

Deutsches Rotes Kreuz 



www.mein-jrk.de



Dokumentation der Jugendrotkreuz-Kampagne

„Deine Zukunft. Deine Stärken. Ohne Druck!“

2007 bis 2009

Impressum



Herausgeber

Deutsches Rotes Kreuz
Generalsekretariat
Bundesgeschäftsstelle Jugendrotkreuz
Carstennstraße 58
12205 Berlin

Tel.: 030 85404-390

Fax: 030 85404-484

E-Mail: jrk@drk.de

Internet: www.jrk.de

Redaktion: Corinna Göbel, Juliane Gringer

Titelfoto: JRK-Bundesgeschäftsstelle

Layout: Rüdiger Metzler/fgl-werketage.de

Inhaltsverzeichnis

Die Kampagne	2
DACHLweite Aktionen	3
Die Delphi-Studie	3
Der Aktionstag	4
Homepage	5
Arbeitsmaterialien	6
Aktionen des Deutschen Jugendrotkreuzes	8
Supercamp	8
Statements	9
Filmfest	10
Aus den Landesverbänden	10
Aktionen des Jugendrotkreuzes Österreich	12
Kindergipfel	12
Unterrichtsmaterialien	13
Aktionen des Luxemburgischen Jugendrotkreuzes	14
Kinospot	14
Bandwettbewerb	14
Aktionen des Schweizerischen Jugendrotkreuzes	16
Hausaufgabenhilfe	16



Die Kampagne

Gute Noten in der Schule erreichen, fit und sportlich sein, mit Familie und Freunden zurechtkommen, immer gut drauf sein, die Weichen für die eigene Zukunft richtig stellen: Die Ansprüche, die die Gesellschaft und das persönliche Umfeld heute an Kinder und Jugendliche stellen, sind sehr hoch. Viele von ihnen fühlen sich davon zunehmend unter Druck gesetzt, haben Zukunfts- und Versagensängste. Sie reagieren, indem sie sich zurückziehen oder aufgeben. Sie verweigern sich oder werden aggressiv. Ihre Gesundheit leidet. Das Jugendrotkreuz will Kinder und Jugendliche mit ihren Problemen nicht alleine lassen! Diese Fakten und Gedanken bildeten die Basis der Kampagne „Deine Stärken. Deine Zukunft. Ohne Druck!“, die von 2007 bis 2009 von den Jugendrotkreuz-Organisationen in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Luxemburg mit viel Engagement umgesetzt wurde. Kinder und Jugendliche sollten im Rahmen der Kampagne besonders motiviert werden, ihre Stärken zu entdecken, Herausforderungen zu meistern und ihre Fähigkeiten zu testen. Sie sollten lernen, konstruktiv mit dem Druck umzugehen. Gleichzeitig sollte die Kampagne den Impuls geben, den steigenden Druck in der Gesellschaft kritisch zu hinterfragen und Kindern und Jugendlichen ein besseres Aufwachsen zu ermöglichen.



Folgende Ziele hatte sich die Kampagne gesetzt:

Kinder und Jugendliche brauchen nicht mehr Druck, sondern ...

- **individuelle Förderung,**

damit sie ihre eigenen Fähigkeiten und Stärken besser erkennen und nutzen.

- **die Gewissheit, dass sie ihr Lebensumfeld mitgestalten können,**

damit sie heute und in Zukunft gesellschaftliche Verantwortung übernehmen und ihr Leben selbstbestimmt in die Hand nehmen.

- **die Fähigkeit, die gesellschaftlichen Anforderungen zu hinterfragen,**

damit sie konstruktiv mit Druck umgehen und sich eine eigene Meinung bilden.

- **mehr Unterstützung von Politik, Schule, Familien, Medien und Betrieben,**

damit sie positiv in ihre Zukunft sehen.

Mit Gruppenstunden, Lehrmaterial und Projekten wurden die Kinder und Jugendlichen selbst darin unterstützt, diese Ziele zu erreichen. Darüber hinaus wurden der wachsende Druck und die Forderungen, die das JRK in diesem Zusammenhang hat, öffentlich zum Thema gemacht, um die Gesellschaft verstärkt auf die Problematik aufmerksam zu machen.



DACHLweite Aktionen

Mit verschiedenen Aktionen zeigte die Kampagne in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Luxemburg ihr Gesicht: Junge Musiker wurden zum Beispiel bei einem Bandwettbewerb dazu aufgerufen, das Thema „Druck auf Jugendliche“ künstlerisch umzusetzen, im Rahmen der „Delphi-Studie“ wurden 30 Fachleute aus Wissenschaft und Praxis zum Thema befragt und ein großer Aktionstag brachte die Kampagne im wahrsten Sinne des Wortes auf die Straße. Zahlreiche Materialien standen für die Arbeit mit dem Thema zur Verfügung, unter anderem Arbeitshilfen, Unterrichtseinheiten, Poster, Flyer und Give-aways. Auf der Homepage „www.deine-staerken.org“ wurden sämtliche Informationen und Aktionen öffentlich gemacht und dokumentiert.

Die Delphi-Studie

Eine wissenschaftliche Grundlage für das Thema der Kampagne schaffte die Befragung von 30 Experten für Jugendfragen aus Wissenschaft und Praxis, die im Rahmen der Delphi-Studie durchgeführt wurde. Im Auftrag der JRK-Organisationen aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und Luxemburg hat das österreichische Institut für Freizeit- und Tourismusforschung diese Studie im Jahr 2007 unter Leitung von Prof. Peter Zellmann entwickelt und ausgewertet. Erforscht werden sollte, wie der Druck aussieht, der auf Jugendlichen lastet, woher er kommt und was dagegen getan werden sollte.

