

WIR SIND

#zukunftsrelevant

Evangelische Kinder- und Jugendarbeit
Evangelische Jugendsozialarbeit

Kampagnen-Rundbrief Nr. 1

Liebe Aktive in der evangelischen Kinder- und Jugendarbeit,
liebe Aktive in der evangelischen Jugendsozialarbeit,
liebe Kolleginnen und Kollegen,

mit diesem Rundbrief wollen wir euch über neuesten Entwicklungen zur Kampagne „**Wir sind #zukunftsrelevant**“ informieren. Wir wollen insbesondere die Möglichkeiten vorstellen, mit denen sich die aej- und BAG EJSA-Mitglieder und deren Untergliederungen an der Kampagne beteiligen können. Denn nicht nur aej und BAG EJSA sind **#zukunftsrelevant**. Alle Akteur*innen in der evangelischen Kinder- und Jugendarbeit und in der evangelischen Jugendsozialarbeit sind **#zukunftsrelevant!**

Die Kernbotschaft der Kampagne

Die evangelische Kinder- und Jugendarbeit und evangelische Jugendsozialarbeit ist relevant, gerade für Jugendliche in schwierigen sozialen Verhältnissen. Deswegen ist sie immer für die Kinder- und Jugendlichen da, auch in Krisenzeiten.

Maßnahmenpakete und Beteiligung

Zusammen mit unserer Agentur haben wir Maßnahmenpakete geschnüpft, die sowohl konkret für die Freizeitangebote im Sommer, als auch darüber hinaus ausspielbar und anschlussfähig sind:

Die Maßnahmen heben einerseits das Dach der Kampagne hervor, also die **Zukunftsrelevanz** der Kinder- und Jugendarbeit und der Jugendsozialarbeit und tragen sie nach außen.

Andererseits unterstreichen die Maßnahmen die Aktivitäten und das vielfältige Engagement der aej- und BAG EJSA-Mitglieder, aller Untergliederungen und aller Aktiven vor Ort und machen sie in der Kampagne sichtbar.

Wir wollen aej- und BAG EJSA-Mitgliedern in der Kampagne Raum und Möglichkeiten einräumen, selbst aktiv und sichtbar zu werden. Organisatorisch werden wir das in Regional- und/oder Themenwochen aufgliedern. Das Kampagnen-Team wird dazu Mitgliedsorganisationen gezielt ansprechen, um gemeinsam die Möglichkeiten zur Beteiligung an der Kampagne auszuloten. Erste Gespräche mit Kolleg*innen im Norden wurden bereits geführt. Denn dort startet die bundesweite Feriensaison.

Selbstverständlich freuen wir uns auch auf eure Kontaktaufnahme zur Beteiligung:
zukunftsrelevant@aej-online.de

Macht mit und werdet sichtbar!

- Erstellt und postet SharePics von euren Aktionen und Veranstaltungen. Wir stellen die Templates dafür zur Verfügung. Ihr könnt sie mit eurem Logo, euren Fotos und euren Texten individualisieren.
- Lasst junge Menschen mit einer „Frage der Woche“ oder einem Statement zur ihrer aktuellen Lage zu Wort kommen.
- Übernehmt für eine Woche die „Kontrolle“ über einen Social-Media-Kanal der aej und lasst junge Menschen von ihren Ferienaktivitäten und berichten und warum sie #zukunftsrelevant sind.
- Versendet individualisierte Postkarten mit eurem Logo an Entscheider*innen aus Politik, Kirche und Gesellschaft.

Wie das alles funktioniert?

Das erfahrt ihr weiter unten aus den Beschreibungen der einzelnen Kampagnen-Maßnahmen

Die Maßnahmenpakete

Maßnahme: Sharepics

Die Hauptmotive der Kampagne setzen die Tonalität der Kampagne fest und heben die Relevanz des Themas Kinder- und Jugendarbeit und Jugendsozialarbeit im Sommer 2020 hervor. Sie werden wöchentlich in den Social-Media-Kanälen der aej ausgespielt.

Wer macht was?

aej und BAG EJSA:

- Posten die Hauptmotive der Kampagne

Mitglieder und Untergliederungen:

- Teilen und weiterverbreiten der SharePics auf ihren Kanälen.

