

4 regional you

Regionale Tagesveranstaltungen
für kommunale Jugendringe

Oldenburg
Melle
Wolfsburg
Göttingen

Dokumentation der
Veranstaltungsreihe

PROjugendringe
landesjugendring
niedersachsen e.v.

INHALSVERZEICHNIS

Zu Beginn	3
Impressum	4
Öffentlichkeitsarbeit	5
> Den eigenen Jugendring und seine Ziele definieren	5
> Selbstdarstellungs-Flyer	6
> Zielgruppen / Interne & externe Öffentlichkeitsarbeit	6
> Pressearbeit	7
>> Pressekontakte knüpfen, halten und pflegen	7
>> Journalistische Stilformen	8
>> Die Pressemitteilung	9
>> Die Pressekonferenz	10
> Corporate Design	10
> Webseiten	11
> Newsletter	11
> Öffentlichkeitsarbeit ist Arbeit	12
Politische Arbeit des Jugendrings	13
> Welche Institutionen & Gremien sind für die politische Arbeit des Jugendrings wichtig?	13
> Politische Einflussmöglichkeiten des Jugendrings	16
Kommunale Haushalte	17
> Haushaltssystematik	17
> Budgetierung	18
Finanzierung der Jugendring-Arbeit	20
> Finanzierungsquellen	20
> Voraussetzungen	22
Attraktivität des Jugendrings	24
> Erwartungen der Jugendgruppen an den Jugendring	25
> Erwartungen des Jugendrings an die Mitgliedsgruppen	26
> Voraussetzungen für eine gelingende Arbeit des Jugendrings	26
Ehrenamtliche im Jugendring - Woher nehmen, wenn nicht stehlen?	28
> Erwartungen an die Mitarbeit im Jugendring	28
> Jugendring-Arbeit kostet Zeit	30
Adressenlisten	32

ZU BEGINN

Der Landesjugendring auf Tour durch Niedersachsen: Fünf Tagesveranstaltungen für ehren- und hauptamtliche Mitarbeiter-innen der kommunalen Jugendringe standen von April bis Juni auf dem Tour-Plan des Referenten-Teams:

- Oldenburg
- Melle
- Wolfsburg
- Tostedt
- Göttingen.

Fünf Themen auch, die den Jugendringen neue Impulse für ihre Arbeit geben sollten, aus denen bei jeder Veranstaltung zwei von den Teilnehmer-inne-n gewählt werden durften:

- Ehrenamtliche im Jugendring
- Öffentlichkeitsarbeit
- Attraktivität des Jugendrings
- Politische Arbeit
- Finanzierung in der Jugendarbeit.

Daneben sollte aber auch viel Zeit für das gegenseitige Kennenlernen und den Erfahrungsaustausch bleiben. Dabei orientierte sich der Landesjugendring in der Konzeption dieser Veranstaltungsreihe an den Bedürfnissen und Interessen, die die Jugendringe in der Jugendring-Befragung 2003 geäußert haben.

Fünf der fünf Themen wurden in den verschiedenen Veranstaltungen gewählt, allerdings nur vier der fünf Veranstaltungsorte - für Tostedt gab es nicht eine ausreichende Anzahl von Anmeldungen. Die vier verbleibenden Veranstaltungen fanden jeweils an einem Samstag von 9.30 bis etwa 17.00 Uhr statt und boten einen Einblick in die Vielfältigkeit der kommunalen Jugendringe in Niedersachsen, deren interessante Projekte und Maßnahmen, aber auch in deren Probleme.

Die gewählte Veranstaltungsform ist bei den Teilnehmer-inne-n auf breite Zustimmung gestoßen: Die Möglichkeit, mit der Anmeldung selber die Themen mitzubestimmen, und die dezentralen Angebote in ganz Niedersachsen, die eine kurze Anreise für die Teilnehmer-innen garantierten, sind auf breite Zustimmung gestoßen. Aus Sicht des Landesjugendrings wäre eine stärkere Teilnahme an den Veranstaltungen wünschenswert gewesen. Bei Kontakten zu Jugendringen, die an der Veranstaltungsreihe nicht teilgenommen haben, wurde deutlich, dass sich solche Veranstaltungen erst etablieren müssen: Vielen Jugendring-Mitarbeiter-inne-n fehlte das Vertrauen in das Angebot und daher die Bereitschaft, einen Samstag in eine solche Veranstaltung zu investieren.

Doch die Ergebnisse und das Feedback der Teilnehmenden sprechen eine andere Sprache - der Samstag hat sich für alle gelohnt!

Die Ergebnisse aller vier Veranstaltungen präsentieren wir in dieser Dokumentation. Wir freuen uns bereits jetzt auf weitere Aktionen mit und für euch!

IMPRESSUM

Herausgeber: Landesjugendring Niedersachsen e.V.
Maschstr. 24
30169 Hannover
Tel.: 0511/805055 • Fax: 0511/805057
info@ljr.de • www.ljr.de

Zusammenstellung: Björn Bertram

Mit Texten von: Björn Bertram, Fabian Dames

Lektorat: Ute Rogat

Druck: Sebastian Liebscher, Eigendruck

Auflage: 200 Stück

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Wer beachtet werden will muss etwas dafür tun! Dass gilt auch und gerade für Jugendringe. Jugendringe bedürfen der Aufmerksamkeit „anderer“ im politischen Prozess oder beim Wirken nach „innen“ (also z.B. bezogen auf die Mitgliedsgruppen). Gute Lobbyarbeit ist ohne Einbeziehen der Öffentlichkeit nicht denkbar. Der Begriff Öffentlichkeit ist hierbei weit gefasst. Er bezieht sich sowohl auf kleine Teilöffentlichkeiten (Jugendgruppenleiter-innen, Rats-/Kreistags-Mitglieder, potenzielle Sponsoren,... etc.) als auch auf die Gesamtbevölkerung im Aktionsgebiet des Jugendrings. Wenn der Anlass das rechtfertigt, ist ein Jugendring auch für die überregionale Öffentlichkeit interessant.

>>> Den eigenen Jugendring und seine Ziele definieren!

Wer sich der Öffentlichkeit (welcher auch immer) präsentiert, sollte genau geklärt haben, was seinen Jugendring ausmacht und wofür dieser Jugendring da ist. Dies gibt nicht nur Sicherheit z.B. bei Interviews, sondern verhindert auch, dass unterschiedliche Personen verschieden Dinge über den Jugendring sagen, was Leute, die den Jugendring nicht gut kennen, verwirrt.

Die Institution und ihre Handelnden

Rahmendaten über den Jugendring sollten greifbar und auf dem aktuellen Stand sein. Dazu gehören z.B.

- Anzahl der Mitgliedsgruppen (ggf. Adressen-Liste),
- vertretene Jugendliche,
- interessante regelmäßige (oder gerade aktuelle) Aktivitäten,
- vom Jugendring getragene Einrichtungen oder Projekte.

Auch über die Personen, die für den Jugendring handeln (also seine Vorstandsmitglieder und Mitarbeiter-innen), sollten Informationen zur Verfügung stehen. Neben den Daten zur Person (Name, Alter, Beruf,...) sind folgende Dinge interessant:

- Mitgliedsgruppe, aus der sie kommen,
- Funktion im Jugendring (Tätigkeitsbereich),
- andere im Jugendringskontext interessante Tätigkeiten (z.B. Jugendhilfeausschuss-Mitglied)
- ein halbwegs aktuelles (vorteilhaftes) Bild (möglichst auch digital).

Aufgaben und Ziele des Jugendrings

In den allermeisten Jugendrings-Satzungen finden sich Zielbeschreibungen oder Aufgabenstellungen. Diese sind häufig sehr umfangreich und umfassend formuliert (was in Satzungen auch gut ist, weil es den Jugendring flexibel macht). Unter den Personen, die für den

Jugendring agieren, sollte geklärt sein, welche Ziele und Aufgaben aktuell die wirklich wichtigen sind. Diese sollten auch schriftlich vorliegen. Formulierungen spielen dabei keine untergeordnete Rolle. Besser als: „Wir pressen unserer Gemeinde soviel Geld wie möglich für die Jugendarbeit ab.“ klingt: „Wir sorgen dafür, dass in unserer Gemeinde die notwendigen Ressourcen für die Jugendarbeit zu Verfügung stehen.“, auch wenn es faktisch dasselbe meint.

