

Konzept

**Vorstellung der Arbeit und Aufgaben der
Niedersächsischen Kinder- und Jugendkommission
sowie die Klärung der möglichen Einrichtung
einer Website für Kinder und Jugendliche**



Gliederung

Auftraggeber und Aufgabe



Zielgruppe



SWOT zum bisherigen Konzept



Alternatives Konzept



Erklärfilm



Making-of



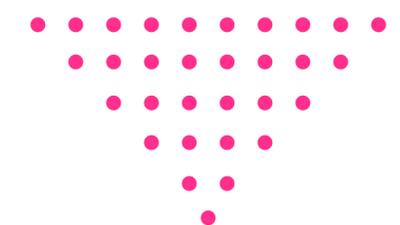
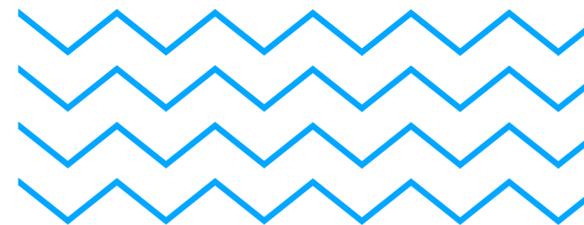
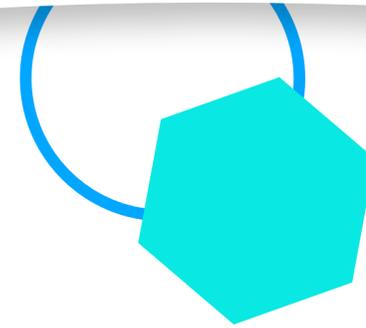
Interaktives Dokument



Distribution



Umgestaltung der bestehenden Unterseite



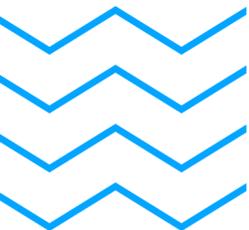


Auftraggeber: Niedersächsische Kinder- und Jugendkommission

Aufgabe: Die Internetpräsenz der Kinder- und Jugendkommission befindet sich derzeit als eine Rubrik im Niedersächsischen Landesamt für Soziales, Jugend und Familie im Teil des Landesjugendamtes.

Unter der Rubrik „Presse und Öffentlichkeitsarbeit“ befindet sich ein Passus, in dem Neuigkeiten für Kinder und Jugendliche platziert werden. Die Unterseite ist an die Corporate Identity des Landes, die die gebündelten Merkmale und Charakteristika der Landesbehörden widerspiegelt, gebunden. In Niedersachsen haben wir fachspezifische Einrichtungen in unterschiedlichen Trägerschaften, die gezielt für diese Adressatengruppe Website gestaltet haben.

Deshalb ist zu überlegen, ob die Niedersächsische Kinder- und Jugendkommission die Erstellung einer ausgegliederten interaktive Webseite, z. B. mit Blogs, in Augenschein nehmen möchte, die losgelöst vom Corporate Design des Landes gestaltet wird.





Primärzielgruppe

SchülerInnen/Kinder/Jugendliche von der 8. Klassenstufe bis 9. Klassenstufe. In diesem Abschnitt der Schullaufbahn sind sie im Alter von 12 bis 14 Jahren (Generation Z). Die curriculare Vorgabe des Politikunterrichts sieht in diesem Alter das Themenfeld Kommunalpolitik vor.

Sekundärzielgruppe

LehrerInnen aus dem Bereich Gesellschaftskunde, AkademikerInnen, die im Bereich der politischen Bildung aktiv sind, Eltern und politisch aktives Umfeld der Primärzielgruppe (Multiplikatoren).

Mediennutzung Primärzielgruppe

Rund 97% der Generation Z besitzen ein Handy. 42% sind ständig und 51% häufig aktiv. Instagram liegt mit 77% bei Mädchen vorn. 53% der Jungs nutzen Instagram. YouTube wird von 78% der Jungs und 61% der Mädchen genutzt.

Es geht hieraus hervor, dass die Responsivität, bedingt durch die mittlerweile nahezu gänzliche Ausstattung der Zielgruppe mit Handys, von besonderer Relevanz bei der Gestaltung der Lösung ist. Bei der Distribution sollten die hervorgehobenen Social-Media-Plattformen berücksichtigt werden.



