



Erstwählerkampagne
„Wählen ab 16“
zur Kommunalwahl
in Baden-Württemberg
am 25. Mai 2014

Abschlussbericht

Inhaltsverzeichnis

1. Ziele.....	3
2. Zielgruppe.....	4
3. Konzept	4
4. Partner	4
5. Finanzierung	6
6. Umsetzung.....	7
6.1. Zeitplanung	7
6.2. Maßnahmen	7
6.3. Organisation der Kampagne	7
6.4. Qualifizierung von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren	8
6.5. Veranstaltungen	8
6.6. Informationsmaterial und Öffentlichkeitsarbeit	11
6.7. Online Angebote	12
6.8. Informationsscreens der Haltestellen des öffentlichen Nahverkehrs in Stuttgart ...	13
6.9. Wahlsimulation.....	13
6.10. Pressearbeit	13
6.11. Das Projekt „In Zukunft mit UNS!“	14
6.12. Lokale Erstwählerbündnisse	14
6.13. Aktion „10plus“	15
7. Bewertung.....	16
7.1. Die Erstwählerkampagne war ein Erfolg	16
7.2. Die Probleme der Kampagne	17
8. Schlussfolgerungen	17
9. Anlagen	17
9.2. Regionale Verteilung der Aktions- und Pilotaktionstage	19
9.3. Sonstige Veranstaltungen der Bündnispartner	22
9.4. Wahlbeteiligung.....	22
9.5. Wahlbeteiligung Projekt „10plus“	23
9.6. Zeitlicher Ablauf der Erstwählerkampagne	24
9.7. Beispiele für gelungene Veranstaltungen	26

Redaktionsschluss: 21. Oktober 2014

Redaktion: Thomas Franke/Karl-Ulrich Templ

Am 11. April 2013 wurde vom Landtag Baden-Württemberg das Wahlrecht bei Kommunalwahlen von 18 auf 16 Jahre abgesenkt. Junge Menschen sollen so frühzeitig in demokratische Entscheidungsprozesse einbezogen werden und erhalten künftig mit Vollendung des 16. Lebensjahres das aktive Wahlrecht in der Gemeinde. Sie sind damit zu Bürgerinnen und Bürgern Ihrer Gemeinde und ihres Kreises geworden und können damit wesentlich mehr Einfluss auf die Gestaltung ihres unmittelbaren Lebensumfelds nehmen. Über das aktive Wahlrecht bei Gemeinderats-, Kreistags- und Bürgermeisterwahlen hinaus haben Jugendliche ab 16 Jahre weitere Beteiligungsmöglichkeiten bei Bürgerbegehren, Bürgerentscheiden und Bürgerversammlungen erhalten. Das passive Wahlrecht wird weiterhin erst ab Vollendung des 18. Lebensjahres gewährt. Beim Verband Region Stuttgart erhielten die 16- und 17-Jährigen das Recht, die Mitglieder der Verbandsversammlung zu wählen.

Diese Änderungen erforderten im Vorfeld eine umfassende Information der Wahlberechtigten, mit besonderem Augenmerk auf die Erst- und Jungwähler. Zu diesem Zweck sollte ein breit angelegtes Bündnis für eine nachhaltige und hohe Wahlmotivation werben und über die Möglichkeiten des neuen Wahl- und Beteiligungsrechts aufklären. Eine derartige Kampagne bedurfte einer breiten Akzeptanz bei den Wählerinnen und Wählern, die nur bei strikter Gewährleistung von Überparteilichkeit erreichbar war. Die Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg und der Landesjugendring Baden-Württemberg e. V. erarbeiteten als Bündnisverantwortliche federführend das Kampagnenkonzept und waren maßgeblich an der Umsetzung beteiligt.

1. Ziele

Nach aktuellen Studien gibt ein Drittel der Jugendlichen an, in ihrer Freizeit „oft“ für soziale oder gesellschaftliche Zwecke aktiv zu sein und weitere 42 % engagieren sich zumindest „gelegentlich“ in diesem Bereich. Auf der anderen Seite bezeichnen sich nach der 15. Shell-Studie nur 39 % der Befragten zwischen zwölf und 25 Jahren als „politisch interessiert“. Nach anderen Studien halten weniger als 40 % der Teilnehmer zwischen 16 und 29 Jahren Politiker und Parteien für glaubwürdig und über 60 % der 16- bis 23-Jährigen fühlen sich von der Politik nicht ernst genommen. Diese Ablehnung und das geringe Interesse gegenüber institutionalisierter Politik korrespondiert mit nur sporadisch vorhandenem Wissen über Politik. Politisches Interesse äußert sich meist in anderen Formen und wird von vielen Jugendlichen auch nicht als solches verstanden. Politische Aufklärung und Bildung muss daher anschlussfähig für die lebensweltlichen Erfahrungen dieser Jugendlichen sein. Gerade kommunale und lokale Themen können hier Anknüpfungspunkte sein und Erfahrungshintergrund für eigenes politisches Engagement werden.

Im Rahmen der Kampagne sollten möglichst viele Erst- und Jungwähler über ihr Wahlrecht und die Grundlagen der Kommunalpolitik informiert und motiviert werden, dieses Wahlrecht auch auszuüben. Durch die Verknüpfung von schulischen und außerschulischen Bildungsträgern auf der kommunalen Ebene sollte neben der Flächenwirkung auch eine möglichst große Nachhaltigkeit bei der Vermittlung politischer Kompetenz und der Stärkung der Eigenaktivität vor Ort erreicht werden.

2. Zielgruppe

Angesprochen werden sollten Erstwähler im Alter von 16 - 22 Jahren, vorrangig die ca. 216.000 Jugendlichen im Alter von 16 und 17 Jahren in Baden-Württemberg.

3. Konzept

Vor diesem Hintergrund sollte die Kampagne neben speziell auf Jugendliche ausgerichteten Informationen (Publikationen, Radio, Internet) vor allem spielerische Lernangebote (Wahl-ABC, Speed-Dating, Testwahl) umfassen. Neben diesen auf die einzelnen Jugendlichen ausgerichteten Angeboten wurden vor allem Projekt- und Aktionstage mit dem Einsatz handlungsorientierter Methoden, wie zum Beispiel Planspielen, konzipiert. Dazu sollten Paketangebote für außerschulische Bildungsträger mit Aktionshandbüchern und Arbeitsmaterialien für die pädagogischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entwickelt und bereitgestellt werden.

Für Schulen sollten Unterrichtsmaterialien (Unterrichtseinheiten, Planspiele, methodische Handreichungen, Informationsmaterialien) entwickelt und angeboten werden. Um möglichst viele lokale und regionale Aktionen im Rahmen der Kampagne zu initiieren, sollten Fördermittel für kleinere Projekte bereitgestellt werden.

4. Partner

Um alle Kommunen in Baden-Württemberg anzusprechen und eine möglichst hohe Akzeptanz bei den Jugendlichen zu erreichen, wurde unmittelbar nach der Gesetzesänderung am 19. April 2013 ein breites Bündnis unter Federführung der Landeszentrale für politische Bildung und des Landesjugendrings in enger Zusammenarbeit mit der Baden-Württemberg Stiftung und verschiedenen staatlichen und zivilgesellschaftlichen Institutionen und Organisationen gebildet, das eine landesweite Erstwählerkampagne durchführen sollte.

Die Bündnispartner waren (in alphabetischer Reihenfolge):

1. Arbeitsgemeinschaft Jugendfreizeitstätten BW e.V.
2. Baden-Württemberg Stiftung
3. Baden-Württembergische Sportjugend im Landessportverband BW e.V.
4. Dachverband der Jugendgemeinderäte BW e.V.
5. Evangelische Akademie Bad Boll
6. Fraktionen im Landtag:
 - a. CDU
 - b. Bündnis 90/Die Grünen
 - c. SPD
 - d. FDP/DVP
7. Gemeindeforum Bürgerschaftliches Engagement
8. Internationales Forum Burg Liebenzell e.V.
9. Jugendstiftung BW
10. Katholische Akademie Hohenheim

11. Kommunale Landesverbände:
 - a. Städtetag
 - b. Gemeindetag
 - c. Landkreistag
12. Kreisjugendring Esslingen e.V.
13. Kreisjugendring Ravensburg e.V.
14. Landesanstalt für Kommunikation BW
15. Landesarbeitsgemeinschaft Offene Jugendbildung BW
16. Landesfrauenrat BW
17. Landesjugendring BW
18. Landesschülerbeirat BW
19. Landeszentrale für politische Bildung BW
20. Medienpartner
 - a. Jugendpresse BW e.V.
 - b. Ovid Film GmbH
 - c. Radio Energy
 - d. STUGGI.TV
 - e. yaez Verlag
21. Mehr Demokratie e.V.
22. Ministerien:
 - a. Innenministerium
 - b. Ministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familie, Frauen und Senioren
 - c. Ministerium für Integration
 - d. Ministerium für Kultus, Jugend und Sport
23. Politische Stiftungen:
 - a. Friedrich-Naumann Stiftung für die Freiheit
 - b. Fritz-Erler-Forum Baden-Württemberg (Landesbüro der Friedrich-Ebert Stiftung)
 - c. Heinrich Böll Stiftung
 - d. Konrad-Adenauer-Stiftung
24. Ring politischer Jugend (Grüne Jugend, Junge Liberale, Junge Union, Jusos)
25. Stadt Filderstadt, Referat für Bürgerbeteiligung und Stadtentwicklung
26. Stadtjugendring Stuttgart e.V.
27. Stuttgarter Jugendhaus gGmbH
28. Verband Region Stuttgart
29. VHS-Landesverband BW e.V.

Geplant war, dass die Partner sowohl eigenständige Angebote zur Kampagne beitragen, als auch die gemeinsamen Aktionen in ihren Bereichen unterstützen.

In Absprachen zwischen Kommunen, Schulen, außerschulischen Bildungsträgern und den Jugendringen und -verbänden sollten kommunale Erstwählerkampagnen entstehen, die Themen mit Lebensweltbezug für die jungen Menschen vor Ort aufgreifen. Gleichzeitig konnten so vor Ort Organisations- und Vernetzungsformen geschaffen werden, die über den Wahltag hinauswirken.

5. Finanzierung

Für die Kampagne wurde von Seiten der Bündnisverantwortlichen zunächst ein Bedarf von ca. 900.000 € veranschlagt. Die Bereitstellung von Mitteln gestaltete sich schwierig. So sollte die Kampagne zunächst im Rahmen eines Projektes der BW Stiftung finanziert werden. Am 21. Juni 2013 wurde vom Aufsichtsrat der BW Stiftung beschlossen, das Projekt in das bestehende Programm zur Bürgerbeteiligung und Zivilgesellschaft einzubetten, bei dem sich die Stiftung für eine bessere Qualifikation zur Beteiligung, insbesondere von Jugendlichen, einsetzt. Es wurden für das Gesamtprojekt Mittel in Höhe von 350.000 Euro zur Verfügung gestellt, von denen 150.000 Euro in der ersten Phase des Projektes bis Mai 2014 eingesetzt wurden. Aus steuerrechtlichen Gründen durfte das Projekt der BW Stiftung nur Qualifizierungsmaßnahmen umfassen, eine Finanzierung der Informations- und Werbekampagne war ausgeschlossen.