Wie erreicht der Jugendring das, was er will?

Die Ziele, die man sich gesetzt hat, will man auch erreichen, und in der Art, wie man das tut, wird man von anderen wahrgenommen. Es ist also gut, wenn ein Jugendring sich darüber bewusst ist, wie er handelt. In welchen Ausschüssen und Arbeitskreisen arbeitet der Jugendring mit? Was tut er konkret für seine Mitgliedsgruppen und für andere? Was hat er schon erreicht?

Wenn ein Jugendring die vorstehenden Dinge geklärt hat (z.B. im Rahmen eine Klausurtagung), sollten sie gleich verwandt werden. Es bietet sich an, einen kleinen Selbstdarstellungsflyer zu erstellen, sowie den Standardabschluss text einer Pressemitteilung zu formulieren.

>>> Selbstdarstellungs-Flyer

Dieses Faltblatt sollte die wichtigsten Informationen zum Jugendring enthalten und die Personen, die für ihn arbeiten, vorstellen.

Von den Informationen werden die „präsentablen“ natürlich etwas ausführlicher erläutert. Allerdings sollte man keine unspektakulären, aber wichtigen Aktivitäten unterschlagen oder Tätigkeiten, die eher zum Randbereich gehören, künstlich aufblähen. Wenn jemand genauer hinguckt, was ja das Ziel eines solchen Flyers ist, sieht man sonst schnell alt aus.

Ein Logo vorne drauf und z.B. ein Gruppenfoto des Vorstandes als Abschluss runden das ganze graphisch ab. Je nach den finanziellen Möglichkeiten des Jugendrings lässt man das ganze drucken oder kopiert einfach auf farbiges Papier.

Auf den Aufbau einer Pressemitteilung wird weiter unten eingegangen.

>>> Zielgruppen / Interne und externe Öffentlichkeitsarbeit

Wenn man informiert (und nichts anderes ist Öffentlichkeitsarbeit), geht das besser, wenn man weiß, an wen man sich wendet. Dazu kann man die Öffentlichkeit in verschiedene Teilöffentlichkeiten unterteilen. Am deutlichstem ist die Trennung in intern und extern.

Zur Internen Zielgruppe zählen bei Jugendringen die Mitgliedsgruppen und deren Mitglieder sowie ggf. vorhanden haupt- und nebenberufliche

Mitarbeiter. Auch Sympathisanten (Spender, Unterstützer, Helfer bei Veranstaltungen,...) können von Fall zu Fall zur internen Zielgruppe gezählt werden. Alle anderen zählen zur externen Zielgruppe. Der Hauptunterschied ist, dass man bei „internen“ in der Regel von einem höheren Informationsniveau ausgehen kann. Man muss also nicht in jedem monatlichen Newsletter erklären, was der Jugendring ist. Auch von einer gewissen Grundübereinstimmung ist auszugehen. Von der Wichtigkeit von Jugendverbandsarbeit müssen Mitglieder von Jugendverbänden nicht überzeugt werden.

Im Normalfall wird die Unterscheidung in intern und extern für Jugendringe ausreichen. Manchmal kann aber eine feinere Einteilung sinnvoll sein. Wenn ein Jugendring z.B. Juleica-Vergünstigungen bei Einzelhändler-inne-n einwerben will, könnten im Vorfeld Artikel in der Zeitung, die diese Einzelhändler-innen lesen, platziert werden, die die Eigenschaft von Jugendleiter-inne-n als Multiplikator-inn-en in der interessanten Käuferschicht „Jugendliche“ herausstellen. Im Anschluss an einen solchen Artikel sollten Gespräche über Juleica-Vergünstigungen etwas leichter fallen.

>>> Externe Öffentlichkeitsarbeit/Pressearbeit

Da ein Jugendring sich teure Massensendungen (mailings) in der Regel nicht leisten kann, ist er bei externer Öffentlichkeitsarbeit im Wesentlichen auf die Presse angewiesen.

>>> Pressekontakte knüpfen, halten und pflegen

Der Kontakt mit der Presse ist einer auf Gegenseitigkeit. Der Jugendring versorgt die Presse mit guten, leicht zu verarbeitenden Informationen und die Presse sorgt für deren Verbreitung.

Die folgenden Dinge erleichtern gute Pressearbeit:

Presseverteiler

Ein Jugendring sollte eine Adressdatei mit den Pressemedien, die er normalerweise anspricht, haben. Neben den Adressdaten (Fax, Telefon, E-Mail-Adresse,...) ist es gut, den/die inhaltlich oder regional zuständige/-n Redakteur/-in zu kennen.

Technische Basics

Ein Jugendring sollte neben einer Postanschrift mit E-Mail ausgerüstet sein. Auch Zugriff auf ein Fax sollte sich organisieren lassen. Es gibt Redaktionen, die Pressemitteilungen vorrangig per Fax verarbeiten. Telefonische Erreichbarkeit ist wichtig. Sofern kein Büro vorhanden ist und niemand seine Privattelefonnummer zur Verfügung stellen will, tut's vielleicht ein Vorstandsdiensthandy mit Prepaid-Karte. Unter einer

Telefonnummer, die man rausgibt, sollte natürlich auch jemand erreichbar sein.

Feste/-r Presseverantwortliche/-r

Wenn möglich, sollte die Pressearbeit immer von der gleichen Person gemacht werden. Zugänge zu Redaktionen sind leichter, wenn „man sich schon kennt“, und Fehler macht man meist auch nur einmal. Das heißt nicht, dass immer der/die Gleiche die Interviews gibt. Aber der „Pressemensch“ verabredet das Interview.

Antrittsbesuch

Bei den wichtigsten Medien (in der Regel die örtliche Tageszeitung) macht man einen Antrittsbesuch. So lernt man sich kennen und erhöht damit die Chance, dass eine Meldung unter den vielen möglichen, die ein Redakteur auswählen kann, auch beachtet wird. Außerdem kann man klären, welche Informationen überhaupt interessieren. Mit etwas Glück wirft der Antrittsbesuch ein Jugendringsportrait in der Zeitung ab (darf aber nicht erwartet werden).

Zugangswege klären

Bei einem solchen Antrittsbesuch kann auch gleich geklärt werden, wie die Redaktion am liebsten beliefert wird. Ob per Fax oder per E-Mail. Welches Dateiformat (*.pdf oder *.rtf oder *.txt oder...; word(*.doc) ist meist unbeliebt) erwünscht ist, ob angehängte Bilder (Format?) erwünscht sind oder nicht und welche Auflösung ggf. gut ist.

>>> Journalistische Stilformen

Wer in seine Tageszeitung schaut, wird entdecken, dass Artikel unterschiedlich lang sind und sich auch stilistisch unterscheiden. Man kann wie folgt unterscheiden:

Nachricht: Kurz und prägnant, das Wichtigste (die 6 Ws, s.u.) zuerst, dann im Idealfall von hinten wegekürzbar, objektive, wertungsfreie Sprache, einfache Sätze (Subjekt-Prädikat-Objekt), informativ.

Bericht: Ausführlichere Nachricht mit ähnlicher Gliederung, tatsachenbetont, objektiv, kann aber auch werten, mehr Zitate, weniger Detailangaben, tiefergehende Information.

Feature: Veranschaulichen abstrakter Sachverhalte an einem konkreten Beispiel, Infos aus dem Blickwinkel der Leser, lockere interessantere Sprache als im trockenen Nachrichtenstil, Information mit gewissem Unterhaltungswert.

Reportage: Tatsachenbetonter, aber persönlich gefärbter Erlebnisbericht des Reporters, Perspektivenwechsel (Beschreibung und Fakten), Wechsel von Nah- und Gesamtsicht (Einzelschicksal vs. Gruppe), Tempiwechsel, neben reiner Information auch Unterhaltung.

Portrait: Stellt Personen vor, über den reinen Lebenslauf hinausgehend, stilistisch der Reportage ähnlich, mehr als bloße Faktenaufzählung, Person greifbar für den Leser machen, weder Hymne noch Demontage.

Kommentar: Meinung des Journalisten, Argumentationskommentare (Darlegung von Gründen), Geradeauskommentare (positive oder negative Bewertung eines Themas, ohne Alternativen einzubeziehen), Einerseits-Andererseits-Kommentare, immer Schlussfolgerung.

Glosse: (Ironisch auf die Spitze getrieben), Kritik.