Shell Jugendstudie 2019

8% der Befragten Jugendlichen bezeichnen sich als **politisch stark interessiert** und weitere 33% bezeichnen sich als **interessiert**. **Höheres politisches Interesse** liegt dabei klar **in der oberen Bildungsposition**. Jeder zweite Jugendliche, der das Abitur anstrebt oder erreicht hat, bezeichnet sich als politisch interessiert. Bei Jugendlichen mit angestrebtem oder erreichtem Hauptschulabschluss trifft dies hingegen nur auf jeden vierten zu.

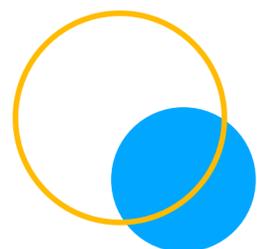
Von den Jugendlichen mit höherer Bildungsposition gehört jeder zweite zu den Weltoffenen oder zu den Kosmopoliten, während es bei Jugendlichen mit **niedriger Bildungsposition** entgegengesetzt ist: Hier gehört **weit mehr als jeder zweite zu den Populismus-Geneigten** oder zu den Nationalpopulisten. Fehlende soziale Gerechtigkeit beklagt bereits jeder Zweite aus der Gruppe der Populismus-Geneigten.

Fast vier von fünf Jugendlichen (77 %) sind mit der **Demokratie**, so wie sie in Deutschland besteht, **eher oder sehr zufrieden**. Das **Vertrauen**, welches Jugendliche den **Parteien** entgegenbringen, **weiterhin gering**, und auch die Zustimmung zu der populistisch geformten Aussage »Ich glaube nicht, dass sich Politiker darum kümmern, was Leute wie ich denken« ist im Vergleich zu 2015 ebenfalls angestiegen (71 %). Dabei ist wieder auffällig, dass **je niedriger die Herkunftsschicht und die Bildungsposition, desto größer die Verdrossenheit** ist.



Der Teil der Zielgruppe, der der unteren Bildungsposition zugehörig ist sollte also, vor allem in Anbetracht der allgemeinen Ziele der Kommission, eine besondere Beachtung bei der Ausarbeitung des Konzepts finden!