Ergebnisse:

Kinder und Jugendliche brauchen Unterstützung für die Bewältigung der Herausforderungen, denen sie heute gegenüber stehen.

Es werden ganz neue „Anforderungen an das Selbstmanagement“¹ junger Menschen gestellt, durch die Schere zwischen Verlierern und Gewinnern in der Gesellschaft, Konkurrenzdruck in der Schule und unterschiedlichen Erwartungen, mit denen Jugendliche konfrontiert sind – zum Beispiel dem Anspruch, ihre „individuelle Selbstverwirklichung“ mit der Anpassung an die Bedingungen des Arbeitsmarktes unter einen Hut zu bringen. Die Schule kann für all das nicht allein die Verantwortung tragen – sie ist damit nach Meinung der Experten überfordert. Vielmehr müssen Elternhaus sowie außerschulische Jugendverbände und -organisationen auf die veränderten Bedingungen des Aufwachsens reagieren und angemessene Angebote bereitstellen.

Es kann kein allgemeingültiges Rezept dafür geben, wie man sich in der heutigen Welt zurechtfindet. Aber insbesondere mehr Zeit und Raum für Kinder und Jugendliche, effektive Unterstützung von Eltern in ihrer Erziehungsaufgabe, geeignete Methoden und Rahmenbedingungen im Schulbereich und das Engagement von Jugendorganisationen können Wege zur Stärkung und Begleitung von Kindern und Jugendlichen sein.

Schule, Eltern, Medien und Politik werden aufgefordert, ihren Beitrag dazu zu leisten, dass Kinder und Jugendliche gestärkt werden.

1] Zitat aus der Befragung

Der Aktionstag

Am 31. Mai 2008 hieß es in den vier DACHL-Ländern für die Menschen auf den Straßen: Hört dem Nachwuchs zu! Unter dem Motto „Dein Ohr. Für Uns!“ machte das JRK an diesem Tag in zahlreichen Städten die Öffentlichkeit auf das Thema der Kampagne aufmerksam. „Zuhören und etwas für Kinder und Jugendliche tun“ – so lautete die zentrale Botschaft des Tages. Umgesetzt wurde sie unter anderem mit „HörBars“- neben Portraitfotos von Kindern und Jugendlichen waren Kopfhörer angebracht, über die man sich kurze Statements anhören konnte, was diese jungen Menschen unter Druck setzt. Viele Passanten waren ganz Ohr. Außerdem kam es zu lebhaften Diskussionen: Wie viel Stress ist gut und notwendig? Wann wird der Druck zu groß und wie erkennt man das? Die Zuhörer konnten ihr Verständnis und ihre Unterstützung mit symbolischen Zuhörerkarten zeigen. Über 4.500 solcher Karten konnten gesammelt werden. 43 JRK-Gruppen nahmen am Kampagnenaktionstag teil. 36 von ihnen stellten HörBars auf. Seit dem Aktionstag konnten DACHLweit 5.011 Zuhörer/-innen gewonnen werden. In Deutschland beteiligten sich 40 Gruppen, die 3.795 Zuhörer/-innen gemeldet haben.

Volles Programm

Viele JRK-Gruppen setzten den Aktionstag mit weiteren eigenen Ideen um. In Rhein-Erft stand zum Beispiel ein Spiel auf dem Programm, bei dem Erwachsene aufschreiben sollten, mit welchen Aktivitäten ihrer Meinung nach ein typischer Tag im Leben eines Teenagers ausgefüllt ist. Während viele von ihnen nur vormittags Schule und nachmittags Fernsehen oder Spielen am PC eintrugen, haben Jugendliche in der Regel viel mehr zu bewältigen: Schule, Hausaufgaben, Prüfungen vorbereiten und natürlich auch Hob-

bies. Rhein-Erft- Kreisleiter Florian Riedel sagt dazu: „Die Erwachsenen verstehen oft gar nicht, dass der Leistungsdruck auf Kinder und Jugendliche enorm hoch ist, vor allem wenn es um die Zukunft geht. Und dass bei den Erwartungen, die an sie gestellt werden, kaum Zeit bleibt, sich mit ihren Problemen wirklich auseinanderzusetzen“.

Zwei weitere Ideen, mit denen JRK-Gruppen den Aktionstag gestalteten:

- Der Kreisverband Hanau maß bei Passanten den Blutdruck und verteilte Stressbälle, um für das Aktions-Thema zu sensibilisieren.
- Auf dem Rathausplatz in Neuss kamen JRKler aus Neuss und aus dem KV Krefeld zusammen und machte das Thema „Druck auf Jugendliche“ zum Beispiel durch einen Spiegel sichtbar, der für den heutigen Schönheitswahn stand sowie durch einen Punching-Ball, der dazu genutzt werden konnte, „Druck abzulassen“



Foto: JRK

Beim Aktionstag gaben Jugendliche ihre Wünsche für die Zukunft an.

Homepage

Was will die Kampagne? Wann und wo finden Veranstaltungen statt, bei denen man mehr darüber erfahren kann? Und was haben die Landesverbände schon alles aus dem Kampagnenthema gemacht und damit erlebt? Diese Fragen wurden auf der Homepage „Deine Stärken. Deine Zukunft. Ohne Druck!“ beantwortet, die unter www.deine-staerken.org über den ganzen Kampagnenzeitraum hinweg online erreichbar war.

Dort wurde stets aktuell über alle Aktivitäten berichtet. Außerdem wurden die grundlegenden Ideen der Kampagne erklärt. Deshalb war die Homepage ein wichtiger Anlaufpunkt für alle Zielgruppen: für Interessierte, die mehr über die Kampagne erfahren wollten genauso wie für JRKler/-innen, die sich auf den neusten Stand bringen, Anregungen für Aktionen holen oder Materialien herunterladen wollten.