>>> Die Pressemitteilung

Circa 80-90% der Inhalte einer Tageszeitung bestehen aus übernommenen oder überarbeiteten Pressemitteilungen (oder Agenturmeldungen). In den allermeisten Fällen wird das Ziel einer solchen Pressemitteilung (PM) eine Nachricht oder ein kurzer Bericht sein. Entsprechend muss sie auch formuliert werden. Wenn das Umarbeiten einer PM für den unter Zeitdruck stehenden Redakteur zu aufwendig ist, nimmt er vielleicht einfach eine andere. Also muss man es ihm einfach machen.

Die 6 „W“s

Die 6 „W“-Fragen sollten vollständig und klar beantwortet werden.

- Wer macht(e) etwas?
- Was wird (wurde) gemacht?
- Wann findet (fand) das statt?
- Wo geschieht (geschah) es?
- Wie geht (ging) es vor sich?
- Warum wird (wurde) es gemacht?

Keine direkte Anrede: Das ist kein Nachrichtenstil.

Einfache Sprache: Kurze Sätze (nicht mehr als 13-15 Worte) ohne grammatikalische Winkelzüge verwenden (Subjekt-Prädikat-Objekt).

Das Wichtigste zuerst (von hinten kürzbar): Die ersten vier „W“-Fragen sollten möglichst schon im ersten Satz beantwortet werden. Dann zügig die anderen „W“-Fragen abarbeiten. Anschließend folgen Details und Zitate (mit vollständigen Angaben zur zitierten Person).

Häufig steht für eine Meldung nur ein bestimmter Platz zur Verfügung. Dann wird sie im Normalfall von hinten gekürzt. Das kann man selber vorher testen: Was kommt eigentlich rüber, wenn die letzten 3 Sätze gestrichen werden. Oder wenn überhaupt nur die ersten beiden Sätze stehen bleiben.

Selbstdarstellung am Ende: Eine PM sollte mit einer Darstellung des Jugendrings in (ca.) drei Sätzen schließen. Diese wird zwar im Normalfall gekürzt, hilft aber z.B. einem neuen Redakteur, die PM besser

einzuschätzen. Wenn Platz ist, landet sie auch manchmal in einem Kasten neben einem längeren Bericht.

Kontakt für Nachfragen anbieten: Falls ein-e Redakteur-in sich eingehender interessiert oder doch einmal etwas in der PM fehlt, sollte jemand erreichbar sein, der zusätzliche Informationen liefern kann.

Bildmaterial: Wenn vorhanden, sollte Bildmaterial beigelegt werden. Inzwischen sind Digitalfotos in fast allen Redaktionen Standard. Trotzdem sollte man das abklären (eine Redaktion mit schwachbrüstigem Internetzugang kann verärgert auf das Verstopfen ihrer Postfächer reagieren). Und keinesfalls mehr als 2 oder 3 Bilder. Fotoalben haben die Redakteure zu Hause genug.

>>> Die Pressekonferenz

Wenn die örtliche Presselandschaft vielfältig genug ist, kann es sich in einzelnen Fällen lohnen, eine Pressekonferenz zu organisieren. Dies lohnt sich aber nur für große Aktionen (eine aufwändige Veranstaltungsreihe, eine wirkliche Großveranstaltung,...) und wenn mehrere Medien zu erwarten sind. Will man nur mit der örtlichen Zeitungsredaktion reden, verabredet man ein Pressegespräch in der Redaktion oder am Ort des Geschehens. Für Pressekonferenzen gibt es Checklisten und Ablaufpläne, die man sich besorgen sollte.

>>> Corporate Design

Für interne und externe Zielgruppen ist es wichtig, schnell wiedererkannt zu werden. Dabei hilft ein einheitliches Design bei Plakaten, Flyern, aber auch Pressemitteilungen.

Ein Corporate Design wird z.B. definiert durch:

- einheitliches Logo in verschiedenen Versionen (s/w und farbig, für große und kleine Darstellung)
- wiedererkennbarer Layout-Stil (Rahmenlayout, Platzierungen (z.B. Logo immer unten rechts), bestimmte Art der Bildverwendung (reduzierte Farbzahl, s/w, verwascht...)
- weitere Dinge wie z.B. ein Slogan („...“, ich bin doch nicht blöd!“) eine vornehmlich verwandte Farbe, oder vornehmlich verwandte Schriftart.

>>> Webseiten

Ein gutes Mittel der Öffentlichkeitsarbeit sind Webseiten. Irgendjemand aus den Mitgliedsverbänden hat bestimmt auch Spaß am gestalten und das dazu nötige Fachwissen.

Eine Webseite sollte entweder aktuell oder zeitlos sein. Nichts ist schlimmer, als im Juni auf der Startseite für die demnächst bevorstehende Weihnachtsfeier des vorletzten Jahres zu werben. Neben der Selbstdarstellung sollte eine Linkliste zu Mitgliedsgruppen und anderen Organisationen (Jugendringen) vorhanden sein. Ein Impressum ist in Deutschland gesetzlich vorgeschrieben (diverse Tools im Internet helfen beim korrekten Erstellen). Auch Formulierungen für einen so genannten „Disclaimer“, mit dem man sich von den gesetzten Verlinkungen distanziert, finden sich im Netz. Weitere Inhalte können beliebig hinzukommen (Methoden der Jugendarbeit, Hilfestellungen für Ehrenamtliche, Rezepte fürs Kochen mit Großgruppen,...). Unter www.jugendserver-niedersachsen.de können niedersächsische Jugendringe kostenlos einfache Webseiten einrichten. Verschiedene Designs stehen zur Verfügung.

>>> Newsletter

Kostengünstig und mit wenig Aufwand verschickt eine E-Mail Newsletter-Infos. Adressen dafür sammelt man aktiv auf Veranstaltungen und bei Aktionen. Auf folgende Dinge sollte man achten:

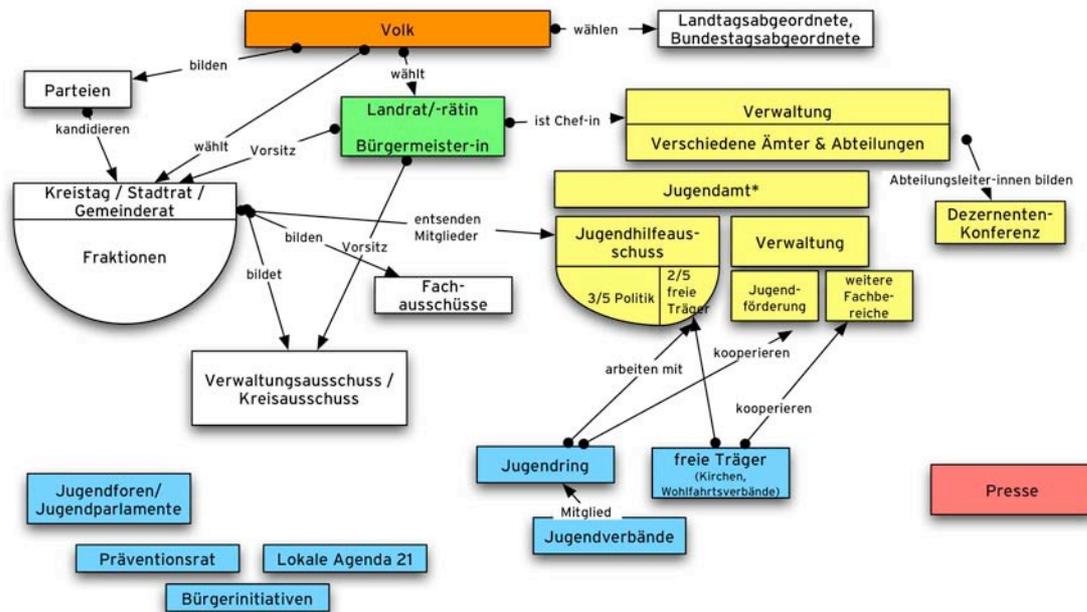
- Für wen ist der Newsletter bestimmt? Wenn Externe im E-Mail-Verteiler sind, sollten gewisse Infos nicht über den Newsletter laufen.
- Regelmäßiges Erscheinen ist wichtig. Ein Newsletter, der nur 2-mal pro Jahr kommt, vermittelt: „Da ist nichts los!“ Öfter als einmal pro Woche kann nerven, wenn's nicht sehr gute Gründe gibt.
- [Header] Manche Empfänger filtern Newsletter in bestimmte Ordner. Dafür hat sich als Standard ein [Header] mit eckigen Klammern am Beginn der Betreff-Zeile eingebürgert: z.B. „[KJR XY-Info] Neuer Jugendringsvorstand gewählt“.
- Sorgfältig mit den anvertrauten Adressen umgehen. Einen Newsletter verschickt man (wenn kein Massenmail-Tool zur Verfügung steht) an sich selbst mit den Empfängern im BCC-Feld, so bekommt niemand die 170 Adressaten mit.
- Ein Newsletter sollte mit einem Standardschlussabsatz enden, der Erstempfängern erklärt, warum sie diesen Newsletter bekommen, und auf eine Abbestellmöglichkeit hinweist, die dann auch funktionieren muss.

