projekte

4.5.1.1 „Die Behördenchecker“ (1.7.2004-30.6.2005)

Es handelt sich bei den „Behördencheckern“ um eine Gruppe von etwa zehn jungen Migranten zwischen 17 und 22 Jahren - eine reine Männergruppe, was nicht geplant war, sich aber so ergeben hat -, die den Treffpunkt des Jugendmigrationsdienstes der AWO in Soest nutzt und dort von einem ehrenamtlichen Mitarbeiter auf das Projekt P aufmerksam gemacht wurde.

Die Behördenchecker hatten sich zum Ziel gesetzt, ausländischen Mitbürger/innen bei ihren Anträgen beim Ausländeramt oder beim Sozialamt (Hartz IV wurde gerade eingeführt) zu helfen. Dazu wurde ein Vertrag mit der Kommunalverwaltung abgeschlossen, der es den Jugendlichen ermöglichte in den Ämtern zu hospitieren, um dabei die dortige Arbeit und die notwendigen An-

tragsformulare so gut kennen zu lernen, dass sie den Migrant/innen mit Sprachschwierigkeiten bei ihren Anträgen behilflich sein können. Die Jugendlichen haben sich im Gegenzug zu der Teilnahme an der Hospitation verpflichtet. Diese wurde erfolgreich durchgeführt und die Hilfe der Gruppe wurde von den Erwachsenen gerne in Anspruch genommen.

Die Fokusgruppe findet mit sieben Mitgliedern in den Räumen des Jugendmigrationsdienstes in einem Stadtviertel statt, das vorrangig von Migrantenfamilien bewohnt wird. Das Interview hat einen ganz eigenen Charakter, weil die Jugendlichen von Anfang an von sehr persönlichen Beweggründen und Erfahrungen berichten. Das Projekt ist ein eindrucksvolles Beispiel dafür, dass Come in Contract bzw. das mit Leben gefüllte Ziel, Behördenchecker zu sein, für die Jugendlichen ein gelungener Einstieg in gesellschaftliches Engagement und politische Beteiligung war. Über die Hilfe für die Elterngeneration haben sie Zugang zu ihren eigenen Bedürfnissen und zu der politischen Dimension ihrer persönlichen Lebenssituationen gefunden. Die Gruppe bietet ihnen ein Forum, um sich damit auseinander zu setzen und nach (politischen) Lösungswegen zu suchen. Ihre Situation ist geprägt von den rechtlichen Einschränkungen, die der Status der zeitlich befristeten „Duldung“ (im Gegensatz zur unbefristeten Aufenthaltserlaubnis) mit sich bringt, wobei der Ermessensspielraum im Landkreis wohl besonders eng ausgelegt wird. Sie berichten ausführlich davon, was dieser Status für ihren Alltag bedeutet – selbst wenn sie in der Bundesrepublik geboren wurden, fließend deutsch sprechen, eine abgeschlossene Schulausbildung z. T. bis zum Abitur besitzen und sich (jugend-)kulturell wie deutsche Jugendliche darstellen und fühlen: Sie dürfen das Bundesland nicht verlassen, erhalten wegen der befristeten Duldung keine Arbeitserlaubnis und keine Ausbildungsplätze und dürfen keinen Führerschein machen, da dieser als Reisedokument gilt. Dieses Vorgehen empfinden sie als völligen Abbruch ihrer bisherigen Integration: nachdem jahrelange in ihre Ausbildung investiert wurde, wird ihnen jetzt der Weg in eine selbstständige berufliche Zukunft verweigert – was sie persönlich wie wirtschaftlich völlig unsinnig finden. Die Stimmung während der Diskussion wechselt zwischen energiegeladen und frustriert, zwischen mutlos und zuversichtlich, doch durch Aufklärung etwas verändern zu können, und manchmal auch aggressiv und genervt, weil sie doch einfach nur deutsch sein wollen und nicht dürfen. Gerne hätten sie ein Plakat von sich veröffentlicht mit dem Titel „Ich bin Deutschland“ (in Anlehnung an die zum Zeitpunkt des Interviews überall aushängen-

den WM-Plakate), aber sie ändern den Text während der Diskussion in „Ich wäre gerne Deutschland“.

Die Jugendlichen verfügen über ein detailliertes ausländerrechtliches und politisches Wissen, das sie gerne anderen Menschen (auch der Interviewerin) mitteilen, wenn diese ein offenes Ohr haben. Als Reaktionen erleben sie Erstaunen, Mitgefühl und Solidarität, sogar positive Medienberichte und auch die Bereitschaft von Politiker/innen, ihnen zuzuhören, doch letztlich keine Veränderung ihres Alltags. Dem Ausländeramt fühlen sie sich weiterhin ausgeliefert, was einige ihrer Ideen für öffentlichkeitswirksame Aktionen im Keim erstickt. Mit ihrem aktuellen Anliegen nach rechtlichen und gesellschaftlichen Veränderungen stoßen sie schnell an die Grenzen tatsächlicher Handlungsbereitschaft von Seiten der Politik.

Die Gruppe befindet sich in dem Dilemma, dass das Projekt P und damit ihre Fördergelder ausgelaufen sind, sie aber erkannt haben, dass sie ihre Situation öffentlich machen müssen, um gesellschaftliche Veränderungen in Gang zu setzen. Dazu fehlen ihnen nun die Mittel, obwohl sie immerhin das Glück haben, dass der vom Projekt P als Honorarkraft bezahlte Mitarbeiter die Gruppe über die Projektlaufzeit hinaus ehrenamtlich begleitet, ihnen Mut macht, Fortbildungen und Austausch in anderen Städten für sie organisiert etc.. Von Projekt P fühlen sie sich jetzt alleine gelassen. Sie wünschen sich, dass es ein Nachfolgeprojekt gibt, noch besser aber ein Projekt des Bundesministeriums, das sich ganz speziell mit ihrer Situation befasst. Daran würden sie sofort teilnehmen.

Eindrücklich wird klar, dass hier nachhaltiges Engagement und politisches Bewusstsein geweckt wurde, es der Gruppe aber an einer weiteren Förderung und einem Aufgreifen ihrer Anliegen durch eine gesellschaftlich wichtige Institution fehlt.

4.5.1.2 „Mädchen sind laut – Jungs sind zickig“ (Februar 2005)

„Mädchen sind laut – Jungs sind zickig“ unter diesem Titel wurde der 8. Klasse einer Realschule in Bremen durch eine Lehrerin ein dreitägiges Gendertraining der DGB-Jugend Bremen vermittelt. Die Schüler/innen griffen zu, obwohl

zumindest den 12 Interviewten im Vorfeld nicht klar war, um was es denn dabei eigentlich gehen soll, aber „alles ist besser als drei Tage Schule“.

Etwa anderthalb Jahre später waren sieben Schüler und fünf Schülerinnen bereit, für eine Gruppendiskussion nach der letzten Schulstunde etwa eine Stunde länger im Klassenzimmer zu bleiben. Mit einer Tischrunde am Fenster, Musik zum Einstieg sowie Getränken und Süßigkeiten wurde versucht, die eingespielte (Sitz-)Ordnung zu verändern und eine lockere Gesprächsatmosphäre zu erreichen. Trotzdem war es hier deutlich schwieriger als in anderen Settings (z.B. Vereinsräume), die Gruppe in eine flüssige Diskussion miteinander zu bringen. Das typische Klassenzimmerverhalten, auf eine Frage zu warten und sich häufig erst bei persönlicher Ansprache eine Antwort abzurufen, löste sich erst nach einiger Zeit etwas auf. Darüber hinaus hatten die 15- und 16-jährigen Jugendlichen Mühe, sich an das Erlebte zu erinnern und kritisierten den späten Zeitpunkt der Evaluation.

Das Gendertraining „Mädchen sind laut – Jungs sind zickig“ sollte eine nachhaltige Auseinandersetzung mit den Geschlechtsrollen bewirken sowie in eine Zukunftswerkstatt mit Schüler/innen zur Entwicklung von Forderungen z.B. an die Ausländerbeauftragte oder EU-Beauftragte münden. Diese Ziele wurden, zumindest bei dieser Schulklasse, nicht erreicht, denn die Schüler/innen konnten sich an keinerlei weiterreichende Auswirkungen des Projektes oder einen Vertrag irgendeiner Art erinnern, auch eine Verhaltensänderung innerhalb der Klasse, beispielsweise gegenüber dem jeweils anderen Geschlecht, konnten sie nicht bestätigen: „alles wie vorher auch“. Die drei Tage „haben Spaß gemacht“, wurde einhellig befunden, aber was der Inhalt des Trainings zu bedeuten hatte und welche Übertragbarkeit auf den Alltag möglich ist, dieser Transfer konnte anscheinend nicht geleistet werden.

Das zum größten Teil nach Geschlechtern getrennte Setting des Trainings hat den Mädchen Freiräume geschaffen, die sie als sehr positiv erlebt haben. Sie konnten auch einen Zusammenhang zwischen den Übungen zu Selbstsicherheit und Selbstverteidigung, den Diskussionen z.B. über die Frauenbewegung und zum Thema „Geschlechterrollen in der Gesellschaft“ herstellen. Das war den Jungen nicht möglich, denn die Vertrauensspiele und „merkwürdigen“ Fragen und Diskussionen zu ihren Gefühlen und ihren Männlichkeitsvorstellungen hatten für sie nichts mit dem Thema (das sie allerdings auch nicht klar benennen konnten) zu tun. Großen Widerstand hat schon am ersten Tag bei den Jungen der Eindruck ausgelöst, dass „die Trainer wollten, dass wir schwul

werden“. Dieser Eindruck muss so einschneidend gewesen sein, dass er bei den Jungen fast als einzige Erinnerung hängen geblieben ist und als einer der ersten Diskussionsbeiträge genannt wurde. Die Frage nach männlichen Lebenskonzepten und ob sie sich vorstellen könnten, schwul zu sein, kam bei dieser Altersgruppe anscheinend zu früh und zu ungeschützt im Seminarverlauf und hat statt Auseinandersetzung mit der männlichen Rolle vorrangig Irritation und Verweigerung ausgelöst. Trotzdem fanden alle das Seminar auch gut und würden wieder eines mitmachen („vielleicht mal zu einem anderen Thema, weil das kennen wir ja jetzt schon“), und die Trainer/innen waren nett und haben sie bei allen Entscheidungen beteiligt, wenn sie nur nicht so merkwürdige Fragen gestellt hätten.

Es zeigte sich, dass das Projekt nicht in den (Schul-)Alltag der Jugendlichen eingebettet war. Es wurde kaum vorbereitet und nicht nachbereitet. Zwar hatten sich zwei oder drei Lehrer/innen bei der Klasse erkundigt, wie es war und was sie gemacht haben, aber gemeinsam die Erfahrungen aufzugreifen und damit in der Klasse weiter zu arbeiten, dafür gab es anscheinend keine Möglichkeit.

Unter dem Gesichtspunkt der Aktivierung zu Beteiligung und nachhaltiger Verhaltensänderung konnte das Projekt – zumindest zum Zeitpunkt des Interviews – keine Erfolge aufweisen. Allerdings tauchte die Beteiligung als Thema in der Gruppendiskussion durchaus auf, nämlich als die Anwesenden von der anstehenden Schließung der Schule und ihren Versuchen, diese zu verhindern, berichteten. Ihre Erfahrungen mit (schul-)politischer Einmischungen waren frustrierend und wurden verstärkt durch die Tatsache, dass ein sehr beliebter Lehrer jetzt anscheinend auf Grund seines Engagements gegen die Schließung nicht mehr unterrichten darf. Dieses Thema war für die Gruppe wesentlich brennender, als das Gendertraining zu diskutieren.

4.5.1.3 „Wut im Bauch“ (1.6.2004-31.3.2005)

Die über den DBJR verteilten Informationen von Projekt P waren für die Leiterin des Ortsverbandes der Johanniter in Görlitz der Anlass, sich zusammen mit der Jugendgruppe von etwa 15 Personen zu überlegen, ob diese sich eine

gesellschaftliche Einmischung vorstellen kann und zu welchem Thema das denn sein könnte.

Nachdem das grundsätzliche Ja zur Teilnahme an Projekt P gefallen war, nahm eine Arbeitsgruppe von etwa sechs Jugendlichen zwischen 16 und 18 Jahren die Themensuche in Angriff. Heraus kam ein ehrgeiziges Projekt namens „Wut im Bauch“, das sich auf lebendige jugendgerechte Weise mit dem Thema Gewalt unter Jugendlichen auseinandersetzen wollte. Es war ihnen klar, dass Jugendliche mit einer „Vortragsreihe“ zu Gewalt nicht zu erreichen sind. Entwickelt wurde ein ganzes Bündel an Veranstaltungen, in denen es insbesondere um Möglichkeiten des Aggressionsabbaus und der kreativen Freizeitgestaltung sowie um eine Auseinandersetzung mit den eigenen Anteilen an Gewaltsituationen bzw. Möglichkeiten der Deeskalation ging. Eingebettet in eine große Auftaktveranstaltung, zu der sogar die Schulklassen vom Unterricht befreit wurden, und eine Abschlussfeier mit Sumo-Ringen und anderen Highlights wurden Fitnesstraining, Yoga, Open Air Kino und Deeskalationstrainings angeboten, um nur einige der Veranstaltungen zu nennen. Die AG organisierte die Veranstaltungen, bei der Durchführung unterstützten dann die anderen Mitglieder der Gruppe.

Das Interview fand in den kleinen Räumen der Johanniter in einer entspannten Atmosphäre mit vielen Lachern und Anekdoten statt, denn die vier jungen Männer und die fünf jungen Frauen hatten viel zu erzählen. Sie haben insbesondere Erfahrungen im Veranstaltungsmanagement und mit der Suche nach weiteren Sponsoren gesammelt, denn die Fördergelder von Projekt P waren nicht ausreichend für die Vielzahl an Aktionen. Diese Suche gestaltete sich nicht einfach und die Jugendlichen fühlten sich durch das Verhandlungsgeschick und den „Eigennutz“ der Firmen manchmal über den Tisch gezogen. Insgesamt hatten sie den Eindruck, dass die Erwachsenen ihr Engagement erst einmal nicht ernst nehmen bzw. ihnen nicht zutrauen, das alles alleine zu organisieren. Es kostete zusätzliche Energie, dieser wenig bestärkenden Haltung entgegen zu treten, spornte aber auch an, das Gegenteil zu beweisen. Die Jugendlichen gestehen ein, sich tatsächlich manchmal überfordert zu haben und an ihre Grenzen gekommen zu sein. Sie wurden aber in allen Situationen von ihrer „Chefin“ (der Leiterin des Ortsverbandes) unterstützt, die auch immer an sie geglaubt hat. Von vielen anderen kam erst nach erfolgreicher Durchführung der Aktionen Lob und Anerkennung für ihre Leistung. Ihr Engagement wurde auch innerhalb des Verbandes wahrge-

nommen und gewürdigt. Sie haben für einen guten Ruf gesorgt: „Der Ortsverband Görlitz, der schafft einfach was.“ – und das, obwohl es der kleinste Ortsverband der Johanniter ist.

Insgesamt fiel ihnen auf, dass ihre Aktionen immer wieder mit der Tatsache in Verbindung gebracht wurden, dass sie Johanniter sind. Der Verband hat noch keine Tradition im Osten Deutschlands und ist zum einen mit Unbekanntheit und zum anderen mit Vorurteilen konfrontiert „Was seid ihr denn für welche?“, „Und ihr wollt als Johanniter eine Disco durchführen? Euch kennt doch niemand.“ Aber auch auf dieser Ebene haben sie für mehr Anerkennung und einen höheren Bekanntheitsgrad gesorgt und sind sehr stolz auf sich. Auch sie als Gruppe wurden dadurch wesentlich stärker zusammen geschweißt und haben als Johanniter ein ganz anderes Selbstbewusstsein entwickelt.

Selbstkritisch stellen sie fest, dass die teilnehmenden Jugendlichen zwar die meisten Veranstaltungen klasse fanden, sie diese aber nicht immer mit dem Thema Gewalt bzw. Aggressionsabbau als Mittel gegen Gewalt in Verbindung bringen konnten. Hier einen gelungeneren Transfer zu erreichen, könnte Ziel eines Nachfolgeprojektes sein, das sie gerne durchführen würden.

Wie häufig, wenn ein großes Projekt in Angriff genommen wird, bekommt die Sache eine Eigendynamik, bei der ursprüngliche Ziele, wie z.B. einen Vertrag zu schließen, aus den Augen geraten können. Die Frage nach dem Vertrag löste Verwirrung aus, für die Jugendlichen stellt es sich jedoch so dar, dass sie viele kleine (mündliche) Unterstützungsverträge mit Polizei, Justiz und Stadtverwaltung geschlossen hatten, um ihre Veranstaltungen durchführen zu können. Für die Gruppe ist Beteiligung aktives Handeln, die Kampagne rund um Projekt P war ihnen dabei wenig präsent. Und eigentlich sind sie fast froh darüber, denn wenn sie ihre Aktionen unter dem Blickwinkel von Politik oder Partizipation betrachtet hätten, wäre der (eigene) Erwartungsdruck vielleicht zu groß geworden und hätte sie gelähmt. Ihr Zugang ist ein eher pragmatischer: „Ob ich mich damit politisch engagiere oder nicht, ist eigentlich nebensächlich. Es geht nur darum, dieses Projekt vernünftig zu machen und Spaß daran zu haben.“

4.5.1.4 „Schwule und lesbische Jugendliche – was sind wir euch wert?“ (1.8.2004-31.10.2004)

„Was sind wir euch wert?“ Diese Frage richtete das schwul-lesbische Jugendnetzwerk Lambda – der Vorstand zusammen mit den im Netzwerk organisierten Jugendgruppen – an die Bundespolitik und erwartete eine ernstzunehmende Antwort der Fraktionen. Schwule und lesbische Jugendarbeit besteht größtenteils aus selbst organisierten Jugendgruppen, Schulaufklärungs- und Beratungsprojekten. Unterstützt werden sie von dem bundesweit tätigen Jugendnetzwerk Lambda, das ebenfalls hauptsächlich ehrenamtlich arbeitet. Die Jugendlichen, die diese Gruppen und Projekte mit großem Einsatz durchführen, fühlen sich – nach Aussagen des Lambda-Vorstandes – von der Jugendpolitik häufig allein gelassen und sind angesichts mangelnder Anerkennung und fehlender Gelder zum Teil ernüchtert und politikverdrossen. Hier setzte die Projektidee an. Zum einen sollte tatsächlich Einfluss auf die Bundespolitik genommen und eine Stellungnahme zu der Frage der Wertschätzung erreicht werden. Zum anderen war es dem Vorstand von Lambda wichtig, den Gruppenleiter/-innen auf einer Jugendkonferenz durch den direkten Kontakt mit Bundestagsabgeordneten die Erfahrung zu ermöglichen, „dass man gemeinsam Politik machen und was bewegen kann“.

Das Interview fand in den Berliner Räumen von Lambda statt (Vereinsitz ist in Erfurt) mit zuerst zwei, dann drei Vorständen, von denen einer zum Zeitpunkt des Projektes „einfacher“ Teilnehmer war, während eine das Projekt maßgeblich vorbereitet hatte, so dass beide Perspektiven in das Interview einfließen konnten. Dennoch hätten die Interviewpartner/-innen eine prozessbegleitend Evaluation und eine Befragung direkt im Anschluss an das Projekt bevorzugt, um die Erfahrungen aller Teilnehmenden, die damals aus ganz Deutschland angereist waren, einzufangen.

Im Oktober 2004 lud Lambda zu einer dreitägigen Jugendkonferenz nach Berlin und konnte je eine Vertreterin der Fraktion der SPD sowie von Bündnis 90/die Grünen für die Zusammenarbeit gewinnen. Auf dieser Konferenz tauschten sich die etwa 30 Teilnehmer/-innen zwischen 18 und 26 Jahren über ihre spezifischen Schwierigkeiten in der schwul-lesbischen Jugend-(verbands-)Arbeit sowie über Diskriminierungserfahrungen aus. Sie entwickelten Forderungen, wie diesen Missständen auf politischer Ebene entgegen getreten werden kann. Die Konferenz wurde wegen der bunten Mischung der Teilnehmenden – die in ihrer Arbeit vor Ort alle sehr ähnliche Erfahrungen machen – als

spannend und anregend empfunden, und es wurde trotz der „trockenen“ Formulierungsarbeit viel gelacht.

Die von der Jugendkonferenz verabschiedeten Forderungen wurden anschließend im Deutschen Bundestag mit den Bundestagsabgeordneten und jugendpolitischen Sprecherinnen Sabine Bätzing (SPD) und Jutta Dümpe-Krüger (Bündnis 90/Die Grünen) ausführlich diskutiert und ein Vertrag geschlossen: Diese wollten sich für einen entsprechenden Bundestagsbeschluss einsetzen, dafür verpflichteten sich die Jugendlichen, weiter Jugendarbeit vor Ort und Aufklärungsarbeit an den Schulen anzubieten und sich gegen Diskriminierung einzusetzen.

Einen der Jugendlichen hatte das Projekt „so richtig gepackt“ und er entschied sich für die Mitarbeit im Vorstand, auch um dem gewünschten Bundestagsbeschluss auf den Fersen zu bleiben. Der Text wurde leicht überarbeitet, und die Erfolgchancen zusammen mit den Vertragspartnerinnen immer wieder abgewogen.

So richtig gerechnet haben sie alle nicht damit, dass es klappen würde, doch acht Monate später war es plötzlich so weit: Alle Parteien einigten sich auf einen Bundestagsbeschluss mit dem Titel „Schwule und lesbische Jugendliche – mittendrin statt außen vor!“, der die Forderungen der Jugendlichen tatsächlich „zu 90 %“ aufnahm. Der Bundestag bezieht Stellung gegen Diskriminierung und verspricht, die Schaffung von Lebensbedingungen zu unterstützen, die ein Coming Out von Jugendlichen erleichtern und ein gleichberechtigtes Leben ermöglichen. Dazu soll u.a. die Lebenssituation von jungen Lesben und Schwulen besser erforscht und den Bundesländern verstärkte Aufklärungsarbeit an den Schulen nahe gelegt werden. Für die Akteure war es ein beeindruckendes und überraschendes Erlebnis, dass 30 Jugendliche mit Hilfe eines „kleinen Ostverbands“ tatsächlich so direkt Einfluss auf die Bundespolitik nehmen können.

Als schwierig beurteilen die Interviewpartner/innen jedoch die Vermittlung dieses Erfolges an die Teilnehmer/innen der Jugendkonferenz. Die Reaktionen auf die Erfolgsmeldung waren verhalten, was darauf schließen lässt, dass die Jugendlichen aufgrund des zeitlichen und räumlichen Abstands zum weiteren Geschehen den Erfolg nicht mehr mit ihrem persönlichen Engagement bei der Jugendkonferenz in Verbindung bringen.

Das Erfolgserlebnis des Bundestagsbeschlusses ist eine wichtige Bestätigung und Ermutigung für den Lambda-Vorstand, die er aber auch braucht, um mit weiterer Wartezeit und Frustration umzugehen. Denn Solidaritätsbekundungen der Politik sind das eine, doch wenn es darum geht, Geld zu investieren und z.B. die angekündigte Studie zur Lebenssituation von lesbischen und schwulen Jugendlichen in Auftrag zu geben, dann ist davon zum Zeitpunkt des Interviews, also über ein Jahr nach dem Bundestagsbeschluss, noch nichts zu sehen. Doch die drei sind sich einig: „Davon darf man sich aber nicht unterkriegen lassen. Ich kann nur dran bleiben, das ist die Möglichkeit die ich habe.“

4.5.1.5 Jugendsprecherinnen-Ausbildung für behinderte Mädchen (10.3.2004-10.12.2004)

Das Interview mit den vier leicht körperlich behinderten und geistig entwicklungsverzögerten jungen Frauen zwischen 17 und 25 Jahren stellte für die Interviewerin eine besondere Herausforderung dar, da sie nicht einschätzen konnte, wie gut die Kontaktaufnahme und Verständigung mit den teilweise sprach- und/oder sehbehinderten Frauen sein würde. Ungewiss war, ob es ihr gelingt, die Interviewfragen in der gewünschten „leichten Sprache“ zu stellen und ob eine Diskussion unter den Mädchen aufkommen wird. Die vier jungen Frauen hatten mit etwa zehn anderen behinderten und nicht-behinderten Mädchen und Frauen an einer fünftägigen Ausbildung zur Jugendsprecherin teilgenommen und in der Folge mehrere Fahrten im In- und Ausland durchgeführt, z. T. um Preise für das Projekte entgegen zu nehmen und um auf europäischer Ebene und im Kieler Landtag mit Politiker/innen und den Medien über ihre Vorstellungen zu sprechen, z.B. von barrierefreiem Leben - womit sie nicht nur die baulichen Barrieren meinen, sondern auch die Barrieren in den Köpfen und durch zu komplizierte Sprache.