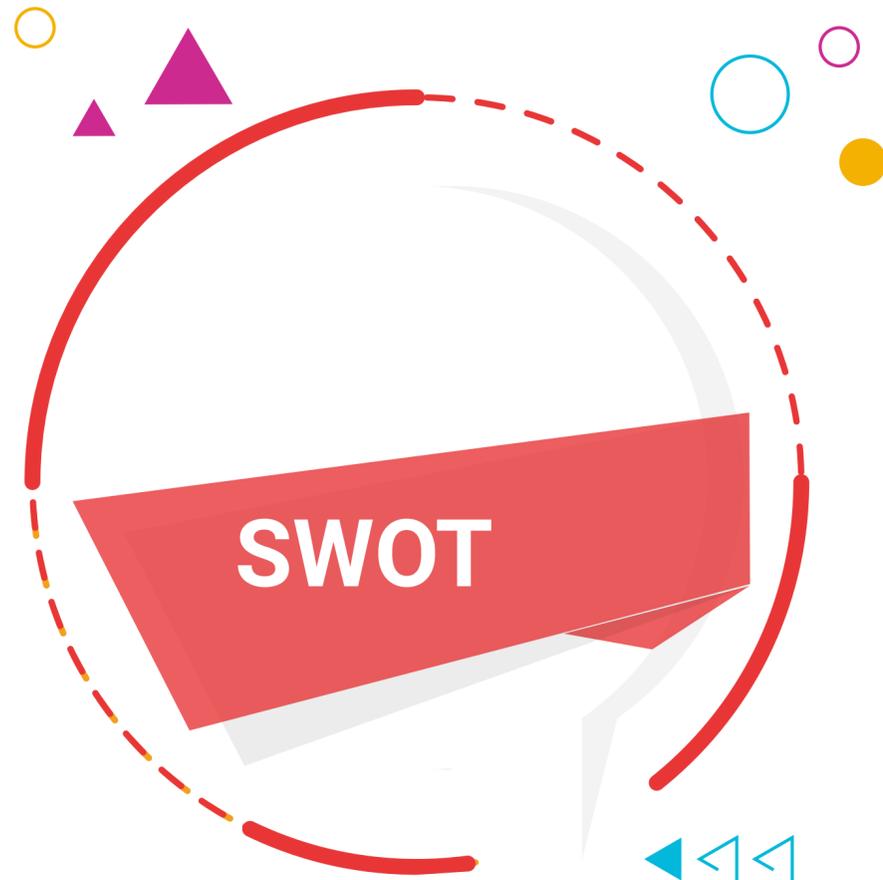
Jugendpartizipation

Aus der Studie „Kinder- und Jugendpartizipation in Deutschland“, der Bertelsmann Stiftung aus dem Jahr 2005 geht hervor, dass der **Zufriedenheit mit Partizipationserfahrungen am Wohnort eine zentrale Rolle für die Partizipationsintensität sowie den grundsätzlichen Willen zur Partizipation spielt.** Dabei bezieht sich die Zufriedenheit sowohl auf den Partizipationsprozess, als auch auf das Ergebnis der Partizipation. Zur Heranführung der Zielgruppe an Partizipationsprozesse ist es daher besonders relevant den Blick auf die (Sport-)Vereinsaktivitäten, das subjektive Qualifikationsempfinden, den Informationsstand bezüglich der Mitwirkungsmöglichkeiten sowie die Partizipationsintensität in der Schule zu richten.

Die „Politische Jugendstudie“ aus dem Jahr 2017 von Yougov und BRAVO zeigt, dass mit rund **76%** der Befragten Jugendlichen am häufigsten in der Schule über Politik sprechen.

Es gilt also den schulischen Raum im Rahmen der Distribution zu nutzen und hier ggf. auch zur Interaktion/Partizipation anzuregen.





Welche **Stärken**, **Schwächen**, **Chancen** und **Risiken** bietet eine **ausgegliederte Webseite** für die Kommission?

Stärken

Vermittlung von Informationen über die Kinder- und Jugendkommission ist zielgruppengerecht, sowohl gestalterisch als auch inhaltlich möglich

Für die Gestaltung besteht mehr Spielraum, da sie losgelöst vom CD des Landes möglich ist

Es kann eine vom Land Niedersachsen losgelöste Kampagne, im Rahmen der Distribution der Inhalte durchgeführt werden

Es kann eine neue Informationsstruktur gebildet werden

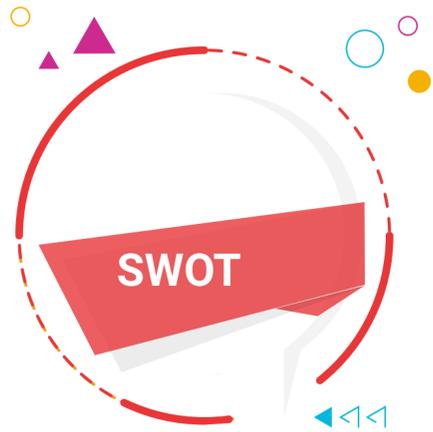
Schwächen

Der Content soll in keinem Fall zu Aktivitäten aufrufen, die für die KiJuKo eine Nachbearbeitung bedeuten würden. Dies widerspricht dem beschriebenen interaktiven Charakter

Zielgruppenanalyse zeigt, dass eine Internetplattform, ebenso wie ein Blog nicht die effektivste Art ist Kinder und Jugendliche zu erreichen

Insgesamt ist nur ein einmaliger Arbeitsaufwand für die Erstellung vorgesehen. Für eine effektive Distribution wird jedoch eine Kampagne benötigt

Die Webseite und die Inhalte müssen im Anschluss gepflegt werden. Die anschließende Pflege der Seite führt zu neuen Kosten



Chancen

Die bestehende, unübersichtliche Informationsstruktur der Unterseite kann umgangen werden

Die Kommission wird durch die separierte Darstellung auf einer eigenen Webseite getrennt von der Landespolitik bewertet

Die Kommission kann durch die separierte Darstellung auf einer eigenen Webseite besser gefunden (z.B. durch Suchmaschinenoptimierung)

Eine mit der neuen Webseite einhergehende Kampagne erhöht den Bekanntheitsgrad in der Adressatengruppe

Risiken

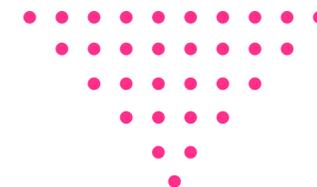
Durch die Ausgliederung der Inhalte wird die Seite nicht/schlechter gefunden