>>> **Öffentlichkeitsarbeit ist Arbeit**

Für Öffentlichkeitsarbeit braucht man (neben etwas Geld) Zeit, die für andere Aktivitäten dann nicht mehr zur Verfügung steht.

Öffentlichkeitsarbeit sollte kontinuierlich angelegt sein (Strohfeuer bringen wenig). Jeder Jugendring sollte sein ÖA-Niveau daher mit Bedacht festlegen, dann aber auch durchhalten.

die Kommune zu führen ist und die Ratsfrauen und -herren entscheiden über den Haushalt - und damit auch darüber, wie viel Geld in der Kommune für Jugendarbeit ausgegeben wird.



- **Bürgermeister-in:** Die/der Bürgermeister-in ist Chef-in der Kommunalverwaltung und hat alle laufenden Geschäfte der Verwaltung zu verantworten. Ihr/ihm obliegt auch die Personalverantwortung für alle Mitarbeiter-innen. Gleichzeitig ist sie/er qua Amtes auch Mitglied des Rates und des Verwaltungsausschusses. Die/Der Bürgermeister-in wird vom Volk direkt gewählt.
- **Fachausschüsse:** Um inhaltlich detaillierter arbeiten zu können, bildet der Rat einzelne Fachausschüsse (z.B.: Finanzausschuss, Bauausschuss,...), in denen die Entscheidungen des Rates vorbereitet werden. Zu den Fachausschüssen gehören auch > Jugendhilfeausschüsse bzw. Ausschüsse für Jugend und Sport o.Ä.
- **Verwaltungsausschuss:** Ein besonderer Ausschuss ist auch der Verwaltungsausschuss. Ihm ist kein spezielles Fachgebiet zugeordnet. Hier wird die Arbeit der Fachausschüsse koordiniert und die Ratssitzungen werden hier vorbereitet. Und er kann zu allen Angelegenheiten der Verwaltung Auskunft verlangen, da er zentrale Steuerungs- und Koordinierungsaufgaben hat.
- **Jugendamt:** Das Jugendamt muss es in allen Kreisen und kreisfreien Städten geben. Darüber hinaus gibt es einige weitere größere Städte in Niedersachsen, die aus der Zeit vor der Gebietsreform über ein eigenes Jugendamt verfügen. Dem Jugendamt kommt durch das Kinder- und Jugendhilfegesetz eine Sonderstellung zu: Es ist „zweigliedrig“. Neben dem Verwaltungsteil, zu dem z.B. die/der Jugendpfleger-in gehört, gibt es noch den > Jugendhilfeausschuss, der weitgehende

Mitsprachemöglichkeiten besitzt, die über die Möglichkeiten der anderen > Fachausschüsse hinausgeht.

- **Jugendhilfeausschuss:** Der Jugendhilfeausschuss besteht als einziger Ausschuss nicht nur aus Ratsfrauen und -herren. 3/5 der stimmberechtigten Mitglieder entstammen dem Rat, die anderen 2/5 werden von den freien Trägern vorgeschlagen und durch den Rat gewählt. Zwei bzw. drei Plätze, die für die freien Träger vorbehalten sind, sind den Trägern der Jugendarbeit zugedacht. Damit der Jugendring wirkungsvoll die Interessen aller Jugendverbände und der Kinder und Jugendlichen vertreten kann, sollte er unbedingt Mitglied im Ausschuss sein. Trefft daher in der Benennungsphase (jeweils nach der Kommunalwahl wird auch der Jugendhilfeausschuss neu gebildet) Absprachen mit den Jugendverbänden und Trägern der Jugendhilfe, die dem Jugendring eine Mitwirkung im Jugendhilfeausschuss sichern. Der Jugendhilfeausschuss kann nicht nur über die Arbeitsweisen des Jugendamtes entscheiden, sondern auch über dessen Budget verfügen und im Rahmen der Haushaltsberatungen eigene Schwerpunkte setzen.
- **Ausschuss für Jugend:** In vielen Kommunen, die kein eigenes Jugendamt haben, gibt es dennoch einen Ausschuss für Jugend, für Soziales, Hier gibt es zwar keine stimmberechtigten Plätze für die Träger der Jugendhilfe, sehr wohl aber beratende Mitglieder. Auch hier sollte eine Mitarbeit des Jugendrings gesichert sein.
- **Dezernent-inn-enkonferenz:** Neben dem Jugendamt gibt es weitere Ämter und Abteilungen in der Kommunalverwaltung. Die Dezernent-inn-en/Amtsleiter-innen treffen sich regelmäßig zum Austausch und zur Koordination ihrer Arbeit. Gemeinsam mit der/dem Bürgermeister-in werden hier wesentliche Entscheidungen für die Kommune getroffen, beispielsweise wird dort der Haushalt vorbereitet und dessen Verwaltungsentwurf absegnet.
- **Landtagsabgeordnete/Bundestagsabgeordnete:** Sowohl bei der Landtags- als auch bei der Bundestagswahl gibt es Direktmandate. Jeder Wahlkreis kann bei den Wahlen eine-n Abgeordnete-n direkt in das Parlament entsenden. Diese Abgeordneten haben eine besondere Bindung an eure Region und mischen oftmals auch kommunalpolitisch mit, sind im Vorstand des Kreisverbandes ihrer Partei oder haben andere Einflussmöglichkeiten auf Entscheidungen der Kommunalpolitik. Daher sind auch sie als Lobbyisten für die Jugendarbeit in der Region (und landesweit!) für euch von Bedeutung.
- **Jugendforen/Jugendparlamente:** In etlichen Kommunen gibt es in der Zwischenzeit Jugendforen, Jugendparlamente oder andere Partizipationsmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche. Teilweise haben diese Einrichtungen Rede- oder Antragsrecht im Rat oder andere Dialogformen zur Politik entwickelt. Hier kann es ratsam sein, bei politischen Anliegen des Jugendrings Verbündete zu suchen, die

eure Position unterstützen können.

- **Präventionsrat/Lokale Agenda 21/Bürgerinitiativen:** Auf kommunaler Ebene haben sich oftmals Initiativen gebildet - teilweise aus freien Stücken, teilweise auf Vorschlag und unter Mitarbeit der Politik. Diese Gremien arbeiten i.d.R. nicht jugendpolitisch, dennoch bearbeiten sie viele Themen, die auch für Jugendringe relevant sind und die eine Mitarbeit, zumindest epochal, sinnvoll machen können.

>>> Politische Einflussmöglichkeiten des Jugendrings

In dem politischen System haben die Jugendringe nur wenig Möglichkeiten, um unmittelbar Einfluss auf die Entscheidungen zu nehmen. Wichtig sind daher vor allem informelle Kontakte und Zugangswege zu Politiker-inne-n und Mitarbeiter-inne-n der Kommunalverwaltung, insbesondere des Jugendamtes.

- **Das Gespräch suchen:** Bittet in regelmäßigen Abständen um ein Gespräch mit der/dem Bürgermeister-in bzw. Landrätin/-rat, um über eure Arbeit zu berichten und Fragestellungen der Jugendarbeit und der weiteren konzeptionellen Arbeit gemeinsam zu besprechen. Hierfür kann z.B. ein jährliches Antrittsgespräch mit dem neuen Vorstand kurz nach der Mitgliederversammlung dienen.

Ladet bei Bedarf die Fraktionen (bzw. den Fraktionsvorstand oder die/den jugendpolitische-n Sprecher-in) zu einem Gespräch ein oder bittet sie, euch in eine Fraktionssitzung einzuladen, um aktuelle Problemlagen zu diskutieren oder neue Projekte vorzustellen.