Zur weiteren Finanzierung der Kampagne wurden am 19. Dezember 2013 auf Antrag aller Fraktionen des Landtags der Landeszentrale für politische Bildung 300.000 € im zweiten Nachtrag zum Staatshaushaltsplan für das Haushaltsjahr 2014 bewilligt. Trotz des engen Zeitrahmens von nur fünf Monaten Zeit für Planung, Organisation und Durchführung der Kampagne konnte eine Vielzahl von Angeboten entwickelt werden.

Für vergleichbare Kampagnen in anderen Bundesländern (Bremen 2011: 320 000 €, Hamburg 2008: 900.000 €, Brandenburg 2012: 250.000 €) wurde dort pro Kopf der Bevölkerung jeweils ein Vielfaches zur Verfügung gestellt.

Zentrale Projekte sollten durch Haushaltsmittel der Landeszentrale finanziert werden. Dazu zählten die Erstellung des didaktischen Konzepts, Unterrichts- und Arbeitsmaterialien, Infomaterial, Werbematerial sowie die Einrichtung der Regionalen Stellen zur Organisation der Kampagne in den vier Regierungsbezirken. Von der BW-Stiftung wurden durch das Projekt „In Zukunft mit UNS!“ 72 Modell-Aktionstage sowie die Qualifizierung aller Multiplikatoren finanziert.

Dezentral, durch die Kommunen und Bildungseinrichtungen, sollten die Aktions- und Projektstage (Einsatz Multiplikatoren, Räumlichkeiten) finanziert werden. Zusätzliche lokale Projekte (Wahllotsen, Plakatwettbewerb ...) wurden durch Partner oder Kommunen/Landkreise angestoßen und finanziert.

Kostenstellen	Ausgaben (incl. MwSt.)
Personal	70.000,00
Veranstaltungen/Aktionstage	65.000,00
Erscheinungsbild/Internet/Social Media	20.000,00
Publikationen	90.000,00
Videoclips	50.000,00
Zuschüsse	5.000,00
Zusammen	300.000,00

6. Umsetzung

6.1. Zeitplanung

Die Kampagne sollte ursprünglich unmittelbar im Anschluss an die Beschlussfassung über das neue Wahlrecht im Landtag in Angriff genommen werden. Da die Kampagne neben der Information über das Wahlrecht den Jugendlichen auch politische Kompetenzen vermitteln und Eigenaktivität vor Ort anregen sollte, erschien ein Vorlauf von einem Jahr notwendig. Die Öffentlichkeitsarbeit der Kampagne sollte mit einzelnen Angeboten mit Beginn des Jahres 2014 starten. Durch die lange Verzögerung bei der Finanzierung startete das Projekt „In Zukunft mit UNS!“ jedoch erst Anfang Oktober 2013 und die Erstwählerkampagne sogar erst Anfang Dezember 2013.



6.2. Maßnahmen

Auf Landesebene wurde am 19. April das Bündnis „Wählen ab 16“ unter Federführung der Landeszentrale für politische Bildung und des Landesjugendrings gebildet, das die Erstwählerkampagne auf den Weg bringen sollte.

6.3. Organisation der Kampagne

Zur Organisation der Kampagne wurden von der Landeszentrale für politische Bildung regionale Stellen eingerichtet, die in den vier Regierungsbezirken die Angebote und Nachfragen koordinierten und die Einsatzplanung der Multiplikatoren übernahmen. Dabei wurde nicht immer eine strikte Zuordnung der Gemeinden zu den Regierungsbezirken entsprechend der Verwaltungsgliederung vorgenommen. Einzelne Aktionstage wurden aufgrund bestehender Kooperationen von benachbarten Regionalstellen organisiert. Innerhalb der vier Regierungsbezirke traten dabei landesweit erhebliche regionale Unterschiede auf. So wurden über zwei Drittel der Veranstaltungen in den beiden Regierungsbezirken Karlsruhe und Freiburg abgehalten, in denen es Außenstellen der Landeszentrale für politische Bildung gibt. Dadurch war

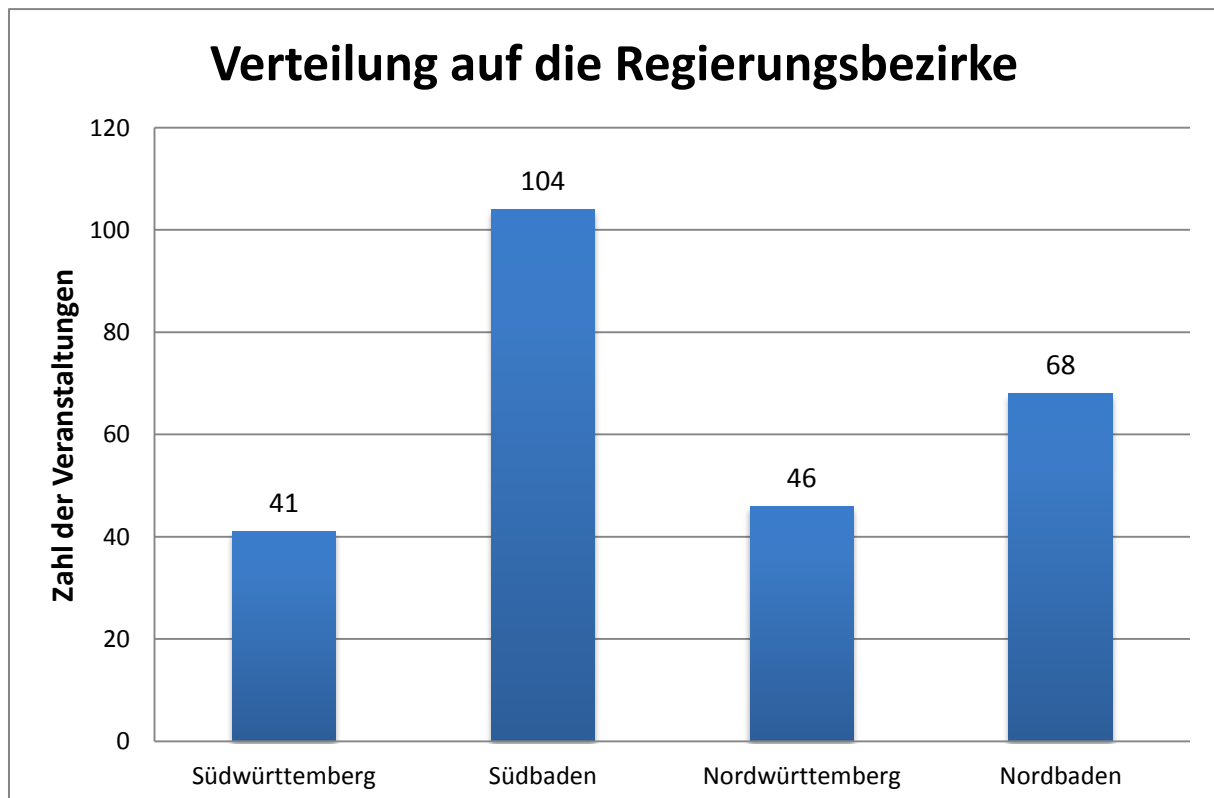
die Anbindung der Multiplikatoren einfacher gewährleistet sowie die Organisation und Durchführung der Veranstaltungen wesentlich leichter vorzunehmen. In den anderen beiden Regierungsbezirken war die Organisation und Durchführung zum einen bei dem Jugendreferat der LpB (Regierungsbezirk Stuttgart) und beim Kreisjugendring Ravensburg e.V. (Regierungsbezirk Tübingen) angesiedelt. Die Einsatzplanung der Teams wurde in enger Abstimmung zwischen Landeszentrale und Projektfachstelle beim Landesjugendring vorgenommen.