Maßnahme: Regionalrelevant

Die Aktivitäten der aej- und BAGEJSA Mitglieder sind vielfältig und bundesweit verstreut. Im Rahmen der Social Media-Kampagne stellen wir davon einige ausgewählte vor und ermöglichen darüber hinaus den Mitgliedsorganisationen, ihre eigenen Aktionen im Kampagnendesign darzustellen. Dafür stellen wir ein Template bereit, das von Mitgliedsorganisationen mit den eigenen Logo, eigenem Text und eigenem Bild zu einem SharePic kombiniert werden kann.

Beispiel:

Unsere Perspektiven versinken im Sand
– beim Zeltlager auf Spiekerooog.

Evangelische Jugend Schaumburg-Lippe
ist #zukunftsrelevant.

Wer macht was?

aej- und BAG EJSA:

- stellen Template und ein Mini-Design-Manual zur Verfügung
- teilen die daraus entstandenen SharePics auf ihren Kanälen.

Mitglieder und Untergliederungen:

- erstellen 1-2 SharePics während ihrer „Regionalwoche“ und posten sie auf ihren Social-Media-Kanälen.

Maßnahme: Frage der Woche

Mit der Frage der Woche binden wir junge Menschen in die Kampagne ein, denn wir wollen zur Diskussion mit denen anregen, für die wir arbeiten. Mit einfachen Fragen nutzen wir das dialogische Potential von Social Media, erzeugen Interaktion und schaffen einen persönlichen Bezug zur eigenen Lebenswelt. Ganz nebenbei generieren wir authentische Stimmen und Zitate, die wir im Rahmen der Kampagne nutzen können. Dazu stellen wir auf Facebook einmal in der Woche eine Frage zur Diskussion. So zeigen wir die **(Zukunfts-)Relevanz** der Kinder- und Jugendarbeit und der Jugendsozialarbeit ohne akademisch zu werden.

Beispielfragen:

Wofür brauchst du deinen Freiraum?

Was hast du von deinen Freund*innen gelernt?

Was hat dir während der Kontaktbeschränkungen am meisten gefehlt?

Gab es auch positive Aspekte oder Menschen, die Dich unterstützt haben?

Wer macht was?

aej und BAG EJSA:

- posten einmal pro Woche eine Frage.

Mitglieder und Untergliederungen:

- identifizieren in ihren Reihen junge Menschen und deren Frage der Woche und leiten sie an die aej weiter.
- teilen und verbreiten die Frage der Woche auf ihren Kanälen.

Maßnahme: Quotecards

Eine weitere Möglichkeit junge Menschen in der Kampagne zu Wort kommen zu lassen, sind die Quotecards. Denn Kinder- und Jugendarbeit und Jugendsozialarbeit im Sommer 2020 ist **#zukunftsrelevant** – und Kinder und Jugendliche wissen warum. In kurzen, griffigen Statements (bspw. auch aus den Beiträgen im Rahmen der Frage der Woche) kommen sie zu Wort und in Quotecards machen wir sie schnell erfassbar.

Das Format ist darüber hinaus auch geeignet, um Zitate zu aktuellen Anlässen – etwa aus Studien oder von anderen relevanten Personen und Expert*innen aufzugreifen.

Wer macht was?

aej und BAG EJSA:

- posten einmal pro Woche eine Quotecard

Mitglieder und Untergliederungen:

- identifizieren in ihren Reihen entweder junge Menschen und deren Statement zur Zukunftsrelevanz von Kinder- und Jugendarbeit oder wählen eigene Statements aus und leiten sie an die aej weiter.
- teilen und verbreiten die Quotecards auf ihren Kanälen.

Maßnahme: Expert*innen-Interviews

Mit kurzen Interview-Statements von Expert*innen im Themenfeld Kinder- und Jugendarbeit und Jugendsozialarbeit wollen wir das Thema der Kampagne erweitern und Anregungen zum Diskurs schaffen. Wie wichtig Kinder- und Jugendarbeit und Jugendsozialarbeit für junge Menschen und ihre Zukunft ist, wird zwar über die Ferien- und Freizeitangebote erleb- und erfahrbar, dennoch möchten wir auch den politischen Diskurs schaffen und das Thema **Zukunftsrelevanz** darüber hinaus auch aus einer fachlichen Perspektive erläutern. Hierzu treten wir an Expert*innen heran, die sich mit diesen Themen beschäftigen und bitten sie um ein kurzes Video-Statement von 30 Sekunden, in welchem sie Stellung zum Thema beziehen.