Die Seite wird nach dem Aufbau nicht mehr gepflegt. Fehlende responsive Anpassungen führen zur schlechteren Nutzbarkeit

Eine einhergehende Kampagne schlägt fehl. Kosten und Nutzen Relation stimmt nicht

Die Kommission wird durch die separierte Darstellung auf einer eigenen Webseite getrennt von der Landespolitik wahrgenommen und ihr wird eine Rolle zugesprochen, die sie nicht einnehmen möchte/kann

Aufgrund der diversen Schwächen und Risiken ist von der Konzeption einer separaten Webseite abzusehen. Der im Folgenden ausgeführte alternative Konzeptvorschlag berücksichtigt trotz dessen das Vorhaben einer eigenen Webseite und zielt deshalb auf eine nachhaltige Gestaltung ab, die eine ggf. neu entstehende Webseite berücksichtigt bzw. die visuelle und inhaltliche Gestaltung dieser vorbereitet.





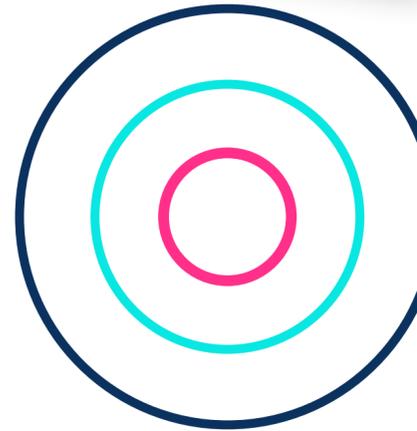
Alternatives Konzept

Ziel

Die Kinder- und Jugendkommission hat die Aufgabe, sich für die Belange von Kindern und Jugendlichen, insbesondere für deren gesellschaftliche Teilhabe und Chancengleichheit, für deren Schutz und deren Rechte sowie für die Weiterentwicklung politischer Beteiligungsmöglichkeiten einzusetzen.

Hiermit geht die **Politische Bildung** von Kindern und Jugendlichen einher. Die Politische Bildung hat das Ziel die Befähigung zur politischen Selbstbestimmung herauszubilden. Dies impliziert **politisches Interesse** sowie einen aktiven Einsatz. Beides gilt es in der Zielgruppe aufzubauen, aufzugreifen und zu fördern, um der primären Zielgruppe nicht nur **in einfacher Sprache aufzuzeigen, wer sich für sie einsetzt**, sondern auch welche Möglichkeiten sich daraus für sie ergeben und folglich die Partizipation daran zu ermöglichen.





01

Erklärfilm

Produktion eines Erklärfilms, in dem in einfacher Sprache der gesetzlichen Auftrag der Kommission beschrieben wird. Die Produktion findet in enger Zusammenarbeit mit dem Göttinger Institut für Demokratie sowie einem Jugendparlament statt.

02

Interaktives Dokument

Erstellung eines interaktiven Dokuments, in dem die Informationen des Erklärfilms sowie zusätzliche Informationen, zu den erklärten Inhalten des Films, aufbereitet werden.

03

Umstrukturierung der bestehenden Unterseite

Die Erstellung eines Konzepts zur Umstrukturierung der bestehenden Unterseite der Kommission, die hierdurch an die Adressatengruppe angepasst werden soll.





01

KiJuKo Nds. Einleitung | Warum?

02

Geschichte der KiJuKo | Wie?

03

Arbeit und Organisation | Was?

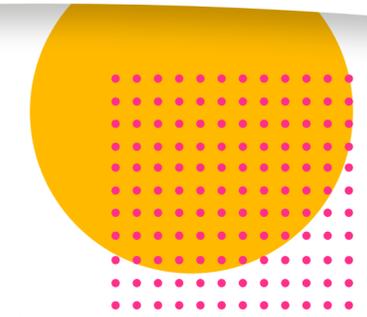


Die Gliederung folgt dabei dem „goldenen Zirkel“, einer Storytelling-Methode von Simon Sineks. Diese gliedert die Erzählung einer Marke in drei Ebenen. Im Mittelpunkt und auf der ersten zu erklärenden Ebene steht das „warum?“. Hierbei wird der Zweck, das Ziel, der Anspruch und die Vision beschrieben.