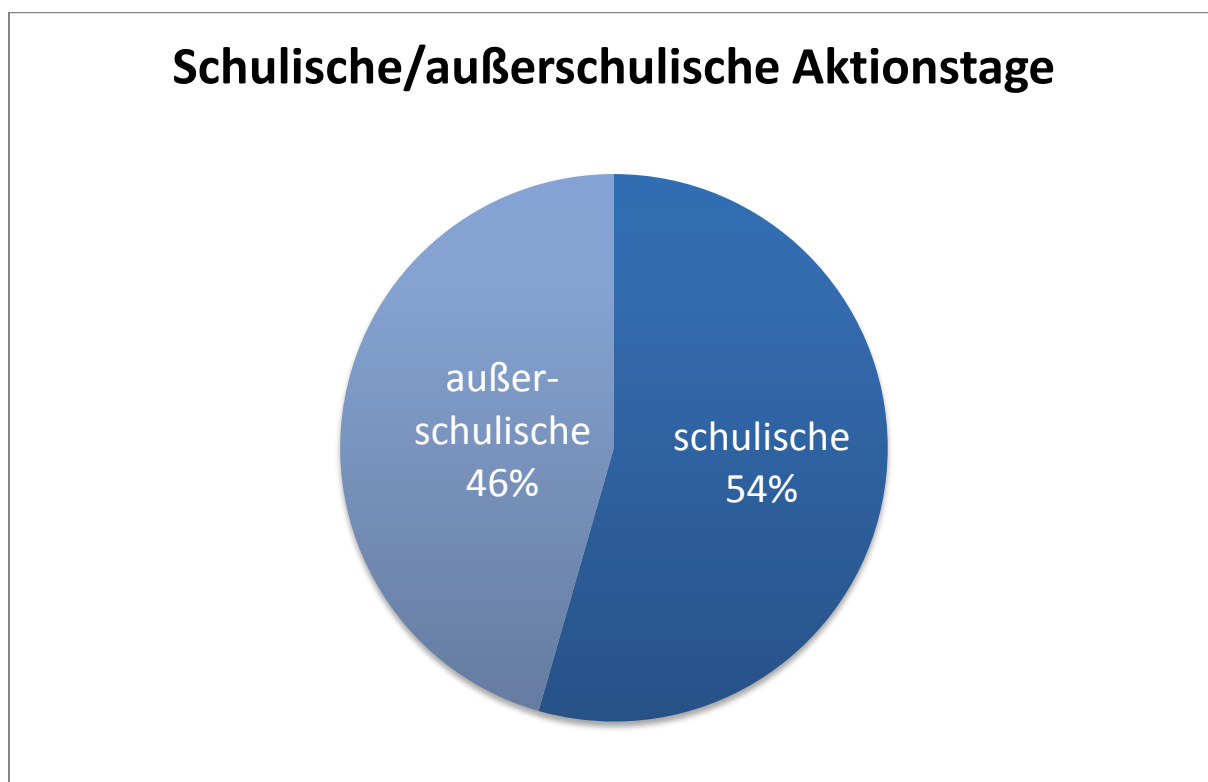
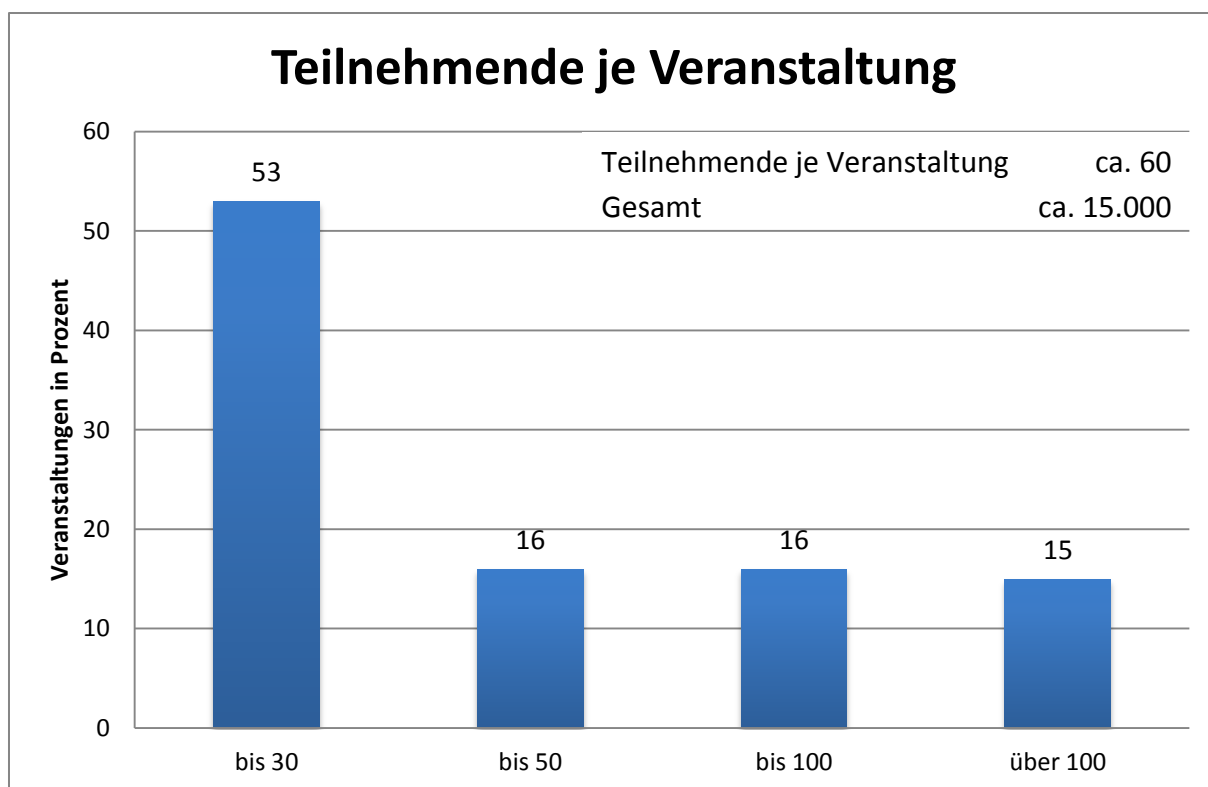
6.4. Qualifizierung von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren

Im Rahmen des Projektes "In Zukunft mit UNS!" wurde beim Landesjugendring eine Projektfachstelle eingerichtet, die in Zusammenarbeit mit den regionalen Stellen rund 130 junge Multiplikatorinnen und Multiplikatoren nach einem einheitlichen Konzept in Schulungen qualifizierte. Diese Multiplikatorinnen und Multiplikatoren führten in Teams in den vier Regierungsbezirken Aktionstage und Veranstaltungen zielgruppengerecht durch.

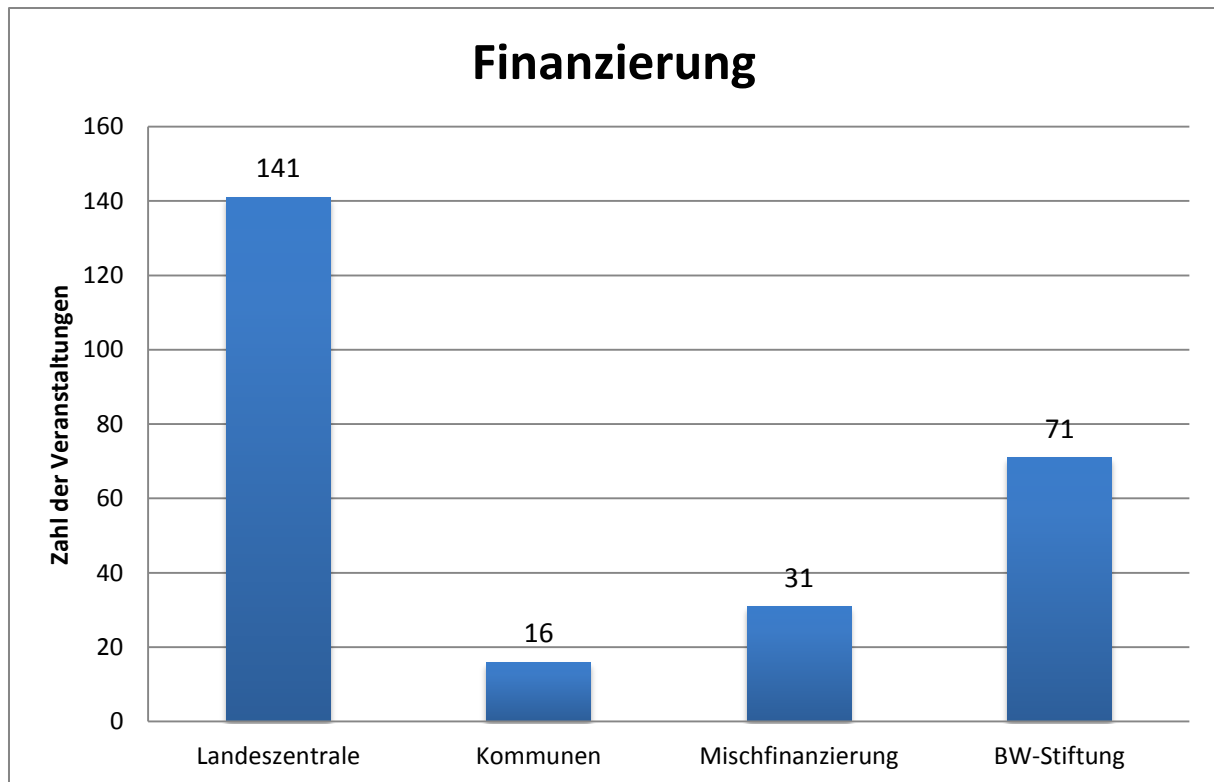
6.5. Veranstaltungen

In 259 Veranstaltungen wurden spielerische Lernangebote, Planspiele, Lernzirkel, Workshops, Großgruppen-Methoden, Infostände, Testwahlen sowie Diskussionsformate mit Kandidierenden und eigene Ideen der Kommunen oder Schulen bereitgestellt. Von insgesamt 259 Veranstaltungen zwischen März und Mai 2014 wurden mehr als die Hälfte an Schulen durchgeführt. Dazu zählen noch weitere Veranstaltungen von Bündnispartnern wie beispielsweise der Jugendpresse BW e.V. sowie Aktionen von lokalen Bündnissen, die ihre Formate ebenfalls an Schulen durchgeführt haben. Veranstaltungen an Schulen waren aufgrund ihrer Verbindlichkeit insgesamt besser besucht als außerschulische.



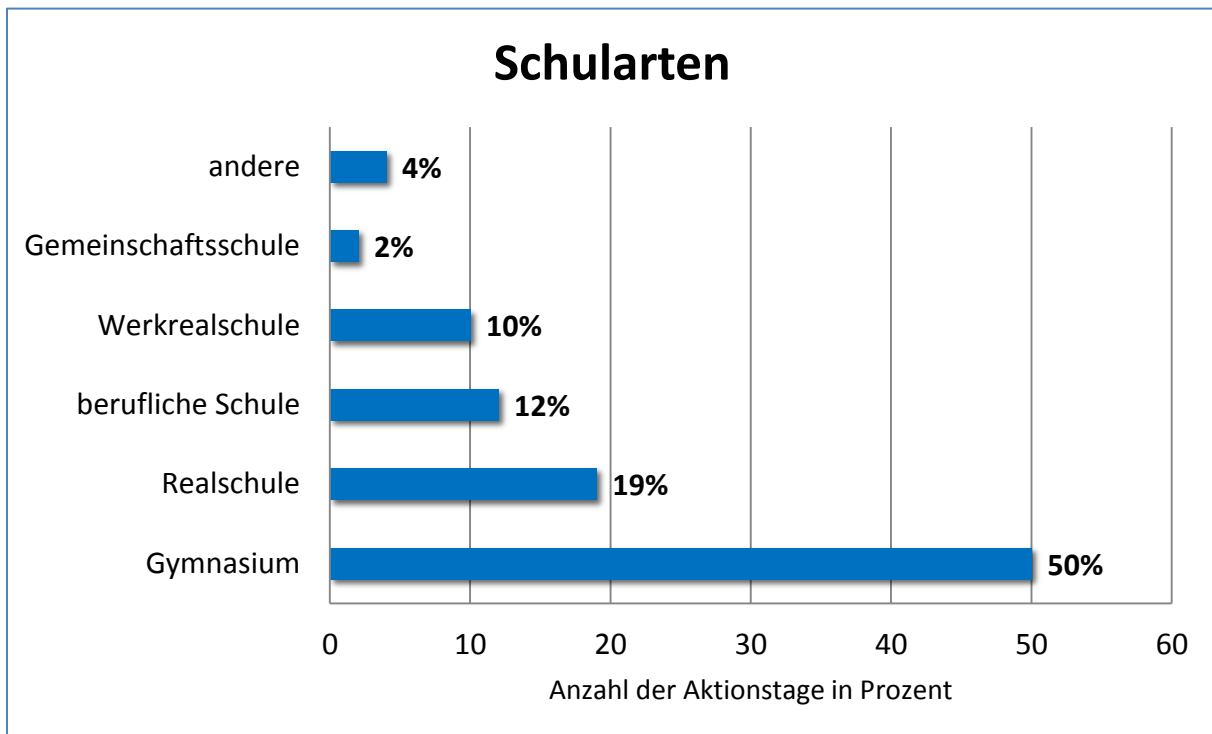


Aktionstage	187
Pilotaktionstage	72
Gesamt	259



Formate bei den Aktionstagen

Formate	Zahl der Veranstaltungen
Diskussionsformate mit Kandidierenden	52
Planspiele	38
Wahl ABC (Workshop mit versch. Methoden)	33
Infostände	27
Eigene Ideen	23
Glücksrad (Spiel - meist in Verbindung mit Infoständen)	18
Stationenlernen (Lernzirkel)	17
Das erste Mal im Wahllokal (Workshop)	16
Infoveranstaltungen (Präsentationen zur Kommunalpolitik)	15
Schulungen (Methoden, Infostände)	13
Schlag den Rat (Aktionsformat)	6
Gib deinen Senf dazu! (Diskussionsformat)	5
Fit für die Kommunalpolitik (Aktionstag)	5
Postkartenaktionen (Bewerbung von Veranstaltungen)	2
Videoprojekte	2
Graffiti Workshop	1



6.6. Informationsmaterial und Öffentlichkeitsarbeit

Begleitend zur Kampagne wurden Arbeitsmaterialien und Argumentationshilfen für Multiplikatoren, Unterrichtsmaterialien für Schulen sowie allgemeine Informationen (Textvorlagen, Informationsgrafiken) zur Kommunalwahl in digitaler- und Papierform zur Verfügung gestellt, um über die Thematik zu informieren und Jugendliche zu motivieren.