Verschiedene Unterpunkte sorgten für einen schnellen Überblick über alles Wichtige: Mit einem Klick auf „Darum geht’s“ gelangten die User auf eine Übersicht zur Kampagne, die kurz und knapp erklärte, wofür „Deine Stärken. Deine Zukunft. Ohne Druck!“ steht, welche Ziele die Kampagne verfolgte und was Kinder und Jugendliche „stark für die Zukunft“ macht. „Gut zu gebrauchen“ waren für alle JRKler die Materialien zur Kampagne – von den Arbeitshilfen für die Jugendgruppen über Unterrichtsmaterialien und Printprodukte bis zu Tipps zur Öffentlichkeitsarbeit und Kontaktdaten von jungen Beratungsstellen und Hotlines.

Welche Aktionen in den vier Ländern Deutschland, Österreich, Schweiz und Luxemburg jeweils aktuell liefen, das stand unter „Und: action!“. Auf einer Karte konnten die Orte angeklickt werden, hinter denen sich Berichte von Kampagnenaktionen verbargen. Wer noch Anregungen für solche Dinge brauchte, wurde hier ebenfalls fündig. Künftige Termine standen unter „Was ist wann?“. Über ein Terminformular konnten JRKler ihre Aktionen melden. Prominente Unterstützer der Kampagne wie Daniel Brühl und Ursula von der Leyen erklärten unter „Wer uns unterstützt“, warum sie mit ihrem Namen für die Kampagne eintreten. „Was denkst du?“ wies schließlich auf Kampagnenwettbewerbe und die Anti-Druck-Tipps von JRKlern hin.

Die Homepage wurde rege genutzt. Pro Monat wurde etwa zwischen 8.000 und 14.000 Mal darauf zugegriffen. Einzelne Teile der Arbeitshilfe wurden zum Beispiel bis August 2008 etwa 1.500 Mal heruntergeladen.



Arbeitsmaterialien

Für die praktische Arbeit mit dem Kampagnenthema „Deine Stärken. Deine Zukunft. Ohne Druck!“ wurden den Ortsgruppen zahlreiche Materialien zur Verfügung gestellt.

Flyer und Co

Das eigens für die Kampagne entwickelte Logo macht mit dem Schriftzug „Deine Stärken. Deine Zukunft. Ohne Druck!“ auf das Thema aufmerksam. Es ist auf der Homepage und allen Materialien zur Kampagne zu sehen – beispielsweise auf den Give-aways wie

Pins, Luftballons oder Aufkleber, die JRKler/-innen erwerben konnten.

Zur Verbreitung, Außenwirkung und Präsentation diente außerdem ein Flyer, der Hintergrund und Ziele der Kampagne präsentierte, sowie eine vierteilige Posterserie, die verschiedene Dimensionen von Druck und Versagensängsten aufzeigt. Dort sind Jugendliche abgebildet, die Mitspracherechte einfordern, sich dem Schlankeitswahn entgegenstellen, ihren Stärken vertrauen oder sich gegen überzogene „Superstar“-Anforderungen wehren.

Problemfigur?
Nur in meinem Kopf.

„Zwischen mir und dem »Idealgewicht« liegen: Kalorien zählen, hungern und Selbstzweifel. Wofür? Mir geht 's gut. Ich hab Spaß in jeder Größe.“

Wir finden: Alle sind schön. Denn jede ist anders und das ist ganz wichtig. Schau genau hin und überleg, ob du etwas willst oder nicht. Sag „NEIN!“ zu Zwängen und Druck.

Deine Stärken. Deine Zukunft. OHNE DRUCK

www.deine-staerken.org

Superstar?
Ohne mich.

„Musik, Streetball, Shoppen, Schule, Skaten und mit Freunden chillen. Das ist super.“

Wir meinen: Manchmal stehen seltsame Dinge im Ramperlicht. Das wirkliche Leben ist anders. Sei stolz auf das, was du machst. Entdecke deine Stärken!

Deine Stärken. Deine Zukunft. OHNE DRUCK

www.deine-staerken.org

Die Arbeitshilfe

Zentrales Hilfsmittel für Gruppenleitungen und Projektverantwortliche war die Arbeitshilfe. Auf etwa 200 Seiten werden darin neben aktuellem Hintergrundwissen zu Versagens- und Zukunftsängsten von Kindern und Jugendlichen sowie Projektideen rund um die Kampagne ganze Ablaufpläne für Gruppenstunden vorgestellt, die sich mit allen Facetten der Kampagne beschäftigen. In diesen Gruppenstunden setzen sich die Kinder und Jugendlichen mit ihren persönlichen „Druckpunkten“, aber auch mit ihren Stärken auseinander. Sie werden außerdem dazu angeregt, Strategien gegen zu viel Stress und Ängste zu entwickeln. Ergänzt wird die Arbeitshilfe durch Hinweise zum Projektmanagement und zur Öffentlichkeitsarbeit.

Um die Kampagnenarbeit vor Ort kontinuierlich zu unterstützen, wurden im Laufe der Kampagne sogenannte „Zündstoffe“ mit Anregungen für verschiedene Aktionen versandt – unter anderem für die Aktionstag oder den Kampagnenwettbewerb.