- **Offizielle Anlässe nutzen:** Viele Kommunen und Kreise laden jährlich die Vereinsvorstände zu einem Neujahrsempfang ein. Im Rahmen einer solchen Veranstaltung gibt es die Möglichkeit zu diversen Gesprächen. Außerdem tritt der Jugendring dadurch öffentlich in Erscheinung und wird auf der Gästeliste wahrgenommen. Aber auch weitere öffentliche Veranstaltungen können sich für solche Kontakte anbieten.
- **Projekte mit Politiker-inne-n:** Initiiert Veranstaltungen mit Politiker-inne-n, z.B. zu einer jugendgerechten Talk-Veranstaltung im Vorfeld der nächsten Wahlen. Dies gibt euch die Möglichkeit, jugendpolitische Themen im Wahlkampf zu platzieren, und Politik nimmt euch, wenn ihr so etwas regelmäßig macht, als wichtige Größe wahr.
- **Öffentlichkeitsarbeit:** Ist ebenfalls eine gute Form, um Einfluss auf Entscheidungen zu nehmen. Mehr im dazugehörigen Kapitel.

KOMMUNALE HAUSHALTE

Die kommunalen Haushalte sind i.d.R. das wichtigste Thema im Rat - zu Recht! Denn mit der Aufstellung und Verabschiedung des Haushaltsplanes treffen die Ratsfrauen und -herren die wichtigen Rahmenentscheidungen für das kommende Jahr. Im Haushalt wird genau festgelegt, wofür das Geld der Kommune ausgegeben wird. Zwar sind viele dieser Ausgabeposten durch Gesetze oder langfristige Verträge festgelegt (z.B. Personalkosten,...), doch gibt es auch einen politischen Spielraum, in dem die Ratsfrauen und -herren Projekte anstoßen, die sie für politisch wichtig halten. Dazu können neue Straßen ebenso gehören, wie die Renovierung der Stadthalle oder der Kauf eines neuen Busses für die Jugendarbeit. Aber auch, ob es im nächsten Jahr wieder Gelder für die Jugendverbände gibt, wird im Haushaltsplan vorentschieden. Zwar wird im Haushaltsplan nicht entschieden, welcher Verband für welches Projekt wie viel Geld bekommt, aber das Gesamtvolumen wird vorgegeben: Wenn in dieser Haushaltsstelle 3.000 Euro stehen, ist das die Summe, die im späteren Verfahren durch die Verwaltung auf die Jugendgruppen verteilt werden kann. Mehr gibt es dann nicht. Deshalb ist der Haushalt auch für Jugendringe ein spannendes Aufgabenfeld, um gute Rahmenbedingungen für die Jugendarbeit zu erhalten oder zu schaffen.

>>> Haushaltssystematik

Bislang haben die allermeisten Kommunen einen kammeralistischen Haushalt. Dieser soll im Folgenden dargestellt werden. Der Produkthaushalt findet in immer mehr Kommunen Einzug. Mehr dazu am Ende des Kapitels.

Jeder Haushaltsplan besteht im Wesentlichen aus zwei Teilen: dem Verwaltungshaushalt und dem Vermögenshaushalt. Aus dem **Verwaltungshaushalt** bezahlt die Kommune alle Dinge der laufenden Verwaltung: Personalkosten, Büromaterial, Porto, Zuschüsse für Veranstaltungen der Jugendverbände und vieles mehr. Der **Vermögenshaushalt** umfasst all die Ausgaben, die das Vermögen der Kommune anhäufen: bauliche Maßnahmen, Erwerb einer Immobilie oder der Kauf von Fahrzeugen oder größerem Gerät. Als Investition zählen dabei alle Dinge, die einen Wert von über 400 Euro haben.

Der Haushalt ist in verschiedene Haushaltsstellen unterteilt, die jeweils beschreiben, wofür das Geld ausgegeben oder womit es eingenommen werden soll. Diese Haushaltsstellen sind nicht willkürlich, sondern werden nach einem festen Raster vergeben. So sind die Haushaltsstellen zunächst nach den verschiedenen Tätigkeitsfeldern der Kommune unterteilt (z.B. allgemeine Verwaltung, öffentliche Sicherheit und Ordnung, soziale Sicherung,...). Zum Einzelplan „soziale Sicherung“ zählt auch der Bereich

der Jugendarbeit.

Neben dem Haushaltsansatz für das kommende Jahr, also dem, was ausgegeben werden darf oder eingenommen werden soll, sind zu jeder Haushaltsstelle auch der Haushaltsansatz des aktuellen Jahres und das Rechnungsergebnis des Vorjahres vermerkt. Ein Vergleich dieser drei Werte gibt eine gute Orientierung über die Entwicklungen der Einnahmen oder Ausgaben der Haushaltsstelle. Eure Alarmglocken sollten schrillen, wenn hier die Ansätze für Jugendarbeit abnehmen. Denn dies bedeutet höchst wahrscheinlich nichts anderes, als dass im kommenden Jahr weniger Geld zur Verfügung stehen wird.

Einige dieser Haushaltsstellen sind aber auch „gegenseitig deckungsfähig“. Dies kann z.B. bedeuten, dass Mehreinnahmen bei der einen Haushaltsstelle auch zu Mehrausgaben bei einer anderen Haushaltsstelle berechtigen oder dass Einsparungen bei der einen Position für andere Dinge ausgegeben werden dürfen. Dadurch weichen die Ratsfrauen und -herren die starre Systematik etwas auf und geben der Verwaltung mehr Handlungsfreiräume.

Schließlich enthält der Haushaltsplan auch noch den Stellenplan der Kommunalverwaltung. Dieser gibt Auskunft darüber, in welchem Ressort wie viel Personal beschäftigt ist. Hier ist der Augenmerk vor allem darauf zu richten, ob die Anzahl der Stellen im Bereich der Jugendarbeit nicht reduziert wird und ob diese Stellen nicht mit einem „KW-Vermerk“ versehen wurden. Das KW steht in diesem Falle für „künftig wegfallend“ und bedeutet, dass die Stelle nicht wieder besetzt werden darf, wenn die/der jetzige Stelleninhaber-in kündigt oder in den Ruhestand versetzt wird. Gegen einen solchen KW-Vermerk solltet ihr protestieren. Denn es ist leichter, diesen KW-Vermerk wieder streichen zu lassen, als später über die Einrichtung einer neuen Stelle sprechen zu müssen, wenn die Person weg ist und damit die Stelle de facto nicht mehr existiert.

>>> Budgetierung

Immer mehr Kommunen stellen zz. ihren Haushalt von der Kammeralistik um auf einen Produkthaushalt. Bei den Produkthaushalten entscheidet der Rat nicht mehr über einzelne Haushaltsstellen und deren finanzielle Ausstattung, sondern er definiert „Produkte“, für die er dann entsprechende Gelder zur Verfügung stellt. Die Produkte umfassen mehrere der bisherigen Haushaltsstellen, so kann es z.B. in kleinen Kommunen sein, dass es dann für den Bereich der Jugendarbeit nur ein Produkt gibt. Mit diesem Produkt macht der Rat Vorgaben und definiert Ziele, die die Verwaltung erreichen soll. Dafür werden dann die Personal- und Finanzressourcen zur Verfügung gestellt. Ob die Ziele erreicht wurden, wird mit Kennzahlen festgestellt.

Dieses Verfahren zur Haushaltsführung, ein Kernbestandteil von vielen

Verwaltungsreformen, steckt oftmals noch in den Kinderschuhen und bei der Umsetzung gibt es tlw. starke Unterschiede. Hintergrund der Umstellung sind oftmals finanzielle Aspekte. Der Rat erhofft sich davon, Gelder einsparen zu können, wenn die Verwaltung im Rahmen der Budgets freier mit den Geldern umgehen kann, als dies in der Kammeralistik möglich ist.

FINANZIERUNG

Kommunale Jugendringe sind höchst unterschiedlich mit Geld ausgestattet. Von wenigen 100 Euro im Jahr bis zu deutlich über 100.000 Euro jährlich reicht die Spanne in Niedersachsen und auch in der regional4you-Fortbildungsreihe.