Diese Bildungs- und Informationsangebote wurden durch Öffentlichkeitsarbeit (Radiospots, motivierende Filmclips, Pressearbeit, Zusammenarbeit mit Medienpartnern), Online-Angebote (Internetportal „waehlenab16-bw.de“) und Social-Media Auftritte (Facebook-Wettbewerb für Jugendliche, in dem Logo und Slogan der Kampagne gefunden werden sollen) ergänzt.

Bei vielen Kommunen, Landkreisen und Schulen in Baden-Württemberg stieß die Erstwählerkampagne auf große Zustimmung. Neben Veranstaltungen und Aktionen, die von Multiplikatoren-Teams des Bündnisses „Wählen ab 16“ begleitet wurden, entwickelten viele Kommunen und Schulen eigenständige Angebote, die durch die Landeszentrale mit Arbeits- und Informationsmaterial unterstützt wurden.

Das Interesse kommt auch in dem sehr großen Bedarf an motivierenden und informierenden Materialien für die Zielgruppe der Erstwählerinnen und Erstwähler zum Ausdruck, die von vielen Kommunen und Schulen angefordert wurden. Insgesamt über 640.000 Druckerzeugnisse standen im Rahmen der Kampagne zur Verfügung. Davon wurden über 380.000 Publikationen als Unterrichts-, Arbeits- und Informationsmaterialien während der Kampagne bestellt bzw. verteilt. Dazu kamen Werbemittel in Form von Postkarten, Swing-Cards und Aufklebern mit einer Gesamtauflage von 260.000 Exemplaren.

Produktart	Produkt	Auflage
Werbemittel Gesamt: 260.000	Swing Cards	30.000
	Aufkleber	30.000
	Postkarten	200.000
Unterrichts- und Arbeitsmaterialien Gesamt: 383.000	Angebots-Katalog	11.000
	Faltblatt "Info zur Kommunalwahl"	125.000
	P&U aktuell Kommunalpolitik	30.000
	Mach´s klar! Nr. 1-2014 „Kommunalwahlen 2014“	110.000
	Groß-Plakat A2	4.000
	Klein-Plakat A3 "Kommunalwahl 2014 in BW"	50.000
	Planspiel "Wahligen"	1.500
	Wahlguide - Comic und Info	50.000
Leitfaden Jugendgemeinderäte	1.500	
Gesamtauflage		643.000

6.7. Online Angebote

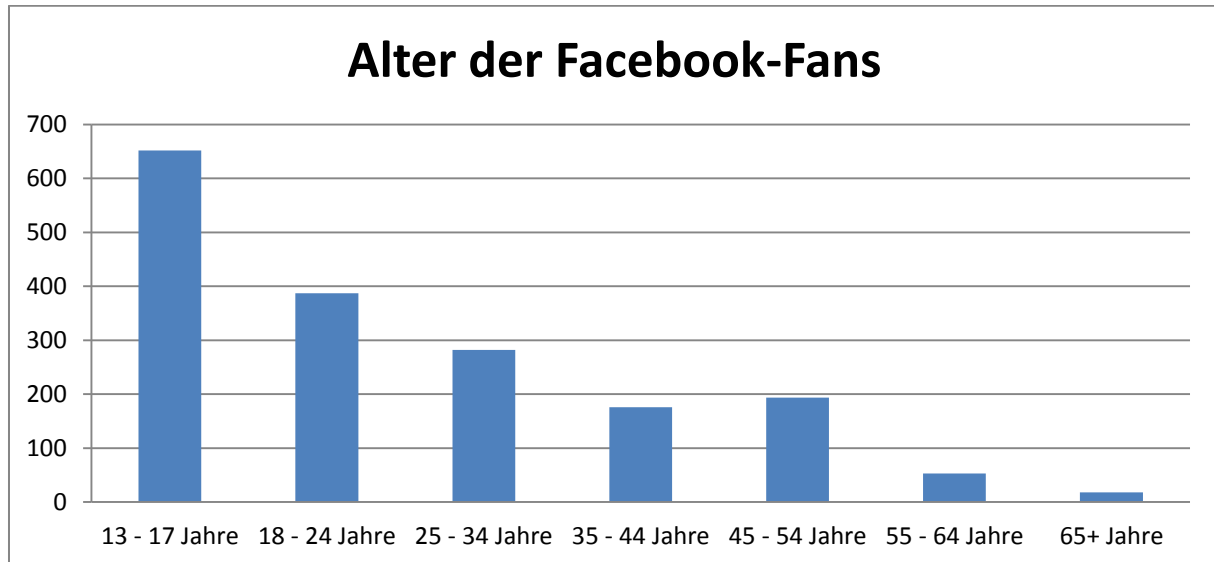
Ein wichtiger Bestandteil der Kampagne waren die Onlineangebote des Bündnisses „Wählen ab 16“. Die Website www.waehlenab16-bw.de, die sich vor allem an Multiplikatoren richtete, erreichte im Mai 2014 18.500 Nutzer und über 74.000 Zugriffe, fast 1.000 Seiten hatten auf das Angebot verlinkt, darunter 320 Kommunen und 14 Landkreise.

Mit Facebook (www.facebook.com/jugendwahl) wurde vor allem die Zielgruppe im Alter zwischen 13 und 24 Jahren erreicht. Die Beitragsreichweite aller Beiträge lag im Zeitraum vom 1. März 2014 bis zum Wahltag am 25. Mai 2014 bei 288.700 Nutzern.

Um in den Social-Media-Kanälen Facebook und YouTube präsent zu sein, wurden Filmclips entwickelt, die zum einen den Wahlvorgang mit Kumulieren und Panaschieren darstellen (Erklär-Film) und zum anderen Jugendliche auf die Wahl einstimmen und motivieren sollten (Viraler Clip). Mit den Produzenten LUFTSCHLOSS, OVIDFILM und East End Film GmbH konnten Anbieter gewonnen werden, die trotz der sehr kurzen Vorlaufzeit von drei Monaten und des begrenzten Budgets ein hochwertiges Angebot realisierten. Der offizielle Spot der Kampagne "Wählen ab 16" für die Kommunalwahl 2014 in Baden-Württemberg mit den Darstellern Laura Berlin und François Goeske wurde zu einem großen Teil durch ehrenamtliches Engagement ermöglicht. Daneben wurden 11 Videoclips („Talking Heads“) mit prominenten Baden-Württembergern aus Politik, Sport und Gesellschaft erstellt. Der Erklär-Film wurde in Zusammenarbeit mit der Jugendpresse Baden-Württemberg erstellt.

Insbesondere in den letzten 30 Tagen vor der Wahl kam es zu einer hohen Beitragsreichweite durch die Veröffentlichung der Videos zur Kampagne. So konnten 130.000 Nutzer durch 13 Videos erreicht werden (im Durchschnitt 7.600 Nutzer pro Video). Bis zur Wahl erreichte die Facebook-Seite über 1.800 „Fans“.

Der YouTube-Kanal (www.youtube.com/user/waehlenab16) des Bündnisses kam auf über 42.000 Aufrufe, davon knapp 21.000 Aufrufe zur Talking-Heads-Reihe, über 13.000 Aufrufe zum Erklär-Film mit Wahlcomic und über 7.000 Aufrufe für den Hauptfilm „MEET YOU THERE“.



6.8. Informationsscreens der Haltestellen des öffentlichen Nahverkehrs in Stuttgart

Der Film-Spot MEET YOU THERE war auch in Kinos sowie an den Informationsscreens der Haltestellen des öffentlichen Nahverkehrs in Stuttgart zu sehen. In der Zeit vom 20.05.-23.05.2014 wurden die Infoscreens mit einer gekürzten Fassung von MEET YOU THERE (35 Sek) bespielt. Der Spot lief pro Zeitschiene 18 Mal auf allen 35 Infoscreens in Stuttgart, wobei eine Zeitschiene drei Stunden umfasste.

In der Zeit vom 11.05.14-25.05.14 erfolgten auf den Videoscreens an den SSB-Haltestellen 1-2 Einblendungen pro Stunde je Leinwand bei einer Betriebszeit der Stadtbahn von ca. 04:30 bis 01:30 Uhr. Eine Leinwand hat dabei zwei Seiten, so dass beide Bahnsteige separat versorgt werden konnten.

6.9. Wahlsimulation

Auch die zwischen dem 8. und 25. Mai 2014 angebotene Wahlsimulation (simulation.waehlenab16-bw.de), die im Rahmen des Projektes „In Zukunft mit UNS!“ der Baden-Württemberg Stiftung entwickelt wurde, war ein großer Erfolg: 12.000 Besuche und 78.000 Seitenaufrufe, außerdem hatten insgesamt 276 Seiten auf das Angebot verlinkt.

6.10. Pressearbeit

Die Pressearbeit im Rahmen der Kampagne richtete sich neben der Landespresse an die Jugendladios, die Lokalzeitungen sowie Fachzeitschriften. Neben zwei Landespressekonferenzen wurden zahlreiche einzelne Pressetermine in allen Regionen des Landes wahrgenommen. Ein ausführlicher Pressespiegel liegt vor.

