

# Eine Karte der Landjugend

**Zeit:** 90 min

**Ziel:** Vorüberlegungen für eine Strategie zur Mitgliederwerbung

**Material:** große Wandzeitung, Beamer, Laptop mit Offline-Karten des Gebietes, Pinnwand, Stifte, Moderationskarten, Kreppband, Flipchartpapier

**Thema:** Nachwuchs finden

**Methode:** Kleine Sozialraumanalyse des Einzugsgebietes

# nimm



demokratisch  
engagiert  
selbstverwaltet!

## ANMODERATION:

Ein aktives Jugendclub-Mitglied wird man meist erst dann, wenn man den Club und die Leute kennt und das Zwischenmenschliche passt. Neue Mitglieder sind also zunächst einmal auch neue regelmäßige Gäste. Deshalb wollen wir uns jetzt einmal anschauen, wo sich die Menschen aufhalten, die ihr als neue Gäste und aktive Mitglieder gewinnen wollt, warum sie dort sind und wie ihr sie zu euch bekommt.

## VORBEREITUNG: EINZUGSGEBIET ZEICHNEN (15 MIN)

TM projiziert mit Beamer eine Offline-Karte vom Einzugsgebiet des Jugendclubs auf eine Wandzeitung. Gemeinsam mit den TN wird der richtige Kartenausschnitt durch zoomen und schieben gefunden. Einige TN übertragen dann die wichtigsten Landschaftsmarker (Seen, Wälder, Autobahn mit Auffahrten etc.) und Ortschaften mit Stiften auf die Wandzeitung. Auch der betreffende Jugendclub wird auf der Karte markiert. Danach kann der Beamer wieder ausgeschaltet werden. Das Zeichnen kann während einer Pause geschehen.

## SCHRITT 1: ORTE DER LANDJUGEND (10 MIN)

Vor euch seht ihr nun eine Karte eures Einzugsgebietes. **Nun zeichnet auf unserer Karte bitte die Orte auf, wo sich die Jugend aufhält.** Bezieht dabei auch verschiedene Jahreszeiten, Uhrzeiten, Wochentage und das Wetter mit ein.“

Mögliche Antworten sind: Schulen, andere Jugendclubs, Bushaltestelle, Skateparks, Treffpunkte im Freien, Sportvereine, Fußballplätze, Einkaufszentren ...

## SCHRITT 2: BEDÜRFNISSE DER LANDJUGEND (15 MIN)

TM legt rote und grüne Moderationskarten und ausreichend Stifte in die Mitte des Raumes. Diese werden von den TN beschrieben und mit Kreppband auf der Landkarte fixiert.

**„Schreibt bitte auf grüne Karten, warum sich die Jugend an diesen Orten aufhält: Was sind ihre zugrundeliegenden Bedürfnisse, die diese Orte stillen?“**

Mögliche Motive sind: Es gibt nichts anderes; Weil sie müssen (Schule); Weil alle anderen da auch sind; Weil sie Freunde treffen können; Weil da keine Erwachsenen sind; Weil es W-LAN gibt; ...

**„Glaubt ihr, es gibt auch Bedürfnisse der Jugend, die durch diese Orte nicht oder nur unzureichend gestillt werden können? Vielleicht bringen diese Orte auch ganz spezifische Probleme für junge Menschen mit sich. Das alles könnt ihr auf rote Karten schreiben.“**

Mögliche Antworten sind: Können nicht laut machen; Nachbarn beschweren sich; Werden von Polizei verscheucht; Überall ist es dreckig; Im Winter ist es zu kalt; ...

## SCHRITT 3: DAS ANGEBOT DES JUGENDCLUBS (50 MIN)

„Was ihr hier zusammengetragen habt, ist die Nachfrage der Landjugend. **Nun muss es darum gehen, dieser Nachfrage mit einem passenden Angebot zu begegnen.**“

Je nach Gruppendynamik und Stimmung bietet sich entweder eine Stumme Diskussion oder eine Kleingruppenarbeit zu folgenden vier Fragekomplexen an:

- Auf welche Bedürfnisse gehen wir bereits ein? Und wie?
- Auf welche Bedürfnisse könnten wir außerdem noch eingehen? Und wie?
- Mit welchen Botschaften können wir neuen Nachwuchs motivieren? Welche Bedürfnisse sprechen wir damit an?
- Wie erhalten wir Zugang zu den Orten, an denen sich die Landjugend aufhält? Wie können wir dort unsere Botschaften platzieren?

Im Plenum werden die Ergebnisse präsentiert und diskutiert. TM wirkt darauf hin, dass konkrete Absprachen getroffen werden.

## FALLSTRICKE/HINWEISE/ERFAHRUNGEN:

Die Frage nach Bedürfnissen in Schritt 2 ist voraussetzungs-voll. Häufig werden eher Motive als Bedürfnisse genannt: z.B. „Freunde treffen“, anstatt „Sozialbedürfnisse“. Mit diesen Motiven kann schon gut gearbeitet werden. Für mehr inhaltliche Tiefe kann optional zwischen Schritt 1 und 2 noch ein kurzer Input zur Bedürfnispyramide nach Maslow eingeschoben werden. Dabei sollte deutlich werden, dass junge Menschen sich an den gesammelten Orten aufhalten, weil dort bestimmte Bedürfnisse befriedigt werden. Andersherum kann es aber auch sein, dass einige Orte bestimmte Bedürfnisse unbefriedigt lassen.

Wenn kein Beamer zur Verfügung steht, können die Orte der Landjugend auch per Zurufabfrage gesammelt und auf Moderationskarten festgehalten werden.

Die Methode kann auch für Vernetzungsveranstaltungen mit mehreren Jugendclubs adaptiert werden. Statt ein einheitliches Einzugsgebiet nachzuzeichnen, werden die Orte der Landjugend in Oberbegriffen zusammengetragen. Statt der „Bushaltestelle der Linie 329“ wird dann die „Bushaltestelle“ notiert.