>>> Finanzierungsquellen

Die folgenden Finanzierungsquellen sind für Jugendringe geeignet und werden auch genutzt:

• Öffentliche Gelder:

Öffentliche Mittel sind für Jugendringe als nichtkommerzielle, überwiegend ehrenamtlich organisierte und am Gemeinwohl orientierte Institutionen naturgemäß die Hauptfinanzierungsquellen. Entlang der Staatshierarchie

- kommunale Mittel
- Landesmittel
- Bundesmittel
- Mittel der EU

nehmen die Komplexität des Antragsverfahrens und die zu erfüllenden Voraussetzungen zu. Für kommunale Jugendringe sind kommunale Zuschussgeber eindeutig der erste Ansprechpartner, auch wenn die gewährten Mittel gelegentlich eine gute Arbeit nicht zulassen. Die höheren Ebenen (Land, Bund, EU) geben in der Regel deutlich mehr Mittel, allerdings zunehmend mit kurzen Laufzeiten, was den im Normalfall ehrenamtlich zu erbringenden Akquisitionsaufwand in immer kürzeren Zyklen in die Höhe treibt.

• Mitgliedsbeiträge:

Einige Jugendringe finanzieren sich zum Teil aus Mitgliedsbeiträgen der Mitgliedsgruppen. Ob dies geschieht, ist hauptsächlich von der kommunalen Zuschussstruktur für die Mitgliedsgruppen abhängig.

• Einnahmen aus Verkäufen:

Hierunter sind in erster Linie die klassischen Basare zu nennen. Aber auch der Verkauf von T-Shirts, bedruckten Tassen etc. kann etwas Geld in die Kasse des Jugendrings bringen.

• Veranstaltungsgewinne:

Theoretisch kann jedes organisiertes Konzert mit Gewinn abschließen, wahrscheinlicher ist jedoch, dass dies bei der gezielt ausgerichteten Benefiz-Party der Fall ist. Zu beachten ist, dass mit Zuschüssen

geförderte Veranstaltungen in der Regel keinen Gewinn machen dürfen.

• Spenden:

Spenden sind Geld- oder Sachzuwendungen ohne eine erwartete Gegenleistung. Wenn der Jugendring als gemeinnützig anerkannt ist (siehe weiter unten), kann er dafür eine Spendenquittung ausstellen und die Spende ist dann von der Steuer absetzbar.

• Sponsoring:

Sponsoring ist Geschäft ein auf Gegenseitigkeit. Der Sponsor verfolgt dabei in erster Linie wirtschaftliche Interessen. Für seine erbrachte Geld- oder Sachleistung erwartet er konkrete Gegenleistung(en). Diese können z.B. in der Erwähnung bei einer Veranstaltung bestehen. Üblich ist eine Nennung auf Veranstaltungsplakaten. Oder es wird eine Versteigerung oder aggressive Verteilung von Produkten des Sponsors vereinbart. Die erwartete Gegenleistung sollte schriftlich vereinbart und gut dokumentiert werden, damit hinterher keine Unstimmigkeiten auftreten.

Sponsor und Jugendring sollten zueinander passen, sonst besteht die Gefahr des so genannten „parasitären Tauschgeschäfts“, bei dem der Partner, der das Image liefert (der JR), erheblich an Image verlieren kann. Ungünstig wäre z.B. „Greenpeace ließe sich von einem Mineralölkonzern sponsern“, oder „eine Jugendarbeitsinstitution würde von Alkohol- oder Tabak-Herstellern gesponsert“. Eine gute Öffentlichkeitsarbeit ist für den Sponsor wichtig. Sponsoring ist gut bei Veranstaltungen, Aktionen etc. praktizierbar.

• Werbung:

Auch Werbung ist ein Geschäft mit Leistung (normalerweise Geld) und Gegenleistung (Veröffentlichung einer Anzeige). Der Imagetransfer ist deutlich geringer als beim Sponsoring, dafür spielen harte wirtschaftliche Faktoren eine noch größere Rolle (Auflage, Zielgruppenerreichung,...). Werbung lässt sich gut zur Finanzierung von Broschüren, Vereinszeitungen, Plakaten etc. einsetzen.

• Stiftungen:

Stiftungen haben einen Stiftungszweck. Das heißt, nur wenn die zu fördernde Tätigkeit des Jugendringes diesen Stiftungszweck voranbringt, kann und darf die Stiftung fördern. Es gibt fördernde und nicht fördernde Stiftungen. Nicht fördernde Stiftungen erfüllen ihren Stiftungszweck selbst und sind daher für Jugendringe in der Regel uninteressant. Es gibt:

- Große überregionale Stiftungen (z.B. Stiftung Deutsche Jugendmarke)
- Regionale Stiftungen
- (Zumeist lokal initiierte) Bürgerstiftungen

Das Antragsverfahren ist bei lokalen meist einfacher, weil persönlicher. Aber auch große Stiftungen loben gelegentlich einfach zu beantragende

Programmen aus, wie z.B. Aktion Mensch mit „5.000 x Zukunft“. Einen guten Überblick über deutsche Stiftungen liefert www.stiftungsindex.de/Deutschland.htm

- **Bußgelder:**

Gerichtliche Bußgelder und Bußgelder, die durch das Finanzamt verhängt werden, gehen im Unterschied zu kommunalen Bußgeldern nicht an die Kommune, sondern an gemeinnützige Organisationen. Voraussetzung ist die Anerkennung als gemeinnütziger Träger (siehe unten). Weiterhin müssen diese Bußgelder bei den sie verhängenden Institutionen erbeten werden. Tut man dies, wird man in eine Liste aufgenommen, aus der die Richter / Finanzbeamten bei Bedarf eine gemeinnützige Organisation, die das Bußgeld erhält, auswählen. Seine Chancen kann man dabei etwas erhöhen, wenn z.B. dem Entscheidenden das Schreiben erspart wird, weil ihm Adressaufkleber zur Verfügung gestellt werden.

>>> Voraussetzungen

Bestimmte Voraussetzungen erleichtern das Erschließen bestimmter Finanzquellen oder machen es überhaupt erst möglich.

- **Gute Öffentlichkeitsarbeit**

Eine gute ÖA unterstützt jegliche Entscheidung, sei sie politisch, juristisch oder wirtschaftlich getragen. Werbung und Sponsoring werden häufig durch gute ÖA erst möglich. Weitere Hinweise im Baustein Öffentlichkeitsarbeit.

- **Kassenführung / Buchhaltung**

Eine sauber geführte Kasse ermöglicht, die Verwendung eines erhaltenen Zuschusses eindeutig nachzuweisen, und ist damit Grundvoraussetzung, um überhaupt Zuschüsse beantragen zu können. Heutzutage bietet es

#	Datum	Verwendung	Barkasse		Bankkonto		Saldo
			Einn.	Ausg.	Einn.	Ausg.	
		Anfangsbestand					1.500,00 €
1	11.02.04	Portogeb.		25,30 €			1.474,70 €
2	15.02.04	Abhebung	400,00 €			400,00 €	1.474,70 €
3	16.02.04	Teilnahmebeiträge			375,00 €		1.849,70 €
4	20.02.04	Spende Fr. Wulff	150,00 €				1.999,70 €
5	25.02.04	Kaffee für Team					1.992,83 €
6							
7							

sich an, in einer Tabellenkalkulation ein Kassenbuch anzulegen, in dem in verschiedenen Spalten Bestandskonten (Girokonto, Handkasse,...) geführt werden. Diese Einnahme/Ausgabe-Buchhaltung kann erweitert werden, wenn die bewegten Geldbeträge in der gleichen Zeile auf (in daneben liegenden Spalten angelegten) Sachkonten ein zweites Mal gebucht werden, um sie bestimmten Maßnahmen oder Kostenarten zuzuordnen (so genanntes „amerikanisches Journal“)

Zu jeder Ausgabe ist ein Beleg aufzubewahren (wenn vorhanden bei Einnahmen ebenfalls).

Eine Quittung enthält neben Ort und Datum den gezahlten Betrag, den Zahlungsempfänger und eine Bezeichnung der gekauften Waren. Ist der Zahlungsempfänger ein ordentliche Kaufmann, also ein Geschäft oder dergleichen, muss die Umsatzsteuer ausgewiesen sein und die Steuernummer des Zahlungsempfängers auf der Quittung stehen. Handschriftliche Quittungen werden vom Zahlungsempfänger unterschrieben.

