

LANDTAG MECKLENBURG-VORPOMMERN

8. Wahlperiode

Enquete-Kommission

„Jung sein in Mecklenburg-Vorpommern“

Kommissionsdrucksache

8/56

2. Juni 2023

INHALT:

**Antrag des Kommissionsvorsitzenden
eingegangen am 2. Juni 2023**

Gesamtkonzept Öffentlichkeitsarbeit

Landtag Mecklenburg-Vorpommern
8. Wahlperiode
Enquete-Kommission „Jung sein in M-V“

Schwerin, 9. Juni 2023

ANTRAG
des Kommissionsvorsitzenden

Beschlussfassung zum Gesamtkonzept der Öffentlichkeitsarbeit

Die Enquete-Kommission „Jung sein in Mecklenburg-Vorpommern“ möge beschließen:

Das beigefügte Gesamtkonzept ist Grundlage für die integrierte Öffentlichkeitsarbeit der Enquete-Kommission und auch für den Beteiligungsprozess #mitmischenMV, wie es der Antrag zum Beteiligungskonzept (K Drs. 8/2-1) und das Beteiligungskonzept (K Drs. 8/6n) vorsehen.



Christian Winter
Vorsitzender

Anlage

Gesamtkonzept Öffentlichkeitsarbeit

Die Enquete-Kommission „Jung sein in Mecklenburg-Vorpommern“ hat in ihrer 2. Sitzung am 24. Juni 2022 dem Antrag der Fraktionen der SPD, CDU, DIE LINKE, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN und FDP auf Kommissionsdrucksache 8/2-1 „Beteiligung junger Menschen im Rahmen der Arbeit der Enquete-Kommission“ zugestimmt. Das Kommissionssekretariat wurde darin mit der Aufgabe betraut, die Arbeit der Enquete-Kommission und den Beteiligungsprozess *#mitmischenMV* in der Öffentlichkeit und vor allem bei den jungen Menschen in Mecklenburg-Vorpommern bekannt zu machen und zu bewerben (K Drs. 8/2-1, II, 3, 1.).

Als vorrangige Ziele dieser Öffentlichkeitsarbeit können dabei angeführt werden:

1. die Bekanntheit der Kommission und des Beteiligungsprozesses *#mitmischenMV* insbesondere bei jungen Menschen sowie Multiplikatorinnen und Multiplikatoren nachhaltig zu steigern,
2. junge, vor allem auch nichtorganisierte Menschen zu motivieren, sich aktiv am Prozess zu beteiligen und
3. damit die Mitwirkung von Jugendlichen an der Erstellung von Handlungsempfehlungen bzw. die Einbringung deren Perspektiven möglich zu machen.

Insbesondere soll es auch darum gehen, junge Menschen auf die Website des Beteiligungsprozesses aufmerksam zu machen und für deren Nutzung zu werben. Ziel ist eine breite Teilnahme an Umfragen und dem Beteiligungsprozess. Je größer die Beteiligung ist, umso authentischer und aussagekräftiger wird das Bild der Perspektiven junger Menschen für die Handlungsempfehlungen, die die Kommission erarbeitet. Es soll eine Vielzahl von Perspektiven einer möglichst heterogenen und umfassenden Anzahl von jungen Menschen einbezogen werden. Dies gelingt nur mit einer größtmöglichen Bekanntheit des Beteiligungsprozesses.

Dafür sollen neben analogen auch digitale Formate genutzt werden. Öffentlichkeitsarbeit muss immer zielgruppengerecht erfolgen und bedient sich einem „Instrumentenkasten“ bei dem nach Bedarf, Zielsetzung und der Entwicklungsphase des Gesamtprojektes die Mittel ausgewählt werden, die den Zweck der Öffentlichkeitsarbeit erfüllen. Diese sollte sich den Zyklen der Abläufe der Ansprache von Jugendlichen (neue Umfrage, Beginn Schuljahr, Beginn Themencluster etc.) anpassen. Die Öffentlichkeitsarbeit ist daher insgesamt ein wichtiger Bestandteil zur erfolgreichen Umsetzung des Beteiligungsprozesses. Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit sollen an Zielerreichungszahlen gemessen und bewertet werden, sodass die Öffentlichkeitsarbeit gezielt eingesetzt werden kann.

Erfahrungen zeigen, dass ein größeres Publikum und insbesondere junge Menschen nicht ausschließlich auf einem Weg zu erreichen sind. Je populärer der Beteiligungsprozess der Enquete-Kommission ist, desto mehr junge Menschen beteiligen sich tendenziell. Es sollte ein Grad der Bekanntheit erreicht werden, der eine positive Mundpropaganda (Empfehlungsmarketing) provoziert. In der (modernen) Aufmerksamkeitsökonomie gilt: Nur Bekanntheit ist relevant! Dazu müssen ausreichend umfangreiche Maßnahmen der Sichtbarkeit ergriffen werden, selbstverständlich im Rahmen der finanziellen Ressourcen.

Das Zusammenspiel von digitalen und analogen Kanälen in Verbindung mit der Vernetzung anderer Akteure soll eine möglichst breite Streuung, die Ansprache von

nichtorganisierten Jugendlichen und über Eltern und Großeltern auch eine indirekte Ansprache ermöglichen, wo eine direkte Erreichbarkeit nur eingeschränkt erfolgreich ist. Es wird angestrebt, dass die digitale und analoge Ansprache optimal miteinander verzahnt interagieren, wie auf dem Schaubild unten dargestellt.

Die digitale Kommunikation soll hauptsächlich über den Instagram-Kanal mit dem Benutzernamen „#mitmischenmv“ sowie die Website „mitmischen-mv.de“ erfolgen. Beide Instrumente sollen dazu dienen, Erkenntnisse zu gewinnen, die die Erstellung des Kinder- und Jugendgutachtens zu ermöglichen. Weitere Informationen bezüglich der Beziehung von Social Media sind dem „Konzept zur Nutzung von Social Media“ zu entnehmen.