Unterrichtseinheit

Zur Arbeit mit Schülern stand die Unterrichtseinheit „Zukunfts- und Versagensängste von Kindern und Jugendlichen: Analysen – Folgen – Perspektiven“ zur Verfügung. Sie wurde zu Beginn des Schuljahres 2007/2008 herausgegeben und setzt sich intensiv mit den Ursachen und Folgen von Zukunfts- und Versagensängsten auseinander. Auf 32 Seiten stehen Arbeitsmaterialien, Folien und Lehrerinformationen zur Verfügung, die für den Unterricht in der Sekundarstufe I konzipiert sind, teilweise jedoch auch in der Sekundarstufe II oder in der außerschulischen Bildungsarbeit genutzt werden können.

Die Unterrichtseinheit sensibilisiert Schülerinnen und Schüler für Situationen, in denen sie unter Druck geraten und erörtert die Bandbreite möglicher Folgen des wachsenden Drucks auf psychischer, gesundheitlicher und sozialer Ebene. Es werden Handlungsmöglichkeiten aufgezeigt, wie man mit diesem Druck umgehen kann.





Aktionen des Deutschen Jugendrotkreuzes

Supercamp

Möglichst viele JRKler zusammenzubringen, damit sie Rotkreuz-Spirit erleben können, Freunde finden, gemeinsam feiern und in vielen Workshops neue Erfahrungen sammeln – das steckt hinter der Idee des „Supercamps“. An Pfingsten im Jahr 2007 fand das fünfte dieser Camps in Baden-Württemberg statt – an einem Badensee auf einem großen Veranstaltungsgelände in Heddesheim bei Mannheim. Über 1.000 JRKler aus Deutschland, Österreich, Luxemburg und der Schweiz trafen sich dort.

Dabei wurde auch der Startschuss für die Kampagne „Deine Stärken. Deine Zukunft. Ohne Druck!“ gegeben. Diese ehrenvolle Aufgabe übernahm die DRK-Vizepräsidentin Donata Freifrau Schenck zu Schweinsberg gemeinsam mit Michael Kessler, dem Bürgermeister von Heddesheim. Der freute sich besonders, dass das Lager an den seiner Aussage nach „schönsten Badensee in Nordbaden“ gekommen ist.

Direkt am Wasser wurden auch die großen Zelte aufgebaut, in denen die Camper übernachteten. Bei tol-

lem Wetter konnten die Teilnehmer tagsüber im See baden und entspannen. In etwa 80 Workshops wurde ihnen aber auch ein spannendes Programm geboten. Ein Teil der Workshops beschäftigt sich mit im weiteren Sinne mit dem Kampagnenthema: Beim Überwinden eines künstlichen Spinnennetzes ging es um Geschick, Körpergefühl und Vertrauen: Die Teilnehmer mussten durch das Netz gehen ohne die einzelnen Stränge zu berühren und ohne eine Öffnung zweimal zu benutzen. Dabei mussten manche von der Gruppe hochgehoben und langsam durch das Netz geschoben werden. Im Hochseilparcours gab es das Camp aus 15 Metern Höhe zu sehen. Dort oben auf einem Stahlseil zu balancieren erforderte Mut – auch wenn natürlich alle gut gesichert waren. Passend dazu der Titel dieses Workshops: „Ängste überwinden. Grenzen erkennen“. Ein Kampagnenzelt mit verschiedenen interaktiven Angeboten stimmte die Teilnehmer/-innen auf die Kampagne ein. Im DACHL-Zelt konnten sie die anderen drei Länder und Jugendrotkreuz-Organisationen kennen lernen: Ein Quiz, viele Bilder und landestypische Leckereien sorgten für Abwechslung.



Foto: JRK

Beim Supercamp fiel der Startschuss der Kampagne.

Statements

„Ohne gute Schulbildung kommt man nicht weit. Kriegst du noch die Kurve? – Ich möchte gerne zur Schule gehen, viel lernen und herausfinden, was ich kann. Hilfst du mir?“ Mit solchen Statements wurde das Kampagnenthema auf den Punkt gebracht und besser greifbar. Denn der Druck, der auf Jugendlichen lastet, ist ein hochaktuelles Problem, er es ist jedoch auch sehr schwierig in Worte zu fassen. Deshalb entwickelte eine nationale Projektgruppe des DJRKs aus den sieben „Druckpunkten“ – wie Schule, Freizeit sowie Ausbildung und Beruf – zentrale Botschaften, die in kurze, einfache Statements in Comicform gebracht wurden.

Diese Statements brachten das komplexe Kampagnenthema auf den Punkt, illustrierten die Druckpunkte und zeigten die wesentlichen Bedürfnisse von Kindern und Jugendlichen auf. Gleichzeitig waren sie eine Aufforderung an alle, in ihrem individuellen Umfeld „Hilfe zu leisten“.