• **Gemeinnützigkeit**

Als gemeinnützig gelten Institutionen, die nach ihrer Satzung und tatsächlichen Geschäftsführung bestimmten nach dem Steuerrecht begünstigten Zwecken dienen. Jugendringe dienen einem solchen Zweck in der Regel. Beantragt wird die Gemeinnützigkeit beim örtlich zuständigen Finanzamt. Diese stellt bestimmte Anforderungen an die Satzung. Eine Mustersatzung kann man beim Finanzamt bekommen. Eine bereits auf Jugendringe angepasste Mustersatzung findet sich im Jugendring-Handbuch des LJR Niedersachsen.

Nach der ersten Anerkennung durch das Finanzamt wird die tatsächliche Geschäftsführung regelmäßig rückwirkend überprüft. Normalerweise alle 3 Jahre muss eine Steuererklärung für gemeinnützige Körperschaften abgegeben werden. Wird dabei nichts beanstandet, erhält man den nächsten Freistellungsbescheid.

• **Anerkennung als freier Träger der Jugendhilfe**

Öffentliche Gelder sind häufig mit dieser Anerkennung leichter oder überhaupt erst zu erlangen. Weiterhin sichert dieser Status bestimmte Mitwirkungsrechte im politischen Prozess (Vorschlagsrecht für die Besetzung des Jugendhilfeausschusses, Beteiligungsrecht bei der Jugendhilfeplanung,...).

Die Anerkennung wird für halbwegs aktive Jugendringe im Normalfall leicht zu erreichen sein. Voraussetzung ist die Gemeinnützigkeit. Die Anerkennung wird beim örtlich zuständigen Jugendamt beantragt und muss erteilt werden, wenn der Beitrag des Trägers auf dem Gebiet der Jugendhilfe nicht nur unerheblich ist und die Tätigkeit mindestens seit 3 Jahren ununterbrochen andauert. Welche Unterlagen als Beleg dafür gebraucht werden, erfragt man am besten beim Jugendamt.

ATTRAKTIVITÄT DES JUGENDRINGS

Trotz der Bemühungen des Vorstandes - es kommt einfach kaum ein Verein zur Mitgliederversammlung? Auch die Beteiligung bei anderen Aktivitäten ist mau? Was kann ein Jugendring da machen? Einige Ansätze wurden im Rahmen dieses Themenblocks erarbeitet und diskutiert.

Begonnen wurde mit einer Sammlung von Erwartungen....

- der Mitgliedsgruppen an den Jugendring (Pfeile in den Ring rein)
- des Jugendrings an die Mitgliedsgruppen (Pfeile aus dem Ring raus)
- der ehren- und hauptamtlichen Mitarbeiter-innen an die Arbeit des Jugendrings (Karten im Ring).



Göttingen

Besonders herausgehoben dargestellt werden sollen an dieser Stelle nur einige der Aspekte, die von besonderer Bedeutung sind:

>>> Erwartungen der Jugendgruppen an den Jugendring

- **Zeit muss sich lohnen:** Jugendleiter-innen und Vereinsvorstände freuen sich, wenn sich die Zeit, die sie für den Jugendring aufwenden (z.B. durch die Teilnahme an einer Sitzung), für sie lohnt. D.h.: Die Veranstaltungen sollten einen hohen Nutzwert für die Teilnehmenden haben - sei es durch interessante Inhalte, die den Jugendgruppen helfen, oder durch Spaß und ein Gruppenerleben.
- **Spaß muss dabei sein:** Jugendleiter-innen wollen auch Spaß haben - ladet daher nicht nur zu formellen Sitzungen ein, sondern macht auch Spaß-Angebote: Eine Feuerzangenbowle vor Weihnachten, Ostereier suchen, das Grillen im Sommer,... - Möglichkeiten gibt es viele und damit bietet sich auch die Chance zum informellen Kontakt zu den Ehrenamtlichen der Mitgliedsgruppen.
- **Materialpool vorhalten:** Verleiht Material für die Jugendarbeit! Das spart zum einen den Jugendgruppen Geld, weil nicht jeder das selbe Material ständig braucht, und macht euch zusätzlich attraktiv. Es werden neue Kontaktebenen zu den Jugendgruppen geschaffen (bei der Übergabe des Materials) und diese bieten sich an, um auch über andere Dinge zu sprechen und z.B. zur Teilnahme an Veranstaltungen zu motivieren.



Wolfsburg

>>> Erwartungen des Jugendrings an die Mitgliedsgruppen

Auch der Jugendring, insbesondere der Vorstand, hat Erwartungen an die Mitgliedsgruppen - zu Recht. Schließlich sind sie für ihre Arbeit auf die Mitarbeit der Mitgliedsgruppen und deren Feedback angewiesen.

- **Teilnahme an der Vollversammlung:** Die Vollversammlung ist das höchste Beschlussorgan des Jugendrings - und sollte daher auch von den Jugendgruppen entsprechend ernst genommen werden: Durch eine Teilnahme, die inhaltliche Beteiligung in der Sitzung und durch das Einbringen von Anträgen.
- **Mitarbeiter-innen für den Jugendring abstellen:** Der Jugendring ist darauf angewiesen, dass sich in den Jugendgruppen Ehrenamtliche finden, die bereit sind, im Jugendring mitzuarbeiten. Dafür tragen die Vorstände der Mitgliedsgruppen die Verantwortung. Gleichzeitig sollten sie den Jugendring nicht als „Abschiebebahnhof“ für Mitarbeiter-innen missbrauchen, die sie im Verband loswerden wollen.
- **Jugendring fördern & fordern:** Jugendverbände dürfen und sollen den Jugendring fördern: Als Servicestelle und politisches Sprachrohr. Sie sollen ihn aber auch fördern, indem sie neue Ideen einbringen, Impulse geben und konstruktiv und kritisch mitarbeiten.

>>> Erwartungen der Mitarbeiter-innen an den Jugendring

An dieser Stelle sei auf das Kapitel zu „Ehrenamtliche im Jugendring - woher nehmen, wenn nicht stehlen“ verwiesen.

>>> Voraussetzungen für eine gelingende Arbeit des Jugendrings

Damit der Jugendring diesen Erwartungen gerecht werden kann, ist es sehr hilfreich, wenn einige Voraussetzungen erfüllt sind:

- **Erreichbare Ziele:** Setzt euch im Vorstand erreichbare Ziele, so dass ihr Erfolgserlebnisse habt. Kleine Schritte machen es auch für Neue leichter, sich in die Arbeit einzufinden! Diese Ziele sollten auch realistisch sein - und von euch zu gegebener Zeit überprüft werden.
- **Rückendeckung für das Engagement:** Der Vorstand des Jugendrings braucht einen Vertrauensvorschuss durch die Mitgliedsgruppen. Diese müssen dem Vorstand vertrauen, dass er die Interessen der Jugendverbände richtig und wirksam nach außen vertritt, und dürfen dem Jugendring nicht in die Strategie fahren oder ihm öffentlich widersprechen. Umgekehrt muss der Jugendring sich diesem Vertrauen auch würdig erweisen und entsprechend damit umgehen.

- Identifikationspersonen: Mitreißende, innovative und charakteristische Personen, die zudem einen Blick für das Ganze haben, sind immer gut für einen Jugendring-Vorstand. Sie bieten die Möglichkeit, ihnen zu folgen - oder sich an ihnen zu reiben, sie können Menschen motivieren und das Geschick des Jugendrings koordinieren. Sie tragen dazu bei, dass der Jugendring ein Gesicht bekommt.
- Sichere finanzielle Basis: Jugendringe brauchen einen eigenen Etat, der so ausgestattet ist, dass sie neue Projekte angehen können und z.B. neue Mitarbeiter-innen die Möglichkeit haben, eigene Ideen umzusetzen, ohne von dem „kein Geld“ Argument abgeschreckt zu werden.
- Eigene Räume: sollten zumindest bei den Jugendringen auf Jugendamts-Ebene selbstverständlich sein. Sie steigern die Identifikation mit dem Jugendring, bieten eine Anlaufstelle für die Jugendgruppen und sorgen für eine gesicherte Arbeitsatmosphäre.

EHRENAMTLICHE IM JUGENDRING - WOHER NEHMEN, WENN NICHT STEHLEN?

Die allermeisten Jugendringe in Niedersachsen arbeiten ausschließlich ehrenamtlich und auch bei den wenigen Jugendringen, die über hauptamtliches Personal verfügen, spielen die ehrenamtlichen Vorstandsmitglieder und weitere Engagierte eine wesentliche Rolle.