Wer macht was?

aej und BAG EJSA:

- posten ab Mitte des Kampagnenzeitraums maximal einmal pro Woche ein Videostatement/Expert*innen-Interview.

Mitglieder und Untergliederungen:

- teilen und verbreiten die Posts mit den Expert*innen-Interviews auf ihren Kanälen.

Maßnahme: Social-Media „Takeover“

Wir wagen ein Experiment und stellen einen Social-Media-Kanal der aej zur „freundlichen Übernahme“ zur Verfügung. Damit schaffen wir eine weitere Möglichkeit für junge Menschen aus einem sehr persönlichen Blickwinkel von den Ferienangeboten zu berichten, an denen sie teilnehmen. Der damit verbundene Perspektivwechsel vermittelt lebhaft die Vielfalt und Wirksamkeit der Angebote in der evangelischen Kinder- und Jugendarbeit und der evangelischen Jugendsozialarbeit.

So könnte das aussehen:

Facebook

Die Jugendlichen erstellen mit ihrer Smartphone Kamera Videos und Bilder und sammeln Eindrücke vor Ort, die als Storys und Bildergalerien ausgespielt werden. Sie nehmen die Zuschauenden mit an ihre Lieblingsorte, zu den Freizeitaktivitäten, und in den Alltag. Nebenbei können selbst erstellte Bilder in Galerien hochgeladen und von den Jugendlichen entsprechend betextet werden.

Instagram

Parallel hierzu starten wir zum Auftakt der Kampagne einen Instagram-Kanal. Wir gestalten eine erste Galerie mit Sharepics und legen den Designrahmen fest. Auch hier binden wir die Jugendlichen über einen Takeover mit ein. Zusätzlich bietet Instagram die Möglichkeit über Umfragen / Chats / Abstimmungs-Stickern die Zuschauenden direkt an den Ausflügen partizipieren zu lassen.

Die Takeovers werden mit einem Start-Post organisatorisch gegliedert. In diesem Start-Post stellen sich die Jugendlichen die den Kanalübernehmen, kurz vor und skizzieren ihre Freizeitaktivität und ihren persönlichen Bezug.

Beispiel-Intro

„Hallo ich bin Jakob. Ich bin gerade in ... bei ... organisiert von ...
und ich möchte euch zeigen, was für mich hier/für diesen Sommer besonders relevant ist.“

Wer macht was?

aej und BAG EJSA:

- stellen den Social-Media-Kanal zur Verfügung.
- stellen Template/Intro für Start-Post zur Verfügung.
- stellen Kurzkonzept und Kurzanleitung zur Verfügung.

Mitglieder und Untergliederungen:

- identifizieren junge Menschen, die sich verantwortungsbewusst auf diesen Takeover einlassen wollen und regelmäßig (1-3 mal in der Woche) Beiträge posten.
- teilen und verbreiten die Posts auf ihren Kanälen.

Maßnahme: Social Wall

Mit einer Social Wall auf den Kampagnenseiten www.zukunftsrelevant.de aggregieren wir die vielfältigen Aktivitäten im Rahmen der Kampagne unter dem Hashtag **#zukunftsrelevant** und machen sie weithin sichtbar. Zudem zeigen wir auch so, dass die Mitglieder von aej und BAG EJSA gemeinsam hinter der Kampagne „**Wir sind #zukunftsrelevant**“ stehen.