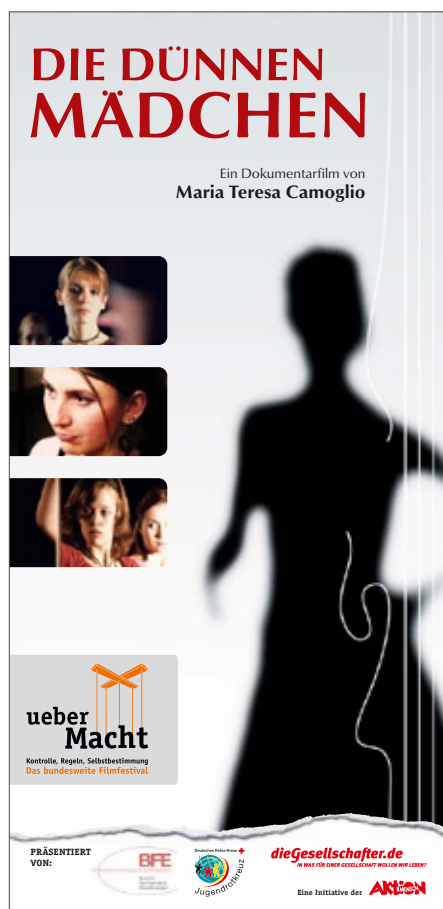
Die Sätze konnten zur Verbreitung der Kampagne genutzt werden – innerhalb und außerhalb des Verbandes. JRK-Gruppen konnten sie im Rahmen ihrer Öffentlichkeitsarbeit einsetzen – zum Beispiel, indem sie Postkarten damit bedruckten und diese kostenlos verteilten oder Menschen direkt dazu aufforderten, aufzuschreiben wie sie selber helfen können. Auch für Anzeigen in Verbandszeitschriften oder als Illustration von Artikeln rund um die Kampagne waren sie praktikabel. Vor allem boten die Statements aber natürlich einen Einstieg in Diskussionen oder Gruppenstunden. Im weitesten Sinne dienten sie außerdem als Grundlage zur Beurteilung von gesellschaftlichen Entwicklungen oder politischen Entscheidungen.



Filmfest

Ein Anspruch der modernen Gesellschaft macht vor allem jungen Mädchen zu schaffen: der Druck, möglichst attraktiv und makellos zu sein. Im schlimmsten Fall kann dieser Druck ernsthaft krank machen und zum Beispiel zu Essstörungen führen. Die italienische Regisseurin Maria Teresa Camoglio hat für ihren Dokumentarfilm „Die dünnen Mädchen“ acht junge Frauen zwischen 18 und 29 Jahren begleitet, die seit langem an Magersucht leiden. Die Krankheit frisst sich in ihr Leben, bis sie vollständig die Macht über sie ergreift. Camoglio zeigt, wie die Betroffenen wieder zu ihrem Körper und zurück ins Leben finden.

Das JRK übernahm die überregionale Filmpartnerschaft für den Film, der im Rahmen des Festivals „über Macht“ der Aktion Mensch im Jahr 2009 durch etwa 120 deutsche Städte tourte. Das Logo des Jugendrotkreuzes war auf Plakaten und Flyern der Veranstaltungsreihe zu sehen und JRKler/-innen bekamen die Möglichkeit, sich bei lokalen Filmvorführungen zu präsentieren. JRK-Gruppen in 15 Städten nutzten die Chance und beteiligten sich mit Infoständen, Projekttagen an Schulen und Aktionen in Kino-Foyers. Zu dem Projekt wurde außerdem ein Zündstoff verschickt.



Aus den Landesverbänden

Tour de DACHL/ LV Baden-Württemberg

Der Landesverband Baden-Württemberg brachte im Jahr 2008 die Kampagne mit einem ganz besonderen Projekt im wahrsten Sinne des Wortes „auf die Straße“: mit der „Tour de DACHL“. Die Idee: Eine Woche radelten die Jugendrotkreuzler von Singen aus rund um den Bodensee – dabei fuhren sie im Dreiländereck auf deutschem, österreichischem und schweizerischem Boden.

Etwa 40 Jugendrotkreuzler, darunter 30 aus dem Bodenseekreis, traten kräftig in die Pedale. Sie machten mit ihren Rädern in mehreren Städten und Gemeinden Station und sorgten dort mit Veranstaltungen und Aktionen zur Kampagne für Aufsehen: in Radolfzell, Konstanz, St. Gallen, Hard und Lindau. Das Ziel und damit die letzte Station der Tour war Friedrichshafen.

Unterwegs sammelten die sportlichen Jugendlichen unter anderem Wünsche für eine gute Zukunft, die sie in einem „Wunschbuch an Politiker“ zusammentrugen. In Konstanz wurde dazu zum Beispiel ein großer weißer Ball durch die Fußgängerzone gerollt, auf dem Passanten ihre Wünsche für junge Menschen aufschreiben konnten. Dabei wurden Punkte gesammelt wie „von der Politik gehört werden“, „Frieden“, „einen gesicherten Arbeitsplatz für das ganze Leben“, „Rente mit 60“ oder „Optimismus und Geduld“. Das Buch mit allen Wünschen wurde schließlich bei der Abschlussveranstaltung in Friedrichshafen an Politiker übergeben.

Weitere Aktionen verdeutlichten ebenfalls, dass junge Menschen heute unter großem Druck stehen. Die Radler stellten unter anderem eine Blutdruckmessstation auf, ließen Anti-Stress-Bälle basteln und luden die Menschen, die ihnen unterwegs begegneten, zu Gesprächen ein.

Seminar und Posterprojekt/ LV Nordrhein

Bei einem Kampagnenseminar wollten sich im März 2008 die JRKler aus Nordrhein ein Wochenende lang einmal ganz in Ruhe mit allen Facetten der Kampagne beschäftigen, für die sie bisher keine Zeit und Ruhe gefunden hatten. Dabei sollte „Alles offen“ sein, deswegen setzten sie das Seminar unter diese Überschrift.

Mit einer Bestandsaufnahme am ersten Abend im Haus des Jugendrotkreuzes (HdJ) – Worum dreht sich die Kampagne? Wo besteht besonderer Austauschbedarf? – sammelten die Teilnehmer Themen, mit denen sie sich an den beiden folgenden Tagen in fünf Open-Space-Themen-Runden beschäftigen wollten. Alle waren sehr motiviert und so gab es schnell Ergebnisse. Die Schaukästen im Foyer des HdJ wurden gestaltet, das Nordrhein Chaosspiel fertiggestellt und es wurde intensiv diskutiert, wie die Kampagne in den eigenen Kreisverbänden verbreitet und umgesetzt werden kann und wie Mitglieder dazu motiviert werden, dass sie die Kampagne dort umsetzen. Außerdem wurden persönliche Audio-Statements für den Aktionstag verfasst und aufgenommen und es entstand eine Posterserie mit sechs Plakaten. Die Bilder und Texte darauf stellen die Druckpunkte dar, die Jugendliche betreffen, und sie thematisierten Stärken, Schwächen, Fragestellungen und Statements. Dazu machten die Seminarteilnehmer gleich noch Bilder.