Ehrenamtliche haben nur selten altruistische Motive, vielmehr erhoffen sie sich einen eigenen Vorteil, einen eigenen Nutzen durch ihr Engagement. Damit diese Erwartungen erfüllt werden können, muss sich der Vorstand im Ganzen über diese Motive im Klaren sein - wenn die Vorstandsarbeit dann für die/den Einzelne-n den erhofften Nutzen hat, fällt es ihr/ihm sicherlich auch leichter, neue Leute für die Mitarbeit zu gewinnen!

>>> Erwartungen an die Mitarbeit im Jugendring

Folgende Erwartungen wurden formuliert, im Anschluss daran wurde dann gemeinsam überlegt, was notwendig ist, um dies im Jugendring zu praktizieren.

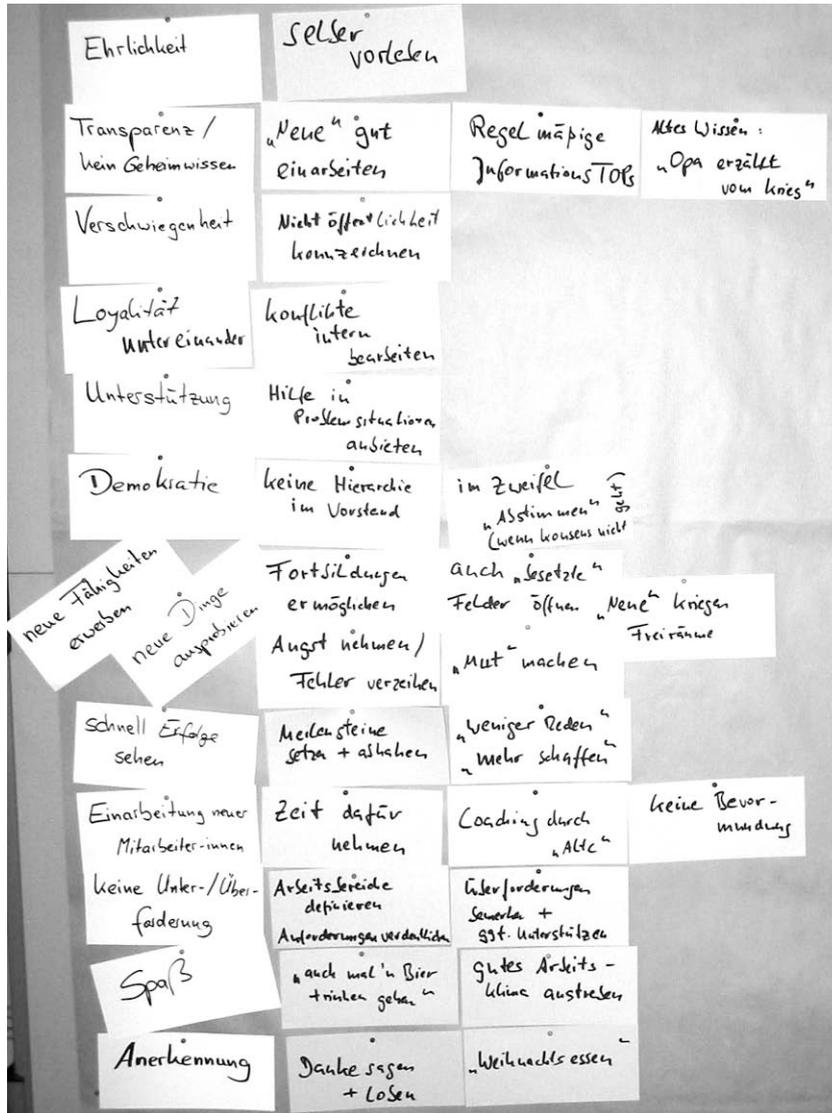
Erwartung	Was man beachten sollte
Transparenz/ kein Geheimwissen	<ul style="list-style-type: none"> • „Neue“ gut einarbeiten • Regelmäßige Informations-TOPs • „Neuen“ nicht nur die Fakts, sondern auch Geschichten aus den vergangenen Jahren erzählen, die bei der Einschätzung von Situationen hilfreich sind
Unterstützung	<ul style="list-style-type: none"> • Sich gegenseitig bei Problemen unterstützen
Neue Fähigkeiten erwerben & neue Dinge ausprobieren	<ul style="list-style-type: none"> • Fortbildungen ermöglichen • Auch bereits durch alte Vorstandsmitglieder besetzte Arbeitsfelder für „Neue“ öffnen • Angst nehmen & Fehler verzeihen • Mut machen • Freiräume, um neue Projekte zu verwirklichen
schnelle Erfolge sehen	<ul style="list-style-type: none"> • Meilensteine setzen und abhaken • Weniger reden - mehr schaffen

Verbindlichkeit	<ul style="list-style-type: none">• Getroffene Absprachen sollten von allen eingehalten werden• Wenn jemand eine Aufgabe übernimmt, sollte sie/er diese auch zeitnah & entsprechend den Vorgaben umsetzen
Einarbeitung von Mitarbeiter-inne-n	<ul style="list-style-type: none">• Zeit dafür nehmen• Coaching durch Erfahrene• Keine Bevormundung
keine Unter-/Überforderung	<ul style="list-style-type: none">• Arbeitsbereiche definieren und Anforderungen an Tätigkeitsfelder verdeutlichen• Überforderungen bemerken und ggf. unterstützen
Spaß	<ul style="list-style-type: none">• Auch mal ein Bier gemeinsam trinken gehen• Gutes Arbeitsklima• Bei Sitzungen genügend Zeit für Informelles einplanen
Anerkennung	<ul style="list-style-type: none">• Gegenseitig danken & loben• „Weihnachtsessen“ und andere Spaß-Aktionen für das Team
Ehrlichkeit	<ul style="list-style-type: none">• Selber vorleben
Verschwiegenheit	<ul style="list-style-type: none">• Einige Dinge, die im Vorstand gesagt werden, sind nicht für Dritte bestimmt - sie sollten in der Sitzung als solche benannt werden
Loyalität	<ul style="list-style-type: none">• Gemeinsam getroffene Entscheidungen / Mehrheitsentscheidungen mittragen und in der Öffentlichkeit vertreten, auch wenn man selber eine andere Auffassung dazu vertritt
Gemeinsames Tun	<ul style="list-style-type: none">• Einzelne Arbeitsfelder in Kleingruppen zwischen den Vorstandssitzungen weiter bewegen
Neue Dinge vorantreiben	<ul style="list-style-type: none">• Zeit für Projekte nehmen• Regelmäßige Überprüfung der bisherigen Arbeit: Ist das noch aktuell? Wie können/ müssen wir auf aktuelle Entwicklungen reagieren?
Austausch & Diskussion	<ul style="list-style-type: none">• Nehmt euch Zeit für die Vor- und Nachbetrachtung von Aktionen & Projekten, um Fehler auszumerzen und die Interessen aller berücksichtigen zu können.• Führt fachliche Diskussionen zur

Weiterentwicklung eurer Arbeit

Berufliche Perspektive

- Tlw. wollen Vorstandsleute später im Bereich der Jugendarbeit beruflich tätig werden oder/und studieren Sozialpädagogik o.Ä.



Göttingen

>>> Jugendring-Arbeit kostet Zeit!

Um eine erfolgreiche Jugendring-Arbeit zu machen, die den eigenen Erwartungen und den Wünschen der Jugendverbände und der Gesellschaft gerecht wird, muss jede-r Mitarbeiter-in eine Menge Zeit investieren. Jugendringarbeit lässt sich i.d.R. nicht in einer Stunde pro Woche machen. Oft ist es aber auch so, dass es gerade die wenige Zeit ist, die man sich nimmt, die zu Unzufriedenheiten führt: Jede-r will sich nur

mal schnell zur Vorstandssitzung treffen und anschließend andere Dinge machen, man hetzt durch die Sitzung und bis zur nächsten Vorstandssitzung passiert nix - das ist vor allem deprimierend und schafft kein Zusammengehörigkeitsgefühl im Vorstand.

Probiert es einmal aus: Nehmt euch mindestens einen ganzen Abend, besser noch einen ganzen Tag oder ein Wochenende Zeit, um euch über eure Arbeit zu verständigen, euch besser kennen zu lernen und verbindlich die nächsten Schritte zu besprechen!