Die jungen Frauen konnten für das Interview gewonnen werden, weil sie sich regelmäßig in der Freizeiteinrichtung von Mixed Pickles e.V. in Lübeck aufhalten und sich dort ehrenamtlich engagieren. Die Pädagoginnen des Vereins, die auch die Fortbildung ins Leben gerufen hatten, stellten den Kontakt her. Das Interview konnte auch in den Räumen der Freizeitstätte stattfinden, während im Nebenzimmer die normale Gruppenarbeit mit Kindern lief. Zwei der jungen Frauen sind sehr früh da und helfen beim Aufbau, so dass schon im Vorfeld eine Gewöhnung aneinander stattfindet. Sie sprechen lang-

sam und verständlich und die Kommunikation stellt sich als wesentlich leichter heraus als von der Interviewerin gedacht.

Insgesamt ist die Interviewatmosphäre von sehr viel Gelächter der drei jüngeren Frauen geprägt, die eher ein Teenieverhalten an den Tag legen, sehr zum Ärger der 25-jährigen, die sich dadurch immer wieder in ihren Äußerungen gestört fühlt und es mit Strenge probiert, was aber nicht den gewünschten Erfolg zeigt und sie in eine Außenseiterrolle bringt. Die Spannungen lösen sich aber immer wieder auf, vor allem wenn es zur gegenseitigen Anerkennung des Gesagten kommt.

Auffällig ist, dass Erinnerungen anders zustande kommen als in den anderen Interviews. Wichtig sind die Namen der anderen Teilnehmenden und die Orte der Handlung, dann verknüpfen sich auch die Geschehnisse wieder. Das führte innerhalb des Interviews manchmal zu längeren (Namens-)Suchprozessen, die aber in klare Erinnerungen des Erlebten mündeten, die mit großem Engagement berichtet, gegenseitig ergänzt und auch mal korrigiert wurden. Wenn die Antwort auf eine Frage offensichtlich schwer fiel, versuchte die Interviewerin, die Frage noch klarer zu stellen oder bot - wie in einem multiple choice Bogen - eine Auswahl an mehreren möglichen Antworten an, um die jungen Frauen anzuregen, ohne direktiv zu werden.

Insgesamt zeigte sich, dass die jungen Frauen viel Spaß an der Ausbildung hatten und sich auch schwierigen Herausforderungen - wie z.B. das Halten einer Rede vor fremden Menschen - stellten und dabei Erfolgserlebnisse hatten. Sie können sich vorstellen, mit Unterstützung als Jugendleiterinnen Gruppen von jüngeren Kindern zu begleiten und diese z.B. bei Spielen anzuleiten, weil sie das ebenfalls gelernt haben.

Die Reiseerlebnisse waren wichtige Bestandteile der Erzählung, wobei das Zusammentreffen mit vielen Jugendlichen aus anderen Ländern der EU und die Aufmerksamkeit der Politiker/innen für die eigenen Anliegen eine wichtige Rolle spielten (auch wenn deren Reden manchmal zu langweilig und zu wenig in leichter Sprache gehalten waren).

Das Erleben von Beteiligung kam deutlich zum Ausdruck, auch wenn die abstrakten Zusammenhänge der politischen Strukturen oder der Einbindung ihrer Jugendsprecherinnen-Ausbildung in das Projekt P nicht präsent waren. Sehr engagiert waren die jungen Frauen auch in der Darstellung der ihnen wichtigen Themen. Dazu gehörten „behindertenspezifische“ Themen wie leichte Sprache im Alltag und in der Politik, barrierefreie Zugänge in der In-

nenstadt wie auch zu Pferdehöfen, aber ebenso auch der vehemente Einsatz gegen das Rauchen im öffentlichen Raum.

Es wäre ein Verlust gewesen, dieses Interview nicht zu führen, deshalb möchte die Interviewerin auch für zukünftige Projekte sowie Evaluationen Mut machen, behinderten Menschen Zugang und Gehör zu verschaffen und sich den eigenen Berührungängsten zu stellen.

4.5.2 Querschnittsthemen aus den qualitativen Interviews - Gemeinsamkeiten und Unterschiede

4.5.2.1 Jugendliche und ihr Bezug zu den Come in Contract-Projekten

Das Ziel von Projekt P, auch Jugendliche für Partizipation und gesellschaftliche Einmischung zu gewinnen, die *vorher noch nicht aktiviert waren*, ist bei den interviewten Projekten *nur zum Teil gelungen*. Die Jugendlichen des Netzwerkes Lambda und des Johanniter-Verbandes waren bereits vorher engagiert und bleiben es auch über das Projekt hinaus. Sie haben Projekt P genutzt, um sich einem klar umrissenen Thema zu widmen und es mit Aktionen zu füllen. Die Schüler/innen der Realschule wurden außer zur Teilnahme an dem Gendertraining zu keinem weiteren Engagement aktiviert. Ermutigt und aktiviert wurden in gewissem Umfang die behinderten Mädchen und wie beschrieben die Teilnehmer des Projekts „Behördenchecker“. Letztere zwar mit nachhaltigem Erfolg, aber auch mit dem Gefühl, jetzt nicht mehr unterstützt und gehört zu werden.

In den Interviews zeigte sich ein *sehr unterschiedlicher Stand der Gruppen bezogen auf das Hintergrundwissen zu Projekt P und das Modul Come in Contract*. Die Medienkampagne wurde kaum wahrgenommen - nur in Berlin waren die vielen Plakate zum Jugendfestival Berlin 05 in den öffentlichen Verkehrsmitteln aufgefallen. Die Informationen und der Anstoß sich zu engagieren, erfolgten über *Verbandsstrukturen* (DBJR und verbandsinterne Ausschreibungen) und/oder *persönliche Ansprechpartner/innen* (Sozialarbeiter/in, Lehrer/in, Ortsgruppenleiter/in).

Das breiteste Wissen über die strukturellen Zusammenhänge, die Ziele der Kampagne und des Vertrags als „Beteiligungsmethode auf gleicher Augenhöhe“ zeigte sich bei den Gesprächspartner/innen des schwul-lesbischen Jugendnetzwerkes Lambda, was insofern nicht verwundert, als dass sie alle drei

im Vorstand engagiert sind und in ihrem Projekt sehr zielgerichtet politisch tätig waren und sich deshalb auch mit strukturellen Rahmenbedingungen befassen (müssen). Ebenfalls ein enormes strukturelles und politisches Wissen, insbesondere zu Themen wie Ausländerrecht und Duldung, wiesen die „Behördenchecker“ des Jugendmigrationsdienstes Soest auf. Angesichts drängender persönlicher Themen und neuer Projektziele waren jedoch mittlerweile das Ursprungsprojekt und der in diesem Rahmen mit der Kommunalverwaltung geschlossene Vertrag in den Hintergrund gerückt und wurden nur beiläufig erwähnt. Die interviewten Mädchen mit Behinderung konnten sich gut an die Treffen mit Politikerinnen und ihre eigenen Redebeiträge erinnern, hatten jedoch wenig Zugang zu den abstrakten Zusammenhängen und Hintergründen des Projektes. Den befragten Teilnehmer/innen des Gendertrainings waren weder das Projekt P noch die Idee eines Vertrages bekannt, auch nicht die Organisation, die das Training durchgeführt hatte. Bei der Projektgruppe „Wut im Bauch“ der Johanniter war das Projekt P als Initiator und Geldgeber bekannt; die Möglichkeit, einen Vertrag abzuschließen, war im Organisationsrummel des aufwändigen Projektes untergegangen. Für sie war wesentlich entscheidender, dass sich als Ortsgruppe der Johanniter ihr Bekanntheitsgrad in Görlitz deutlich erhöht hat und ihr Image positiv beeinflusst wurde. ~~Es ist~~ ^{Es ist} festzustellen, dass für die Jugendlichen das gewählte Projektziel - und die damit verbundenen Erlebnisse und Erfahrungen - Priorität hat. Wer hinter dem Projekt steht, es initiiert oder finanziell ermöglicht, spielt eine untergeordnete Rolle bzw. hier werden *vorrangig die vermittelnden Personen aus den Verbänden oder Institutionen wahrgenommen*. Diesen scheint es wiederum – mit Ausnahme des Gendertrainings - *gut gelungen zu sein, den Partizipationsgedanken zu den Jugendlichen zu transportieren* und ihnen Mut zum Einmischen in Gesellschaft und Politik zu machen, denn die meisten Fokusgruppen berichteten mit großer Begeisterung von ihren Projekten.

4.5.2.2 Der Einstieg ins Projekt: Motive und Erwartungen

Alle Jugendlichen kamen durch *persönliche Ansprache* zu ihren Projekten bzw. bei Lambda durch ein gezieltes Anschreiben aller im schwul-lesbischen Jugendnetzwerk organisierten Gruppenleiter/innen. Dieses Projekt war auch eines der wenigen Come in Contract-Projekte, das nicht regional angebunden war, son-

dern direkt auf die Bundespolitik zielte und entsprechend auch bundesweit zur vorbereitenden Jugendkonferenz eingeladen hat. Alle anderen Jugendlichen der Come in Contract-Projekte kannten sich bereits vorher: Schulklasse, gemeinsame Freizeit, Ortsverband. Der Umstand, *sich bereits zu kennen*, wurde als positiver Faktor immer wieder betont.

Insbesondere die Behördenchecker gingen sehr offen mit der Unsicherheit gegenüber unbekanntem Jugendlichen um und waren sich nicht sicher, ob sie sich dem Projekt anschließen hätten, wenn sie niemanden gekannt hätten.

Einen weiteren Anreiz für einige der Behördenchecker, aber auch für die Mädchen mit Behinderung, bildeten *Reisen* zu Veranstaltungen zum jeweiligen Thema, zu anderen Projekten und zum Festival nach Berlin.

Die Jugendlichen des Gendertrainings und der Jugendsprecherinnen-Ausbildung hatten vorher keine Vorstellung davon, was das jeweilige Seminar bedeutet, aber sie hatten *Lust auf die Abwechslung*, erhofften sich *Spaß* und vor allem die behinderten Mädchen wollten auch *Neues lernen*.

Die Teilnehmer/innen von „Wut im Bauch“ waren fasziniert vom *Veranstaltungsmanagement* und den Möglichkeiten, das Thema Gewalt mit ansprechenden Aktionen umzusetzen. *Inhaltlich* trieb sie an, dass Jugendliche sich darüber bewusst werden sollen, wann Gewalt anfängt und dass sie selber manchmal Gewalt anwenden, obwohl sie eigentlich dagegen sind. Darüber hinaus beförderte das Projekt eine enge und *vertrauensvolle Zusammenarbeit*, was wiederum die Lust auf das gemeinsame Tun anregte.

Einen Teilnehmer der (Lambda-)Jugendkonferenz hat bereits im Vorfeld beeindruckt, dass „einem kleinen Jugendlichen die Gelegenheit gegeben wird, in die große Politik reinzuschnuppern: Ich konnte *meine Wünsche und Vorstellungen* in den Bundestag *einbringen* und wusste, es gibt Abgeordnete, die mir *zuhören* werden“. Die erhoffte Wirksamkeit wurde durch den Bundestagsbeschluss bestätigt.

Neben den schwulen und lesbischen Jugendlichen waren es die Migrant*innen, die sich durch das Wort „Politik“ nicht abschrecken ließen, sondern im Gegenteil auf das Projekt aufmerksam wurden. Als sie von einem ehrenamtlichen Mitarbeiter gefragt wurden, ob sie „*Lust auf Politik*“ haben, kam die Gruppe sehr schnell zustande. Stabilisiert wurde sie über ein Thema, das sie *alle betrifft* „Migrant*in sein in Deutschland“ und über die *gegenseitige Hilfestellung*, die die Gruppe anbietet. „Mich hat die Gruppe angesprochen, weil ich selbst manchmal in solchen Situationen bin, wie sie besprochen haben. Das hat mich inte-

ressiert und dann bin ich halt eingetreten“. Auch sie sind angetrieben von einem *inhaltlichen Ziel*. Die deutsche Mehrheitsgesellschaft soll ihre Situation erkennen und die Integration in die Arbeitswelt und ein normales Leben ermöglichen. Dazu kommt die Hoffnung, sich über das Projekt „für den eigenen Lebensweg *weiterbilden*“ zu können. Die Befürchtung, „das wird nur am Anfang so ein bisschen laber laber und dann vergessen wir’s“, bestätigt sich nicht: „Aber nein, *es war gut*, und es hat lang gedauert, wir sind immer noch da“.

4.5.2.3 Erfahrungen mit Erwachsenen und innerhalb der Gruppe

Der Impuls zur Teilnahme an Projekt P, ging in allen befragten Come in Contract-Gruppen von einer erwachsenen Bezugsperson aus, die so relevant war, dass die Gruppe die Idee aufgriff oder sich darüber konstituierte. *Diese Person bleibt auch für den weiteren Projektverlauf entscheidend*. Sie wird in Krisensituationen (der Gruppe oder des Projektes) angefragt und als *wichtige Unterstützung* wahrgenommen, ohne die das Projekt vielleicht auch gescheitert wäre. „Unsere beste Unterstützung war Y. Sie hat uns gut unter die Arme gegriffen und mal was in die Hand genommen, bevor es gegen den Baum ging“ (Projekt „Wut im Bauch“). „Wir haben jemand gebraucht, der uns wirklich sagt, wie und wo und was wir machen müssen, wo wir uns melden sollen, um diesen Erfolg zu erzielen. Und das war X, der uns die ganze Zeit beigestanden hast. Und auch jetzt immer noch – sogar ehrenamtlich“ (Projekt „Behördenchecker“). Alle Gruppen, die ihre Arbeit auch nach Ablauf von Projekt P fortsetzen, werden dabei weiterhin von dieser Bezugsperson unterstützt. Hier zeigt auch der *Altersschnitt der Gruppe* Relevanz: Nur wenn dieser über 20 Jahre liegt (wie bei Lambda), erscheint im Rückblick den Befragten die Selbstorganisation im Anschluss an den Anfangsimpuls (Projektentwicklung und bundesweite Einladung) denkbar. Dass die Moderation der Jugendkonferenz in geschulter Hand lag, wurde jedoch als gute Unterstützung des Arbeitsprozesses wahrgenommen.

Auffällig ist, dass bei der Frage nach den Erfahrungen mit Erwachsenen diese begleitenden Personen häufig nicht sofort benannt werden, so als würden sie gar nicht in die Kategorie „klassische“ Erwachsene fallen. Sie haben ihren ganz *eigenen Status im Erleben der Gruppe* und werden dann, sozusagen „im Nachgang“, lobend erwähnt.

„Erwachsene“ – das sind die anderen: Politiker/innen, Mitarbeiter/innen von Verbänden, Verwaltungen, Justiz, Polizei, Schule oder ähnlichen Institutionen, Seminarleiter/innen, Geschäftsleute, Medienvertreter/innen, interessierte Öffentlichkeit, Eltern etc.. Diese werden häufig in einer ersten Aussage sehr verallgemeinernd beurteilt - je nach Projekt positiv oder negativ. Auf die Frage nach konkreten Erfahrungen erfolgen jedoch klare Ausdifferenzierungen nach unterschiedlichen Wahrnehmungen, die sich an Personen oder Personengruppen festmachen. Da gibt es die Erwachsenen, die sie nicht ernst genommen oder sogar abgewertet haben. Andere standen ihnen kritisch gegenüber, konnten aber überzeugt werden. Oder neue, offene Gesprächspartner wurden für die Kooperation gefunden. Einige wurden als unterstützend und ermutigend wahrgenommen. Von anderen fühlten sie sich für deren Zwecke benutzt und glauben ihnen das Interesse nicht: „Die haben nur so getan als ob“.

Letzteres Verhalten konstatierten die Behördenchecker bei vielen Politiker/innen, insbesondere kurz vor der Kommunalwahl, und die Johanniter bei einigen Geschäftsleuten, die sie als Sponsoren angefragt hatten. Die schwulen und lesbischen Jugendlichen betonen dagegen ihre positiven Erfahrungen mit der Politik: „Es war nicht so: Kleiner Jugendverband trifft große Abgeordnete. Wir bekamen sofort viel Unterstützung, auch organisatorischer Art. Es war beeindruckend, wie leichtfüßig das doch ging und wie offen das System war“.

Insgesamt ergibt sich somit *kein einheitliches Bild, welche Erwachsenengruppe sich als besonders unterstützend oder besonders hinderlich* erweist. Hier sind die örtlichen Gegebenheiten und die persönlichen Herangehensweisen an die Altersgruppe Jugend ausschlaggebend.

Neben der Unterstützung wird die Arbeit über die *Identifikation mit dem Projektziel* tragfähig. Dazu gehört, dass die Gruppe das Ziel entweder *selbst auswählt* oder es zumindest *eigenständig ausgestaltet* kann und sich (damit) *öffentlich positioniert*. Ihre Themen und Ziele selbst gesteckt haben die Johanniter mit ihrer Anti-Gewalt-Kampagne und die Behördenchecker mit ihrem Dienstleistungsangebot für Migrant/innen. Gestaltungsmöglichkeiten hatten die behinderten Mädchen und die Teilnehmer/innen der Lambda-Jugendkonferenz: Sie formulierten ihre politischen und gesellschaftlichen Anliegen als spezifische Interessengruppe und präsentierten sie in der Öffentlichkeit und im politischen Raum. Dieser Zielaneignungsprozess hat bei den Teilnehmer/innen des Gendertrainings am wenigsten stattgefunden. Zwar fühlten sie sich beteiligt am

Ablauf des Seminars und hatten Spaß am Programm, aber Thema und Ziel hat sie kaum erreicht. Der Kontakt zu den Erwachsenen war darüber hinaus mit drei Tagen sehr kurz und wurde wie beschrieben auch zwiespältig wahrgenommen. Die Klasse erlebte sich nicht als Projektteam mit eigenem Ziel, sondern als Teilnehmer/innen eines Seminars. Ähnliches hätte mit der Ausbildung zur Jugendsprecherin passieren können, doch die Mädchen waren über die Schulung hinaus gut eingebunden, erlebten eine positive Außenwirkung und unternahmen in der Folge gemeinsame und aufregende Reisen zu Preisverleihungen.

Das Gruppenerleben und die Identifikation mit dem Projekt sind oft eng verwoben. Ein gemeinsames Ziel kann eine Gruppe zusammenschweißen, die sich vorher noch nicht oder kaum kannte. Es kann darüber hinaus auch junge Leute, die sich bereits kannten, mit einem *neuen Selbstbewusstsein als spezifische Gruppe* versehen, wie im Fall der Behördenchecker.

Darüber hinaus spielt die *zeitliche Dauer* des Projektes eine wichtige Rolle. Wer nur drei Tage miteinander verbringt, fühlt sich nicht so verbunden, wie eine Gruppe, die monatelang zusammen arbeitet. Hier spielen auch Widerstände gegen das Projekt eine Rolle: Wer sich gegen Widrigkeiten behaupten muss, wie z.B. die Johanniter, hält stärker zusammen. Das mag für die Gruppendynamik gut sein, aber es bleibt in der Auswertung auch ein bitterer Nachgeschmack fehlender Unterstützung durch außen stehende Erwachsene.

Insgesamt schien es keine oder kaum Streitigkeiten in den Projektgruppen gegeben zu haben. Als wichtige Faktoren für eine gute Atmosphäre wurden in den verschiedenen Gruppen genannt: gegenseitiger *Respekt*, *Spaß*, *Zusammenhalt* und gemeinsame *Verantwortungsübernahme* (alle müssen ihren Teil zum Gelingen des Projektes beitragen und z.B. bei Veranstaltungen tatkräftig mit anpacken).

Häufig kristallisieren sich in Gruppen, die vorwiegend eigenverantwortlich arbeiten, einzelne Führungspersonen heraus. Dieses Gruppenphänomen bestätigte sich bei den interviewten Projekten nicht. Zwar gab es immer Gesprächspartner/innen, die zurückhaltender oder aktiver waren als andere, aber keine Gruppe hatte eine dezidierte Führungsperson. Die Projekte wurden offensichtlich gemeinsam getragen und ermöglichten neue Erprobungsfelder für viele der Teilnehmer/innen. *Der partizipative Grundgedanke von Projekt P scheint somit auch die Struktur der Gruppen beeinflusst zu haben.*

4.5.2.4 Erfolge, Misserfolge und Verbesserungsvorschläge

Die Einschätzung von Erfolg und Misserfolg macht sich in den Projekten an unterschiedlichen Kriterien fest: gelungene inhaltliche Arbeit, Teilnehmer/innenzahlen bei Veranstaltungen, gute Teamarbeit oder Unterstützung und Wertschätzung durch Erwachsene und Entscheidungsträger/innen.

Die Johanniter beispielsweise sind zwiegespalten bezüglich ihres Erfolges mit „Wut im Bauch“. Sie sind zufrieden damit, wie sie ihre Vielzahl an Veranstaltungen bewältigt haben, hätten sich aber für die eine oder andere Veranstaltung größere Resonanz bei den Jugendlichen und mehr Unterstützung von den Erwachsenen gewünscht. Das Resümee lautet: *Wer da war, dem hat es gut gefallen. Aber wie kann es gelingen, mehr Jugendliche zu erreichen?* Auch methodisch wollen sie das Konzept noch verbessern, weil ihre Grundidee „Körperliche Aktivitäten, Entspannung, Deeskalationstraining und spannende Freizeitbeschäftigungen als Mittel gegen Gewaltbereitschaft“ von vielen Jugendlichen nicht verstanden wurde. Zwar fanden die vielen lebensnahen Aktionen großen Anklang, aber der Zusammenhang mit dem Thema Gewalt wurde zu wenig wahrgenommen.

Für ein Folgeprojekt wünschen sie sich eine *längere Laufzeit*. Bei Projekt P musste alles so schnell gehen mit dem Finanzierungsplan, obwohl sie doch noch gar keine Erfahrung im Veranstaltungsmanagement hatten. Darüber hinaus war die Jahreszeit ungünstig: schon zu kalt für Open Air Veranstaltungen, was Mietkosten nach sich zog, die im Sommer vermeidbar gewesen wären.

Auch mussten sie feststellen, dass so eine große Veranstaltungsreihe sie an die Grenzen ihrer Möglichkeiten geführt hat. „Am Schönsten war die Abschlussveranstaltung. Jetzt wussten wir: Wir ham’s geschafft! Zur Weiterführung haben wir jetzt zwei andere Gruppen, die können uns unter die Arme greifen, vielleicht können wir uns da mal ab und zu zurücklehnen Außerdem haben wir jetzt die Kontakte schon gesammelt.“

Für das Gendertraining waren keine Erfolge oder Misserfolge auszumachen, da sich die Klasse offensichtlich keine Ziele gesetzt hatte. Die Mädchen bewerteten die Arbeit in den geschlechtsgetrennten Gruppen sehr positiv, weil sie dort offener und mit weniger Zurückhaltung über ihre Lebenssituationen und Ideen sprechen konnten. Auf die Jungen wirkte die vorgegebene Trennung eher befremdlich. Trotz der Skepsis der Jungen gegen die vermeintlichen Absichten der Trainer/innen, fanden alle das Seminar so gut, dass sie gerne nach

den drei Tagen weiter gemacht hätten und sich auch noch mal ein solches oder ähnliches Training wünschen.

Die Mädchen von Mixed Pickles e.V. sprachen nicht explizit von Erfolg, waren jedoch sehr stolz auf die Reden, die sie im Kieler Landtag vor der Presse gehalten haben.