Filmfest im KV Quedlinburg

Der Kreisverband Quedlinburg beschäftigte sich besonders intensiv mit der Möglichkeit, den Dokumentarfilm „Die dünnen Mädchen“ im Rahmen des Festivals „über Macht“ zu zeigen. Mit Unterstützung einer Veranstaltungsagentur wurde dort ein eigenes kleines Filmfestival gestartet: Die Dokumentation wurde in zwei Schulen der Region gezeigt – vor insgesamt acht Klassen. Die JRKler gestalteten dazu ein Rahmenprogramm: Mit einem „Erzählkreis“ leiteten sie die Filmvorführung vor den Schülern jeweils ein, ließen sie Erfahrungen austauschen und erklärten Fremdwörter. Sie klärten auf über den typischen Tagesablauf von Menschen mit Essstörungen und die Tricks, mit denen sie ihre Umgebung täuschen. Außerdem stellten sie den Bezug zum Alltag der Schüler/-innen her, indem sie zur Diskussion über aktuelle Themen wie die Sendung „Germanys Next Topmodel“ und das Schönheitsbild in Modezeitschriften anregten. Und sie erklärten natürlich, was die Kampagne „Deine Zukunft. Deine Stärken. Ohne Druck!“ mit alldem zu tun hat. Von Lehrern, Schülern und Eltern bekamen die Ehrenamtlichen für ihr Programm durchweg positive Resonanz.

Zur Premierenvorstellung war Dr. med. Wolf-Rainer Krause, Chefarzt der Klinik für Psychiatrie und Psychotherapie des Harzkrankums, eingeladen. Er begleitete zusammen mit den JRKlern aus Quedlinburg die Zuschauer durch den Film. Im Anschluss gab es eine Diskussionsrunde. Statt der üblichen Kino-Snacks Nachos und Popcorn gab es außerdem Gemüse und Dips zum Film zu essen, was bei den Gästen gut ankam.



Aktionen des Jugendrotkreuzes Österreich

Kindergipfel

Wie die jüngsten Mitglieder der Gesellschaft den wachsenden Druck erleben, damit beschäftigte sich das Jugendrotkreuz Österreich näher. Dort wurde eine „Kindercharta“ aufgestellt. Unter der Überschrift „Lasst uns Kinder sein“ wurden auf Grundlage der Kampagne zehn Wünsche von Kindern aufgeschrieben. Verschiedene Aspekte des Themas wie „Ressourcen-Orientierung“, „Bildung“, „Zuwendung“ oder „Ernährung“ und die dazugehörigen Ansprüche von Kindern wurden mit jeweils einem Satz verdeutlicht, der Kindern eine Stimme gibt.

„So wie ich bin, bin ich gut“ bezieht sich zum Beispiel auf den Bereich des Selbstwertgefühls. Dieser Satz steht dafür, dass Kinder Vertrauen in die eigene Person und die eigenen Fähigkeiten brauchen, um stark und selbstbewusst zu sein. Die Charta sagt, dass Eltern und Lehrer das fördern können, indem sie Kindern vermitteln, dass deren Handeln Wirkung zeigen kann. Der Satz „Schenk mir deine Zeit! Nicht nur dein Geld“ bezieht sich auf die Zeit und Aufmerksamkeit, die Kinder brauchen. Es ist wichtig für ihre Entwicklung, dass sie ernst genommen und respektiert werden, dass sie Ansprache bekommen und gemeinsam mit anderen Dinge tun dürfen. Diese Aufgaben können nicht von Computerspielen übernommen werden. „Ich brauche Eltern, die wissen, was sie tun.“ als weiteres Beispiel steht dafür, dass Eltern ab und zu Hilfe bei der Erziehung brauchen, in Form von Unterstützung und Bildungsangeboten – denn das Bewusstsein zur Erziehung speist sich größtenteils aus eigenen Erfahrungen mit Erziehung und der Sozialisation und ist nicht immer konfliktfrei. Einige Punkte der Charta sind auf einer Posterserie näher beschrieben. Alle zehn Wünsche gibt es außerdem auf einem Plakat im Überblick zu sehen.

Was Kinder von der Charta halten, wurde am 18. März 2010 auf dem Kindergipfel in Wien mit ihnen diskutiert. Der Nachwuchs konnte dort im Schloss Schönbrunn mit Expert/-innen und Politiker/-innen ins Gespräch kommen. 200 Kinder waren dazu aus ganz Österreich angereist. Sie zeigten mit Theaterstücken, Songs und Filmen, wie ihre Welt aussieht und wo sie Unterstützung brauchen. Für den Gipfel wurde auch eigens ein Song komponiert. „Lasst uns Kinder sein“ heißt er und hat die zehn Punkte mit einer ansprechenden Melodie und eingängigem Text auf kreative Weise aufbereitet.

Unterrichtsmaterialien

Konkrete Maßnahmen zu entwickeln, mit denen man den Schulalltag entlasten kann – dieser Aufgabe stellte sich das Österreichische Jugendrotkreuz. Dort wurden Unterrichtsmaterialien zur Kampagne zusammengestellt, die Lehrer/-innen, Schüler/-innen und Eltern Möglichkeiten aufzeigen, wie sie den Druck beim Lernen senken können.