Maßnahme: Postkarten-Aktion

Mit einer Postkarten-Aktion tragen wir die Kampagne lokale, regionale und bundesweite Entscheider*innen heran. Schon während der Sommerferien erhalten relevante Entscheider*innen Postkarten von den verschiedenen Aktivitäten der Mitgliedsorganisationen. So sorgen wir für Sichtbarkeit in einer Zielgruppenspezifisch haptischen Form und vermitteln unsere Forderung nach sicherer Finanzierung und Unterstützung. Das alles in Form von positiven Urlaubs-/Feriengrüßen. Dadurch, dass junge Menschen von ihren Aktivitäten schreiben und deutlich machen was für sie in Zukunft wichtig ist, schaffen wir auch hier einen authentischen, persönlichen Bezug. Die Postkarten werden allerdings so gestaltet sein, dass sie auch nach den Ferien noch an Entscheider*innen verschickt werden können.

Planung

Die Postkarten-Aktion muss geplant werden. Deshalb benötigen wir von jedem aej- und BAG-EJSA-Mitglied die Information, ob eine Teilnahme an der Aktion beabsichtigt. Und wenn ja, wie viele Postkarten benötigt werden. Wir werden das noch einmal bei allen Mitgliedsorganisationen separat abfragen.

Individualisierung der Postkarte

Um eine Sichtbarkeit der Mitgliedsorganisationen zu gewährleisten, planen wir, die Postkarten zu individualisieren. Mitglieder werden die Möglichkeit erhalten mit eigen Logo und Text (Beispiel: Rotes Dreieck – CVJM ist #zukunftsrelevant) auf den Postkarten zu erscheinen. Diese Individualisierung bedeutet einen finanziellen Mehraufwand bei der Herstellung der Postkarten. Diese Kosten müssen wir in Rechnung stellen. Wir werden darüber mit den Mitgliedsorganisationen, die Postkarten bestellen, individuelle Absprachen treffen.

Umsetzung

Mitgliedsorganisationen, die in diesem Sommer Aktivitäten durchführen und sich an der Postkarten-Aktion beteiligen, bekommen dafür Kampagnen-Postkarten zur Verfügung gestellt. Diese werden persönlich durch Teilnehmende geschrieben und dann an Entscheider*innen geschickt. Der Text muss dabei nicht lang sein, sollte aber die Aktivität und die Organisation nennen und idealerweise die Frage beantworten, warum die jeweilige Aktivität für die oder den Einzelne*n persönlich zukunftsrelevant ist (z. B. positive Erlebnisse fürs Leben, tolle Menschen kennenlernen, neue Energie für nach den Ferien tanken). Das Porto zahlen die Versender*innen.

Gestaltung - Vorderseite:

Unsere Zukunft steht auf dem Spiel. Motiv: actionreiche, aktive, lebhaftige Aktivität (“Spiel”) Logo: Wir sind #zukunftsrelevant. Oder Individualisiert: Mitgliederlogo, Mitglied ist #zukunftsrelevant
--

Gestaltung - Rückseite:

Freiräume schaffen, in denen sich Kinder und Jugendliche entfalten können. Wir sind #zukunftsrelevant . Logo Kampagne, Logo aej, Logo BAG EJSA Platz für Text und Grüße
--

Wer macht was?

aej und BAG EJSA:

- stellen die individualisierbaren Postkarten zur Verfügung
- verschicken die bestellten Postkarten zur Weiterverteilung die Mitgliedsorganisationen

Mitglieder und Untergliederungen:

- erheben den Bedarf an Postkarten.
- verteilen die Postkarten bedarfsgerecht in ihren Strukturen vor Ort
- schreiben Postkarten an Entscheider*innen
- beteiligen sich an den Individualisierungskosten

Wir freuen uns auf den Sommer und eine rege Beteiligung an der Kampagne. Nutzt die vielfältigen Möglichkeiten zur Beteiligung und zur Individualisierung.

Bei Fragen steht das Kampagnen-Team immer zur Verfügung: zukunftsrelevant@aej-online.de

www.zukunftsrelevant.de

Kontakt:

Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend in Deutschland e. V. (aej)

Telefon: 0511 1215-0

E-Mail: zukunftsrelevant@aej-online.de

Ansprechpartner*innen:

Dorothee Ammermann, aej

Susanne Fick, aej

Doris Klingenhagen, aej

Hans Steimle, BAG EJSA

Martin Weber, aej

WIR SIND #zukunftsrelevant

Evangelische Kinder- und Jugendarbeit
Evangelische Jugendsozialarbeit