6.11. Das Projekt „In Zukunft mit UNS!“

Einen wichtigen Beitrag im Rahmen des Bündnisses leistete die Baden-Württemberg Stiftung mit ihrem Projekt „In Zukunft mit UNS!“. Das Qualifizierungsprojekt wurde von der Baden-Württemberg Stiftung als Bündnispartner finanziert und über eine Projektfachstelle beim Landesjugendring organisiert. Ziel des Projekts war es, Jugendliche in Baden-Württemberg zu motivieren, sich aktiv und selbstbewusst für ihre Belange in den Städten, Gemeinden und Kreisen des Landes einzusetzen. Um diese Ziele zu verwirklichen, wurden Multiplikatorinnen und Multiplikatoren didaktisch und inhaltlich qualifiziert, die in allen Land- und Stadtkreisen Baden-Württembergs Aktionstage durchführten. Als Grundlage der Qualifizierungsmaßnahmen und zur Unterstützung der Arbeit der Multiplikatoren und Multiplikatorinnen entstand das Methodenhandbuch „Wahl ab 16“. Die genaue Ausgestaltung und Schwerpunktsetzung der Aktionstage erfolgte in Absprache mit den Kommunen, Schulen und Jugendhäusern. Im Rahmen des Projektes fanden in den meisten Landkreisen zwei „Pilotaktionstage“ statt. Von geplanten 88 Aktionstagen im Rahmen dieses Projektes konnten 72 durchgeführt werden. Die Vergabe von Aktionstagen war an Absprachen innerhalb eines Bündnisses vor Ort geknüpft. Im Rahmen des Bündnisses entstand auch eine Online-Wahlsimulation (simulation.waehlenab16-bw.de).

6.12. Lokale Erstwählerbündnisse

In einzelnen Kommunen bzw. Landkreisen wurden lokale Bündnisse gegründet und spezielle Aktionen für die Erstwählerinnen und Erstwähler durchgeführt. Exemplarisch dafür werden die folgenden Beispiele genannt:

- Das Bündnis in **Stuttgart**, bestehend aus der Landeshauptstadt, der Stuttgarter Jugendhausgesellschaft, dem Stadtjugendring, den Stuttgarter Schulen, dem Internationalen Bund, der Landeszentrale für politische Bildung und den Stuttgarter Straßenbahnen unter der Schirmherrschaft von Oberbürgermeister Fritz Kuhn führte die Kampagne mit großem Engagement durch. An über 30 Aktionstagen wurden die Angebote „Wahllotsen on Tour“ und „Demokratie-Bus on Tour“ von Februar bis Mai 2014 mit über 20 geschulten Wahllotsen im Alter von 15 bis 23 Jahren umgesetzt. Schülerinnen und Schüler an 25 Stuttgarter Schulen wurden gezielt über das neue Wahlrecht und Kommunalpolitik allgemein informiert sowie spielerisch motiviert wählen zu gehen. Auch bei außerschulischen Veranstaltungen waren die Wahllotsen im Einsatz, so dass insgesamt rund 3.800 Jugendliche erreicht wurden.
- In **Freiburg** im Breisgau wurde ein lokales Bündnis mit der Kampagne „Wählen 16+“ vom Jugendbüro Freiburg im Jugendbildungswerk getragen. Neben vielfältigen Aktivitäten wie eigener Website, Facebook-Seite, Video und selbst entwickeltem Logo sowie Durchführung eines Aktionstages fanden viele Kooperationen mit aktiven Partnern vor Ort statt (Theater Freiburg, Jugendclub des SC Freiburg, Ring politischer Jugend, Landeszentrale für politische Bildung, etc.). Außerdem wurden über 40 Klassen an Freiburger Schulen verschiedener Schularten besucht, so dass über 1.000 Jugendliche angesprochen wurden.

- Im Landkreis **Esslingen** wurden durch ein Bündnis bestehend aus Landratsamt, zahlreichen Bürgermeistern, Kreisjugendring und der Landeszentrale für politische Bildung weit über 100 Veranstaltungen durchgeführt. Ein Aktionsbus zu „Wählen ab 16“ fuhr mit über 40 geschulten Teamern in 26 Kommunen an viele Schulen, Jugendhäuser und öffentliche Plätze, um auf das geänderte Wahlrecht aufmerksam zu machen und zu informieren. Dazu gab es über 60 verschiedene zielgruppenspezifische Veranstaltungen und eine Plakatkampagne in 41 von insgesamt 44 Kommunen des Landkreises. Es konnten insgesamt über 8.000 Jugendliche erreicht werden.
- Für die Regionalstelle Südwürttemberg wurde ein Arbeitsplatz in den Räumlichkeiten des Kreisjugendrings (KJR) in **Ravensburg** zur Verfügung gestellt. Daraus ergab sich eine enge Zusammenarbeit, da der KJR selbst ein Projekt zur Jugendbeteiligung durchführte und im Vorfeld der Kommunalwahl Veranstaltungen plante. Bereits im Dezember 2013 fand ein gemeinsames Treffen mit den kommunalen Jugendbeauftragten des Landkreises statt, bei dem das Projekt vorgestellt wurde. Die Kampagne fand großen Anklang und es wurden weitere Treffen vereinbart, um konkrete Aktionen in den jeweiligen Kommunen vorzubereiten. Vor allem auf Grund der engen Zusammenarbeit mit dem KJR fanden sehr viele Veranstaltungen auch in kleineren Kommunen im Kreis Ravensburg statt.

In der durch den Städtetag erbetenen repräsentativen Wahlstatistik zur Wahlbeteiligung der 16- und 17-Jährigen liegen unter anderem auch die Ergebnisse von Stuttgart, Esslingen am Neckar und Freiburg im Breisgau vor. Es zeigt sich dabei, dass die Wahlbeteiligung der 16- und 17-Jährigen in Esslingen am Neckar mit 53,8 % und in Freiburg im Breisgau mit 58,0 % außerordentlich hoch ist und sogar über der jeweiligen Gesamtwahlbeteiligung liegt. In Stuttgart liegt die Wahlbeteiligung der 16- und 17-Jährigen mit 41,0 % 5,6 Prozentpunkte unter der Gesamtwahlbeteiligung von 46,6 %, aber wesentlich höher als bei den 18- bis 25-jährigen Wahlberechtigten.

6.13. Aktion „10plus“

In den Städten **Gerlingen**, **Hockenheim** und **Walldorf** wurde durch die Außenstelle Heidelberg der Landeszentrale für politische Bildung die Aktion „10plus“ durchgeführt. Das Ziel war, Erstwähler zur Teilnahme an der Kommunalwahl zu motivieren und durch gezielte Aktivitäten eine um 10 % über dem Landesdurchschnitt liegende Wahlbeteiligung bei den Erstwählern zu erreichen. Die Stadtverwaltungen, örtliche Schulen und die Jugendgemeinderäte in Gerlingen und Hockenheim sowie die kirchlichen Jugendverbände in Walldorf waren die Bündnispartner vor Ort. Durch vielfältige Angebote, wie Podiumsdiskussionen, Speed-Datings, Infostände an allen Schulen, Postkartenaktionen sowie die Kooperation mit dem örtlichen Kino in Walldorf konnte ein breites junges Publikum angesprochen werden.

Zum Einsatz kamen sowohl die für die „Erstwählerkampagne“ bereit gestellten Methoden und Materialien, als auch besondere vor Ort entwickelte Formate. So erstellte der Jugendgemeinderat Gerlingen einen eigenen Werbefilm zur Kommunalwahl und auch die beiden kirchlichen Jugendverbände in Walldorf produzierten einen Werbespot, der im Vorpro-

gramm des örtlichen Kinos lief und auf die Kommunalwahl aufmerksam machte. Um möglichst viele Jugendliche zu erreichen, war das Projekt in den drei Kommunen in allen Schulen präsent. Der Jugendgemeinderat Hockenheim startete die Aktion „11 Unterrichtsstunden in 11 Schulklassen“, ein Format, für das er 2013 vom Land für den Ehrenamtspreis nominiert wurde.

Daneben gab es in allen drei Kommunen kommunalpolitische Planspiele und öffentliche Veranstaltungen mit Gemeinderätinnen und Gemeinderäten. In über dreißig Veranstaltungen, bei denen insgesamt rund 1.000 Jugendliche erreicht wurden, wurden die Erstwähler informiert und zur Stimmabgabe motiviert.

Die qualitativen Auswertungen in den drei Städten sind noch nicht abgeschlossen. Das kommunalpolitische Engagement der beteiligten Jugendlichen wurde von den Stadtverwaltungen und Gemeinderäten sehr gelobt. In Walldorf haben Gemeinderäte angeregt, einmal jährlich eine kommunalpolitische Veranstaltung für und mit Jugendlichen durchzuführen. Das methodisch vielfältige Angebot und die lokalen Kooperationen trugen dazu bei, ein breites jugendliches Publikum anzusprechen.

7. Bewertung

Aufgrund der sehr guten Resonanz und der in einzelnen Kommunen erhobenen Daten kann man davon ausgehen, dass sich die Veranstaltungen und Angebote im Rahmen der Erstwählerkampagne grundsätzlich positiv auf die Wahlbeteiligung der Jugendlichen ausgewirkt haben.

Die vorliegenden Ergebnisse der repräsentativen Wahlstatistik in 14 größeren Städten liefert eine aussagefähige Datengrundlage zur Wahlbeteiligung der 16- und 17-Jährigen, auch wenn eine Verallgemeinerung für das ganze Land nicht möglich ist. Aus den vorliegenden Angaben lässt sich erkennen, dass die Wahlbeteiligung der 16- und 17-Jährigen deutlich höher war als die der älteren Erstwählerinnen und Erstwähler.

Die Bewertung der Erstwählerkampagne hängt jedoch nicht allein von der Höhe der Wahlbeteiligung der Jugendlichen ab. Ziel war es, die Jugendlichen für das Thema Kommunalwahl zu sensibilisieren und über die Wahlvorgänge und Verfahren nachhaltig zu informieren.

7.1. Die Erstwählerkampagne war ein Erfolg

Sie vernetzte erfolgreich gesellschaftliche und politische Gruppierungen mit Vertretern der Verwaltung und der Kommunen und dient auch nachhaltig als Anstoß für weiterführende kommunale Aktivitäten. Mit begrenzten Mitteln konnte viel bewegt und zahlreiche Jugendliche erreicht werden. Zudem ist es gelungen viele Multiplikatoren zu qualifizieren, die auch weiterhin eingesetzt werden können. Kooperationen zwischen der LpB, dem Landesjugendring und weiteren Partnern haben sich bewährt. Die Bündniskoordinatoren hatten die Chance sich als Vernetzungspunkt und Partner der Kommunen, der staatlichen Einrichtungen und zivilgesellschaftlichen Organisationen zu profilieren und neben ihren organisatorischen Fähigkeiten ihre Expertisen in methodischen und inhaltlichen Fragen unter Beweis zu stellen.