„Unsere Schule – unsere Zukunft“ heißt das Maßnahmenpaket für die Primar- und für die Sekundarstufe, das die Österreicher geschnürt haben. In jeweils zwölf Kapiteln werden die einzelnen Problemfelder aufgezeigt und Lösungen dazu angeboten, die in der Praxis leicht und schnell umgesetzt werden können. Dabei wird vor allem auf die Perspektive der Schüler/-innen dazu eingegangen. Außerdem sind in jedem Kapitel Literaturtipps und ausgewählte Links angegeben.

In den Materialien stecken Texte, Bilder und Arbeitsunterlagen sowie konkrete Vorschläge für die Gestaltung der Arbeit und mögliche Arbeitsaufträge zu verschiedenen Schwerpunktthemen. Sie sensibilisieren zum Beispiel dafür, dass jüngere Schüler noch ein anderes Zeitverständnis haben als Erwachsene und dass dies bei der Arbeit im Unterricht berücksichtigt werden sollte.

Sie machen auch Vorschläge, wie Hausaufgaben gestaltet werden sollten, damit diese das Lernen unterstützen und nicht zur Belastung werden. Beim Thema Hausaufgaben steht zum Beispiel der konkrete Hinweis für Lehrer, dass man nur „üben kann, was man schon kann“ und dass Lob und Tadel „zwei Seiten derselben Medaille“ sind und das eigene Urteil der Schüler verhindern können. An die Eltern richten die Materialien die Hinweise: „Die Hausübungen ‚gehören‘ Ihrem Kind – nehmen Sie sie ihm nicht weg!“, „Wer zeigen darf, was er schon kann, hat keine Angst, Fehler zu machen!“ und „Man muss nicht alles, was ein Kind macht, bewerten – aber man muss es würdigen!“

Es werden auch Tipps gegeben, wie man dafür sorgen kann, dass sich die Schüler/-innen in der Schule wohlfühlen – und damit bessere Lernergebnisse erzielen. Oder die Unterrichtsmaterialien erinnern daran, dass Schule heute zwar in der Regel sehr viele Angebote macht, dass man diese aber deswegen noch lange nicht alle nutzen muss – ein zu dicht gepackter Wochenplan sorgt schließlich nur für unnötigen Druck.



Aktionen des Luxemburgischen Jugendrotkreuzes

Kinospot

Im Kino schaut das Publikum bei der Werbung so gut wie immer hin – das wollten sich die Jugendrotkreuzler aus Luxemburg zunutze machen und drehten einen Werbespot zum Thema „Deine Stärken. Deine Zukunft. Ohne Druck!“. 18 Freiwillige machten mit, planten und drehten den Spot während einer gemeinsamen Woche im Team. Das fertige Werk trägt den Titel „Ouni Druck“ und zeigt verschiedene Jugendliche, die sagen, was sie unter Druck setzt und was dagegen helfen kann.

In eindrucksvollen Schwarz-Weiß-Bildern, mit einer eingängigen Melodie unterlegt, fragen die Teenager in dem Spot „...was bedeutet es in der heutigen Zeit jung zu sein?“ und zählen einige ihrer Belastungen auf: Überforderung, Probleme mit den Eltern, Arbeitslosigkeit, Mobbing, Wegschauen, keine Unterstützung und „immer muss man glücklich sein“. „Alles nicht so einfach“, lautet das Fazit, „aber“: Motivation, Selbstvertrauen, Hoffnung, Integration, Engagement, Überwindung und Lachen – „Das sind unsere Stärken für die Zukunft“ stellen sie fest. Und: „Das Rote Kreuz unterstützt uns!“.

Bis die Nachwuchsfilmer das sehr gelungene Ergebnis endlich sehen konnten, mussten sie sich dann noch etwas in Geduld üben: Einen ganzen Monat brauchte die Postproduktion. Dann wurde der Spot in angemessenem Rahmen zum ersten Mal öffentlich gezeigt – beim nationalen Leitertreffen in Berg/Betzdorf, wo er Teilnehmern und Besuchern vorgeführt wurde. Fast zeitgleich lief er dann auch in Luxemburgs Kinosälen an und später noch beim Fernsehsender RTL Télé Lëtzebuerg.

Bandwettbewerb

Der Bandwettbewerb wurde in Luxemburg zum größten Projekt der Kampagne und zum krönenden Abschluss aller Aktivitäten zu „Deine Stärken. Deine Zukunft. Ohne Druck!“. Er wurde dort unter dem Titel „Intensitybandcontest“ mit einem großen Live-Konzert umgesetzt. Per Internet, Radio und Printmedien wurden landesweit junge Künstler, Musiker und Bands dazu aufgerufen, ein Lied zum Thema Jugend, Zukunft und Perspektiven zu schreiben. Die „Spielregeln“: Nur Kreative unter 25 Jahren durften teilnehmen, keine professionellen Musiker und es durften keine Cover gespielt werden. Gefragt waren Songs aller Genres und in allen Sprachen.

Das Echo war groß. Einsendungen kamen von Jugendlichen aller Nationalitäten, meist zwischen 17 und 21 Jahren alt. Die meisten stammten aus Luxemburg selbst. Aus insgesamt 42 Teilnehmern wurden dann in einem Onlinevoting und von einer Jury acht Finalisten ausgewählt. Sie traten im März 2009 live in der Kulturfabrik Esch/Alzette gegeneinander an.