Der größte Erfolg für die Lambda-Jugendlichen war die Verabschiedung ihrer Forderungen und Vorschläge als Bundestagsbeschluss. Erfreulich leicht war auch der Einstieg in die Zusammenarbeit mit den Bundestagsabgeordneten. Nicht als Misserfolg, aber doch als Schwierigkeit empfinden sie die bisher noch fehlende Umsetzung ihrer Forderungen z.B. nach einer bundesweiten Studie zur Lebenssituation der lesbischen und schwulen Jugendlichen oder nach einem toleranzfördernden Umgang mit dem Thema in den Schulen. Denn vor dem Hintergrund der offen schwul lebenden Politiker wie z.B. Klaus Wowereit in Berlin „wird vergessen, dass es für junge Menschen, 14- oder 15-Jährige gerade in der Schule nicht selbstverständlich ist zu sagen: Ich als Junge liebe Jungs - und das ist auch gut so!“ Schwierig wird auch die *Anbindung der Jugendlichen an den langwierigen Verlauf solcher politischen Prozesse* bewertet, weshalb solche Erfolge von einigen Teilnehmer/innen der Jugendkonferenz gar nicht mehr als Ergebnis der eigenen Arbeit wahrgenommen wurden, was weiteres Engagement eher hemmt als befördert.

Angesichts der großen Ziele der Behördenchecker, den Blick der Deutschen auf die schwierige Situation der Migrant/innen zu lenken und darüber auch eine politische Veränderung zu bewirken, schwanken sie bei ihrer Bilanz zwischen großer Frustration und Stolz auf die geleistete Aufklärungsarbeit. „Es ist auch schon ein Erfolg, wenn man in Essen oder in Berlin war und eine einzige Person trifft, die keine Ahnung hatte und der man das dann erzählt und die sich wundert und schockiert ist, dass es in Deutschland so ist“. Doch für manche reicht das nicht: „Es zeigen auch viele Menschen Interesse an uns, so ist das nicht. Aber es kommt einfach nicht genug an die Öffentlichkeit.“ Sie erleben die Jugend gespalten, weil Deutsche und geduldete Migrant/innen sich mit ganz anderen Themen beschäftigen müssen oder können. Während sich die einen überlegen, welches Auto sie kaufen möchten, suchen die anderen nach einem Weg, nicht in Armut und Isolation abzurutschen und kämpfen gegen ein veraltetes Bild von ausländischen Jugendlichen: „Seit 20 Jahren lebe

ich in Deutschland, und ich werde bis heute noch gefragt: ‚Boah, wieso kannst du so gut deutsch?‘ Ich wunder mich immer, dass ich diese Frage gestellt bekomme. Es wird Zeit, dass eingesehen wird, dass es Ausländer gibt, die deutsch aufwachsen.“ Ihr Verbesserungsvorschlag, der weit über Projekt P hinausgeht, lautet: Politiker sollen nicht nur zuhören, sondern handeln und die entsprechenden Ausländergesetze ändern, so dass Integration möglich wird.

4.5.2.5 Persönlicher Gewinn und Nachhaltigkeit

Der persönliche Gewinn der Jugendlichen an den Partizipationsprozessen wird in der qualitativen Forschung zunehmend in einen biografischen Kontext gestellt (vgl. Winklhofer/Zinser 2006). Die Beweggründe der Jugendlichen für gesellschaftliches Engagement zu einem bestimmten Zeitpunkt in einem spezifischen Projekt sind verbunden mit einer Erfahrung von Zugewinn, die jede Person anders erlebt und die eingebunden ist in eine so genannte „biografische Passung“. Diese Passung hat in Kombination mit den Rahmenbedingungen und Inhalten eines Projektes auch deutlichen Einfluss auf dessen Nachhaltigkeit. Die eigene biografische Passung ist dem Einzelnen in der Regel nicht sofort, d.h. häufig erst im Rückblick auf Lebensabschnitte präsent. Sie erschließt sich in der Forschung durch biografisch-narrative Einzelinterviews mit entsprechend tiefgehender Auswertung. In Gruppeninterviews, auch wenn sie narrativ geführt werden, ist diese biografische Passung für einzelne Personen daher nur in Ansätzen erkennbar. Somit müssen wir uns in der vorliegenden Auswertung auf die aktuelle Wahrnehmung der Jugendlichen in der Gruppensituation beschränken.

Ein wichtiger persönlicher Zugewinn ist das *Erleben von Selbstwirksamkeit*. Davon berichten vor allem die schwulen und lesbischen Jugendlichen aber auch die Johanniter und die behinderten Mädchen. Die Wirksamkeit wird in der Regel auch von außen wahrgenommen und, wenn es gut läuft, in Form von Anerkennung und Wertschätzung an die Gruppe zurück gespiegelt, was zu einer *Steigerung des Selbstwertgefühls* beiträgt. „Meinem Lehrer und meinem Schulleiter habe ich die Rede [für die Presse im Kieler Landtag] vorgelesen, und die fanden sie toll.“ (Projekt Mixed Pickles e.V.)

Wenn die Anerkennung sich außer in Worten in Form von Preisen oder Einladungen zu Tagungen etc. konkretisiert, werden weitere relevante Felder

für Außendarstellung und Erlebnis und damit für persönlichen Gewinn eröffnet, wie sich sowohl bei den Mädchen von Mixed Pickles als auch bei den Behördencheckern deutlich zeigt.

Die eigene Wirksamkeit ist auch deshalb so relevant, weil sie nach einem hohen Einsatz von Zeit und Energie – eventuell auch gegen Widerstände – nicht als selbstverständlich gilt: „Es macht schweineviel Arbeit und eine Menge Ehrgeiz muss dahinter stecken und viel Zeit“. (Projekt „Wut im Bauch“) Bewältigt werden muss auch die Unsicherheit im Umgang mit unbekanntem Verwaltungsprozessen oder Zuständigkeiten: „Dann ist keiner da, der sich zuständig fühlt, und du wirst zur nächsten Stelle geschickt. Beim nächsten Mal würde ich mich sicherer fühlen und besser wissen, wie man damit umgeht.“ (Projekt „Wut im Bauch“)

Die erzielte Wirkung beruht auf Handeln und Anstrengung, das macht sie wertvoll. Genau dieser hohe Einsatz macht aber auch nicht erlebte Wirksamkeit so frustrierend, wie es zum Teil von den Behördencheckern wahrgenommen wird. Dennoch scheint für den Großteil der Gruppe der persönliche Zugewinn immer noch größer zu sein als die Frustration: „Das Projekt hat uns die Augen geöffnet, dass wir doch was machen können und dass von uns aus auch was kommen muss. Damit die sehen, dass wir auch was wollen.“

Zugewinn speist sich häufig auch aus emotionalen Gruppenerfahrungen wie *Nähe, Zugehörigkeit, Verlässlichkeit und Solidarität* – beispielsweise bei gemeinsamen Reisen oder Veranstaltungen. Zu den Highlights einiger Teilnehmer/innen bei „Wut im Bauch“ gehört der Open Air Kinoabend, nicht zuletzt weil hier „alle Johanniter zusammengekuschelt“ unter den gespendeten Fleecedecken saßen. Was sie aus den gemeinsamen Erfahrungen u.a. mitgenommen haben, ist „der Mut zu sagen: Wir sind Johanniter und wir machen diese Aktion hier.“, obwohl sie sich vorher als kleiner Ortsverband eines in Görlitz eher unbekanntes Hilfsdienstes wahrgenommen hatten.

Die Erfahrung von Zugehörigkeit ist oft verknüpft mit der Herausstellung der Besonderheit der Gruppe durch Außenstehende, z.B. durch öffentliche Anerkennung, Preise oder Einladungen.

Die Aneignung von *öffentlicher Präsenz und Außendarstellung* wird intensiv erlebt. Neue Aktionsfelder und Rollen werden besetzt und können zu weiterer Anerkennung und gestärktem Selbstbewusstsein führen. Sie stellen aber auch

eine Konfrontation mit der Selbstwahrnehmung und der eigenen Unsicherheit dar: „Ich fand es aufregend, wie wir da vor dem Rednerpult standen und unsere Wünsche äußerten, was man sich anders vorstellt. Zum Beispiel wie man im Rollstuhl sitzt und überall nicht hinkommt, weil da nur Treppen sind... Aber hinterher meine Stimme [auf dem Band] zu hören, das war richtig schrecklich.“

Öffentliche Präsenz kann machtvoll sein und die Aufmerksamkeit auf die eigene Person und/oder das Thema ziehen: „Mein Erfolg war, dass ich mit den Problemen mit meinen Papieren ins Fernsehen gekommen bin. Sie haben sich dafür interessiert, und dann habe ich das natürlich gerne alles erklärt.“ (Projekt Behördenchecker)

„Es war spannend zu sehen, wie die Zuschauer bei der Auftaktveranstaltung dachten, ich würde wirklich verprügelt. Das war einfach herrlich“. (Projekt „Wut im Bauch“)

Die *Aneignung von sozialen sowie Sach- und Fachkompetenzen* werden von den Jugendlichen ebenfalls als persönlicher Gewinn verbucht – insbesondere mit Blick auf schulische und berufliche Anforderungen. Die Mädchen beim Gendertraining haben geübt, wie Kompromisse geschlossen werden, aber auch wie sie die Durchsetzung ihrer Interessen angehen können. Ein Mitglied der Behördenchecker nennt als ein Ergebnis der Reisen zu Fachtagungen: „Ich habe Präsentationsgeschick gelernt - wie man etwas darstellen kann, dass es verständlicher für andere Menschen ist.“

Ebenfalls als Gewinn werden *neue Kontakte* wahrgenommen. Das können Kontakte zu interessanten Gleichaltrigen sein, woraus lockerer Erfahrungsaustausch oder Freundschaften und Beziehungen entstehen können. Das können aber auch Kontakte zu Erwachsenen sein, die als Personen spannend sind und sich als Vorbilder eignen oder die für das Projekt oder die Einzelperson hilfreich sind. Letzteres wird in dem Kontext von freiwilligem Engagement schnell als egoistisch eingeschätzt (von Außenstehenden wie von den Jugendlichen selbst) und eher verschämt als Gewinn ins Feld geführt: „Ich hab einen persönlichen Gewinn gehabt, ich hab meinen Ausbildungsplatz über das Projekt bekommen.“ (Projekt Behördenchecker)

Neue Kontakte sind auch eine Herausforderung an die soziale Kompetenz: „Ich war das erste Mal auf einer Tagung. Wir hatten keine Ahnung wie wir reagieren sollen, wenn uns irgendjemand was fragt. Und mit der Zeit kam das

dann ohne Probleme, dass wir auf Leute zugehen und denen erzählen konnten, was wir machen.“ Durch diese Erfahrungen im Umgang mit unbekanntem Personen entwickelten die Behördenchecker nach eigener Aussage eine bessere „Menschenkenntnis“.

Die Erfahrungen von persönlichem Gewinn in allen seinen Facetten legen einen Grundstein für die Nachhaltigkeit von Engagement. Die jungen Migranten, die lesbischen und schwulen Jugendlichen, die Johanniter-Jugendlichen und die Mädchen mit Behinderung haben fest vor, sich weiterhin zu engagieren, denn ihre vorrangig positiven Partizipationserfahrungen ermutigen sie und machen Lust auf mehr Partizipation. Doch bei aller Motivation werden immer wieder neue Impulse, Finanzen, Begleitpersonen – kurz: fördernde Rahmenbedingungen – benötigt.

Die Behördenchecker wollen mehrgleisig fahren: Zum ersten möchten sie vor Ort politisch ins Spiel kommen und versuchen daher einen Sitz im - ihrer Meinung nach überalterten - Ausländerbeirat zu bekommen. Zum zweiten wollen sie weiterhin öffentlich auf ihre Situation aufmerksam machen und streben mittelfristig eine Veränderung der Gesetzeslage an. Zum dritten möchten sie sich auf europäischer Ebene austauschen, um mehr über die Situation von Migrant/innen in anderen Ländern zu erfahren und von ihren Ideen zu lernen. Was sie benötigen ist eine Lobby, die Finanzierung der Netzwerk- und Öffentlichkeitsarbeit und eine Vertrauensperson, die sie unterstützt und berät. Für diese Anliegen wünschen sie sich Unterstützung durch Nachfolgeprojekte von Come in Contract oder durch Projekte, die noch näher an ihrem thematischen Interesse liegen.

Der Lambda-Vorstand plant, sich zusammen mit interessierten jugendlichen Mitgliedern am Folgeprojekt von Projekt P zu beteiligen, am liebsten in einem Modul auf europäischer Ebene. Die europäische Anti-Diskriminierungs-Richtlinie könnte als Ausgangspunkt dienen, um die Situation in anderen EU-Ländern mit der in Deutschland zu vergleichen. Eine Zusammenarbeit mit den Partnerorganisationen in Polen und Slowakei würde sich dazu anbieten. Darüber wollen sie aber die Umsetzung des Bundestagsbeschlusses nicht aus den Augen verlieren. Eine Erhebung der Lebenssituation schwuler und lesbischer Jugendlicher bildet eine wichtige sozialwissenschaftliche Grundlage für die weitere Unterstützung ihrer Zielgruppe bleibt deshalb auf der Tagesordnung.

Auch die Anti-Gewalt-Arbeit der Johanniter soll eine Fortführung erfahren. Die Görlitzer Jugendlichen sollen merken, dass so ein Projekt nicht einfach abstirbt und nur eine einmalige Angelegenheit ist. Das wäre auch schade um die gesammelten Erfahrungen, die in die Fortsetzung einfließen sollen. Dazu ist das Anliegen zu wichtig und die Lust an den Aktionen und daran, im Gespräch zu bleiben, zu groß. Auch ohne es "Politik" oder „Partizipation“ oder „gesellschaftliche Einmischung“ zu nennen, setzen sie gerne ein weiteres Projekt gegen Gewalt um. Was sie sich dafür wünschen, ist Unterstützung und Geld.

5 Qualifizierungsseminare

Wie in Abschnitt 3.3.2 beschrieben, war der Rücklauf zur Befragung von Jugendlichen nach ihren Erfahrungen mit den von der Bundeszentrale für politische Bildung initiierten Qualifizierungsseminaren sehr gering. Für die folgenden Analysen stehen lediglich 38 Fälle zur Verfügung. Dies lässt lediglich Auszählungen ohne jedwede Differenzierungen nach bestimmten Gruppen (bspw. Geschlecht) zu. Zudem erschwert die geringe Fallzahl einen Vergleich mit anderen Studien, wie z.B. dem DJI Jugendsurvey.

5.1 Soziodemografie

Von den 38 Befragten sind 14 männlich (37%) und 24 weiblich (63%). Die Altersspanne erstreckt sich von 15 bis 29 Jahre, 21% der befragten Jugendlichen sind unter 18 Jahre alt, 66% 18 bis 21 Jahre alt und 13% sind älter als 22 (bis 29 Jahre).

92% der Befragten sind deutsche Staatsbürger, 2 Personen (5%) haben zwei Staatsbürgerschaften und eine Person hat ausschließlich die französische Staatsbürgerschaft. Dies legt nahe, dass die überwiegende Zahl der befragten Jugendlichen auch Eltern hat, die in Deutschland geboren wurden. Erwartungsgemäß geben 82% an, dass ihre Mutter in Deutschland geboren ist und 90%, dass ihr Vater gebürtiger Deutscher ist.

Mehrheitlich stammen die zurückgekommenen Fragebögen von Jugendlichen (wie bei der Befragung der Come in Contract-Projekte) aus den westlichen Bundesländern: dabei hauptsächlich aus Nordrhein-Westfalen (22 von 38, entspricht 58%). 22% leben in Sachsen, 8% in Niedersachsen, 5% in Brandenburg und jeweils 3% in Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg und Bayern.

34 der 38 Befragten (89%) haben das Abitur (bzw. die allgemeine Hochschulreife) als höchsten allgemein bildenden Schulabschluss bereits erreicht bzw. streben ihn an. Jeweils zwei Befragte besitzen die Mittlere Reife bzw. die Fachhochschulreife. Befragte mit höheren Ausbildungszertifikaten sind folglich deutlich überrepräsentiert.

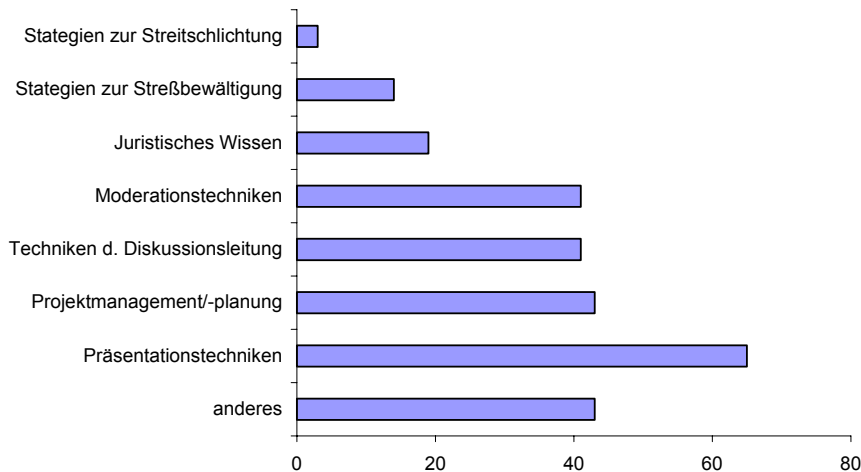
5.2 Anbieter des Seminars, Inhalte, Ablauf, geförderte Kompetenzen

Die Qualifizierungsseminare wurden von drei Anbietern Ende 2004 bis Anfang 2005 durchgeführt: Herbert Wehner Bildungswerk, Verein zur Förderung politischen Handelns und Politischer Arbeitskreis Schulen. Von den 38 jugendlichen Befragten erinnern sich zehn, ein Seminar des Vereins zur Förderung politischen Handelns besucht zu haben, 17 Befragte geben als Veranstalter ihres Seminars den Politischen Arbeitskreis Schulen an, acht Jugendliche können sich nicht erinnern und drei machen hierzu keine Angabe.

Die überwiegende Zahl der Befragten (20 von 38) gibt an, im Jahr 2005 eines der Seminare besucht zu haben, acht im Jahr 2004 und zwei im Jahr 2003 (acht Personen machen keine Angabe).

Der Fragebogen erfasst über sieben Antwortvorgaben und eine offene Antwortmöglichkeit die Inhalte, die den Jugendlichen und jungen Erwachsenen in ihrem jeweiligen Seminar vermittelt wurden (vgl. Abb. 5.1). Die Auswertungen der Mehrfachantworten zeigen, dass Präsentationstechniken am häufigsten genannt werden, gefolgt von Projektmanagement oder -planung sowie Moderations- und Diskussionstechniken. Die Angaben unter „anderes“ beziehen sich gut zur Hälfte auf spezifische Inhalte hinsichtlich der Arbeit von Schülervertreter/innen. Des Weiteren werden Öffentlichkeitsarbeit, rhetorische Grundlagen und inhaltliche Informationen zur politischen Bildung in Europa (Europa-Erweiterung) angeführt. Möchte man diese Angaben (trotz der geringen Fallzahlen) für die beiden genannten Anbieter differenzieren, zeigt sich in der Tendenz, dass Inhalte um Projektplanung eher in Seminaren des Vereins zur Förderung politischen Handelns vermittelt wurden, während Rhetorik und Hinweise zur Arbeit in Schüler/innen-Vertretungen eher Themen in Seminaren des Politischen Arbeitskreises Schulen waren.

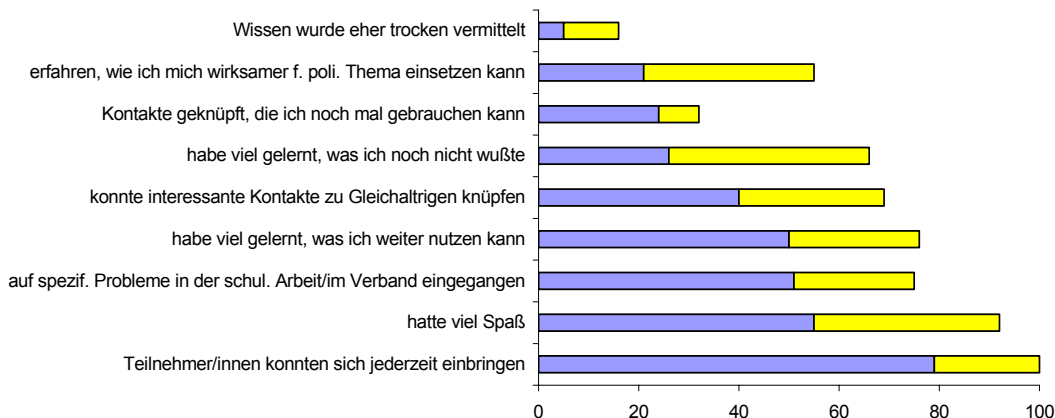
Abb. 5.1: Seminarthemen (Mehrfachnennungen, Angaben in % der Fälle)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Dem partizipativen Gedanken fühlten sich offensichtlich alle Anbieter der Qualifizierungsseminare verpflichtet. 79% der befragten Jugendlichen stimmen der Aussage voll und ganz zu, dass sie sich als Teilnehmer/innen jederzeit einbringen konnten. Die verbleibenden 21% können dem mit dem Zusatz „eher“ ebenfalls zustimmen. Und das in einer Atmosphäre, die den Jugendlichen Spaß gemacht hat. Ein Blick auf Abbildung 5.2 verdeutlicht, dass die Jugendliche daneben auch den Eindruck haben, Nützliches und Neues für ihre Arbeit in gesellschaftlichen Zusammenhängen gelernt zu haben. In der Abbildung sind die Zustimmung ausdrückenden Werte 1 und 2 der insgesamt 4-stufigen Skala vermerkt.

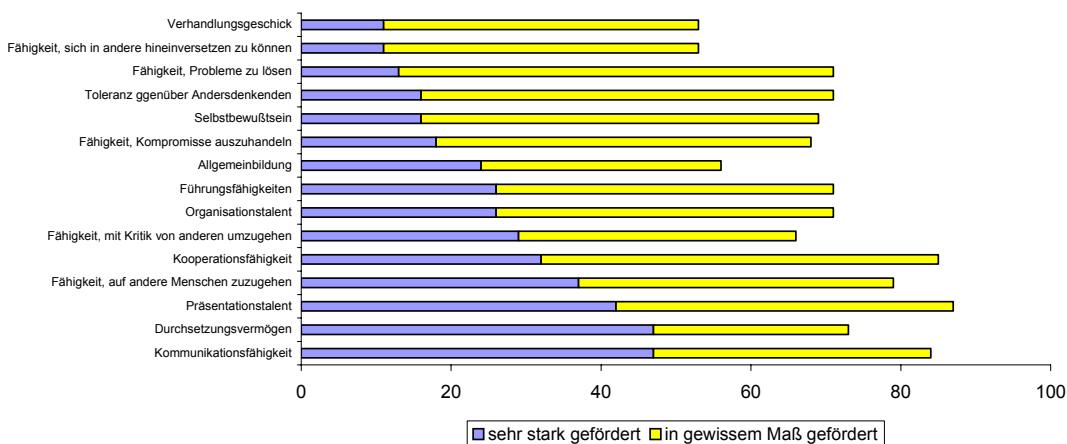
Abb. 5.2: Ablauf des Seminars (4-stufige Skala von 1=stimme zu bis 4=stimme nicht zu, dargestellt sind die Werte 1 und 2, Angaben in %)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Der Erwerb von Kompetenzen innerhalb von Jugendarbeit und (auch) neben dem bloßen Zuwachs an Wissen, wurde über eine Frage erhoben, die Auskunft darüber erbat, inwieweit bestimmte Eigenschaften durch die Teilnahme an dem jeweiligen Qualifizierungsseminar gefördert wurden. Die folgende Abbildung 5.3 gibt Auskunft über die Antworten der Jugendlichen.

Abb. 5.3: Geförderte Kompetenzen (Angaben in %)

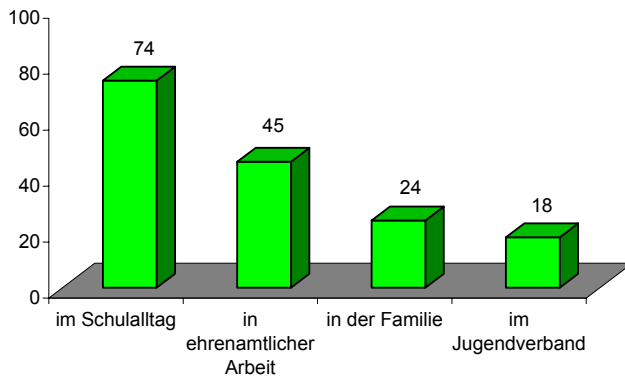


Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Vier der 38 jugendlichen Befragten geben an, dass sie das Gelernte bisher nirgendwo einsetzen konnten. Von den verbleibenden Jugendlichen konnte die Mehrzahl das neu gewonnene Wissen oder neu erworbene Fähigkeiten vor

allem im Schulalltag (hier vermutlich in Schüler/innen-Vertretungen) einsetzen (vgl. Abb. 5.4).