7.2. Die Probleme der Kampagne

- Die Vorlaufzeit war deutlich zu kurz, da der Landtag Mittel im Nachtragshaushalt erst Mitte Dezember 2013 bewilligte.
- Bedingt durch die späte Bewilligung
 - waren keine langfristigen Absprachen mit den Partnern möglich
 - mussten Publikationen und Medien kurzfristig konzipiert und erstellt werden.
 - kam es zu einer hohen Arbeitsverdichtung und –belastung der beteiligten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.
- Die Projektfinanzierung, sowohl durch Mittel des Landeshaushaltes als auch der BW Stiftung, führte zu einem erhöhten Abstimmungsbedarf.
- Mittel der BW-Stiftung konnten aus steuerrechtlichen Gründen für die Werbemaßnahmen der Kampagne leider nicht bereitgestellt werden.
- Im Rahmen der finanziellen und strukturellen Möglichkeiten konnte nur eine begrenzte personelle Unterstützung geleistet werden. Für ein Flächenland wie Baden-Württemberg wäre eine stärkere regionale Unterstützung notwendig gewesen.
- Die LpB hatte bisher noch keine Erfahrung mit Kampagnen dieser Größenordnung, daher waren die innerorganisatorischen Abläufe, Regelungen und Personalaufstellung nicht auf die Erfordernisse einer Kampagne ausgerichtet.

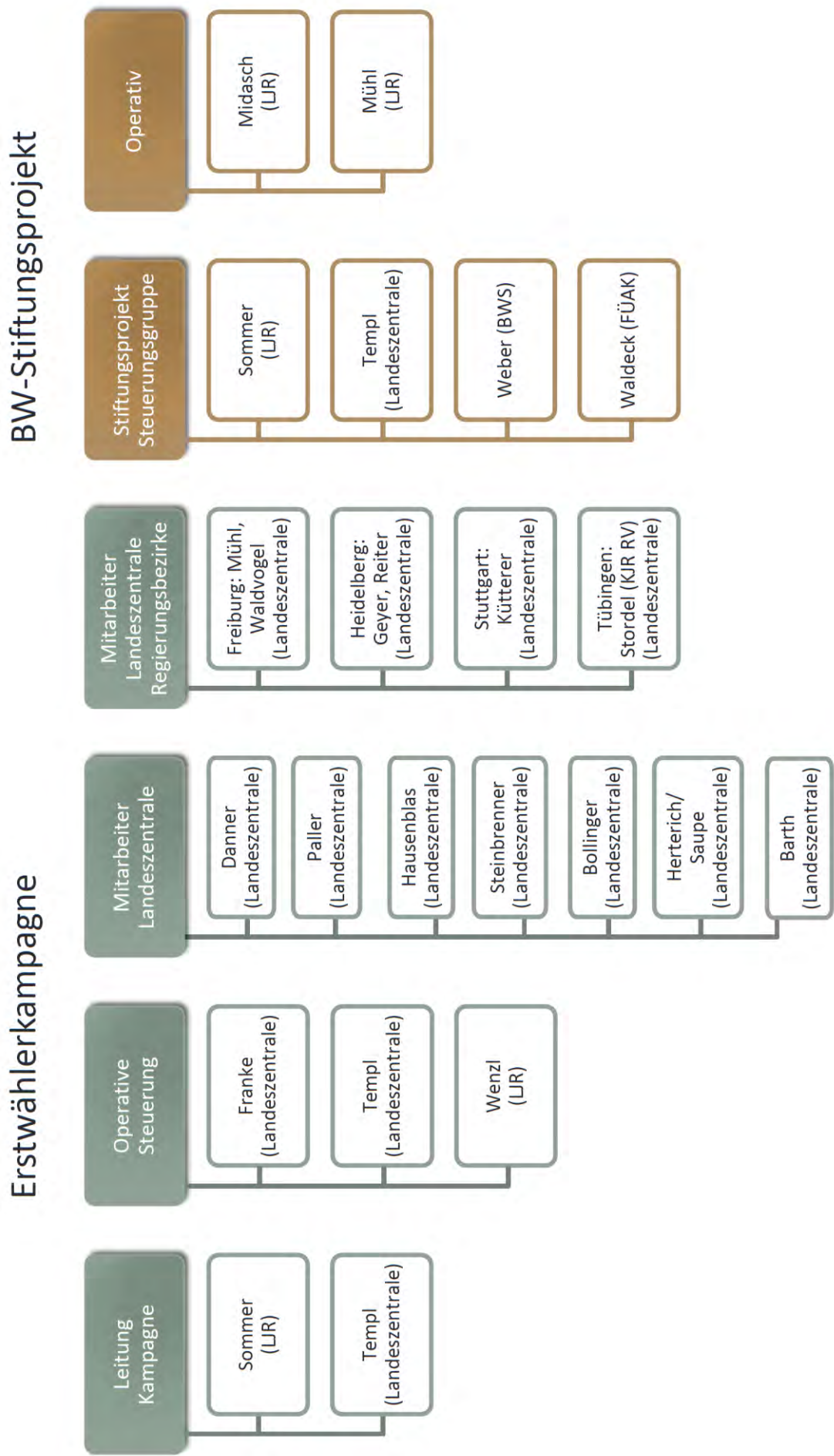
8. Schlussfolgerungen

- Bei Projekten dieser Größenordnung ist eine längere Vorlaufzeit von ca. einem Jahr für eine erfolgreiche Organisation und Konzeption unerlässlich.
- Die Zusammenarbeit mit den Partnern sollte durch eine einfachere Angebotsstruktur verbessert werden.
- Es müssen langfristige Absprachen mit den Partnern getroffen werden, die klare Angebote und Anforderungen beinhalten.
- Die Problematik der Flächenabdeckung muss dauerhaft gelöst werden.
- Alle Wahlen sollten durch eine Erstwählerkampagne begleitet werden. Hierbei können die Landeszentrale bzw. die Bündniskoordinatoren die Vernetzung der politischen Bildungspartner vornehmen.
- Kommunalpolitik sollte durch einen festen kommunalpolitischen Aktionstag in jedem Schuljahr dauerhaft zum Thema an den Schulen werden.

9. Anlagen

- Organigramm Erstwählerkampagne und BW-Stiftungsprojekt
- Regionale Verteilung der Verteilung der Aktions- und Pilotaktionstage
- Sonstige Veranstaltungen der Bündnispartner
- Wahlbeteiligung der 16- und 17-Jährigen in 14 größeren Kommunen
- Wahlbeteiligung Projekt „10plus“
- Zeitlicher Ablauf
- Beispiele für gelungene Veranstaltungen

9.1. Organigramm Erstwählerkampagne und BW-Stiftungsprojekt



9.2. Regionale Verteilung der Aktions- und Pilotaktionstage

In der nachfolgenden Tabelle wird die Anzahl der Aktionstage und Pilotaktionstage (PAT) den Landkreisen und Stadtkreisen im jeweiligen Regierungsbezirk in alphabetischer Anordnung zugeordnet. Außerdem ist der Name der Kommune ersichtlich, in der die Veranstaltung stattgefunden hat.

Landkreis/Stadtkreis	Kommune	Zahl der Aktionstage / Pilotaktionstage (PAT)
Karlsruhe		
Baden-Baden	Baden-Baden	1
Calw	Nagold	1 PAT
Enzkreis	Straubenhardt	1 PAT
	Birkenfeld	1
Freudenstadt	Dornstetten	1 PAT
	Empfingen	1
	Freudenstadt	1
	Horb am Neckar	1 PAT
Heidelberg	Heidelberg	8, davon 2 PAT
Karlsruhe	Bretten	1
	Stutensee	1
	Sulzfeld	1
	Weingarten	1 PAT
	Bad Schönborn	2 PAT
	Ettlingen	1
	Oberderdingen	1 PAT
	Rheinstetten-Mörsch	1
	Karlsruhe	1
	Main Tauber	Tauberbischofsheim
Mannheim	Mannheim	2
Neckar-Odenwald	Buchen (Odenwald)	1
	Mosbach	2, davon 1 PAT
Pforzheim	Pforzheim	2
Rhein-Neckar	Hemsbach	1
	Ketsch	1
	Hockenheim	1
	Bammental	1
	Neckarbischofsheim	1
	Leimen	1 PAT
	Walldorf	7
Rastatt	Rastatt	1
	Ottersweier	1
Tübingen		
Alb-Donau	Ulm	2, davon 1 PAT
	Blaustein	1 PAT
Biberach	Biberach an der Rieß	4, davon 3 PAT
	Burgrieden	1
Bodenseekreis	Überlingen	2 PAT
	Friedrichshafen	3, davon 1 PAT
Ravensburg	Ravensburg	2
	Weingarten	3, davon 2 PAT
	Leutkirch im Allgäu	3
	Wilhelmsdorf	1
	Grünkraut	1 PAT

	Wangen im Allgäu	1
	Aulendorf	1
	Vogt	1
Reutlingen	Eningen unter Achalm	1 PAT
	Reutlingen	1
Sigmaringen	Krauchenwies	1
	Meßkirch	1 PAT
	Pfullendorf	1 PAT
Tuttlingen	Tuttlingen	1
Tübingen	Tübingen	2 PAT
	Dußlingen	1
	Rottenburg a.N.	1
	Bodelshausen	2
Zollernalb	Albstadt	1
	Burladingen	2, davon 1 PAT
Stuttgart		
Böblingen	Sindelfingen	6
	Böblingen	3, davon 1 PAT
Esslingen	Wernau	1
	Filderstadt	3
	Köngen	3, davon 1 PAT
	Weilheim an der Teck	1
	Ostfildern	1
	Lichtenwald	1
	Esslingen am Neckar	3
	Kirchheim an der Teck	3, davon 1 PAT
	Nürtingen	1
Göppingen	Göppingen	2, davon 1 PAT
	Geislingen an der Steige	2
	Eislingen an der Fils	2, davon 1 PAT
Heilbronn	Ilsfeld	2
	Brackenheim	3, davon 2 PAT
	Flein	1 PAT
	Heilbronn	2, davon 1 PAT
Hohenlohe	Bretzfeld	1 PAT
Ludwigsburg	Erdmannhausen	1 PAT
	Gerlingen	5
	Marbach am Neckar	1
	Ludwigsburg	2, davon 1 PAT
	Markgröningen	1
Ostalb	Heubach	2 PAT
Rems-Murr	Winnenden	1 PAT
	Waiblingen	1
Schwäbisch Hall	Crailsheim	1 PAT
	Schwäbisch Hall	1 PAT
Stuttgart	Stuttgart	4, davon 2 PAT

Freiburg		
Breisgau Hochschwarzwald	Kirchzarten	4
	Gundelfingen	1
	Breisach am Rhein	1
	St. Märgen	1
	Stegen	1
	Hinterzarten	1
	Umkirch	1 PAT
	Hartheim	1
	Schallstadt	1 PAT
	Bad Krozingen	2, davon 1 PAT
Emmendingen	Waldkirch	1 PAT
	Endingen am Kaiserstuhl	1
	Kenzingen	1
	Teningen	1
	Denzlingen	1
Freiburg	Freiburg im Breisgau	19, davon 2 PAT
	March	1
Konstanz	Radolfzell am Bodensee	12
	Konstanz	1
	Singen (Hohentwiel)	2 PAT
Lörrach	Lörrach	3
	Maulburg	1
	Steinen	1
	Schopfheim	1 PAT
	Rheinfelden	2, davon 1 PAT
	Grenzach-Wyhlen	4
Ortenau	Achern	1
	Lahr	3, davon 1 PAT
	Offenburg	1
	Rust	1
	Ettenheim	1 PAT
Rottweil	Rottweil	1
	Schramberg	1 PAT
	Sulz am Neckar	2
Schwarzwald Baar	St. Georgen	1
	Brigachtal	1
	Villingen-Schwenningen	4, davon 3 PAT
Staufen im Breisgau	Staufen	1
Tuttlingen	Tuttlingen	3, davon 2 PAT
	Trossingen	2, davon 1 PAT
	Fridingen an der Donau	1
	Spaichingen	5, davon 1 PAT
Waldshut	Waldshut-Tiengen	4, davon 2 PAT
	Wehr	2, davon 1 PAT
	Bad Säckingen	1