Als wesentliche Inhalte von Website und sozialen Medien können angefügt werden: die aktive Wissensvermittlung zu den entsprechenden Themenclustern, die Kommunikation von Veranstaltungen und Terminen, ein allgemeines „Infotainment“ zu relevanten politischen Entscheidungen, verschiedene Mitmachaktionen oder auch Berichterstattungen zu den Sitzungen.

Die prozesseigene Website soll einen modernen und zukunftsfähigen Internetauftritt mit hoher Nutzungsfreundlichkeit ermöglichen. Aktuell existiert lediglich der Internetauftritt der Enquete-Kommission selbst, als Unterseite zum Internetauftritt des Landtages M-V. Für die Entwicklung eines Konzepts für die Website „mitmischen-mv.de“ wurde die *Sandra International, Düring & Becker GbR* beauftragt. Das Ergebnis wird zeitnah veröffentlicht. Der Außenauftritt, der an die Website angelehnt gestaltet wird, orientiert sich nach ersten Vorschlägen voraussichtlich an der Hauptfrage: *Was wollt ihr eigentlich?*

Die Aufmerksamkeit zur Möglichkeit der *Beteiligung* soll mittels konkreter „unrealistischer“ Vorschläge erreicht werden. Es wird sodann darauf verwiesen, dass es mit Fragebögen und Veranstaltungen die echte Möglichkeit gibt, die eigenen Vorstellungen und Perspektiven einzubringen. Weitere Kampagnenideen komplettieren die Ansprache im öffentlichen Raum.



Die analoge Öffentlichkeitsarbeit wird über klassische Werbung, Material auf Veranstaltungen sowie CSR-Partnerschaften (kostenfreie Darstellung des Beteiligungsprozesses z. B. auf Trikots, Bannern, Unterstützung durch Unternehmen etc.) geleistet.

Die klassische Werbung umfasst vor allem Plakate, Flyer, Werbetafeln, Monitore im Nahverkehr aber auch Postkarten und Aufkleber. Diese Instrumente präsentieren zum Beispiel zweckdienliche Informationen rund um die Kommissionsarbeit und den Beteiligungsprozess und verweisen darüber hinaus auf die digitalen Kanäle.

Ein Teil der analogen Ansprache wird über vielfältige Kanäle und Veranstaltungen erreicht. Solche Veranstaltungen sind etwa Schulveranstaltungen, Berufsmessen, öffentliche Jugendveranstaltungen etc., auf denen verschiedene Materialien der Enquete-Kommission zur Verfügung gestellt werden. Es wird zudem mit, durch das Sekretariat erarbeitete kinder- und jugendgerechtem Material, eine unkomplizierte Beteiligungsmöglichkeit für die Kooperationspartner*innen und die ihnen anvertrauten Kinder bzw. Jugendlichen angeboten. Nur bei Bedarf kann das Kommissionssekretariat weitere Unterstützung bereitstellen. So können für den

Beteiligungsprozess und damit letztendlich das Kinder- und Jugendgutachten ressourcenschonend und zielführend Ergebnisse generiert werden.

Des Weiteren werden allem voran die Jugendthemenkonferenzen, im Rahmen des Beteiligungsprozesses, durch das Sekretariat und das Kooperationsnetzwerk organisiert und umgesetzt. Auch hier soll, neben dem Stellenwert für die Ergebnisse des Beteiligungsprozesses, für die Arbeit der Kommission und für #mitmischenMV begeistert werden.

Darüber hinaus ist es zielführend, dass redaktionelle Beiträge, bezogen auf die Arbeit der Kommission, aber auch zum Beteiligungsprozess selbst, in Printmedien (z. B. Tageszeitungen) sowie im Fernsehen oder Radio, erscheinen. Vor allem das Erreichen lokaler Kanäle wird hierbei angestrebt.

Ziel-Zielerreichung-Spiegel

Angestrebtes Ziel	Maßnahmen zur Zielerreichung
Bekanntheit der Kommission und des Beteiligungsprozesses nachhaltig steigern	1. ansprechende Postings auf Social-Media-Kanälen 2. Etablierung klassischer, analoger Werbeformate, wie bspw. das Verteilen von Flyern, die Präsentation von Plakaten, das Errichten von Werbetafeln, ... 3. Einladungen für sowie Besuche von verschiedenen Veranstaltungen (z. B. Vollversammlung des LJR, eigenverantwortlich geplante Projekttag, ...) 4. redaktionelle Beiträge für Printmedien (z. B. kurze Berichte in der SVZ über Veranstaltungen) 5. redaktionelle Beiträge, die über TV und/oder Radio verbreitet werden (z. B. Einspieler bei regionalen Magazinen, z. B. „Nordmagazin“ (NDR))
Begeistern junger Menschen für das Projekt #mitmischenMV	vor allem durch: 1. kreativer und ausgefallener digitaler Content 2. fesselnde Veranstaltungen, die „Lust auf mehr“ machen 3. Praktische und ansprechende Werbemittel sowie Give-aways
Motivation junger Menschen, sich aktiv am Prozess zu beteiligen	Mithilfe einer direkten, digitalen und physischen Ansprache der Zielgruppe
Mitwirkung/Beteiligung von Jugendlichen an der Erstellung von Handlungsempfehlungen bzw. der Einbringung ihrer Perspektiven	Als Konsequenz einer erfolgreichen Motivation der jungen Menschen, mit Hilfe von jugendgerechten, themenspezifischen und ressourcenschonenden Arbeitsmaterialien für die Kooperationspartner