Abb. 5.4: Anwendungsbereiche für Gelerntes (Angaben in %)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

„Alles in allem“ wurden bei der überwiegenden Zahl der Jugendlichen, die an den Seminaren teilgenommen haben, die Erwartungen voll und ganz bzw. mit einer kleinen Einschränkung erfüllt (84%).

5.3 Kenntnis von Projekt P, Interesse an Projekt P und weitere Nutzung von Angeboten

Obwohl die von der Bundeszentrale für politische Bildung initiierten Qualifizierungsseminare in den größeren Kontext von Projekt P eingebunden waren, kennt nahezu ein Drittel (63%) der befragten Jugendlichen die Initiative Projekt P nicht. Von den 14 Personen, die Projekt P kennen, wussten lediglich vier, dass das Seminar ein Teil der größeren Kampagne war. Auf diese 14 Personen beziehen sich die weiteren Berechnungen und Angaben. Dabei muss bedacht werden, dass die Datenlage nicht einmal Trendaussagen zulässt. Trotzdem sollen die Ergebnisse berichtet werden.

Fünf der 14 Befragten, die Projekt P kennen, geben weiter an, dass Projekt P im Rahmen ihres jeweiligen Qualifizierungsseminars vorgestellt wurde. Und nur sechs Personen aus der Gruppe der Projekt P-Kenner/innen waren so interessiert an der Kampagne, dass sie sich um weitere Informationen über Projekt P bemühten. Auf die Bundeszentrale für politische Bildung als Informationsquelle entfällt mit drei Nennungen die höchste Zahl der Angaben. Alle

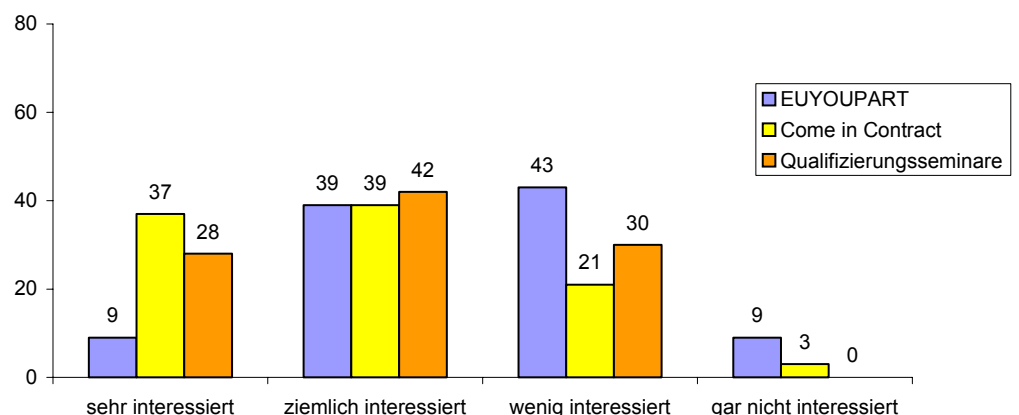
anderen Quellen sind (zumindest für die hier Befragten und eingedenk der geringen Fallzahl) bedeutungslos.

Insgesamt sieben Jugendliche aus der Gruppe der 14 „Kenner/innen“ nutzen weitere Angebote aus dem gebotenen Spektrum der Initiative Projekt P. Sie verteilen sich auf die Nutzung der Website www.projekt-p.de, der Teilnahme am Festival Berlin05 und Teilnahme an weiteren Projekten im Rahmen der Kampagne.

5.4 Politisches Interesse und politische Orientierungen

Abbildung 5.5 weist die Häufigkeiten (in Prozent) hinsichtlich des politischen Interesses der Jugendlichen aus. Um den Vergleich mit der Studie EUYOU-PART und den Daten der Evaluation zu Come in Contract anstellen zu können, beziehen sich die angegebenen Werte für alle Studien auf die Altersgruppe der 15- bis 25-Jährigen. Deutlich zu erkennen ist, dass sich die Jugendlichen, die an Qualifizierungsseminaren teilgenommen haben, wie die Jugendlichen aus Come in Contract-Projekten, insgesamt durch ein hohes politisches Interesse auszeichnen. Im Vergleich der drei gegenübergestellten Gruppen fällt aber auch auf, dass die Teilnehmer/innen an Come in Contract-Projekten am stärksten politisch interessiert sind.

Abb. 5.5: Politisches Interesse (Altersgruppe 15 bis 25, Angaben in %)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

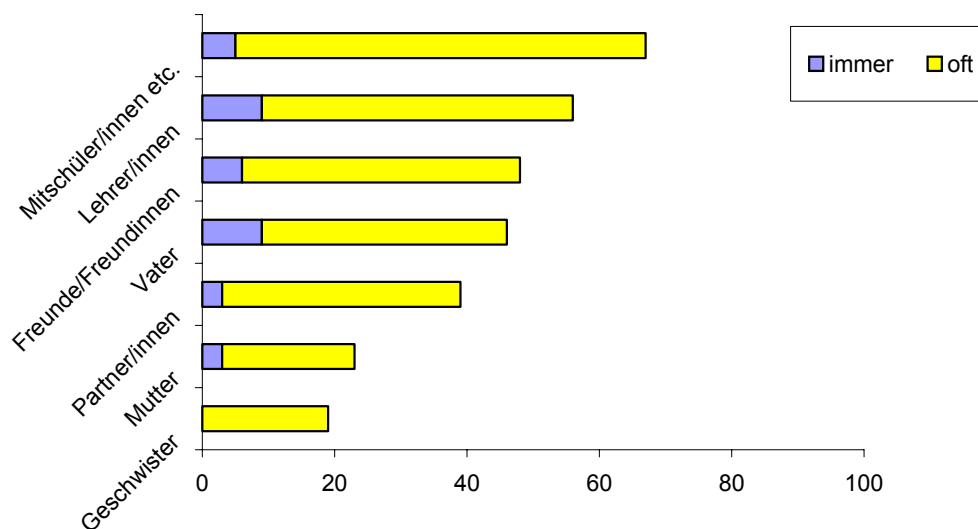
Da das Interesse an Politik mit der Kompetenz, politische Geschehnisse verfolgen zu können, positiv korreliert, dürfte wenig überraschen, dass keine/r

der Jugendliche angibt, dass das politische Geschehen immer zu kompliziert ist, um „wirklich zu verstehen, was vor sich geht“. 18% geht es aber immerhin oft so, 45% gelegentlich und weiteren 37% noch selten. Die letzte Kategorie, nämlich immer zu verstehen, was vor sich geht, wählt indes auch kein/e Jugendliche/r.

47% der jugendlichen Teilnehmer/innen an Qualifizierungsseminaren verfolgen täglich politische Nachrichten im Fernsehen, Radio oder in Tageszeitungen, 29% mehrmals pro Woche und 24% seltener. Zwei von drei Jugendlichen haben einen Vater, der sich sehr oder ziemlich für Politik interessiert, die Hälfte der Befragten haben eine sehr bzw. ziemlich an Politik interessierte Mutter. Fast ein Viertel (24%, entspricht 9 Personen) gibt darüber hinaus an, dass ihr bester Freund bzw. ihre beste Freundin sehr an Politik interessiert ist, bei einem weiteren guten Drittel (34%, entspricht 13 Personen) ist er oder sie noch ziemlich interessiert.

Am häufigsten diskutieren die befragten Jugendlichen politische Themen mit Mitschüler/innen, Arbeitskolleg/innen bzw. Studienkolleg/innen (68% tun dies „immer“ bzw. „oft“). Hohe Werte erreicht diese Frage auch für den Schulkontext (56% diskutieren immer oder oft mit ihren Lehrer/innen) und das Umfeld der Peers (47%). Relativ am seltensten werden in der Familie mit der Mutter und den Geschwistern über politische Themen Diskussionen geführt (vgl. Abb. 5.6).

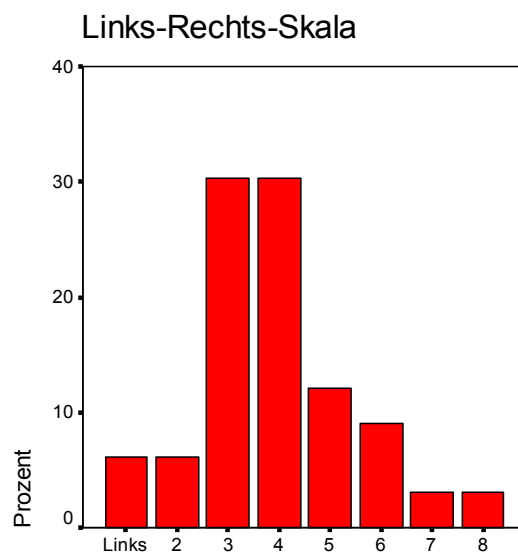
Abb. 5.6: Diskussion über politische Themen (Angaben in %)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Die politische Orientierung wurde mit der Links-Rechts-Skala abgefragt. Auf ihr konnten sich die Befragten von 0=links bis 10=rechts eintragen. Fünf der 38 Jugendlichen geben ein „weiß nicht“ zu Protokoll. Die verbleibenden jungen Erwachsenen tragen sich überwiegend auf der linken Seite der Skala ein. Die „rechten Positionen“ (mit 9 und 10) bleiben unbesetzt.

Abb. 5.7: Politische Orientierung (Angaben in %)



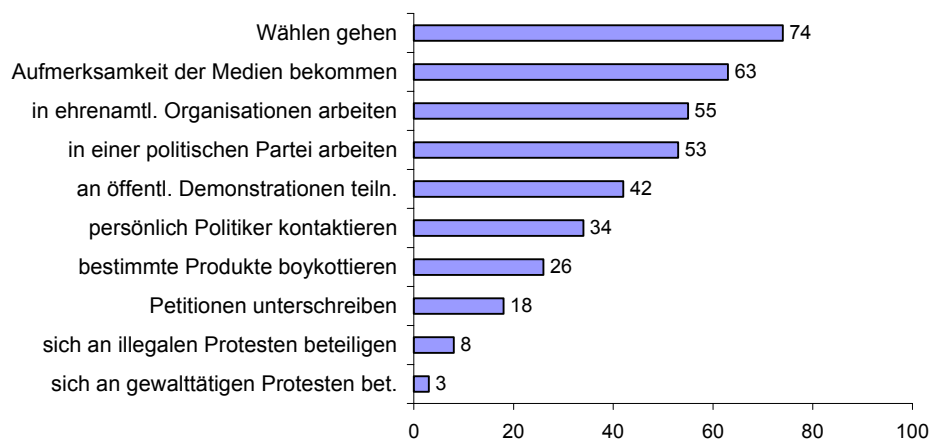
Quelle: DJI Evaluation Projekt P

5.5 Politische Beteiligung

Anhand einer 11-stufigen Skala von 0=ganz und gar nicht wirkungsvoll und 10=sehr wirkungsvoll wurden die Jugendlichen befragt, für wie wirkungsvoll sie verschiedene Aktivitäten einschätzen, wenn es darum geht, Entscheidungen in der Gesellschaft zu beeinflussen. Abbildung 5.8 stellt die Ergebnisse zusammengefasst für die Skalenwerte sieben bis einschließlich zehn dar, die die Zustimmung zur Wirksamkeit der abgefragten Optionen dokumentiert. Wählen zu gehen ist für 74% der befragten Jugendlichen (d.h. 26 der 38 Befragungsteilnehmer/innen) eine sehr wirkungsvolle Form, auf gesellschaftliche Entscheidungen Einfluss zu nehmen. Es folgen mit weiter hohen Werten Aktivitäten, um die Aufmerksamkeit von Medien zu erlangen, die ehrenamtliche

Arbeit und auch die Mitarbeit in einer politischen Partei. Nur ein sehr geringer Teil der jungen Befragten sehen in illegalen oder gewalttätigen Protesten eine wirksame Ausdrucksform. Diese Ergebnisse decken sich sowohl hinsichtlich der Reihenfolge der genannten Aktivitäten als auch in den jeweiligen Größenordnungen der Nennungen mit den Befunden aus der Jugendstudie EUYOUNG PART.

Abb. 5.8: Wirksamkeit bestimmter Aktivitäten (Angaben in %)



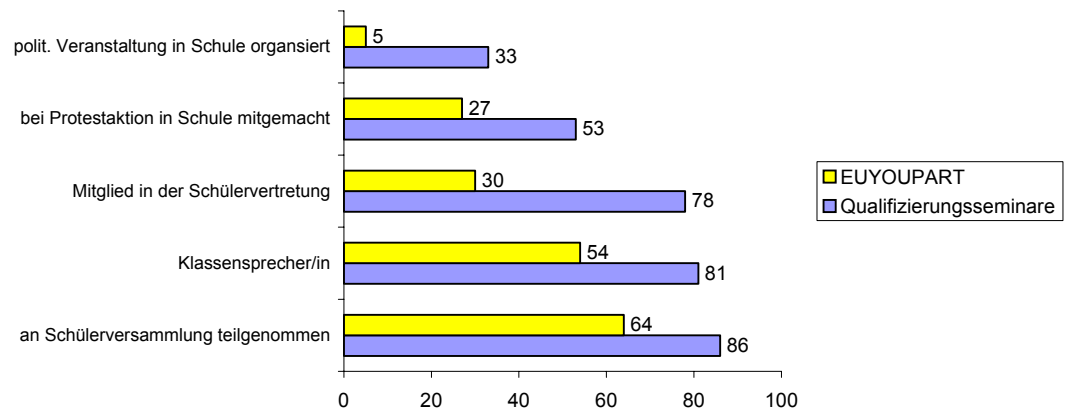
Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Die Intention der Qualifizierungsseminare war es, jugendliche Multiplikator/innen in verschiedenen Themenbereichen zu schulen. Deshalb kann es wenig erstaunen, dass der größte Teil der Befragten bereits in verschiedenen Kontexten aktiv war. Zunächst zeigt sich das an Beteiligungen innerhalb der Schule. Etwa jeweils 80% der Befragten waren bereits einmal Mitglied einer Schülerversammlung, Klassensprecher/in bzw. haben an einer Schülerversammlung teilgenommen. Über die Hälfte hat bereits einmal bei einer Protestaktion in der Schule mitgemacht, ein Drittel hat sogar eine politische Veranstaltung in der Schule organisiert. In Abbildung 5.9 sind diesen Werten die Ergebnisse der Studie EUYOUNG PART für die 15- bis 25-Jährigen gegenübergestellt⁸. Dabei sind freilich erneut die gravierend verschiedenen quantitativen Datenbasen zu berücksichtigen. Das heißt, die Interpretation der Grafik kann aufgrund der zu verschiedenen Fallzahlen der beiden Studien (über 1000 Fälle im Vergleich zu

⁸ Der Fragelaut ist in beiden Erhebungen identisch.

36 Fällen) allenfalls den Trend verdeutlichen, dass sich unter den Teilnehmer/innen der Qualifizierungsseminare tatsächlich ein hohes, bereits aktiviertes Beteiligungspotenzial verbirgt.

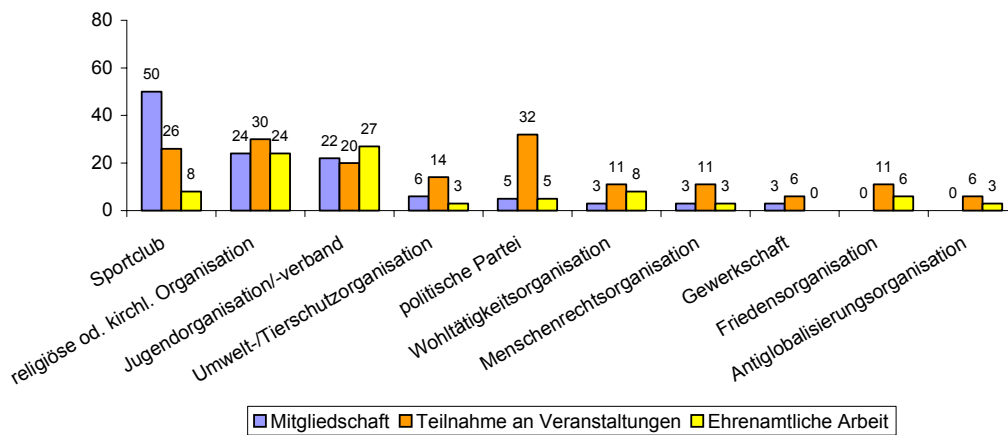
Abb. 5.9: Aktivitäten im Schulkontext (Altersgruppe 15-25, Angaben in %)



Quellen: DJI Evaluation Projekt P; DJI Studie EUYOUPART

In die Untersuchung waren weiter Fragen zur Beteiligung der Jugendlichen an verschiedenen Organisationen bzw. Gruppierungen integriert. In Abbildung 5.10 werden 1) die Ergebnisse zur Mitgliedschaft in verschiedenen Organisationen und Gruppierungen abgebildet, 2) die Anteile derjenigen Jugendlichen ausgewiesen, die angeben, an Veranstaltungen der jeweiligen Organisation teilgenommen zu haben und 3) die Werte für ehrenamtlich geleistete Arbeit berichtet.

Abb. 5.10: Gesellschaftliche und politische Beteiligung (Angaben in %)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Möchte man die Ergebnisse - wiederum eingedenk der unterschiedlichen Datenlagen – mit den Befunden aus EUYOUPART und der Jugendlichenbefragung zu Come in Contract vergleichen, ist insbesondere hinsichtlich der Jugendorganisationen und religiösen bzw. kirchlichen Organisationen folgendes zu bemerken: Die Werte der Jugendlichen aus den Qualifizierungsmaßnahmen liegen erheblich unter denen der Come in Contract-Befragten, aber auch beträchtlich höher als in EUYOUPART (z.B. Mitgliedschaft in Jugendorganisation Come in Contract 64%; Jugendliche Qualifizierungsseminare 22%; EUYOUPART 10%). Dies macht zum einen die unterschiedliche „Klientel“ der beiden Module innerhalb der Initiative Projekt P deutlich, zeigt aber andererseits auch das erhöhte Partizipationspotenzial der an den Qualifizierungsseminaren beteiligten Jugendlichen.

Auf eher punktuelle Aktivitäten zielte eine Frage ab, über deren Ergebnisse die folgende Grafik (5.11) Auskunft gibt. Die Werte der Abbildung bezeichnen die entsprechenden Prozentwerte auf der Basis der 38 Fälle. Für die sehr niedrigen Prozentwerte ist zu bedenken, dass hinter ihnen ebenfalls sehr niedrige absoluten Werte stehen, z.B. stehen drei Prozent für einen Fall.

Die am häufigsten genannten Möglichkeiten sich zu beteiligen (Teilnahme an Wahlen, Unterschriftensammlungen, Mitarbeit in einem Mitbestimmungsgremium in Schule oder Betrieb, Teilnahme an genehmigten Demonstrationen und öffentlichen Diskussionen) decken sich mit den fünf häufigsten Nennun-

gen des DJI Jugendsurveys und den Ergebnissen zu Come ein Contract-Projekten (vgl. Tabelle 4.2).

Abb. 5.11: Politische Beteiligung (Angaben in %)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Dieses hohe Aktivitätspotenzial drückt sich abschließend in der Beantwortung der Frage aus, ob die Befragten vor hätten, sich auch weiterhin für gesellschaftliche oder politische Ziele einzusetzen. 32 von 36 Jugendlichen wollen dies tun.

6 Online-Erhebung zu www.projekt-p.de

Die Online-Erhebung zur Website von Projekt P hatte zwei Zielrichtungen. Zum einen sollte das Nutzerprofil samt politischer Orientierungen und Partizipationsbereitschaft bzw. -aktivitäten erfasst werden, zum anderen standen Fragen der „Usability“ der Seite zu beantworten.

Wie bereits in den Kapiteln 4 und 5 dieses Berichts eingeführt, beginnt die Darstellung der Ergebnisse mit einem kurzen Blick auf die Soziodemografie der Befragten. Soweit nichts anderes vermerkt ist, beziehen sich die Auswertungen jeweils auf die Gesamtgruppe der Befragten.

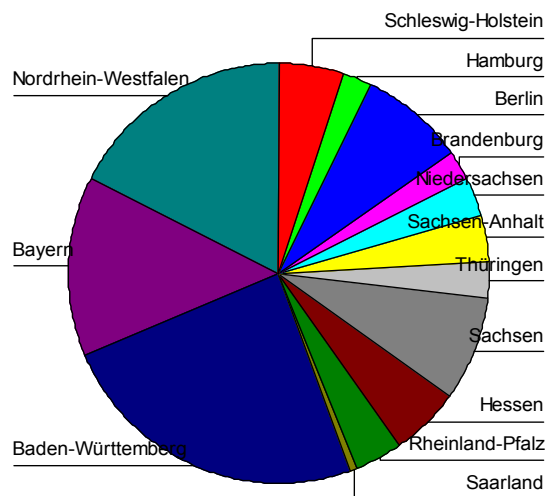
6.1 Soziodemografie

Von den 137 Personen im Datensatz sind 70% weiblichen und 30% männlichen Geschlechts. Die Spannweite des Alters der erfassten Nutzer/innen der Online-Erhebung geht von 14 bis 62 Jahren. 53% der Befragten sind 20 Jahre alt und jünger, 47% entsprechend älter als 20 Jahre. Von den Befragten sind 20 Personen 16 Jahre alt und machen mit 16% die zahlenmäßig am häufigsten vertretene Altersgruppe aus. Möchte man noch einmal eine andere Einteilung wählen, sind 78% der Befragten zwischen 14 und 27 Jahren (bewegen sich also innerhalb der Jugenddefinition des KJHG) und entsprechend sind 22% 28 Jahre und älter.

65% der Antwortenden streben das Abitur als höchsten Schulabschluss an bzw. haben die allgemeine Hochschulreife bereits erworben. Weitere 19% erwerben oder besitzen die mittlere Reife, 9% Fachhochschulreife, 5% einen Hauptschulabschluss und 2% haben keinen Schulabschluss. Das heißt, auch für diese Daten liegt ein deutliches Ungleichgewicht zugunsten höherer Bildungsabschlüsse vor.

Wie aus Abbildung 6.1 ersichtlich ist, kommen die meisten Antwortenden aus Baden-Württemberg (24%), Nordrhein-Westfalen (18%) und Bayern (13%). Deutlich stärker als in den Jugendlichen-Befragungen zu Come in Contract und den Qualifizierungsseminaren sind jedoch auch die östlichen Bundesländer vertreten.

Abb. 6.1: Wohnort der Befragten (Angaben in %)



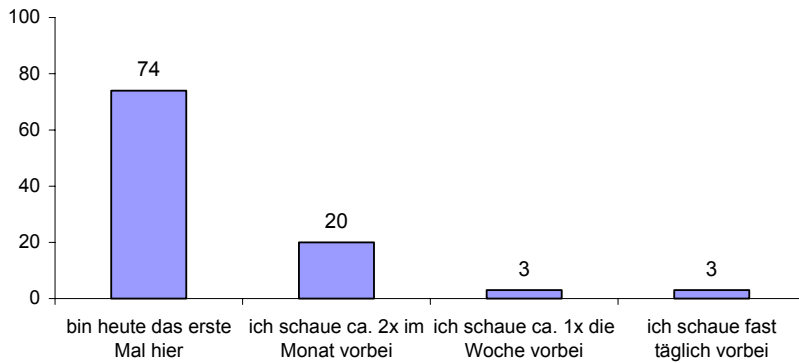
Quelle: DJI Evaluation Projekt P

85% der Befragten geben an, dass ihre Familie aus Deutschland stammt. Die verbleibenden 15% bieten ein heterogenes Bild an Herkunftsländern. Zum überwiegenden Teil stammen die Familien der Befragten aus Staaten der EU, vertreten sind weiterhin bspw. Bolivien, Marokko, Russland und die Ukraine.