9.3. Sonstige Veranstaltungen der Bündnispartner

Im Rahmen des Bündnisses „Wählen ab 16“ führten einige Bündnispartner auch eigene Veranstaltungen zur Thematik durch. In der nachfolgenden Tabelle sind stellvertretend Veranstaltungen des Fritz-Erler-Forums, in denen Planspiele zur Kommunalpolitik durchgeführt wurden, sowie der Jugendpresse BW (Workshops Politischer Journalismus) aufgeführt:

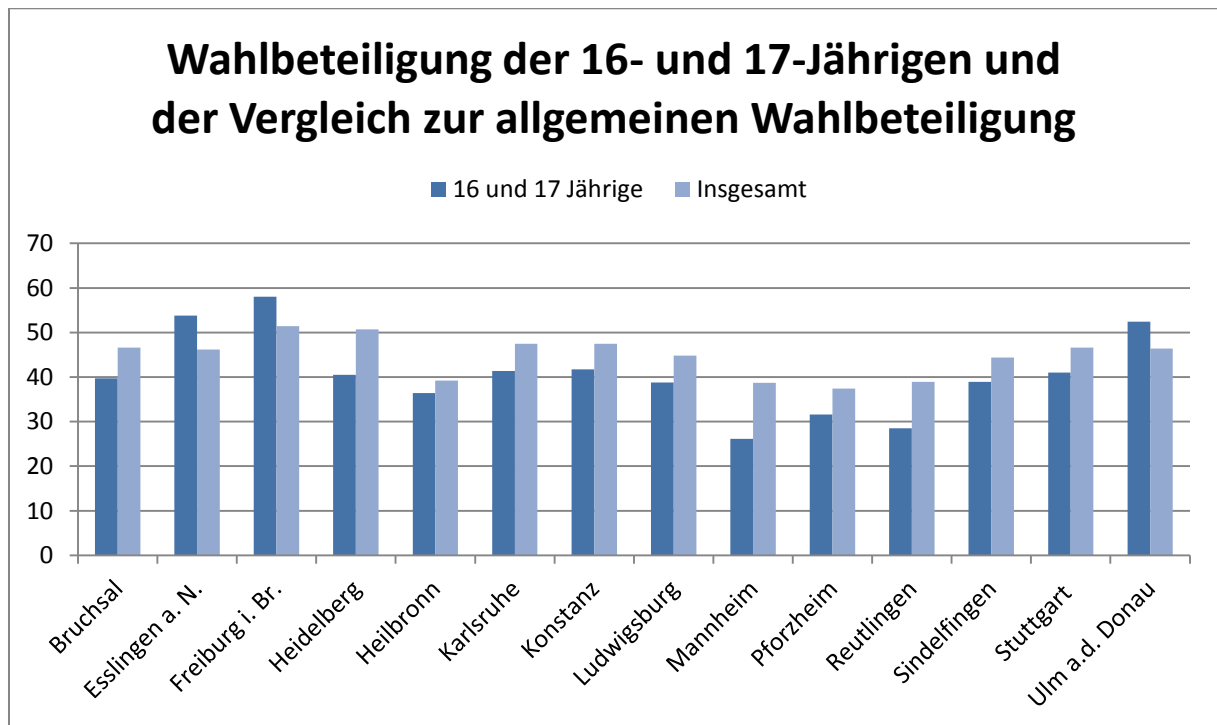
Fritz-Erler-Forum:

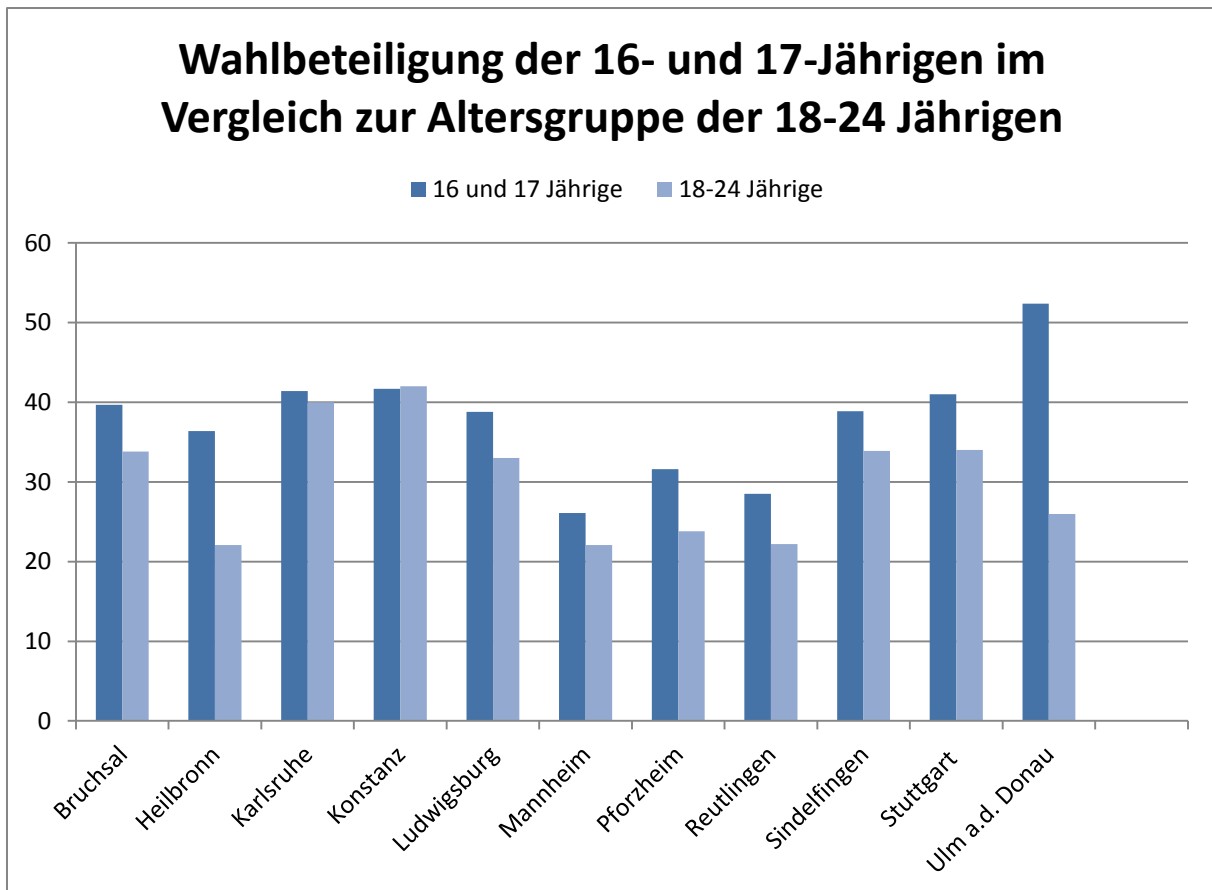
Landkreis/Stadtkreis	Kommune	Regierungsbezirk	Zahl der Aktionstage
Ludwigsburg	Schwieberdingen	Stuttgart	1
Ludwigsburg	Ludwigsburg	Stuttgart	1
Stuttgart	Stuttgart	Stuttgart	1
Ostalbkreis	Heubach	Stuttgart	1
Rems-Murr	Remshalden	Stuttgart	1
Waldshut	Bad Säckingen	Freiburg	1
Zollernalbkreis	Hechingen	Tübingen	1
Karlsruhe	Oberhausen-Rheinhausen	Karlsruhe	1

Jugendpresse BW

Landkreis/Stadtkreis	Kommune	Regierungsbezirk	Zahl der Aktionstage
Ulm	Ulm	Tübingen	1
Ravensburg	Wangen i. Allgäu	Tübingen	1
Stuttgart	Stuttgart	Stuttgart	1
Freiburg	Freiburg	Freiburg	1
Mannheim	Mannheim	Karlsruhe	1

9.4. Wahlbeteiligung





9.5. Wahlbeteiligung Projekt „10plus“

Wahlbeteiligung in Hockenheim und Walldorf

Altersgruppe	Wahlbeteiligungsquoten in %	
	Hockenheim	Walldorf
16 und 17 Jahre	30,1	50,6
davon männlich	30,0	49,6
davon weiblich	30,2	51,2
18 bis unter 24 Jahre	23,5	41,5
davon männlich	24,4	42,0
davon weiblich	22,7	41,0
alle unter 24 Jahre	25,4	44,3
alle Wahlberechtigten	44,8	54,3

Im Rahmen des Projektes „10plus“ wurden in Hockenheim und Walldorf durch Mitarbeiter der Landeszentrale für politische Bildung im Auftrag der Städte die Wählerverzeichnisse ausgewertet. In Gerlingen wurden die Wählerverzeichnisse nicht ausgewertet.