Auf der zweiten Ebene wird das „wie?“ erklärt. Dabei geht es darum aufzuschlüsseln wo das Erklärte seinen Ursprung hat (Geschichte), wie es eigentlich genau funktioniert und welche Merkmale es besonders macht.

Die dritte Ebene geht dann auf das „was?“ ein und stellt wieder einen Bezug zum Jetzt. In diesem Rahmen sollte also erklärt werden, was aktuell konkret getan wird und was zukünftige Vorhaben sind.





Einbezug eines Jugendparlaments

Da ein klassischer Erklärfilm über eine politische Struktur von Beginn an, aus Sicht der primären Zielgruppe, politisch "gebrandet" ist, gilt es den Bezug, aufbauend auf den vorangegangenen Feststellungen der Zielgruppenanalyse, über die **Peergroups** Kinder und Jugendlicher aufzubauen. Somit kann ein vorangehend erforderlicher **Hemmungsabbau**, gegenüber der Politik bei fehlendem politischen Interesse, umgangen werden.

Um die primäre Zielgruppe damit zu erreichen, wird vorgeschlagen das **Jugendparlament Langenhagen als ErzählerInnen, und somit auch MultiplikatorInnen, mit einzubeziehen**. Um eine tiefe und langfristige Verankerung im Gedächtnis der Zielgruppe zu erreichen, ist es hilfreich bei der Erzählung **Archetypen** zu bedienen. Dies sind Grundmotive oder Urbilder, die bei jedem Menschen vorhanden sind. Sie spiegeln sich im Denken, Fühlen und Verhalten wider. Jeder Mensch birgt einen oder eine Kombination aus mehreren Archetypen in sich, die ihn je nach Lebensphase und Situation unterschiedlich beeinflussen können. Dabei sprechen Archetypen unsere bewussten und unterbewussten Bedürfnisse an. Sie bieten also die **Möglichkeit zur Identifikation**.





Visuelle Gestaltung

Es wird vorgeschlagen **drei Jugendliche aus dem Jugendparlament zur Vorstellung**, im Rahmen des Films, einzusetzen. Zur Einleitung werden die drei ausgewählten Jugendlichen gezeigt. Sie stellen sich und ihren Hintergrund gemeinsam vor und warum sie die KiJuKo erklären. Hierdurch wird im Subtext vermittelt, dass Kommunalpolitik für die Adressatengruppe nahbar ist.

Nach der Vorstellung, mit dem eingebundenen „echten“ Bild, beginnt der **Sketchnote-Film**. Das Smartphone, bzw. der Bildschirm, könnte dann mit dem Bild des jeweilig erzählenden Jugendlichen, hochkant an die Seite oder in die linke Ecke geschoben werden. Hiermit wäre die Fläche frei für erklärende Animationen, die jeweiligen Sprecher wären jedoch trotz dessen noch im Bild zu sehen. Zum Ende könnte der Bildschirm dann wieder in den Mittelpunkt rutschen und zur direkten Interaktion genutzt werden.





Warum Sketchnotes?

Das Sketchnoting ist eine sehr **schnelle und äußerst effektive Methode um Inhalte zu visualisieren**. Für den Erklärfilm kommt es besonders infrage, da sich die **Kosten der Produktion im Vergleich zu Animationsfilmen, sehr gering** halten.

Besonders effektiv ist Sketchnoting unter Anbetracht der Tatsache, dass wir ca. 83% aller Eindrücke visuell wahrnehmen. Verknüpft man mittels Sketchnotes, die mit einer SprecherInnenstimme erklärt werden, die visuelle Wahrnehmung mit der akustischen Wahrnehmung, und der textlichen Ebene, führt dies zu einer doppelten Kodierung der Informationen im Gehirn (**Dual Coding Theory**). Diese These wird auch von dem Bildüberlegenheitseffekt gestützt.



Making-of

Von SchülerInnen

Auch die Produktion des Erklärfilms kann als Inhalt genutzt werden. Hierzu wird vorgeschlagen, ein Making-of Film über die mit dem Jugendparlament entstehenden Aufnahmen zu drehen. Dieser soll seitens der beteiligten Jugendlichen im "behind the scenes" Charakter mit Smartphones, unter Anleitung, gedreht werden.

Für SchülerInnen

Der Making-of Film soll sowohl während seiner Produktion, beispielsweise über Instagram Storys der Beteiligten, und nach der Produktion auf Social Media (ggf. über eigenen Kanal des Jugendparlaments) verbreitet werden. Da die SenderInnen in diesem Fall direkt aus der Adressatengruppe kommen wird eine gute Reichweite prognostiziert.