6.2 Bekanntheit und Gründe für den Besuch der Website

Fast drei Viertel der Antwortenden geben an, zum Befragungszeitpunkt das erste Mal auf www.projekt-p.de zu sein. Lediglich etwas mehr als ein Viertel war bereits öfter auf der Seite und verfügt somit über Erfahrungen mit dem Umgang und den Inhalten der Seite. In den weiteren Analysen werden diese beiden Gruppen – jene mit und ohne Erfahrungen – einander gegenübergestellt und die Ergebnisse verglichen.

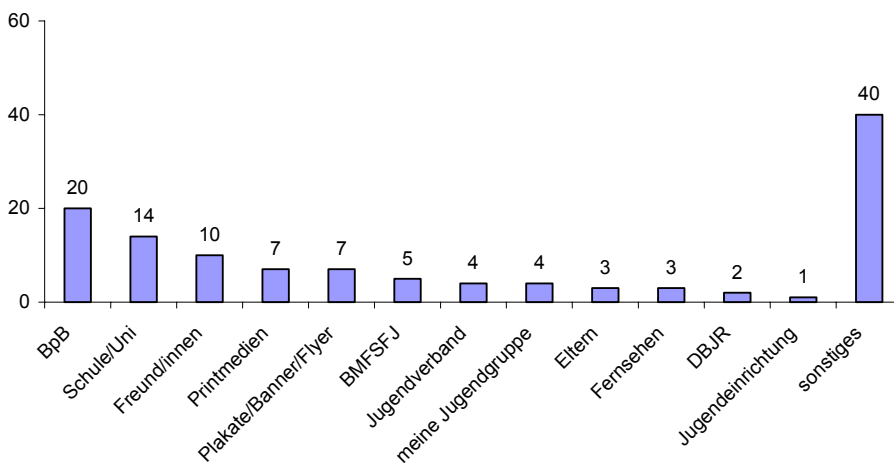
Abb. 6.2.: Besuch der Website (Angaben in %)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Mit 40% haben sich die meisten Jugendlichen bei der Beantwortung der Frage danach, wie sie auf die Website aufmerksam geworden sind, für die Kategorie „sonstiges“ entschieden. Hierunter verbergen sich vor allem Nennungen, die auf eine Internetrecherche hinweisen (z.B. „Suchmaschine“, „google“ etc.). Seltener sind thematische Suchhinweise genannt, bspw. „Jugend für Europa“, „Recherche zum Thema Mediation an Schulen“, „Servicestelle Jugendbeteiligung“. Andere weisen darauf hin, zufällig auf die Seite geraten zu sein. Unter den vorgegebenen Angaben, für die Mehrfachnennungen möglich waren, wird am häufigsten (als Betreiber der Website) die Bundeszentrale für politische Bildung genannt (vgl. Abb. 6.3).

Abb. 6.3: Aufmerksamwerden auf Website (Mehrfachnennungen, Angaben in % der Fälle)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

63% der Befragten wussten, dass die Website ein Teil von Projekt P ist, 37% von ihnen war dies nicht bekannt. Denjenigen Befragungsteilnehmer/innen, die bereits öfter auf der Seite waren, war dies eher bewusst als den Erstnutzer/innen (84% vs 57%).

Wiederum aus einer Liste von Antwortvorgaben konnten die Befragten den Grund bzw. mehrere Gründe für ihren Besuch der Website auswählen. Mit 42% wird am häufigsten der Grund „um Informationen über Projekt P zu bekommen“ genannt, gefolgt von „um Informationen zu bestimmten politischen Themen zu bekommen“ (34%). Weitere Anlässe waren „Zufall“ (20%), „Erfahrungsberichte über verschiedene Projekte“ (14%), „um Kontakte zu anderen Jugendlichen zu bekommen, die sich auch politisch engagieren“ (9%) sowie, mit einem Prozent vernachlässigbar, „um Freizeitkontakte zu anderen Jugendlichen zu knüpfen“.

6.3 Usability der Website

Dass die Eingangseite der Website einen sehr guten bis guten Überblick über die Angebote der Homepage bietet, sagen 65% der Befragten (13% sehr gut, 52% gut). Erstbesucher/innen und bereits geübte Nutzer/innen unterscheiden sich in dieser Frage insofern, dass die Erstbesucher/innen ein positiveres Urteil abgeben als Personen, die bereits häufiger auf der Seite waren (68% gut bzw. sehr gut gegenüber 57% sehr gut bzw. gut).

56% der Befragungsteilnehmer/innen konnten auf der Website die gesuchten Informationen schnell und leicht finden. Jedoch geben immerhin noch 12% die schlechteste der fünf Wertungsmöglichkeiten an. Auch hier sind erfahrenere Nutzer/innen kritischer in ihrer Bewertung als Erstnutzer/innen (46% schnelle und leichte Informationssuche versus 59%). Der optische Gesamteindruck der Seite, also die Farbgestaltung oder die Bilder auf der Homepage, werden - von beiden Nutzer/innengruppen - ebenfalls überwiegend positiv bewertet. 65% vergeben die Noten sehr gut und gut auf der 5-stufigen Skala⁹.

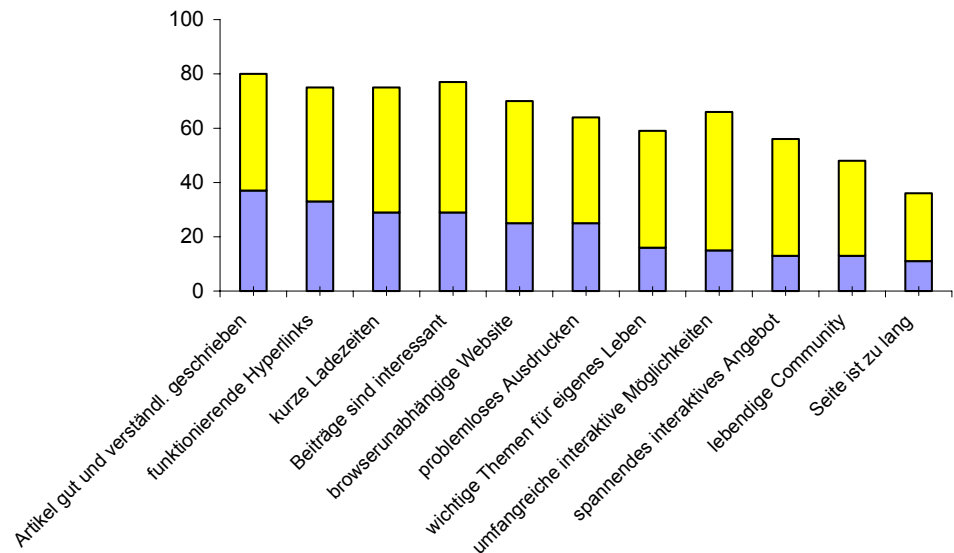
⁹ Bei der Online-Befragung musste aufgrund der technischen Gegebenheiten der Erhebungssoftware auf 5-stufige Skalen statt, wie in den anderen Erhebungen 4-stufige Einschätzungsskalen, zurückgegriffen werden.

Um einen etwas genaueren Eindruck von einzelnen Kriterien der Bedienfreundlichkeit und dem Informationsgehalt der Website zu erhalten, wurden den Befragten 11 Aussagen vorgelegt, die sie anhand einer 5-stufigen Skala von 1=stimme zu bis 5=stimme nicht zu beantworten konnten. Aus Abbildung 6.4, in der wieder gestapelt die Werte 1 (blau) und 2 (gelb) dargestellt sind, wird ersichtlich, dass die Befragten die Website überwiegend positiv bewerten.¹⁰ Dies sowohl im Hinblick auf die technische Ausstattung (funktionierende Links und kurze Ladezeiten) als auch inhaltlich (gut und verständlich geschriebene Artikel, interessante Beiträge).

Erstnutzer/innen und erfahrenere oder geübtere Nutzer/innen unterscheiden sich in ihren Bewertungen in nahezu allen Antwortoptionen (Ausnahme ist „die Seite ist zu lang“). Die häufigeren Nutzer/innen urteilen skeptischer im Hinblick auf die umfangreichen interaktiven Möglichkeiten der Site, dem Spannungsgehalt der interaktiven Angebote, der Lebendigkeit der Community, dem Interessantheitsgrad der Beiträge und der Wichtigkeit der Themen für ihr eigenes Leben. Positiver als die Erstnutzer/innen fallen ihre Urteile indes für die technischen Voraussetzungen aus: kurze Ladezeiten, Browserunabhängigkeit der Homepage, funktionierende Hyperlinks, problemloses Ausdrucken aus. Aber auch der inhaltlichen Aussage „die Artikel sind gut und verständlich geschrieben“ stimmen sie eher zu als die Neunutzer.

¹⁰ Für das letzte Item in der Grafik „Die Seite ist zu lang (man muss viel scrollen)“ ist zu beachten, dass hier niedrige Zustimmungswerte ein positives Urteil darstellen.

Abb. 6.4: Bewertungen hinsichtlich Usability und Inhalt (5-stufige Skala von 1=stimme zu bis 5=stimme nicht zu, dargestellt sind die Werte 1 und 2, Angaben in %)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

64% der Befragten erkennen richtig, dass die Beiträge der Homepage von Jugendlichen geschrieben sind. 36% sind hingegen der Meinung, dass erwachsene Autoren dahinter stehen. Erst- und Folgenutzer/innen unterscheiden sich in ihrer Einschätzung nicht.

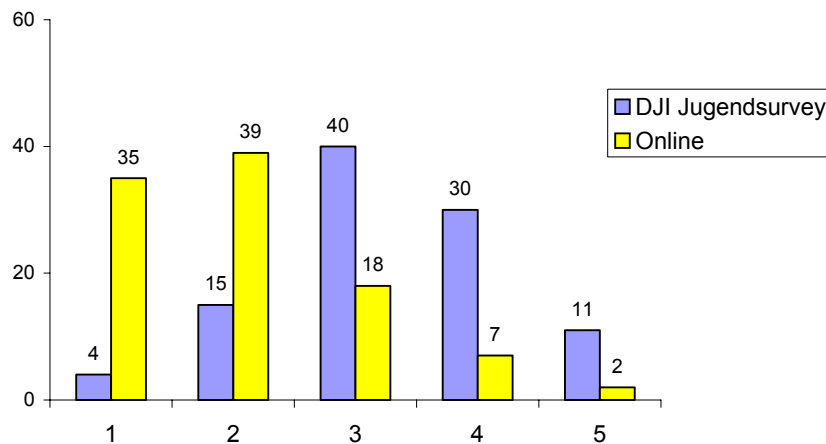
6.4 Politisches Interesse und Partizipation¹¹

Das politische Interesse der Befragten der Online-Erhebung liegt erwartungsgemäß, wie bei den zuvor beschriebenen Erhebungen auch, deutlich über dem Durchschnitt. Die Erfassung des Interesses auf unterschiedlich langen Skalen (4er-Skala und 5er-Skala) erschwert einen unmittelbaren Vergleich mit den besagten Studien im Kontext von Projekt P. Möglich und von großem Interesse ist jedoch eine Gegenüberstellung mit Daten der repräsentativen Jugendstu-

¹¹ Die Frage, wie häufig die Befragten mit verschiedenen Personen politische Themen diskutieren, kann leider aufgrund eines technischen Defekts der Erhebungssoftware nicht analysiert werden.

die des DJI, dem Jugendsurvey. Für diesen Vergleich wurde für beide Datensätze die gleiche Altersgruppe definiert (14 bis 29 Jahre). Nicht identisch ist jedoch der Wortlaut der mögliche Antworten in beiden Studien (deswegen begnügt sich die Abbildung 6.5 nur mit den Skalenwerten 1 bis 5. Dies ist bei der Interpretation der Ergebnisse mit zu berücksichtigen.¹²

Abb. 6.5: Politisches Interesse (Altersgruppe 14 bis 29, Angaben in %)



Quellen: DJI Evaluation Projekt P; DJI Studie Jugendsurvey (gewichtet)

Beschränkt man sich nicht auf die Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen, wie es für den Vergleich notwendig war, ergeben sich für alle Befragten der Online-Studie folgende Werte: Wert 1=36%, 2=37%, 3=19%, 4=5%, 5=3%. Das politische Interesse korreliert positiv mit der Nutzungsintensität (Erstnutzer/innen vs Folgenutzer/innen) der Website. Und männliche Befragte geben ein höheres politisches Interesse als Frauen an (85% der Männer sind sehr oder ziemlich interessiert, hingegen nur 68% der Frauen).

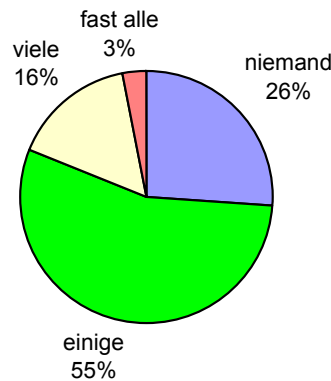
Inwieweit Vater, Mutter und beste/r Freund/in politisch interessiert sind, wurde zunächst nur für die Gruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen (14 bis 27 Jahre) ausgewertet. Einen sehr oder ziemlich interessierten Vater haben demnach 71%, eine ebenso politisch interessierte Mutter 51% und die Hälfte der Befragten gibt an, eine/n sehr/ziemlich interessierten besten Freund

¹² Der DJI Jugendsurvey fragt: „Wie stark interessieren Sie sich für Politik?“ und gibt die Möglichkeiten sehr stark, stark, mittel, wenig und überhaupt nicht vor. In der Online-Erhebung zu Projekt P heißt es ebenfalls „Wie stark interessieren Sie sich für Politik?“, allerdings mit einer Antwortskala von 1 bis 5, wobei 1= sehr interessiert und 5 gar nicht interessiert bedeuten.

oder Freundin zu haben. Die Werte verändern sich nur marginal, wenn man die gesamte Population der Befragten einbezieht.

Wie politisch aktiv der Freundeskreis der Befragten ist, lässt sich Abbildung 6.6 entnehmen.

Abb. 6.6: Politisch aktiver Freundeskreis (Angaben in %)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

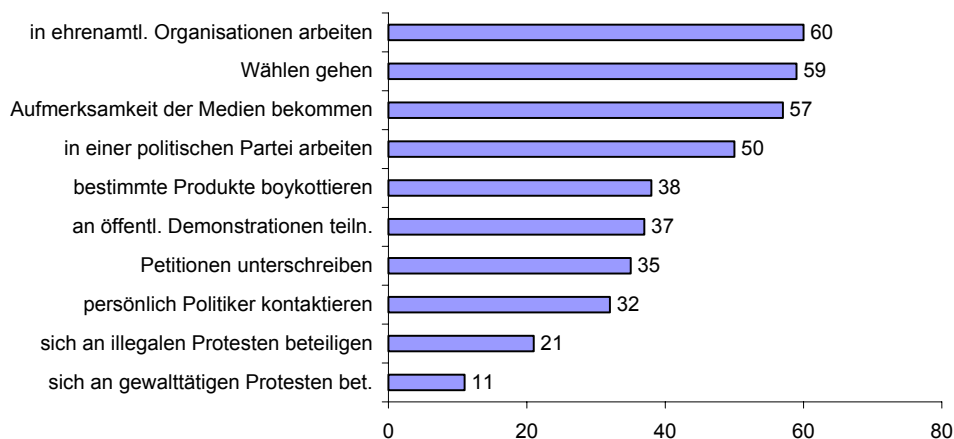
Die Einschätzung der Wirksamkeit verschiedener Aktivitäten, um gesellschaftlich oder politisch bestimmte Ziele zu erreichen, wurde anhand einer 11-stufigen Skala von 1=ganz und gar nicht wirkungsvoll bis 11=sehr wirkungsvoll abgefragt. Die Auswertungen wurden einmal für die Gesamtgruppe der Befragten (also über alle Altersstufen) vorgenommen und zum anderen nur für Jugendliche (14 bis 27). Die Ergebnisse unterscheiden sich nur marginal, weswegen die Werte für die Gesamtgruppe berichtet werden.

Als ein durchaus bemerkenswertes Ergebnis kann festgehalten werden, dass „radikalere“ Aktivitätsformen (z.B. sich an illegalen Protesten beteiligen, sich an gewalttätigen Protesten beteiligen) in der Online-Befragung (zum Teil deutlich) häufiger als wirkungsvoll erachtet und genannt werden als in vergleichbaren thematischen Kontexten, die mit anderer Methodik erhoben wurden (paper&pencil, face-to-face). Nicht verschwiegen werden soll in diesem Zusammenhang aber auch, dass eher konventionelle demokratische Beteiligungsformen wie Wählen zu gehen oder Mitarbeit in ehrenamtlichen Organisationen an der Spitze der als wirksam eingeschätzten Aktivitäten stehen.

Ein Vergleich mit den Qualifizierungsseminaren (Kapitel 5.5) verdeutlicht das Gesagte, wenn auch nochmals auf die unterschiedlichen Stichproben(-

größen) und Befragungskontexte hingewiesen werden muss. Aus diesem Grund werden die Ergebnisse auch nicht in einer gemeinsamen Abbildung dargestellt. Die folgende Grafik 6.7 weist die Werte für die Online-Erhebung für alle Befragten aus. Dargestellt sind zusammengefasst die Zustimmungswerte acht bis 11.

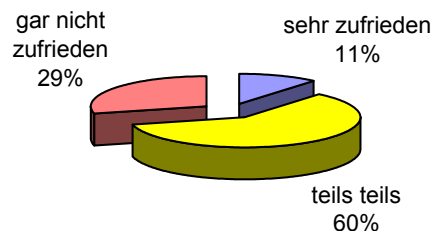
Abb. 6.7: Wirksamkeit bestimmter Aktivitäten (Angaben in %)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Die Mehrheit der Befragten ist allerdings gar nicht oder nur eingeschränkt zufrieden mit den gegebenen Möglichkeiten, politisch Einfluss zu nehmen (vgl. Abb. 6.8).

Abb. 6.8: Zufriedenheit mit den Möglichkeiten der politischen Einflussnahme (Angaben in %)



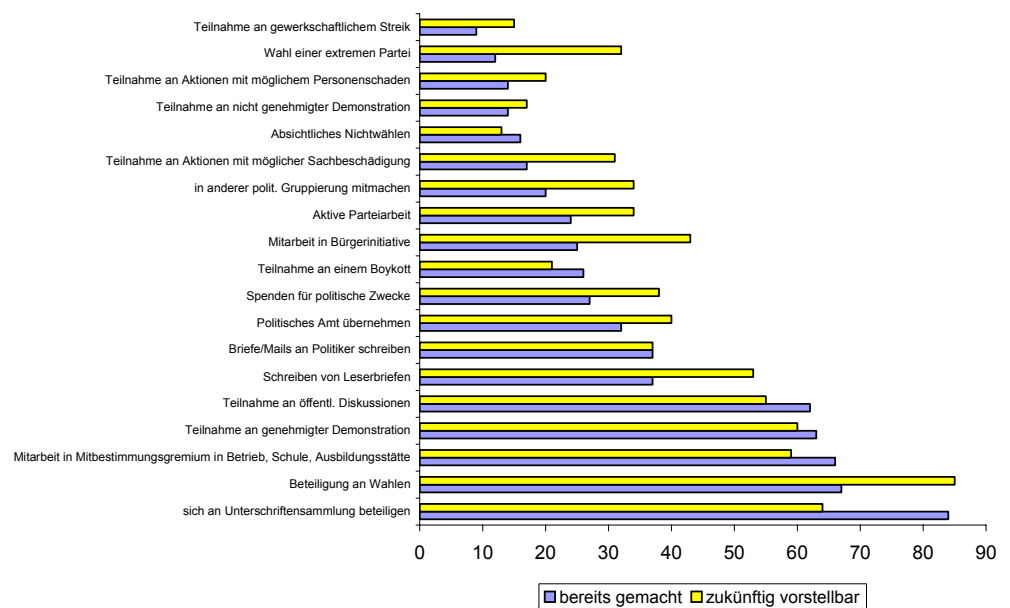
Quelle: DJI Evaluation Projekt P

In der weiteren Analyse zeigt sich, dass Personen, die in ihrem politischen Interesse einen klaren Standpunkt vertreten (also entweder sehr oder gar nicht

interessiert sind), in dieser Frage auch eher eindeutig Stellung beziehen und seltener auf „teils/teils“ ausweichen. Darüber hinaus ist ein u-förmiger Zusammenhang erkennbar: sehr Interessierte und gar nicht Interessierte sind eher als die „Mittelinteressierten“ mit ihren Einflussnahmemöglichkeiten unzufrieden. Männer artikulieren eher als Frauen ihre Unzufriedenheit, während diese deutlich häufiger auf „teils/teils“ ausweichen.

Um einen Eindruck über bisherige Beteiligungswege und auch zukünftiges Partizipationspotenzial zu bekommen, hielt der Fragebogen eine umfangreiche Liste möglicher Aktivitäten bereit, die sich zum Teil dem Bereich konventioneller Ausdrucksformen (z.B. Wählen gehen oder Mitarbeit in Mitbestimmungsgremium), zum Teil dem Bereich unkonventioneller Beteiligungsformen zuordnen (z.B. Teilnahme an Aktionen mit möglichen Personen- oder Sachschaden) zuordnen lassen. Abbildung 6.9 stellt die Angaben der Befragten über bereits erfolgtes Handeln zukünftigen Handlungsabsichten bzw. –möglichkeiten gegenüber. Wie bereits bei der Wirksamkeit von bestimmten Aktivitäten beschrieben wurde, zeigt sich hier erneut eine höhere Bereitschaft, auch über Beteiligung in unkonventionellen Kontexten zu berichten.

Abb. 6.9: Zukünftige Aktivitäten (Angaben in %)

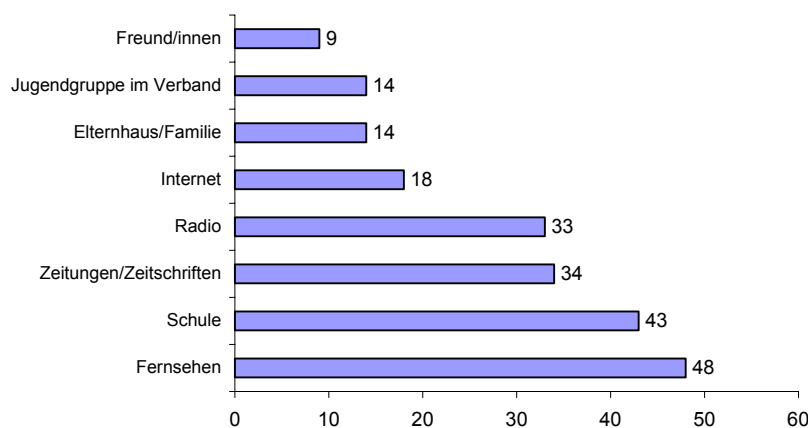


Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Das Internet ist laut Auskunft der Befragten das Medium, in dem sie am meisten über politische Beteiligungsmöglichkeiten erfahren (27%), es folgen Zeitung und Zeitschriften (16%) und anschließend gleichauf Schule und Jugendgruppe im Jugendverband (mit jeweils 14%). 11% der Befragten geben an, im Fernsehen am meisten über Möglichkeiten zu erfahren, 10% im Freundeskreis, 6% in Elternhaus und Familie und 2% geben das Radio als Informationsquelle an.

Auf die Frage, wo die Befragten gerne mehr über politische Beteiligungsmöglichkeiten erfahren möchten, rangiert das Fernsehen an erster Stelle, gefolgt von der Schule. Der Freundeskreis wird am seltensten als Kontext genannt. Auch das Internet, obwohl Medium und Inhalt der Befragung, erntet vergleichsweise verhaltene Zustimmung (vgl. Abb. 6.10).

Abb. 6.10: Gewünschte Informationskontexte für politische Beteiligung (Mehrfachnennungen, Angaben in %)



Quelle: DJI Evaluation Projekt P

Die abschließende Frage der Online-Studie, ob die Hinweise oder Informationen auf der Website www.projekt-p.de Lust darauf gemacht hätten, sich stärker politisch zu engagieren, teilt die Antwortenden in zwei 50%-Lager. Hinweise von Einflüssen der Bildung, des Geschlechts, des politischen Interesses oder der Erst- oder Folgenutzerschaft lassen sich nicht finden.