9.6. Zeitlicher Ablauf der Erstwählerkampagne

10. Januar 2013	Erstes Treffen mit Landesjugendring und Städtetag
28. Februar 2013	Gespräch mit „Mehr Demokratie e.V.“
9. März 2013	Jugendlandtag
14. März 2013	Gespräch mit Innenminister Gall und MD Zinell
10. April 2013	Gespräch mit Sozialministerin Katrin Altpeter
11. April 2013	Landtagsbeschluss zur Wahlrechtsänderung bei Kommunalwahlen in Baden-Württemberg mit Absenkung des aktiven Wahlalters auf 16 Jahre
11. April 2013	1. Sitzung der Arbeitsgruppe „Wählen ab 16“ in der LpB
12. April 2013	Gespräch „Juniorwahl“
19. April 2013	1. Bündnissitzung „Wählen ab 16“ im Landtag
24. April 2013	Gespräch mit VHS Stuttgart
7. Mai 2013	Gespräch mit LJR und BW-Stiftung zum Projekt „In Zukunft mit UNS!“
16. Mai 2013	Tagung der AG Jugendreferate von Städte- und Gemeindetag in Korntal
17. Mai 2013	2. Sitzung der Arbeitsgruppe „Wählen ab 16“ in der LpB
23. Mai 2013	Besprechung BM Bad Urach (Modell für kommunale Bündnisse)
14. Juni 2013	Gespräch mit Andreas Schwarz (Fraktion GRÜNE)
19. Juni 2013	Gespräch mit Vertretern der Initiative „Juniorwahl“
5. Juli 2013	3. Sitzung der Arbeitsgruppe „Wählen ab 16“ in der LpB
10. Juli 2013	Besprechung Kommunen – Schulen in Bad Urach
17. Juli 2013	Gespräch mit LJR und BW-Stiftung
12. September 2013	Modell-Veranstaltung Erstwähler Bad Urach
18. September 2013	Konstituierung Lenkungsgruppe BW-Stiftungsprojekt
9. Oktober 2013	Lenkungsgruppe BW-Stiftungsprojekt
1. Oktober 2013	Koordinierungstreffen mit Stadtjugendring Stuttgart
11. Oktober 2013	4. Sitzung der Arbeitsgruppe „Wählen ab 16“ in der LpB
22. Oktober 2013	Koordinierungsworkshop LpB – LJR zum Bündnis „Wählen ab 16“
24. Oktober 2013	Treffen mit stuggi.tv
6. November 2013	Treffen mit VHS-Verband
12. November 2013	Städtetreffen Jugendreferenten Mannheim
14. November 2013	Koordinierungsworkshop LpB – LJR zur Qualifizierung von Multiplikatoren
18. November 2013	Koordinierungstreffen mit BW-Stiftung
27. November 2013	Treffen Regionale MA der Erstwählerkampagne
27. November 2013	Treffen mit Fraktion der GRÜNEN
27. November 2013	Treffen mit Fraktion der CDU/FDP
27. November 2013	3. Bündnissitzung „Wählen ab 16“ im Landtag
5. Dezember 2013	Treffen Jugendhaus gGmbH Stuttgart
9. Dezember 2013	Treffen Gemeindetag BW
11. Dezember 2013	Lenkungsgruppe BW-Stiftungsprojekt
11. Dezember 2013	Start Facebook-Wettbewerb „Logo“

18. Dezember 2013	Workshop LpB – LJR zur Koordinierung der regionalen MA
19. Dezember 2013	Beschluss Landtag: Finanzierung der „Erst- und Jungwählerkampagne“ im Rahmen des Nachtragshaushalts
20./21. Dezember 2013	Qualifizierungsseminar für Multiplikatoren Burg Liebenzell
8. Januar 2014	Treffen Kultusminister Andreas Stoch
21. Januar 2014	Lenkungsgruppe BW-Stiftungsprojekt
22. Januar 2014	Koordinierungsworkshop LpB – LJR zum Bündnis „Wählen ab 16“
29. Januar 2014	Städtetag Wahlamtsleiter Heidelberg
30. Januar 2014	Lenkungsgruppe BW-Stiftungsprojekt
5. Februar 2014	Gemeindetag Treffen Jugendreferenten
7. /8. Februar 2014	Landesschülerkongress Ulm
12./13. Februar 2014	Gespräch mit Filmproduzenten und Jugendpresse zur Filmspot-erstellung
19. Februar 2014	Gespräch mit verschiedenen Redaktionen
20. Februar 2014	Landespressekonferenz mit offiziellem Start der Kampagne
20. Februar 2014	Informationsgespräch mit Jugendradios
12. März 2014	Pressekonferenz Stuttgarter Bündnis „Wählen mit 16“
19. März 2014	Treffen BW-Stiftung
4. April 2014	Medienpartnerschaft mit ENERGY
10. April 2014	Filmdreh im Landtag zu Filmspots „Talking Heads“
11. April 2014	Informationsstand Schlossplatz mit Wahllotsen und Demokratiebus
16./17. April 2014	Filmdreh zum Hauptspot „Meet you there“ in der Stuttgarter S-Bahn
17. April 2014	Wahlguide mit Comic fertiggestellt
24. April 2014	Verband Baden-Württembergischer Omnibusunternehmer e.V. verschickt Empfehlung an Mitglieder
5. Mai 2014	Landespressekonferenz mit Vorstellung der Filmspots zur Kampagne
8. Mai 2014	Online-Wahlsimulation
20. Mai 2014	Wahlaufruf der Vorsitzenden der Landtagsfraktionen
25. Mai 2014	Kommunalwahl

9.7. Beispiele für gelungene Veranstaltungen



Projekt zur Politischen Bildung – Kommunalwahl ab 16 **Termin: 25. Mai 2014**

Projektentwicklung und Leitung:
Kinder- und Jugendbüro Sulz a.N. – Jugendreferentin Gertrud Teller

Ziel: INFORMATION UND MOTIVATION „Wahl ab 16“

- Interesse für die Auseinandersetzung mit dem Thema „Kommunalwahl“ wecken
- Themenfelder der Kommunalpolitik kennenlernen, Kommunalpolitik als Plattform für „eigene“ Bedürfnisse/Bedürfnisse Jugendlicher kennenlernen,
- Wahlrecht und Wahlmodus (insbesondere Kommunalwahlrecht) kennenlernen,
- Auseinandersetzung mit politischen Positionen / Parteien / Kenntnis über die politischen Fraktionen im Gemeinderat
- Vorbereitung / Motivation zur Wahlteilnahme

Projektvorstellung im Arbeitskreis Jugend am 19.11.2013 **Vernetzung mit der Verwaltung der Stadt Sulz a.N.**

Teil 1: „Wahlwochen“ im Schülercafé

Vorgehen:

1. **Vernetzung** mit den weiterführenden Schulen – Einladung zum Besuch des Schülercafés und Vorstellung des Projekts: Erstkontakt über die Schulleitungen, weitere Kontaktpersonen (Fachbereichsleitungen/Fachlehrer)
Albeck-Gymnasium – Fr. Schramm
WRSH – Fr. Armbruster
LHRSH – Fachbereichsleitung EWG – Fr. Stifel
Kaufmännische Berufsfachschule – Fr. Schmidt
2. **„Wahlwochen“** im Schülercafé während der Öffnungszeiten (und nach Absprache mit den Schulen für Schulklassen und/oder angemeldete Gruppen)
mit Ausstellung, Plakaten und Informationsmaterial
Aktivierung über Quiz „Wählen gehen“

„Wahlbox“ oder „Meinungsbox“ – Was wünsche ich mir in meiner Stadt.....was brauche ich..... (Karten sollen helfen, sich Gedanken zu vorhandenen und gewünschten Strukturen der eigenen Stadt zu machen, sie können helfen, in der Auseinandersetzung mit den politischen Akteuren ggf. die entsprechende Wahlposition zu finden) im Internetcafé: Strategiespiel „Mobility“, Planspiel „Wahl in Walingen“ (über Landeszentrale für Politische Bildung) Ausstellung mit Info-Plakaten (Tagesordnung GR-Sitzung; Entscheidungsprozesse in der Kommune.....)

Einrichtung in 3 Räumen im Schülercafé:

Raum 1: Schwerpunktthema: Jugendbeteiligung und Jugendbeteiligungsformen

Raum 2: Schwerpunktthema: Gemeinderat und Kommunalpolitik

Raum 3: Schwerpunktthema: Wahl und Wahlteilnahme

Zeitplanung: ab 10. März – 04. April im Schülercafé

Öffnung vormittags (für Gruppen) nach Absprache

(Terminvereinbarung im Kinder- und Jugendbüro # 965056)

Montag – Mittwoch 14.00 Uhr bis 15.30 Uhr

(Montag – Donnerstag 12.00 – 14.00 Uhr

- regelmäßige Öffnungszeit – nur Ausstellung möglich!)

bis Februar: Entwicklung Plakate und Material, Info-Flyer für Schulen und Schüler

Teil 2: „World-Café“: FACE-to-FACE im Gespräch mit Gemeinderäten

3. Einladung in den JC Sulz unter dem Thema: – Wer macht in Sulz Politik?

WORLD-Café im Jugendclub Sulz /alternativ im Bürgersaal

1 gemeinsamer Termin – alle Fraktionen: ab 28.04 – 16.05. (24.05.)

Terminvorschlag: Donnerstag 08.05.2014 – 18.30 Uhr im JC Sulz / Rottweiler Str. 9

Fraktionen dürfen sich vorstellen, Wahl ab 16 vorstellen,

Kontakt zur Jugend gestalten, Austausch und Gespräche über „Wunschkarten“

Moderation Jugendbüro (Gymnasium Oberstufe/Neigungsfach Politik)

4 Tische / Nischen einrichten

Kontakt über die Fraktionsvorsitzenden:

GAL – Heidi Kuhring

SPD – Klaus Schätzle

CDU – Robert Trautwein

FFW – Erwin Stocker / Cornelia Bitzer-Hildebrandt



In der Gemeinde Ketsch wurde im Februar 2014 (3.-6.02.) eine so genannte kommunalpolitische Woche durchgeführt. Initiatorin war die Sozialarbeiterin an der dortigen Werkrealschule. Bereits im Dezember 2013 begann die Planung zwischen Gemeindeverwaltung (Hauptamt), Schulleitung und Außenstelle Heidelberg der Landeszentrale. Zielgruppe waren die neunte und die zwei zehnten Klassen der Schule (ca. 70 Schülerinnen und Schüler).

Im Zentrum der Veranstaltung stand jeweils ein Planspiel, welches im Ratssaal vom Ketsch (Rathaus) durchgeführt wurde. Entsprechend der Zielgruppe wurde auf das Planspiel Neckardorf der Landeszentrale zurückgegriffen. Zudem wurden die Schülerinnen und Schüler am ersten Tag der Veranstaltung klassenweise und auf spielerische Art mit Aufgaben und Arbeitsweise einer Kommune vertraut gemacht. Den Abschluss bildete am vierten Tag ein Speed-Dating mit Vertreterinnen und Vertretern aus dem Ketscher Gemeinderat sowie dem Bürgermeister. Das Speed-Dating wurde von den jeweiligen Lehrerinnen und Lehrern inhaltlich vorbereitet und eingeführt. Die Landeszentrale übernahm die Moderation des Speed-Datings.

Die Gemeinde Ketsch übernahm für diese Veranstaltung die Hälfte der Honorarkosten, stellte die Räumlichkeiten zur Verfügung und organisierte die Verpflegung der Jugendlichen. Die Schule ermöglichte es, dass die Veranstaltung als Projektwoche realisiert werden konnte und bereitete das Speed-Dating vor. Die Landeszentrale übernahm die andere Hälfte der Honorare für die freien Mitarbeitenden, die in zwei Teams mit jeweils zwei Personen die einzelnen Elemente der Projektwoche durchführten.

Sowohl Schule als auch Gemeindeverwaltung waren von der Projektwoche so angehan, dass sie nun regelmäßig, einmal im Jahr, durchgeführt werden soll. Die Jugendlichen, die erstmalig so intensiv mit Politik überhaupt in Kontakt kamen, nutzten die Chance, ihre Anliegen vorzubringen. Umgekehrt lobten die anwesenden Gemeinderäte die lockere und doch sehr ergiebige Atmosphäre des Speed-Datings.