Ziel

Das Making-of soll zeigen, dass die Kinder- und Jugendkommission ihrer Adressatengruppe nicht nur Informationen über die eigenen Aufgaben und Tätigkeiten, sondern auch das nötige Rüstzeug, um selbst politisch aktiv zu werden vermittelt.

Alternative

Sollte das Jugendparlament nicht bereit sein die Ideen umzusetzen und als aktiver Teil in dem Erklärfilm in Erscheinung treten wollen, kann die Umsetzung auch als Schulprojekt gestaltet werden.

Interaktives Dokument

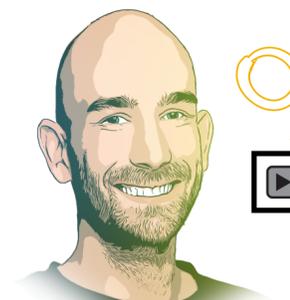
Zusätzlich zu dem zu erstellenden Erklärfilm, wird die **Verwendung des in diesem Prozess entstehenden Materials in Form einer Einbettung in ein responsives, interaktives Dokument** vorgeschlagen.

Interaktiv meint die Einbindung von zur Informationsvermittlung unterstützenden Gestaltungen, den Elementen des Erklärfilms, sowie die Möglichkeit beispielsweise Aufgaben einzubinden und den NutzerInnen selbst eine eingegrenzte Wahl zu lassen, wann sie welche Information konsumieren. Durch letzteres wird bei den NutzerInnen das Gefühl gestärkt, ein aktiver Teil des Informationsprozesses zu sein (**Politik zum anfassen**). Hierzu wird die **im Erklärfilm festgelegte inhaltliche Gliederung genutzt**.

Im Erklärfilm selbst wird am Ende eines jeden Teils auf das interaktive Dokument und dessen weiterführende Informationen hingewiesen. Somit eignet sich das **Wechselspiel zwischen dem Ansehen des Erklärfilms und dem nachschlagen weiterführender Informationen im interaktiven Dokument ideal, als mögliche Unterrichtseinheit für den Politikunterricht**.

Das Dokument bietet die Vorteile, dass bereits die Struktur sowie das Design einer neu entstehenden Webseite festgelegt bzw. vorbereitet werden kann. Zudem kann es, ebenso wie der Erklärfilm, in die bestehende Informationsstruktur der aktuellen Webseite, zum Download, eingebunden werden ohne diese stark zu verändern und bietet hierdurch eine übersichtlichere Alternative zu einer ausgegliederten Webseite.

...so könnten die SprecherInnen des Jugendparlaments z.B. in das interaktive Dokument eingebunden werden, damit auch im Dokument das Storytelling verfolgt wird.





Distribution

Erklärvideo auf YouTube

YouTube wird von über zwei Drittel der Adressatengruppe täglich genutzt. Die Plattform bietet abseits der hohen Relevanz für die Zielgruppe die Möglichkeit auch sehr gute technische Features. Z.B. kann dem Erklärvideo eine klickbare Gliederung gegeben werden. Des Weiteren bietet die Plattform z.B. eine Möglichkeit des Austauschs über die Kommentarfunktion.

Verbreitung über Schulen

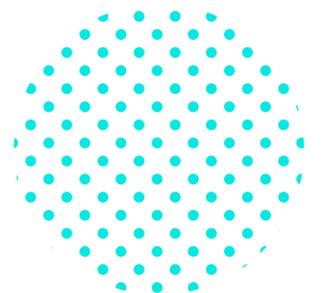
Da die Inhalte für den Politikunterricht genutzt werden können, wird als weiteres Distributionsziel die Verbreitung der Inhalte über Bildungsserver als Angebot für Schulen vorgesehen. Das interaktive Dokument wird hierfür auch als Printdokument zur Verfügung gestellt (Problemlösung technische Ausstattung).

Einbindung auf der bestehenden Unterseite

Als wesentliche Distribution ist die Einbindung der erstellten Inhalte auf der bestehenden Unterseite der Kinder- und Jugendkommission vorgesehen. Das interaktive Dokument wird als Download bereitgestellt. Es können dafür eine Print und eine digitale Version mit eingebundenem Video angeboten werden. Das Video sollte nicht direkt auf die Unterseite, sondern auf YouTube eingebunden werden (technische Funktionen, bessere Möglichkeit die NutzerInnen auszuwerten).