7 Andere Angebote im Rahmen von Projekt P

7.1 Der Foto- und Schreibwettbewerb [bite 05] (Ende 2004-Juni 2005)

[bite 05] wurde als partizipativer Wettbewerb konzipiert. Jugendliche konnten – einzeln oder in Gruppen bis zu sechs Personen – Bilder oder Texte zum Thema „Eine jugendgerechte Welt“ einreichen, und die Jugendlichen bildeten eine so genannte „Peer Jury“. Das heißt, alle Arbeiten wurden von den teilnehmenden Jugendlichen selbst in zwei Arbeitsschritten bewertet. Die Kategorien Text und Bild waren zusätzlich in zwei Altersgruppen – 14 bis 16 und 17 bis 21 Jahre – aufgeteilt. Jede/r Teilnehmer/in bekam auf einer CD-Rom einen Teil der eingereichten Arbeiten (aus der eigenen Kategorie und Altersstufe) zur Ansicht und konnte die favorisierte Arbeit in die nächste Runde wählen. Die Gewinner/innen dieser Runde wurden zu einem zweitägigen Workshop nach Berlin eingeladen, erarbeiteten hier die Bewertungs- und Feedbackkriterien und entschieden gemeinsam – wieder in ihrer jeweiligen Kategorie – über die Platzvergabe. Die ausgewählten Texte und Bilder wurden im Juni 2005 in einer Ausstellung im Reichstag präsentiert und vom damaligen Bundeskanzler Gerhard Schröder und Abgeordneten des Bundestages gewürdigt. Die Gewinner/innen von [bite 05] erhielten keine Geld-, sondern erlebnisorientierte Preise, die häufig mit dem Thema Medien verbunden waren, wie bspw. die Teilnahme an Drehtagen zu der Vorabendserie „Marienhof“ in München oder beim Sender MTV in Berlin und eine Hospitation in der GEO-Redaktion in Hamburg, aber auch Treffen mit Politiker/innen oder die Teilnahme an einem WM-Spiel wurden angeboten.

Da die Wettbewerbsteilnehmer/innen über die ganze Bundesrepublik verstreut leben, wurde für das Interview eine Region ausgesucht, in der etwa 20 Personen an [bite 05] teilgenommen und die zweite Runde erreicht hatten. Dieses Kriterium war im Großraum Düsseldorf und Bergisches Land gegeben. Der Einladung in die Räume der Stadt Wuppertal folgten schließlich zehn junge Frauen zwischen 17 und 20 Jahren. Das Interview hatte teilweise den Charakter eines Nachtreffens, da die Teilnehmerinnen des Wettbewerbs sich seit der Preisverleihung in Berlin nicht mehr gesehen hatten. Die Atmosphäre war entspannt, und es kam zu einem angeregten Austausch über das Erlebte, die mittlerweile eingelösten Preise sowie den Zweck und die Nachhaltigkeit

mittlerweile eingelösten Preise sowie den Zweck und die Nachhaltigkeit eines solchen Wettbewerbs.

Vier der Frauen hatten Einzelprojekte durchgeführt, eine war als Vertreterin einer Dreiergruppe anwesend und fünf Vertreterinnen einer eigentlich sechsköpfigen Projektgruppe waren gekommen. Beide Gruppenarbeiten fanden im Rahmen des Kunstunterrichtes an einem Gymnasium statt und waren Bildbeiträge. Bei den Einzelarbeiten handelte es sich um zwei Bild- und zwei Textbeiträge. Die meisten der Anwesenden hatten Preise für ihre Arbeiten erhalten.

7.1.1 Der Einstieg ins Projekt: Motive und Erwartungen

Es zeigte sich, dass der Einstieg ins Projekt eher zufällig und nicht immer ganz freiwillig erfolgte. Die beiden Projektgruppen an der Schule wurden von ihrem Kunstlehrer beauftragt, eine Idee für den Wettbewerb zu entwickeln, ohne dass die Beteiligung diskutiert und gemeinsam beschlossen worden wäre. Natürlich gab es die Möglichkeit, nicht an dem Wettbewerb teilzunehmen und eine andere Arbeit abzugeben, aber das hätte sich - nach Einschätzung der Schülerinnen – vermutlich negativ auf ihre Note ausgewirkt. Die Vertreterinnen der Sechsergruppe waren sich allerdings einig, dass sie sich sehr wohl mit ihrer Arbeit identifiziert und auch viel Überlegung und Energie in das Fotoprojekt hinein gesteckt haben. Und das, obwohl ihnen die Rahmenbedingungen des Projektes erst viel später mitgeteilt wurden: „Ich wusste gar nicht, dass das alles so hochoffiziell ist und man für ein Wochenende nach Berlin eingeladen wird. Wir hatten den Flyer gar nicht bekommen.“

Die erste Einladewelle mit Flyern und Zeitungsartikeln wurde von den anderen zwar am Rande wahrgenommen, aber erst die deutliche Aufforderung an öffentliche und freie Träger, Interessierte dieser Altersstufe über den Wettbewerb zu informieren, führte zu einem weiteren Anmeldeschub. Eine Teilnehmerin folgte dem zweiten Aufruf über den Verteiler der Naturfreundejugend. Zwei Schwestern erfuhren durch ihre Mutter von [bite 05] als diese eine Rundmail ihres öffentlichen Arbeitgebers erhielt. Beide hatten spontan Ideen für Bildprojekte, aber der Zeitaufwand schreckte sie zuerst ab. Die Mutter motivierte die jungen Frauen zur Teilnahme, indem sie den Aufwand relativierte und auf die tollen Preise verwies. Obwohl die beiden getrennte Arbeiten in Angriff nahmen, gerieten sie nicht in Konkurrenz, sondern unterstützten sich durch Tipps und Feedback. Nur eine Teilnehmerin hatte ganz gezielt im Internet nach Schreibwettbewerben gesucht, weil sie gerne schreibt und schon eini-

ge fertige Texte auf den richtigen Wettbewerb warteten. Die offene Themenstellung von [bite 05], die für sie die Frage nach gesellschaftlicher Veränderung beinhaltete, hat sie angesprochen und zu einem neuen Text motiviert: „Da ist mir direkt die Schule eingefallen, deshalb habe ich dazu geschrieben“.

7.1.2 Erfahrungen innerhalb der Gruppe und mit den Erwachsenen: Teamarbeit und Unterstützung

Die Teilnahme an einem Wettbewerb ist in der Regel eine einsame Angelegenheit, die bestenfalls zum Zeitpunkt der Preisverleihung zu einem Zusammentreffen mit den anderen Gewinner/innen führt. Nicht so bei [bite 05]. Durch das Konzept der Peer Jury kamen bereits alle, die den Sprung in die zweite Runde geschafft hatten, zu einem Workshop in Berlin zusammen, bei dem sie die anderen Teilnehmer/innen kennen lernten und durch ein Team von Moderator/innen intensiv betreut wurden. Dieser Workshop ist allen Beteiligten als spannendes Lernfeld und anregendes Zusammentreffen junger Menschen in Erinnerung geblieben. Entsprechend enttäuscht, dass ihnen dieses Erlebnis verschlossen blieb, waren die Teilnehmer/innen der Gruppenbeiträge, weil sie nur jeweils eine/n Vertreter/in nach Berlin schicken durften.

Die Erwartungen an den Workshop waren gemischt, manche waren beunruhigt, was sie bei einer Peer Jury erwartet: „Ich bin da mit Angst hingefahren und dachte: oh Gott, am Ende sind diejenigen, die nicht gewinnen, nachher total deprimiert. Und vorher sind alle total auf ihren eigenen Text oder Bild fixiert und wollen ihres unbedingt durchbringen“. Doch die Realität ist überraschend anders. Es herrscht Teamgeist, die Anwesenden identifizieren sich mit dem Wettbewerb und der Aufgabe und zeigen Interesse an den Arbeiten der anderen. Mit wenigen Ausnahmen beteiligen sich alle rege an den Diskussionen in der Jury: „Da hat die Partizipation super geklappt“. Toleranz und Solidarität prägen die Atmosphäre: „Und selbst am Ende, als entschieden war, waren alle noch füreinander da. Es waren ja auch wirklich alle Beiträge super“. Eigene Vorurteile werden über Bord geworfen, wenn eine spannende Arbeit von jemand präsentiert wird, dem man das nicht zugetraut hätte, oder zwei völlig unterschiedliche Jugendliche die gleichen Gedanken zu einem Thema haben. Die Mischung ist anregend – verschiedene Altersstufen und Szenen, bereits Engagierte und andere, die bisher nichts mit Politik und Beteiligung zu tun haben - und macht Mut: „Es war toll, Leute kennen zu lernen, die sich auch

interessieren, die aufmerksam sind und Ideen sammeln. Ich bin glücklich, dass es solche Leute gibt, und fand es beruhigend, das zu sehen“.

Reibereien gab nach Einschätzung der Teilnehmerinnen auch deshalb nicht, weil schon allein der Workshop in Berlin als tolles Erlebnis wahrgenommen wurde: „Selbst wenn man keinen Preis gewonnen hat, konnte man sagen: Super, ich hatte ein tolles Wochenende!“

Die Atmosphäre wird von allen als durchgängig „cool“ bezeichnet, und das obwohl - oder gerade weil - „dieses jugendliche Du-musst-immer-Cool-sein“ dort nicht angesagt war. Insgesamt also ein sehr positives Gruppenerlebnis, das – so wird das auch von den Interviewten dargestellt – von der Begleitung vor Ort entsprechend unterstützt wurde.

Und so bekommen auch die Erwachsenen auf dem Workshop gute Noten von den Teilnehmerinnen. Die Teamer werden als nett, herzlich und offen bezeichnet und ihre Kompetenzen als Moderator/innen deutlich wahrgenommen: „Dass dieses Wochenende so positiv geworden und es nicht zu dem Konkurrenzkampf gekommen ist, das war der Anteil der Teamer. Die haben auch diese Art der Arbeitsatmosphäre geprägt“. Darüber hinaus ermöglichen die Teamer Beteiligung und Eigenverantwortung: „Sie haben das gut unterstützt, dadurch hat das mit dem Selbermachen auch gut funktioniert“.

Die Teilnehmerinnen des Workshops berichten davon, dass die Teamer sich bezüglich der Platzvergabe völlig zurück hielten, vorbereitend jedoch mit ihnen die Auswahlkriterien erarbeiteten und den Jugendlichen Werkzeug für ein bereicherndes und wohlwollendes Feedback an die Hand gaben. Besonders eindrücklich ist ihnen geblieben, dass alle Einschätzungen begründet, Kritisches diplomatisch vorgebracht und immer im übertragenen Sinn „Blumen“ überreicht werden sollten, damit die Mühe, die hinter jedem Beitrag steckt, auch entsprechend gewürdigt wird. Die Zurückhaltung der Teamer wird von manchen als befremdlich erlebt, aber die meisten fanden diese Haltung besonders gut, weil dadurch „kein Erwachsener da war, der Einfluss genommen hat. So konnten wir mehr die eigene Meinung sagen.“

Insgesamt wird die Organisation von Projekt P und [bite 05] positiv bewertet: „Man hatte immer Ansprechpartner vor Ort, und auch als wir Probleme mit der Reise hatten, haben die sich gekümmert“. Gelobt wurde außerdem der

Ausflug in die City von Berlin und das tolle Essen. Einzige Kritikpunkte: Der Workshop wurde zu kurzfristig angesetzt und die gewonnenen Preise haben nicht bei allen geklappt. Trotzdem lautet das Fazit: „Die haben sich echt Mühe gegeben“ und „Es war ein schönes Erlebnis“.

Ob das [bite 05]-Team auch für die Organisation der nachfolgenden Vernetzung zuständig sein sollte, darüber gingen die Meinungen auseinander, aber der Wunsch danach wurde laut (vgl. Kap. 7.1.5).

Auffallend war, wie häufig der Workshop mit ähnlichen schulischen Situationen verglichen und davon abgegrenzt wurde: „Wir haben bei 35° C so viel geschafft: Kriterien aufgestellt, alles durchgearbeitet und begründet, zum eigenen Text und zu denen der anderen. In der Schule wär das nie so gewesen“.

Die Idee, beim Feedback nach jeder Präsentation bildlich gesprochen „Blumen zu überreichen“, scheint in der Schulsituation unvorstellbar: „In meiner Klasse hätten das alle nur lächerlich und peinlich gefunden“. Dabei werden die Auswirkungen dieser Methode durchweg positiv erlebt: „Aber wenn man das so macht, also ein Kompliment macht, das hat in den Köpfen eine andere Atmosphäre geschaffen - das war überhaupt nicht peinlich. Es haben dann alle mitgemacht, das fand ich voll cool. Wir konnten gar keine schlechte Laune kriegen.“

Insgesamt wird konstatiert, dass in der Schule das Feedback völlig falsch angeleitet und verstanden wird. Gefragt wird von den Lehrer/innen nach Kritik, was immer negative Rückmeldungen auslöst. Wenn mal was Positives kommt, dann ohne Begründung. Was die Jugendlichen auf dem Workshop anregend fanden, war „sich rein zu denken, welche Arbeit wirklich damit verbunden ist und was damit gemeint ist. Und dann nicht einfach „gut“ oder „schlecht“ zu sagen, sondern immer alles zu begründen. Die Arbeit machen die sich in der Schule einfach nicht“. Durch den freundschaftlichen, auch etwas vorsichtigen Umgang miteinander, wurden die Diskussionsrunden nicht, wie aus der Schule gewohnt, als nervig und lustlos, sondern sogar als Spaß empfunden.

Die Interviewpartnerinnen suchen auch nach Gründen für diese auffallenden Unterschiede zwischen Schule und Workshop. Neben der Gestaltung der Atmosphäre durch die Teamer, kommen zwei weitere Erklärungsmuster zum Tragen: „Die Atmosphäre war auch deshalb so gut, weil wir uns alle nicht

kannten“. Und: „Dort ist ja auch jeder freiwillig. Ich habe mich damit identifiziert“.

7.1.3 [bite 05] – Kreativ-Wettbewerb oder Partizipationsprojekt?

Die Idee einer „Peer Jury“ bei [bite 05] wird von den Befragten durchaus als Besonderheit dieses Wettbewerbs wahrgenommen und gewürdigt. „Schön, dass man das selbst beurteilen konnte, dass es keine fremde Person war. Du hast das alles selbst mitgekriegt, konntest sagen, wie du das fandest und dann selbst wählen. Super cool!“ Es wird vermutet, dass Erwachsene auch nach anderen Kriterien beurteilen würden als Peers: „Hätte sich das eine ausgebildete Jury angeguckt, hätten die vielleicht auf ganz andere Sachen geachtet, z.B. wie das fotografiert worden ist. Ich weiß nicht, ob die unbedingt auch auf das Thema und die Aussage geachtet hätten. Jugendliche gehen ganz anders an die Sache ran. Die Message wird ganz anders verstanden. Deshalb fand ich es gut, dass es von den anderen Jugendlichen bewertet wurde“. Obwohl nicht „rumgezickt wurde, wer den ersten Platz kriegt“ und alle sehr diplomatisch miteinander umgegangen sind, ist Partizipation eine anstrengende Angelegenheit: „Nachher als alles entschieden war, waren alle total abgekämpft“. Trotz der Anstrengung bleibt die positive Bewertung: „Aber es war schon gut so, dass wir das selber entscheiden konnten“.

Neben der eigenverantwortlichen Bewertung betonen die Interviewpartnerinnen, wie wichtig sie den Austausch über die Beiträge fanden - und zwar bezogen auf die eigenen Arbeiten und die der anderen: „Es war eine tolle Möglichkeit, sein eigenes Bild oder Text vorzustellen. Man hat oft ganz andere Gedanken, die jemand Außenstehenden gar nicht bewusst sind“. „Auf der CD dachte ich bei einigen Fotos: Was ist das denn für ein Mist? Weil ich die einfach nicht verstanden habe, was das mit dem Thema zu tun hat. Nachher habe ich erfahren, dass die meisten sich das bei meinem Foto auch gedacht haben. Das war total notwendig – wenigstens bei den Fotos –, dass man die erklärt. Dann hab ich oft erst gemerkt, dass das ja eine voll gute Idee ist“.

Doch mit wachsendem Bekanntheitsgrad und Verständnis für die Arbeiten, treten andere Schwierigkeiten auf: „Wir haben erstmal Texte zugeschickt bekommen und welche ausgesucht, die dann weiter gekommen sind. Das war noch recht einfach. Aber dann kam die entscheidende Runde, wo man den

Leuten gegenüber saß, mit denen man zusammen gearbeitet hat, die man persönlich kennen gelernt hat, und wusste, die sind eigentlich alle gut, die haben alle super viel Arbeit rein investiert und haben doch auch irgendwie die Hoffnung, dass sie gewinnen. Und dann zu entscheiden, dass ist derjenige, der den ersten Platz bekommt - das war schon hart. Man durfte ja nicht anonym abstimmen, man musste die Entscheidung ja wirklich ins Gesicht sagen.“

Trotz der „Peer Jury“ als dezidiert partizipatives Element des Wettbewerbs sind sich die Gesprächspartnerinnen nicht sicher, ob sie [bite 05] als Partizipationsprojekt einordnen sollen, denn dazu fehlt es ihnen an Wirksamkeit und Nachhaltigkeit : „Das ist es, was die Partizipation wieder zurück nimmt. Man hat ein tolles Erlebnis gehabt, aber wenn man das Gefühl hat, die eigene Arbeit versickert wieder, dann findet man: Wirklich bewirkt hab ich jetzt nichts.“ Es stellt sich für sie die Frage, wer die ganze Aktion eigentlich mitbekommen hat: „[bite 05] das kennt niemand. Da ist nix weiter gekommen, was ich oder die anderen gemacht haben. Das ist schade.“

In diesem Kontext wird kontrovers diskutiert, ob es bei [bite 05] eher um Kreativität oder um eine politische Botschaft ging, und ob der Wettbewerb dazu beitragen sollte, Jugend an die Politik heranzuführen oder Politik an die Jugend. Die Haltung „Das sollte doch bei den Jugendlichen was bewirken. Sie sollen darüber nachdenken und dann später handeln. Die Erwachsenen machen sowieso schon was“ prallt auf die Erwartung „Ich wollte aber nicht Jugendliche erreichen, weil die ihre eigene Vorstellung haben. Mir war es wichtig, dass man auch die Erwachsenen erreicht, weil sie letztlich diejenigen sind, die immer noch die Politik machen“. Aus diesen unterschiedlichen Erwartungen resultieren auch verschiedene Grade an Unzufriedenheit mit den Auswirkungen von [bite 05].

Das Fazit der Gruppe lautet: Als Wettbewerb war [bite 05] wirklich außergewöhnlich, weil sehr viel Aufwand betrieben und weit mehr geboten wurde als das klassische Prozedere Teilnahme, Auswahl, Preisverleihung. Vor dem Hintergrund der Partizipation betrachtet, wird es schwieriger. Hier wurden Erwartungen an politische Konsequenzen und an eine weitere Begleitung der ersten Partizipationsschritte geweckt, die nicht erfüllt worden sind und damit auch Frustrationen ausgelöst haben.

7.1.4 Erfolge und Misserfolge im Rahmen von [bite 05]

Entlang der oben ausgeführten Diskussionsstränge zum Thema (Selbst-)Wirksamkeit entwickeln sich auch die Wahrnehmungen über Erfolg und Misserfolg im Rahmen von [bite 05].

Eine Teilnehmerin verbucht es als Erfolg, dass ihr kritischer Text über Kommunalpolitik aus Sicht einer Jugendparlamentarierin Wirkung zeigte. Zum einen auf einer persönlichen Ebene: „Ich konnte die Wut rauslassen, die sich angesammelt hatte (...) und mich anderen Jugendlichen mitteilen“. Zum anderen wurde ihr Text von der für den Wahlkreis zuständigen Bundestagsabgeordneten in Berlin zur Kenntnis genommen, an den Kreis zurück gespielt und dort auch von der Presse aufgegriffen. „So dass ich das Gefühl hatte, wenn man sich schon nicht direkt äußern kann, dann wenigstens über diesen Weg. Es ist doch wenigstens eine Kleinigkeit bewirkt worden“.

Andere bewerten auch die tollen Preise und die Fahrten nach Berlin als Erfolg ihrer Arbeit. Sie fühlen sich durch den feierlichen Rahmen der Preisverleihung wahrgenommen und endlich einmal nicht ignoriert.

Die größere Fraktion der Interviewteilnehmer/innen will sich damit aber nicht zufrieden geben und verbucht die eigene Mühe als Fehlinvestition. „Wenn man an so einem Projekt mitmacht, entschließt man sich dafür, weil man etwas ändern möchte, weil man etwas aussagen möchte. Ich habe etwas ausgedrückt, aber wie viele Leute haben das erfahren? Die 100, die bei der Preisverleihung waren? Gerhard Schröder hat sicher nicht alle Projekte angeguckt. Es müssen auch Taten folgen. Ich hab keine Ahnung, ob sich was geändert hat“.

Die Ausstellung ging nach Meinung der Mehrheit sowohl bei der Preisverleihung – dort war wegen der Reden und der Führung keine Zeit, sie in Ruhe anzuschauen – als auch beim Politikfestival Berlin 05 unter und erreichte vor allem nicht die Abgeordneten des Bundestages. Auch die Presse zeigte sich mehr am Bundeskanzler als den Exponaten interessiert. Die Tatsache, dass es – trotz mehrfacher Nachfragen – nie zu der angekündigten Wanderausstellung der Beiträge kam, wird von den Beteiligten sehr negativ bewertet.

Eine Teilnehmerin ist enttäuscht, weil ihr Preis noch nicht erfüllt wurde und sie seit Monaten getröstet wird. Langsam hat sie das Hinterhertelefonieren einfach satt und resigniert.

Resigniert wirkt auch eine andere Teilnehmerin, die nach dem Wettbewerb so richtig in Aufbruchstimmung war, sich jedoch bei der Suche nach weiteren Partizipationsmöglichkeiten sehr allein gelassen fühlte.

7.1.5 Persönlicher Gewinn, Nachhaltigkeit und Wünsche

Wie bei den Come in Contract Projekten lässt sich auch bei [bite 05] ein persönlicher Gewinn in den Bereichen „neue Kontakte“ und „positive Gruppenerfahrungen“, „öffentliche Präsenz und Außendarstellung“, „Aneignung von sozialen sowie Sach- und Fachkompetenzen“ feststellen (vgl. auch die Erfahrungen während des Workshops in Kap. 7.1.2). Am schlechtesten schneidet in den Berichten der Jugendlichen das „Erleben von Selbstwirksamkeit“ ab – ein entscheidender Faktor für nachhaltiges Engagement.

Die Jugendlichen selbst betonen die neuen Kontakte und die Gruppenerfahrungen als besonders gewinnbringend. Während die einen einfach die Stimmung gut fanden und beim Thema Politik passen müssen - „bei Politik fällt mir nichts ein. Ich hatte viel Spaß und viele Leute kennen gelernt, die interessant waren“ -, sind für andere diese beiden Themen eng verknüpft. Sie fanden es nämlich beeindruckend, „so viele Jugendliche geballt auf einem Punkt“ zu sehen, die noch dazu in ihren Beiträgen ähnliche Vorstellungen über politische Veränderungsmöglichkeiten ausdrücken: „In Berlin habe ich so viele neue nette Leute kennen gelernt, die mich motiviert haben, weil man sieht, dass es noch andere Leute gibt, die sich für die gleichen Themen interessieren. Das hat mir auch mehr Selbstbewusstsein gegeben, dass man sich nicht verstecken muss, dass man seine Meinung vertreten kann als Jugendlicher, dass man vielleicht doch mal an einem Punkt ist, wo Jugendliche mehr Gewicht haben in Deutschland“.

Ein größeres Selbstbewusstsein als Vertreterin einer Altersstufe, als Jugendliche mit einer eigenen politischen Stimme ist in Variationen bei einigen Teilnehmerinnen Thema und wird an unterschiedlichen Erfahrungen festgemacht: „Durch so einen Wettbewerb komme ich ja auch weiter, stehe vor dem Bundeskanzler und irgendwann hört mich ja vielleicht mal jemand“. „Ich habe Selbstbewusstsein bekommen, weil ich nie gedacht hätte, dass ich auf so einem Wettbewerb mal gewinne. Ich hab nicht mal gedacht, dass wir weiter kommen. Und dass man das alles angucken konnte, war toll“.