Dort bewertete eine Jury, wie die Künstler das Thema der Kampagne umgesetzt hatten und wie sie es und sich selbst präsentierten. In der Jury saßen unter anderem Vertreter aus Politik – zum Beispiel Jacques Wenner vom Familienministerium – und Kultur-Musiker John Resch und Paul Bradshaw, Booking-Manager der Kulturfabrik – sowie Andreas Tarrach vom Luxemburgischen Roten Kreuz. Das Publikum durfte jedoch auch „mitreden“ und ebenfalls über seine Favoriten abstimmen.

LASS HÖREN!

Deine Stärken.
Deine Zukunft.
OHNE DRUCK

Eine internationale Kampagne
des Jugendrotkreuzes

Ein internationaler Bandwettbewerb des Jugendrotkreuzes

Schneller, weiter, höher, besser – der Druck auf jeden einzelnen. Erfolg zu haben und leistungsfähig zu sein, nimmt immer mehr zu. Schwäche zeigen oder gar scheitern – das darf nicht vorkommen. Wie stehst du dazu? Was hilft dir, dem Druck Stand zu halten? Was müsste sich deiner Meinung nach in Zukunft ändern – in den Köpfen, in der Gesellschaft, im Miteinander?

Das Jugendrotkreuz in Österreich, Deutschland, der Schweiz und Luxemburg will deinen Song dazu hören!

Der Bandwettbewerb „Lass hören!“ ist offen für Solokünstler/-innen und Bands aller Musikstile. Sende deinen selbstkomponierten Song ein!

Einzige Einschränkung: Das Durchschnittsalter aller beteiligten Musiker darf 25 Jahre nicht übersteigen.

Einsendeschluss: 20. März 2009

Nach den Vorentscheidungen in Österreich, Deutschland, der Schweiz und Luxemburg (live oder online) reisen die Landessieger am 30. Mai zum Österreichischen Bundesjugendlager.

Bei einem Auftritt vor 1.000 Zuschauern wird der Sieger durch eine Jury ermittelt.

Der Hauptpreis

Eine Demoproduktion deiner Songs in einem professionellen Studio!



croix-rouge
luxembourgeois



Croix-Rouge suisse
Schweizerisches Rotes Kreuz
Croix-Rouge Suisse



Interessiert? Alle Infos und Details
findest du unter www.deine-staerken.org



Die acht Bands zeigten eine professionelle Show. Am Ende überzeugte Uakari Trio mit „Fly Away“ am meisten. Auf den zweiten Platz schafften es Anx 74 mit „Faith“, auf den dritten Christophe Calmes & Annick Pütz mit „Rejected Love“.

Uakari Trio gewannen eine Geldprämie in Höhe von 1000 Euro. Außerdem wurde ihr Auftritt professionell mitgeschnitten und sie durften drei Tage in einem Musikstudio verbringen.



Aktionen des Schweizerischen Jugendrotkreuzes

Hausaufgabenhilfe

Jugendliche mit Migrationshintergrund bekommen von ihren Familien nicht immer genug Hilfe, wenn es um das Thema Bildung geht. Ihre Eltern können oft einfach schlicht aufgrund sprachlicher Barrieren nicht helfen, wenn es zum Beispiel um Unterstützung bei den Hausaufgaben oder beim Erlernen der deutschen Sprache geht. Diesem Problem wollte das Jugendrotkreuz Genf entgegenreten. Ihre Idee: Einheimische Jugendliche bieten auf freiwilliger Basis eine Hausaufgabenhilfe an. Dieser „Nachhilfeunterricht“ fand dort in der Interkulturellen Bibliothek des Schweizerischen Roten Kreuzes statt und es nahmen Schüler/-innen aus verschiedenen Stufen, Klassen und Schulen teil. Für die Schüler/-innen bot sich damit die Chance, ihre Noten zu verbessern. Außerdem half es ihnen bei der Integration in die Schweiz.

Junge Ehrenamtliche unterstützen junge Migranten beim Lernen, bei persönlichen Fragen und beim Einstieg in den Beruf – dieses Konzept kam gut an. Deshalb wurde es auch von JRK-Gruppen in anderen Städten übernommen: Zürich, St-Gallen und Fribourg. Die Projekte wurden jeweils unterschiedlich angegangen: In St. Gallen kontaktierte das Jugendrotkreuz spezielle Integrationsklassen. Bald gaben dort acht Jugendliche einmal pro Woche Schülerinnen und Schülern einer solchen Klasse kostenlose Nachhilfe. In Zürich und Fribourg wurden den Kindern und Jugendlichen mit Migrationshintergrund dagegen jeweils eine Mentorin oder ein Mentor aus den Reihen des JRK an die Seite gestellt. Die Mentoren und Mentorinnen wurden zu persönlichen Ansprechpartnern, die über die Hilfe bei den Hausaufgaben hinaus auch andere Freizeitaktivitäten mit den Kindern und Jugendlichen gestalteten.

Zwei Jahre lang wurde die Hausaufgabenhilfe als Projekt im Rahmen der Kampagne in der Schweiz angeboten. Laut den beteiligten JRKlern sind die Rückmeldungen von allen Seiten positiv: Nachhilfeschüler, Lehrer und Freiwillige – ihnen allen hat die gemeinsame Arbeit viele neue Erfahrungen und auch eine Menge Spaß gebracht. Außer in Genf wird die Hilfe auch weiterhin fortgeführt. Etwa 60 bis 70 junge Migranten können jeweils pro Jahr davon profitieren.

Deutsches Rotes Kreuz 



www.jugendrotkreuz.de



DRK-Generalsekretariat

Jugendrotkreuz

Carstennstraße 58

12205 Berlin

Tel.: 030 85404-390

Fax: 030 85404-484

E-Mail: jrk@drk.de

Internet: www.jrk.de