Präsentationen und Veranstaltungen

Zudem ist es möglich den Erklärfilm und das interaktive Dokument bei Präsentationen und Veranstaltungen zu nutzen und zu verbreiten. Es könnten beispielsweise Postkarten mit QR-Codes für Veranstaltungen der Adressatengruppe (z.B. Weltkindertag, Schulveranstaltungen) angefertigt und dort ausgelegt werden.





Zum Niedersachsen-Portal Ministerien Service

AA

Niedersächsisches Landesamt für Soziales, Jugend und Familie **Niedersachsen. Klar.**

Das Landesamt Soziales und Gesundheit Menschen mit Behinderung Kinder, Jugend und Familie Service und Kontakt **Leichte Sprache**

STARTSEITE KINDER, JUGEND & FAMILIE KINDER- UND JUGENDKOMMISSION NIEDERSACHSEN

Informationen Aufgaben Mitglieder Empfehlungen Sitzungen Öffentlichkeitsarbeit Ombudsstelle

Kinder- und Jugendkommission Niedersachsen

In der 18. Legislaturperiode nimmt in Niedersachsen die Kinderkommission Ihre Arbeit wieder auf
 Dazu wurde am 20. Juni 2018 die gesetzliche Grundlage dafür geschaffen. [► mehr](#)

Aufgaben
 Die Niedersächsische Kinderkommission (KIKO) setzt sich für die Interessen der Kinder und Jugendlichen in Niedersachsen ein und stärkt deren Rechte. Die Geschäftsstelle ist im Niedersächsischen Landjugendamt angesiedelt. [► mehr](#)

Mitglieder in der 18. Legislaturperiode
 Die Mitglieder der Kinderkommission wurden von der Landesregierung auf Vorschlag des Landesjugendhilfeausschusses berufen. [► mehr](#)

Empfehlungen in der 18. Legislaturperiode
 Die Kiko hat die Aufgaben Handlungsempfehlungen hinsichtlich der Aufgabenwahrnehmung der Anliegen von Kinder und Jugendlichen dem Landtag vorzutragen. Der Umfang dessen wird in der nächsten Sitzungen der Kinderkommission beschlossen. [► mehr](#)

Sitzungen
 Die Sitzungen der Niedersächsischen Kinderkommission sind grundsätzlich öffentlich, soweit nicht das Wohl der Allgemeinheit, berechnete Interessen einzelner Personen oder schutzbedürftiger Gruppen entgegenstehen. [► mehr](#)

Öffentlichkeitsarbeit
 Die gesamte Arbeit der Niedersächsischen Kinderkommission wird transparent gestaltet. [► mehr](#)

Ombudsstelle der Kinderkommission
 Die Nds. Kinderkommission hat auch die Aufgabe einer „Beschwerde- und Ombudsstelle“ für Kinder und Jugendliche im Sinne einer Anlaufstelle. [► mehr](#)

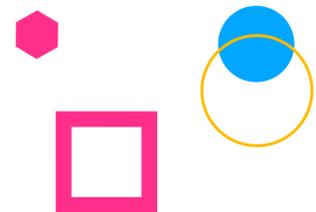
Drucken

Das Landesamt	Soziales & Gesundheit	Menschen mit Behinderung	Kinder, Jugend & Familie	Service & Kontakt	Leichte Sprache
Unsere Standorte	Soziales Entschädigungsrecht	Behinderung und Ausweis	Landesjugendamt	Wo Sie uns finden	Wie benutze ich diese Seite
Unsere Organisationsstruktur	Soziale Förderungen	Schwerbehinderte	Kinder und Familie	Unser Formularenservice	Das Landes-Amt
Das Landesamt als Arbeitgeber	Frauen und Familie	Menschen im Arbeitsleben	Jugend	Ortsverzeichnis Deutschland nach zuständigen Versorgungsämtern	Behinderung und Ausweis
Behördenleitung	Gesundheit und Pflege	(Integrationsamt)	Hilfen zur Erziehung Unbegleitete		Nachteils-Ausgleiche für Menschen mit

Zwei Bereiche notwendig

Neues visuelles Material

Wording zielgruppengerecht gestalten



Niedersächsische
Kinder- und 
Jugendkommission