Der Wettbewerb scheint Wege zu relevanten Ohren zu öffnen: „Plötzlich wird einem doch zugehört. Plötzlich haben sich alle für das interessiert, was man gemacht hat“ und irgendjemand hat sich viel Mühe gemacht, den entsprechenden Rahmen zu schaffen: „Es war beeindruckend, wie viel Aufwand für etwas betreiben wurde, wo ich mitgemacht habe. Man fühlte sich ja schon irgendwie wichtig. Schön, dass was zurück kommt von der Regierung, was das eigene Leben betrifft.“ Wobei einzelne auch irritiert sind, wer das wohl alles zahlt „Da hab ich zum ersten Mal gedacht: Oh, der Staat gibt ja echt was für mich aus. Aber vielleicht ist Deutschland deshalb so arm, weil sie solche Wettbewerbe finanzieren?“

Während die einen [bite 05] als Anstoß erleben, „selber politisch mal wieder aktiv“ zu werden oder zufrieden sind, mit ihrem Text Wut abgelassen und „eine Kleinigkeit bewirkt“ zu haben, kämpfen die anderen mit entgegen gesetzten Gefühlen: „Wenn ich ehrlich bin, hat es für mich gar nichts gebracht. Ich hab teilgenommen, habe versucht, was auszusagen, hab mir darüber Gedanken gemacht, als wir das Projekt gemacht haben, aber im Nachhinein frage ich mich: Was hat es gebracht?“ Eine andere greift ihre Frage auf und antwortet: „Für mich jetzt persönlich nichts, weil ich das Gefühl hatte, es kam nicht an, es wurde zumindest zu wenig an die Öffentlichkeit gebracht. Ich hab mich danach auch nicht mehr grundsätzlich mit Politik beschäftigt, weil es mich eigentlich doch nicht so interessiert.“

Neben der Wirksamkeit wird ein Gewinn auf ganz anderer Ebene thematisiert: der Blick hinter die Kulissen. „Dass ich Einblicke in die Politik gewonnen und Berlin kennen gelernt habe, fand ich schön.“ „Das fand ich auch sehr interessant zu sehen. Mir ist nie bewusst gewesen, wie viel dahinter steckt, hinter den ganzen formellen Dingen. Die Sicherheit und wie stark da auf die ganze Etikette und Ordnung geachtet wird“. Was die einen beeindruckt, schreckt die anderen ab: „Mein Gott, wird hier Geld verschwendet. Nicht unbedingt, was die Sicherheit angeht, das kann ich ja noch verstehen, aber was die Etikette und die Präsentation angeht, muss man mal einen Punkt machen. Manches ist wichtig, man repräsentiert ja auch Deutschland, aber manches ist echt übertrieben“.

Die Begegnung mit bekannten Politiker/innen schafft für eine Teilnehmerin ein neues Verständnis und Nähe: „Mir hat es gezeigt, dass auch Politiker

Menschen sind. Die waren sonst so fern. Die haben große Politik gemacht. Als man Gerhard Schröder dann getroffen hat, hab ich den als sehr menschlich empfunden. Ich hätte auch nicht gedacht, dass er ein Autogramm gibt. Ich hab mir das dort viel distanzierter und arroganter vorgestellt. Die machen da ihr Ding, ihren Job, und sind ganz normal, haben leichte Pannen, menschliche Gesten". Ihre Begeisterung löst eine kontroverse Diskussion über die Rolle von Gerhard Schröder bei der Preisverleihung aus. Während sich die einen beeindruckt zeigen von seiner Rede und davon, dass er sich für die Arbeiten interessiert und sich eine ganze Stunde Zeit genommen hat, sehen die anderen diesen Auftritt vorrangig im Licht des beginnenden Wahlkampfes. „Er hat das voll genossen, mit den Mädchen zu flirten. Kam mir sehr so vor wie: Leute wählt mich bei der nächsten Wahl! Kam ein bisschen schleimerisch daher. Da wurde ich schon wieder misstrauisch“. „Es war ja auch total viel Presse da. Hätte mir gewünscht, dass die Presse sich mehr für unsere Projekte interessiert als für Herrn Schröder. Das Ganze sollte doch einfach ein gutes Bild auf den Bundeskanzler werfen: Er kümmert sich um die Jugend.“

Eine Interviewpartnerin betont die intensive Beschäftigung mit dem Fotobeitrag ihrer Gruppe „Sichere Zukunft“. Sie hat sich in diesem Rahmen verstärkt mit der Situation und den Zukunftsängsten der Menschen in Deutschland aber auch in anderen Ländern auseinander gesetzt. Die Ergebnisse dieser Überlegungen sind dann wieder in die kreative Entwicklung des Beitrags geflossen und sollen auch andere zum Nachdenken über den weltweiten Wunsch der Menschen nach einer sicheren Zukunft anregen.

Was in punkto nachhaltiges Engagement bleibt, ist ernüchternd. Wer vorher schon aktiv war – z.B. bei der Naturfreundejugend und ihrem Kindergipfel – bleibt es auch weiterhin. Die anderen fühlten sich - nach dem Anstoß durch [bite 05] - bei der Suche nach (jugend-)politischen Handlungsfeldern allein gelassen oder wurden durch die fehlenden Auswirkungen des Wettbewerbs frustriert: „Das war bei [bite 05] schade, dass der Output nicht so groß war, dass es zwar für uns, die wir teilgenommen haben, eine tolle Sache war, und wir persönlich Erfahrungen gesammelt haben, aber praktisch was dabei raus gekommen, das bleibt, dass das sehr wenig ist“.

„Nach dem Wettbewerb habe ich gedacht, es wäre eigentlich schön, selbst was zu bewegen. Ich hab das Gefühl gehabt, man kann auch als Jugendlicher

bisschen was rüber bringen und muss die Chancen nutzen, die man hat. Aber das Problem war, dass ich danach eigentlich nicht mehr wusste, wohin oder woran ich mich da wenden soll. Ich hatte die Hoffnung, dass da noch mal was von dem Projekt kommt, nach dem Motto: Wie steige ich jetzt in die Politik ein? oder Was kann ich jetzt noch machen, um irgendwas zu bewegen? Ich fand es super, dass man die Chance hatte, seine Ideen zu äußern, und ich hätte das eigentlich auch gerne irgendwie weiter getragen“.

Selbstkritische Töne mischen sich bei diesem Thema mit dem Wunsch nach Unterstützung: „Vielleicht ist es blöd zu sagen, das sollte man auch noch organisieren, denn das geht ja über den Wettbewerb hinaus. Aber trotzdem: Wenn es was mit Partizipation zu tun haben sollte, dann müsste schon noch ein bisschen was kommen hinterher.“

Vor diesem Diskussionshintergrund sind die Verbesserungsvorschläge und Wünsche der Teilnehmerinnen von [bite 05] – für einen durchaus erhofften nächsten Wettbewerb - nicht überraschend.

Wichtig ist ihnen, dass sowohl der Wettbewerb selbst als auch die Beiträge in der breiten Öffentlichkeit und bei den politischen Entscheidungsträgern bekannter gemacht werden: mehr Werbung im Vorfeld und insbesondere ein anderer Umgang mit den Produkten. Neben der mehrfach genannten Wanderausstellung der Beiträge durch die Kommunen wurde auch eine Anhörung im Bundestag zu den Ideen der Teilnehmer/innen genannt.

Ein nächster Wettbewerb würde darüber hinaus sehr von den Erfahrungsberichten von [bite 05] profitieren, wobei die Veranstalter überlegen sollen, wen sie eigentlich erreichen wollen und welche Ziele sie mit dem Wettbewerb verfolgen: Soll die Jugend an Politik und Partizipation heran geführt werden oder ist die Intention, dass Politik die Meinungen von Jugendlichen in ihren Diskurs aufnimmt? Vorgeschlagen wurde, dass der thematische Schwerpunkt stärker auf Partizipation ausgerichtet sein könnte.

Auf organisatorischer Ebene wird eine frühzeitige Information über Termin des Workshops angemahnt, wobei hier nicht geklärt werden konnte, ob die Informationen nicht auch auf dem Weg durch die Institution Schule hängen geblieben sind.

Da eine selbstständige Vernetzung im Anschluss an den Wettbewerb nicht zu funktionieren scheint, wird deshalb als entscheidende Unterstützung für ein nachhaltiges Engagement für eine stärkere Vernetzungsarbeit durch die Veran-

stalter und eine über den Wettbewerb hinaus angelegte Anlaufstelle plädiert: „Dass es eine Anlaufstelle gibt ist wichtig, denn man hat ja junge Leute erreicht, das war ja das Ziel. Dann muss man sie auch irgendwie da halten, sonst sind sie wieder weg“.

7.2 Öffentlichkeitsarbeit: Die Jugendredaktion (Ende 2004 - Mitte 2006)

Die Jugendredaktion nahm Ende 2004 (für 17 Monate) ihre Arbeit auf, um die Kampagne von Projekt P mit einer Internetseite zu unterstützen. Die Homepage www.projekt-p.de wurde von jungen Leuten mit Inhalten gefüllt und geleitet¹³.

Die Seite sollte Jugendliche über die einzelnen Come in Contract-Projekte, den [bite 05] Wettbewerb und das Festival Berlin 05 informieren und sie animieren, sich ebenfalls in einem Projekt zu engagieren oder sich mit Beiträgen an der Homepage zu beteiligen. Die Website war somit Diskussions- und Informationsplattform zugleich. Das Layout der Medienkampagne zu Projekt P wurde von Kreativ- sowie PR-Agenturen für die gesamte Initiative entwickelt und setzt sich auf der Homepage www.projekt-p.de fort. Damit waren Aufbau und Gestaltung der Homepage zum größten Teil bereits vorgegeben.

Die Redaktion war bei der Bundeszentrale für politische Bildung angesiedelt und wurde von Mitarbeiter/innen der Bundeszentrale begleitet. Das jugendliche Redaktionsteam setzte sich aus einem „Stamm“ von elf jungen Frauen und Männern zusammen, die z.T. als „Chef/in vom Dienst“ Verantwortung übernahmen bzw. als Redaktionsmitglieder verschiedene Themenschwerpunkte betreuten. Die Leitung der Jugendredaktion wurde in einem Auswahlverfahren mit Arbeitsproben und Vorstellungsgespräch in Berlin ausgewählt, diese stellten das restliche Team zusammen.

Alle Mitglieder der Jugendredaktion sind Student/innen (z.B. Politikwissenschaft, Journalismus, Jura) und verfügten bereits über journalistische Vorkenntnisse, z.B. beim Rundfunk oder bei Jugendmedien. Viele von ihnen wa-

¹³ Siehe auch die Analysen zur Website www.projekt-p.de in Kapitel 6 dieses Berichts.

ren und sind darüber hinaus in jugendverbandliche Strukturen (z.B. Pfadfinder) eingebunden.

Das Interview mit drei Mitgliedern des Redaktionsteams, einer jungen Frau und zwei jungen Männern, wurde in den Räumen des Deutschen Jugendinstituts in München geführt. Das „Stammteam“ verteilte sich über die ganze Bundesrepublik, es aber eine Wohnorthäufung um München, weswegen vor allem die dort beheimateten jungen Erwachsenen für ein Interview angesprochen wurden.

Wie bei den Interviews mit den Come in Contract-Teilnehmer/innen (vgl. Kap. 4.5.2) wurden auch diese Interviewpartner/innen nach Motiven, Erfahrungen mit Kooperationspartner/innen, nach Erfolgen, Misserfolgen und Verbesserungsvorschlägen sowie nach persönlichem Gewinn und Nachhaltigkeit des Engagements befragt.

Das Interview war insgesamt lebhaft und an der Kommunikations- und Ausdrucksfähigkeit der Interviewpartner/innen war durchaus spürbar, dass man es mit „Medienprofis“ zu tun hatte. Es kam außerdem Hintergrundwissen über den Nationalen Aktionsplan zum Ausdruck, worauf in dieser Auswertung zu Projekt P jedoch nicht näher eingegangen wird. Es zeigte sich, dass alle drei Befragten einen ausgesprochen reflektierten und auch kritischen Blick auf die Kampagne und deren Umsetzung haben.

7.2.1 Motive und Ziele für die Mitarbeit im Redaktionsteam

Zwei der Interviewten gehörten zur Redaktionsleitung, der dritte Interviewpartner war über Verbandskontakte von einer der Leiter/innen auf die Homepage aufmerksam gemacht und aufgrund seiner Erfahrungen beim Bayerischen Rundfunk um Beiträge gebeten worden. Obwohl ihn das Thema Jugendbeteiligung nicht besonders angesprochen hat („das klingt so unsexy“), gefiel ihm die Homepage besser als die vieler anderer Projekte. Ihn reizte das breite Spektrum, in dem das Thema Partizipation dargestellt werden sollte, und nicht zuletzt die Tatsache, dass die Artikel bezahlt werden. Er entschloss sich, regelmäßig insbesondere kulturbezogene Beiträge zu schreiben und auch beim Festival Berlin 05 die Jugendredaktion bei ihrem „online-ticker“ zu unterstützen.

Die Redaktionsleiterin wurde über den Newsletter der Pfadfinder auf die geplante Jugendredaktion aufmerksam und bewarb sich mit ihren Arbeitsproben, weil sie „mal in einer Redaktion arbeiten“ und mit Themen beschäftigen wollte, die „mich selbst angehen“. Erst im Bewerbungsverfahren – als sie er-

läutern soll, welche Ideen sie hat und in welche Richtung sie selbst die Homepage bringen würde – wird für sie deutlich, dass es sich um eine Leitungsstelle in der Redaktion handelt. Trotz der Überraschung greift sie sofort zu, denn: „Das ist eine Herausforderung, mit Leuten, die du nicht kennst, zusammen so was aufzubauen. Das war ja dezentral angelegt und wurde alles über Medien wie Internet und Telefon organisiert“.

Der interviewte Redaktionsleiter hatte die Jugendmedientagung in München mitorganisiert und wurde direkt von Mitarbeitern/innen der Bundeszentrale für politische Bildung auf sein Interesse an einer Redaktionsleitung bei www.projekt-p.de angesprochen. Er bewarb sich, nannte seine Bedingungen und wurde genommen: „Ich hab gesagt, ich mach’s nur, wenn ich nicht ausschließlich über diese ganzen Projekte berichten muss, die es in Deutschland gibt. Das war für mich der ausschlaggebende Punkt. Wir konnten selber diese Seite und ein Redaktionskonzept entwickeln. Das haben sie auch verstanden.“

7.2.2 Die Rolle der Projekt P-Homepage: Plattform für Partizipation oder für Selbstverwirklichung?

Die Interviewpartner/innen betrachten sich aufgrund ihrer Vorerfahrungen als „Young Professionals“ in der Journalistik und sind sicher, dass genau das von den Veranstaltern der Kampagne auch gesucht worden war. Die Jugendredaktion sollte autark und in Selbstorganisation arbeiten, ohne dass „jemand hinter uns sitzt und sich kümmert. Das mussten also auch Leute sein, die das können“. Ihre Einschätzung ist: „Wir waren definitiv das Gesicht dieser Kampagne. Das, was über diese Website nach außen gegangen ist“.

Entsprechend wehren sie sich gegen das partizipative Image, das der Jugendredaktion immer wieder verpasst wird. Denn was sie machen (wollen), ist ein guter Job: Eine ansprechende Homepage organisieren und Beiträge schreiben, die ihren journalistischen Ansprüchen entsprechen. Partizipation hatten sie alle in ihrer verbandlichen Arbeit über Jahre hinweg gemacht, das war hier nicht das Ziel. „Für mich hatte dieser Job mit Partizipation wenig zu tun. Mich hat das auch genervt, wenn wir dargestellt wurden als die Jugendredaktion, die Partizipation macht, was wir einfach nicht waren. Die haben so getan, als würden sie jetzt auch mal Kinder ran lassen. ‚Die dürfen auch ein bisschen spielen‘.“

In dem Interview wird deutlich, dass ihre Herangehensweise an die Homepage ambitioniert ist. „Diese Beteiligung - dass man was machen kann - das steckt ja in vielen Bereichen drin. Man kann an das Thema ja auch über Popkultur oder Theater ran gehen“. Es geht ihnen – im Gegensatz zu den Auftraggebern - nicht darum, die verschiedenen Come in Contract-Projekte der Kampagne zu interviewen und auf der Homepage zu präsentieren. „Ich hätte jetzt keine Lust gehabt, nach Fürstentfeldbruck ins Jugendzentrum zu fahren und mit den Kindern zu sprechen, wie sie ihren Raum streichen. Mich hat dann eher interessiert, wie die Münchner Kammerspiele mit dem Thema umgehen. Das fand ich eben das Spannende daran, dass das nicht so festgefahren war.“

Innerhalb der Redaktion wurde die Beteiligung von Jugendlichen an der Seite durchaus kontrovers diskutiert: „Die einen haben eher vertreten: Wir sind ein Partizipationsprojekt und jeder, der will und möchte, darf für uns schreiben. Die anderen haben gesagt: Nein, wir machen hier Journalismus. Zwar nicht die Süddeutsche Zeitung oder Spiegel online, aber wir treten damit nach außen, das muss einigen journalistischen Grundkriterien entsprechen.“ So wie es die Interviewpartner/innen beschreiben, hat sich die zweite Fraktion im Verlauf der Arbeit durchgesetzt: „Es gab tausende von Bewerbungen und Berichte, die mehr als schlecht waren, auf die wir zum Teil gar nicht mehr geantwortet haben. Das lief ja alles neben dem Studium. Und wir hatten nicht das Geld und die Zeit, Workshops zu machen für irgendwelche interessierten Jugendlichen, die sich denken, wir wollen jetzt mal was schreiben.“

Doch auch der Teil der Jugendredaktion mit dem journalistischen Anspruch kann sich eine partizipative Homepage vorstellen: „Wir sind kein Teil der Partizipation, so haben wir uns auch nicht gesehen, aber wir würden gerne auf der Seite eine Community schaffen, die diskutiert.“ Doch hier geraten sie an die Grenzen ihres Mitspracherechts: „Wir konnten einerseits viel bei der Seite mitbestimmen, andere Sachen wurden absichtlich überhört. Wenn es ein Partizipationsprojekt sein soll, müssen tools auf der Seite vorhanden sein, um zu kommunizieren. Und die haben gefehlt. Das Forum lief eine Weile, aber es gab einen Moderator, was die Diskussion erstickte. Da gab es wirkliche Konflikte“.

7.2.3 Jugendredaktion und Kampagne – ein gespanntes Verhältnis

Insgesamt stehen die Mitglieder der Jugendredaktion der Kampagne und auch ihrem Anteil darin kritisch gegenüber. „Wir haben uns oft gefragt, was wir hier machen, haben unsere Arbeit in Frage gestellt. Ob wir das eigentlich wollen -

der Jugend zu zeigen, was Partizipation sein kann -, und dafür aber von der Regierung bezahlt zu werden“.

Da sie alle aus verbandlichen Kontexten kommen, bewerten sie die Kampagne vor dem Hintergrund der Sparmassnahmen in der Jugendarbeit: „Zuerst werden massiv Gelder im Jugendbereich gekürzt, dann 5 Millionen im Gießkannenprinzip verteilt. Wenn ich sehe, wie viel Geld meinen Verbänden weggenommen wurde und kein Geld für Streetwork in München mehr, dann kann ich mir nicht vorgaukeln, ich arbeite für die Bundesregierung im Rahmen der Beteiligungskampagne - und alles ist gut. Im Gegenteil, alles ist Scheiße. Und das konnte ich nicht schreiben auf dieser Seite“.

Darüber hinaus zweifeln sie an der Vorgehensweise. Gerne hätten sie den Initiatoren - auch auf der Homepage - gesagt: „Schaut mal Leute, was ihr hier für Partizipation anschieben wollt, die nur funktioniert, wenn man erst mit Geld füttert, und dann spuckt das Schweinchen irgendetwas wieder aus.“ Doch ihnen ist auch klar: „Da war die Grenze. Kritik am Projekt P selbst war nur ganz bedingt möglich“. Ihre Vorbehalte gehen so weit, dass sie eigentlich gar keine Lust haben, die Jugendlichen kennen zu lernen, die mit ihren Projekten auf diese Kampagne anspringen.

Die Jugendredaktion will sich beteiligen und zeigen, wie bunt und vielfältig Partizipation sein kann - insofern stehen sie sehr wohl hinter den Zielen der Kampagne. Aber sie können nicht mehr glauben, dass das, was sie machen „unglaublich wichtig“ ist. „Vielleicht haben die sich auch die falschen Leute ausgesucht. Weil wir zu abgebrüht waren. Wir glauben nicht mehr, wir können die Welt verbessern“.

Sie interpretieren daher ihren Arbeitsauftrag nach ihrer Façon: Die offizielle Zielgruppe der Homepage waren die 16- und 17-Jährigen, die sich tatsächlich in den Projekten beteiligen. Doch die Redakteur/innen hatten nicht nur diese Zielgruppe im Blick: „Wir haben die Seite schon auch für uns gemacht. Wir haben die Themen genommen, die uns interessiert haben. Wir haben uns nicht die ganze Zeit gefragt: Was wollen die 16- und 17-Jährigen? Wir hatten nicht den Anspruch, die Jugend zu politisieren. Die, die diese Seite anschauen, sind schon engagiert. Wir sind nicht davon ausgegangen, dass wir bei Null starten, und - um es platt zu sagen - einem Hauptschüler aus Neukölln erklären, was Partizipation ist. Das hätten wir nicht leisten können, und das wollten wir auch nicht. Wir haben versucht, Politik von den verschiedenen Seiten anzugehen

und zu fragen, wo fängt sie denn an die Beteiligung? Ist es Beteiligung, wenn man eine bestimmte Art von Musik hört. Dann Interviews mit Politikern. Und Projekte vorgestellt, die uns interessiert haben.“

Über lange Zeit hinweg kann das Redaktionsteam seine Arbeit weitgehend eigenständig und unbehelligt so durchführen, wie es das für richtig hält. Die ersten Konflikte tauchen auf, als die Jugendredaktion anfängt, Forderungen zu stellen bezüglich der Homepage-Funktionen: Forum, Community, Kommentarmöglichkeiten etc.. Das Interesse an der Homepage wächst und damit auch der Versuch der Kampagnenpartner, auf die Gestaltung und die Inhalte Einfluss zu nehmen. Darüber hinaus erschweren zwei externe Faktoren die Arbeit: der Wahlkampf auf Bundesebene und das anstehende Festival Berlin 2005. Während des Wahlkampfes „wurden wir ja von einem nicht beachteten Ding zum Politikum“. Zwei Artikel über Parteien werden ohne Rücksprache „offline gestellt, von Leuten, die uns nie was zu sagen hatten. Die nie geholfen haben, aber eingegriffen und uns furchtbar eingeschränkt haben.“ Grund der Beanstandung: die Darstellung zweier Parteien und ihrer Wahlziele war unterschiedlich lang.

Vor dem Festival kommt eine „Flut an oktroyierten Themen“ über die Redaktion, und die Situation eskaliert fast, denn jetzt wird das eingefordert, was sie nie machen wollten: „Plötzlich sollten wir über die ganzen Projekte berichten, die vorgestellt wurden. Und ständig kamen Beschwerden, dass noch mehr über alle drei Partner berichtet werden müsse, damit deren Teilnahme an der Kampagne bekannt wird. Plötzlich mussten Interviews mit bestimmten Leuten stattfinden, per Email, damit die Kontrolle bleibt. Wir hätten vieles anders und besser machen können, aber das war nicht gewollt“. Die Redaktion muss den Spagat hinbekommen, einerseits die Auftraggeber zu bedienen und sich andererseits abzugrenzen. Zumindest jetzt ist der Partizipationsgedanke nicht nur Fluch, sondern auch Abwehrmöglichkeit: „Wir sind für Partizipation zuständig - wir sind nicht nur euer Werbespiegel.“

7.2.4 Wer wurde mit Projekt P erreicht?

Die Mitglieder der Jugendredaktion konstatieren, dass sie viele der Jugendlichen bereits aus dem Jugendverbandsbereich kannten: „Die waren aktiv, weil sie das schon immer waren“. Sie berufen sich auf die Shell-Studien und bezwei-

feln, dass es die Jugend überhaupt gibt, und fragen sich, wie man dann die Jugend erreichen kann. „Die Plakate mit lachenden, ach so beteiligten Jugendlichen waren so furchtbar. Viele Jugendlichen fühlten sich nicht angesprochen. Coolere Typen erst recht nicht“. Darüber hinaus kritisieren sie, dass Plakate nicht geeignet sind, um eine Website zu bewerben. „Wer merkt sich denn eine Website-Adresse bis zuhause?“ Sinnvoller hätten sie es gefunden, im Internet Banner zu schalten. Aber sie vermuten, dass es bei den Plakaten gar nicht um Werbung für die Homepage ging, sondern dass es „eine plakative Kampagne sein sollte, damit die Leute merken: Das Bundesministerium tut was für uns oder für unsere Jugend“.

Ihrer Meinung nach hat sich die Projekt P an Gymnasiasten gerichtet: „Wenn mir jemand aus dem Ministerium erzählen würde, er wollte bildungsferne Schichten erreichen, den würde ich auslachen. Das kann man nicht mit so ´nem Konzept. Das weiß ich aus meiner Erfahrung von der Basis, auch ohne Sozialwissenschaftler oder Pädagoge zu sein. Das dachte aber auch niemand“. Sie werfen den Initiatoren vor, dass sie sich in bildungsferne Gruppen nicht reinfühlen können, weil sie zum Bildungsbürgertum gehören. Selbstkritisch merken sie jedoch an: „Ich will das aber von mir auch nicht behaupten, dass ich genau weiß, wie es funktioniert, das ist ja auch nicht mein Leben.“ Eine gute Idee fanden sie, dass bei Berlin 05 die Zugkarten subventioniert waren, damit auch Jugendliche mit wenig Geld teilnehmen konnten.

Projekt P nehmen sie als ein typisches Beispiel für die sozialdemokratische Herangehensweise an Bildung wahr: „Von oben durch Bildung den Leuten sagen, was sie eigentlich machen könnten. Aber friedlich und nicht gegen die Politik. Dann kommen so Sachen wie Projekt P und Agenda 2010 dabei raus. Statt zu sagen, lasst uns da hin gehen, wo die Probleme sind“.

7.2.5 Erfolge, persönlicher Gewinn und Nachhaltigkeit

Insgesamt fällt auf, dass Mitglieder der Jugendredaktion – trotz aller Querelen im Vorfeld – das Festival Berlin 05 und die Rolle der Homepage für und während des Festivals positiv bewerten. Sie haben die Besucher/innen selbst auf der Heimfahrt im Zug noch in bester Stimmung erlebt. Da kam Bedauern auf, dass sie während des Festivals fast immer im Keller sitzen mussten, um den life-ticker zu produzieren. „Das Arbeiten beim Festival war spannend und lehrreich, mit vielen Politikern und Workshops. Einzelheiten waren schlecht, aber

gegen die Idee an sich ist nichts zu sagen. Es war solidarisch. Das hat schon gewirkt. Das kann man wieder machen.”

Sie sind sicher, dass die Website in Bezug auf das Festival im Vorfeld viel geleistet hat, allerdings haben sie sich gefragt, wer sich eigentlich für den life-ticker interessiert, wenn doch alle, die dort sein wollten, beim Festival sind. Bei Berlin 05 konnte man darüber hinaus sehen, dass es nicht nur die klassischen verbandlichen Strukturen als Partizipationsmöglichkeit gibt.

Kritisch sehen die Redakteure die zeitliche Begrenzung und die Folgen für ihre Motivation: „Es war klar, das läuft ein Jahr und wird dann wieder eingestellt. Was entwickelt man da für eine Motivation? Wir haben jetzt noch 3 Monate: Wie viele Themen quetschen wir da noch rein?“

Ein Interviewpartner räumt während des Interviews ein, dass – obwohl viele seiner Einschätzungen „ultra negativ“ klangen-, es auch ein „gutes Gefühl (war), wenn man die Seite angeguckt und gesehen hat, was man geschafft hat: Guter Artikel, wow!“ Ein anderer Gesprächspartner resümiert: „Die ganze Kampagne war ne Totgeburt und dafür war die Seite doch super.“ Und diese Homepage gemacht und zum Redaktionsteam gehört zu haben, das hat ihnen Spaß gemacht. Auch wenn sie es vorrangig für sich gemacht haben und nicht daran glauben, dass aufgrund der Homepage „die deutsche Jugend sich mehr für Politik interessiert oder bewusster mit ihren Möglichkeiten umgeht“.

Manche Erfahrungen, z.B. die mit dem zuständigen Ministerium, erinnern sie an die Schulzeit: „Das ist wie gegen Windmühlen kämpfen. Aber mir wurde nicht die Lust am mich Engagieren oder am Maul aufreißen genommen. Ich hab aufgehört zu glauben, dass ich mit meinem Mundwerk was verändern kann, aber es tut zumindest gut, zu sagen, was man denkt“.

Von der Arbeit in der Jugendredaktion bleiben die Erfahrungen mit dezentraler Organisation, der Redaktionsleitung, den Konflikten mit den Auftraggebern und die Zufriedenheit mit den Beiträgen. Aber mit Partizipation hat das wenig zu tun. „Wir waren ja davor schon engagiert und haben Partizipation gelebt. Das bleibt ja. Die Erfahrung kann mir niemand nehmen“.

8 Zusammenfassung und Bilanzierung

Die multimethodische Anlage der Evaluation – hier quantitative und qualitative Befragungen verschiedener Zielgruppen der Beteiligungsinitiative „Projekt P – misch dich ein“ – hat es ermöglicht, aus vielen unterschiedlichen „Mosaiksteinen“ ein Gesamtbild der Umsetzung und der Zielerreichung von Projekt P zu erstellen. Gerade dieser facettenreiche Blick gewährleistet über die reine Bilanzierung hinaus auch die Formulierung von Anhaltspunkten, um nachfolgende Initiativen weiter zu verbessern.

Trotz der über verschiedene methodische Zugänge und Zielgruppen abgesicherten Datenlage, musste im Bericht an diversen Stellen auf Interpretationsschwierigkeiten der Ergebnisse hingewiesen werden. Diese resultieren in erster Linie daraus, dass die Studien zu Projekt P im Nachgang der Kampagne durchgeführt wurden. Zum Zeitpunkt der Erhebungen lagen die Projekte oder Seminare bereits viele Monate zurück, was sich zum einen deutlich im Erinnerungsvermögen der schriftlich Befragten¹⁴ niederschlägt, was aber darüber hinaus auch erheblichen Einfluss auf den Rücklauf der Befragungen hat. Quantitativ zeigt sich diese Problematik in geringen Rücklaufzahlen, die nur mit erheblichem organisatorischen und zeitlichem Aufwand abgemildert werden konnten. Damit einher gehen aber auch Einschränkungen der Datenqualität in dem Sinne, dass man über eine hohe Selektivität in der Auswahl spekulieren kann und muss (v.a. höhere Zahl an Teilnehmer/innen, die ein außerordentliches Interesse an der Thematik und damit an der jeweiligen Befragung haben). Diese Einschränkungen bieten (unnötige) Angriffsflächen für Kritik an der ambitionierten Kampagne. In einer Folgeinitiative könnten diese mit einer prozessbegleitenden Evaluation leicht verhindert werden.

An das Gesagte schließt sich nahtlos an, dass sich die Gruppe der über die verschiedenen untersuchten Module erreichten (und hier befragten) Jugendlichen durch eine besondere Spezifik auszeichnet. So beziehen sich die Ergebnisse der quantitativen Befragungen hauptsächlich auf Aussagen von Jugendlichen, die in Deutschland geboren sind und deutsche Eltern haben, die über-

durchschnittlich hoch gebildet sind, die sich politisch hoch interessiert zeigen, die ihre eigene politische Kompetenz deutliche besser einschätzen als „der/die Durchschnittsjugendliche“ und weitaus häufiger als der „Schnitt“ partizipationsbereit sind. Je nach untersuchtem Modul sind weitere Besonderheiten der jugendlichen Zielgruppe erkennbar: So zeigt sich für die Come in Contract-Projekte eine deutliche Überrepräsentanz der westlichen Bundesländer und ein weit überdurchschnittlicher Anteil an verbandlich organisierten Jugendlichen. Letzteres ist freilich der Intention von „Come in Contract“ und den Informations- und Kommunikationswegen geschuldet, darf jedoch bei der Interpretation der Ergebnisse nicht außer Acht gelassen werden. Als ähnlich spezifisch erweist sich auch die Auswahl der Teilnehmer/innen der Qualifizierungsseminare. Auch hier lässt sich ein deutlich überdurchschnittliches Beteiligungs- bzw. Aktivitätspotenzial feststellen. Diese Selektivität – die sich wie beschrieben zu einem großen Teil über die Intention der Module und „Werbung“ erklären lässt, zu einem weiteren (nicht quantifizierbaren Anteil) auch auf die „ex post“-Anlage der Evaluation zurückführen lässt – stellt sich in diesem Ausmaß in den qualitativen Untersuchungen weniger drastisch dar. Durch eine gezielte Auswahl wird in der Evaluation sicher gestellt, dass auch Jugendliche interviewt wurden, die sonst wenig Gehör finden – Jugendliche mit Migrationshintergrund, schwule und lesbische Jugendliche, Jugendliche mit Behinderungen – und ihre spezifischen Anliegen aufgegriffen und dargestellt werden konnten.

Die Einbeziehung von hauptamtlichen Mitarbeiter/innen in die Evaluation ermöglicht es, die Befunde zur sozialstrukturellen Zusammensetzung und zu Einstellungen der Jugendlichen (auf Basis ihrer eigenen Aussagen) mit den Feststellungen der Hauptamtlichen, die in verschiedenen Positionen und Funktionen mit einzelnen Modulen von Projekt P zu tun hatten, abzugleichen. Deutlich wird hierbei, dass auch diese (erwachsenen) Befragten aus ihren Erfahrungen berichten, dass überwiegend Jugendliche deutscher Herkunft, mit eher hohem Bildungsstand und verbandlich Organisierte erreicht werden konnten. Dennoch sind immerhin 55% der Hauptamtlichen überzeugt, dass „einige neue“ Jugendliche mit „Come in Contract“ erreicht werden konnten, 5% meinen sogar, dass „sehr viele“ bisher nicht erreichte junge Erwachsene für die Jugendarbeit gewonnen werden konnten. Dieses an sich erfreuliche

¹⁴ Dagegen boten die Interviews in den Fokusgruppen die Chance, sich durch das gemeinsame Erzählen und Beleuchten des Erlebten auch wieder an mehr Details und Empfindungen zu erinnern.

Ergebnis relativiert sich jedoch wieder, wenn man einen Blick auf die diagnostizierte Dauer der Beteiligung der Jugendlichen wirft. Etwa zwei Drittel der befragten Hauptamtlichen sehen lediglich eine „aktionsbezogene Motivierung von Jugendlichen“ durch „Come in Contract“.

Der überwiegende Teil der mit einem standardisierten Fragebogen befragten jugendlichen Teilnehmer/innen an Come in Contract-Projekten hat über (jugend-)verbandliche Informations- und Kommunikationswege von dem jeweiligen Projekt erfahren. Das heißt, in der Jugendgruppe, über die/den Gruppenleiter/in, Infomails etc. wurden die Jugendlichen zu einer Teilnahme motiviert. Dieses Ergebnis deckt sich mit den Aussagen aus den qualitativen Interviews. Herausgestrichen werden kann dabei zusätzlich die herausragende Rolle der Multiplikator/innen, denn sie sind es häufig, die gezielt Projekt- und/oder Wettbewerbsinformationen an Jugendliche weiter geben und damit ihr Interesse wecken und sie zur Teilnahme anregen. Die persönlichen Kontakte machen Mut und bringen Verlässlichkeit und Vertrauen mit sich. Für die „Werbung“ bedeutet das, möglichst vielfältige Medien und insbesondere die Verteiler der öffentlichen und freien Träger zu nutzen, weil hierüber am ehesten eine persönliche Ansprache und somit eine zusätzliche Motivation erreicht wird. Schulen als Teil jugendlicher Lebenswelt bieten sich ebenfalls für die Werbung an, auch wenn der Informationsfluss dort immer wieder zu versiegen droht. Dabei könnte es hilfreich sein, verstärkt die Schülervertretungen als Ansprechpartner zu nutzen.

Motivation zur Teilnahme ist das eine, die tatsächlichen Erfahrungen während des Projekts, mögliche Erfolge oder Misserfolge, das Gefühl, etwas - oder jemanden - zu erreichen, das andere. „Come in Contract“ war mit dem Anspruch angetreten, dass Jugendliche mit „Entscheidungsträger/innen“ auf „gleicher Augenhöhe“ über ihre Anliegen und Themen verhandeln sollten. Ein Vertragsabschluss - im wahrsten Sinne des Wortes – sollte beiden Seiten Verbindlichkeit vermitteln und bei den Jugendlichen Selbstwirksamkeitserfahrungen erzeugen. Darüber, inwieweit dieses Instrument a) überhaupt angewendet wurde und b) den intendierten Erfolg hatte, gehen die Ergebnisse der quantitativen Befragungen bei Jugendlichen und Hauptamtlichen sowie der qualitativen Erhebungen auseinander. Während auf Seiten der Jugendlichen in den stan-

dardisierten Interviews durchweg optimistische Feedbacks zu den Vertragsabschlüssen zu verzeichnen sind, erklären sich die befragten hauptamtlichen Mitarbeiter/innen um einiges skeptischer, vor allem, wenn es um das Verhandeln auf gleicher Augenhöhe, die Erreichbarkeit der Politiker/innen und Entscheidungsträger/innen und den Erfolg des neuen Instruments angeht. Auch in den qualitativen Untersuchungen und Gesprächen mit Jugendlichen der einzelnen Come in Contract-Projekte geht die Umsetzung des Instruments weit auseinander. Die einen (z.B. Projekt „Wut im Bauch“) „vergessen“ über der inhaltlichen Arbeit geradezu, einen Vertrag zu schließen, den anderen (z.B. Projekt „Behördenchecker“) ist er nur als Einstieg wichtig und für wieder andere (z.B. Projekt „Lambda“) war er Kernstück ihrer Arbeit.

Dies macht eine abschließende Bewertung der Vertragsabschlüsse als *Instrument* nicht möglich, da die Implementation der Idee und des Instruments in der Praxis sehr unterschiedlich ausgefallen sind. Es wird an einigen Stellen deutlich, dass der Erfolg eines Projektes nicht - zumindest nicht unmittelbar - von einem dezidierten Vertrag abhängig ist. Andererseits lässt sich jedoch auch feststellen, dass eine beiderseitig verbindliche Absicherung sich durchaus förderlich auf die Akzeptanz des Projektziels - v.a. auch außerhalb des engeren Kreises der Projektbeteiligten - auswirken kann.

Ein beachtenswerter Aspekt der Projektbeteiligung ist der Kompetenzerwerb durch die Teilnahme. In allen evaluierten Modulen kommt zum Tragen, dass die Jugendlichen sowohl sach- als auch personenbezogene Kompetenzen zum einen in die Projektarbeit einbringen konnten und mussten. Dass sie aber andererseits auch in beträchtlichem Maße durch die Teilnahme am Projekt, durch die Auseinandersetzung mit einer spezifischen Thematik und anderen Menschen an Fähigkeiten dazu gewonnen haben. Für die einen ist es gewinnbringend, neue Kontakte geknüpft zu haben, die anderen nehmen neues Handwerkszeug zur Konfliktbewältigung mit - entscheidend ist, darauf verweisen die Analysen, dass ein persönlicher Gewinn zu dem Eindruck führt, dass sich das eigene Engagement gelohnt hat. Dieses Gefühl der „Selbstwirksamkeit“ ist wiederum Voraussetzung für weiteres Engagement. Damit hält man den Schlüssel für Nachhaltigkeit in den Händen.

Verdeutlichen lässt sich dieser Zusammenhang am Beispiel des Foto- und Schreibwettbewerbs [bite 05]. Die hierzu befragten jungen Frauen diskutierten

im Interview kontrovers, ob es sich hierbei eher um einen Kreativ-Wettbewerb oder um ein Partizipationsprojekt gehandelt hat. Sie machen deutlich, dass es ihnen, um von einem Beteiligungsprojekt zu sprechen, an Wirksamkeit fehle. So bezweifeln sie unisono, dass die Botschaften der zeichnenden und schreibenden Jugendlichen bei Entscheidungsträger/innen Gehör gefunden hat. Diese Skepsis und das Gefühl der mangelnden Anerkennung der eigenen künstlerischen Ambitionen sowie der darüber vermittelten (politischen) Inhalte lösen erhebliche Frustration aus. Nicht nur die Teilnehmerinnen dieses Projekts fühlen sich nach dem Auslaufen der Kampagne „allein gelassen“ bei der Suche nach weiteren Partizipationsmöglichkeiten und plädieren für eine „Anlaufstelle“¹⁵, um einmal erreichte Jugendliche – v.a. die, die nicht in verbandliche Strukturen integriert sind – langfristig für Partizipation zu gewinnen.

Zum strukturimmanenten Dilemma einer Kampagne wie Projekt P gehört es, zeitlich (und damit auch finanziell) befristet zu sein und doch langfristige und nachhaltige Partizipation auf den Weg bringen zu wollen und dabei möglichst auch Jugendliche zu erreichen, die vorher noch nicht in politische/gesellschaftliche Partizipation eingebunden waren. Die Auswertungen zeigen, dass es für das Erreichen dieser Ziele weiterer Module und Strukturen bedarf. Eine Werbung, die an die Aufenthaltsorte der Jugendlichen „geht“, z.B. an alle Schultypen, aber auch in die Offene Jugendarbeit und die Jugendsozialarbeit, könnte neue Zielgruppen ansprechen. Dabei darf nicht die entscheidende Rolle der Multiplikator/innen übersehen werden, die den Weg in die Partizipation ebnen, die aber auch ein über die Kampagne herausgehendes Engagement unterstützen. Somit benötigen auch sie Unterstützung und Fortbildung, um sich methodisches Knowhow anzueignen, das nicht als Grundvoraussetzung von ihnen erwartet werden kann, z.B. zu folgenden Fragen:

- Wie können Zielgruppen erreicht werden, die erst einmal nicht im direkten Fokus der Verbände stehen und auch nicht „von alleine“ an einem Partizipationsprojekt teilnehmen würden?

¹⁵ Zu denken wäre an „Agenturen für politische Partizipation“, die ähnlich aufgebaut sind wie Freiwilligenagenturen.

- Wie kann das Instrument des Vertrags, im Sinne von Verhandlungen auf Augenhöhe, sowohl den Jugendlichen als auch der Politik (oder anderen Vertragspartner/innen) schmackhaft gemacht werden, so dass es ernsthaft und nachhaltig eingesetzt wird?

Zu den veränderten Strukturen würde gehören, eine Vernetzung der Multiplikator/innen zu ermöglichen, ebenso wie eine Vernetzung der aktivierten Jugendlichen und letztere - über ihr aktuelles Projekt hinaus – mit unterschiedlichsten Partizipationsmöglichkeiten vertraut zu machen. Alle Jugendstudien der letzten Jahre haben gezeigt, dass Jugendliche sich favorisiert in Aktionen und Projekte einbringen. Als eine Form der angestrebten Nachhaltigkeit sind – dies berücksichtigt – auch wiederholte punktuelle Engagements zu würdigen und zu unterstützen. Die Übergänge von einem Projekt zu einem weiteren könnten und sollten Unterstützung finden bspw. über eine, wie die oben angesprochene, Anlaufstelle, die Anregungen für Partizipationsfelder bereit hält. Darüber hinaus könnte bei einer Folgeinitiative zu Projekt P die finanzielle Absicherung von Folgeprojekten von Anfang an eingeplant werden.

Als weiteres, über die bisherige Anlage und Umsetzung der Kampagne hinaus gehendes Strukturelement, könnte eine prozessbegleitende Evaluation Ergebnisse der Entwicklungen vor Ort direkt zu den Beteiligten zurück spiegeln. Konzeptionelle Veränderungen und Anpassungen könnten hierdurch zeitnah, effektiv und v.a. auch praxisbezogen erfolgen. Um darüber hinaus wichtige Anhaltspunkte über die Nachhaltigkeit des Engagements zu erhalten, sind aufbauend auf den Erkenntnissen der prozessbegleitenden Evaluation Erhebungen etwa zu zwei Zeitpunkten im Nachgang einer Initiative sinnvoll.

Literatur

Bohnsack, Ralf, Aglaja Przyborski und Burkhard Schäffer (Hg.) (2006): Das Gruppendiskussionsverfahren in der Forschungspraxis. Verlag Barbara Budrich

Breitenfelder, Ursula, Christoph Hofinger, Isabella Kaupa und Ruth Picker (2004, Mai). Fokusgruppen im politischen Forschungs- und Beratungsprozess [77 Absätze]. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research* [On-line Journal], 5(2), Art. 25. Verfügbar über: <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/2-04/2-04breitenfelderetal-d.htm> [Datum des Zugriffs: 6.9.2006].

Deutscher Bundesjugendring (Hg.) (2005): [bite 05] – bild+text. Ihr seid die Jury – Demokratie spielerisch lernen. Dokumentation des Foto- und Schreibwettbewerbs bite 05 zum Thema „eine jugendgerechte Welt in Bild und Text“. Schriftenreihe Deutscher Bundesjugendring Nr. 43: Berlin

Deutscher Bundesjugendring (Hg.) (2006): Come in Contract – auf gleicher Augenhöhe! Beiträge und Praxisbeispiele zu Come in Contract im Rahmen von Projekt P – misch dich ein. Schriftenreihe Deutscher Bundesjugendring Nr. 45: Berlin

Düx, Wiebken (2006): „Aber so richtig für das Leben lernt man eher bei der freiwilligen Arbeit.“ Zum Kompetenzzuwinn Jugendlicher im freiwilligen Engagement. In: Rauschenbach, Thomas, Wiebken Düx und Erich Sass (Hg.): Informelles Lernen im Jugendalter. Vernachlässigte Dimensionen der Bildungsdebatte. Juventa Verlag, S. 205-240

Gaiser, Wolfgang und Johann de Rijke (2006): Gesellschaftliche und politische Beteiligung. In: Gille, Martina, Sabine Sardei-Biermann, Wolfgang Gaiser und Johann de Rijke: Jugendliche und junge Erwachsene in Deutschland. Lebensverhältnisse, Werte und gesellschaftliche Beteiligung 12- bis 29-Jähriger. VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 213-275

- Geertz, Clifford (1995): Dichte Beschreibung. Beiträge zum verstehen kultureller Systeme. Suhrkamp-Verlag
- Grunert, Cathleen (2005): Kompetenzerwerb von Kindern und Jugendlichen in außerschulischen Sozialisationsfeldern. In: Sachverständigenkommission Zwölfter Kinder- und Jugendbericht (Hg.): Kompetenzerwerb von Kindern und Jugendlichen im Schulalter, Materialien zum Zwölften Kinder- und Jugendbericht Band 3, S. 9-94
- Kromrey, H. (2005): Evaluation – ein Überblick. In: Heidrun Schöch (Hg.): Was ist Qualität. Die Entzauberung eines Mythos, Berlin 2005: Wissenschaftl. Verlag (Schriftenreihe Wandel und Kontinuität in Organisationen, Band 6), S. 31-85. Verfügbar über:
http://www.profkromrey.de/Kromrey_Evaluation_-_ein_Uberblick.pdf,
 [Datum des Zugriffs: 6.9.2006]
- Lehmann, Tobias und Katharina Mecklenburg (2006): Jugendverbände als biografisch bedeutsame Lebensorte. Schneider Verlag
- Morgan, David L. (1997): Focus Groups As Qualitative Research. Sage Publications
- Schmid, Christine (2004): Politisches Interesse von Jugendlichen. Eine Längsschnittuntersuchung zum Einfluss von Eltern, Gleichaltrigen, Massenmedien und Schulunterricht. Deutscher Universitäts-Verlag
- Wächter, Franziska (2005): EUYOUPART - National Report on Survey Findings (Germany) (Verfügbar über www.dji.de/euyoupart)
- Winklhofer, Ursula und Claudia Zinser (im Erscheinen): Jugend und gesellschaftliche Partizipation. In: Münchmeier, Richard, Gabriele Bingel und Anja Nordmann (Hrsg.): Die Gesellschaft und ihre Jugend. Verlag Barbara Budrich

Deutsches Jugendinstitut e.V.
Nockherstr. 2
81541 München
Telefon: +49(0)89 62306-0
Fax: +49(0)89 62306-162
www.dji.de