



9

## Öffentlichkeitsarbeit

Die in diesem Abschnitt gegebenen Praxistipps sollen als Anregungen für die Organisation von Ferienfreizeiten dienen. Organisation darf jedoch nicht zum Selbstzweck werden, sondern soll genügend Raum lassen zur Spontaneität und Flexibilität. Rechtzeitige und sorgfältige Planung, Werbung in der Öffentlichkeit und Sicherung der Finanzierung sind jedoch notwendig, um die Voraussetzungen zur erfolgreichen Durchführung zu schaffen. Sind diese Rahmenbedingungen nicht zu schaffen, so lassen sich auch die vielen Ideen und Anregungen zu pädagogischen Fragen, thematischen Schwerpunktsetzungen und zu Methoden, die in dieser Arbeitshilfe beschrieben werden, nicht verwirklichen. Die Checklisten, die hier veröffentlicht sind, sollen Anregung für die eigene Planung sein und den jeweiligen Bedingungen vor Ort angepaßt werden.

*Organisation soll den Kopf freimachen für die wichtigsten Inhalte und ihn nicht zu kleistern.*

Öffentlichkeitsarbeit bedeutet Werbung und Public Relations (PR). Es gibt MitarbeiterInnen in der Jugendarbeit, denen die Aufzucht, Public Relations und Werbung zu betreiben, als pure Zumutung aus der Hexenküche des beinharten Kapitalismus erscheint. – Dabei werden sowohl PR als auch Werbung in der Jugendarbeit längst betrieben, manchmal unter anderer Bezeichnung, manchmal ohne Konzept oder mit ungeeigneten Mitteln.

„Wenn ein junger Mann ein Mädchen kennenlernt und ihr sagt, was für ein großartiger Kerl er ist, so ist das Reklame... Wenn er ihr sagt, wie reizend sie aussieht, so ist das Werbung... aber wenn das Mädchen sich für ihn entscheidet, weil sie von anderen gehört hat, was für ein feiner Kerl er wäre, dann ist das Public Relations“ (Alwin Münchmeyer).

Solche Vergleiche hinken natürlich. Was also verbirgt sich hinter den Begriffen?

*Public Relations = PR = öffentliche Beziehungen*

Public Relations sind „das bewußte und legitime Bemühen um Verständnis sowie um Aufbau und Pflege von Vertrauen in der Öffentlichkeit auf Grundlage systematischer Erforschung als methodisches Bemühen eines Unternehmens, Verbandes, einer Institution, Gruppe oder Person“; so die Definition der Deutschen Public Relations Gesellschaft.

„Werbung wird angesehen als eine Sammelbezeichnung für alle Maßnahmen, die auf die unmittelbare Auslösung von Kaufentschlüssen oder auf die Inanspruchnahme von Dienstleistungen abzielen. Ziel der Werbung ist die Erringung und Erhaltung von Marktanteilen“. (Reineke / Sachs: Praxis der Öffentlichkeitsarbeit).

PR und Werbung sind also nicht das gleiche und können einander nicht ersetzen. Werbung ist vielmehr ein Teil der PR, nicht umgekehrt. Auf die AW bezogen heißt das:

PR bemüht sich darum, der Öffentlichkeit, d. h. den unterschiedlichsten Zielgruppen ein Bild des Verbandes zu vermitteln. Die Öffentlichkeit soll sich eine Meinung über den Verband bilden können, und zwar möglichst eine Meinung, die der tatsächlichen Bedeutung und den Zielen der AW gerecht wird.

PR ist für die AW kein Selbstzweck. Der Verband ist zugleich Lobby für viele, die gewöhnlich keine Öffentlichkeit auf ihrer Seite haben und denen der Zugang zu den meinungsbildenden Informationsschienen versperrt ist. Diese Rolle bringt Verantwortung mit sich und erfordert in der Öffentlichkeitsarbeit ein hohes Maß an Seriosität und Glaubwürdigkeit.

Eine positive Grundeinstellung zur Arbeit des Verbandes ist eine wichtige Voraussetzung, um Menschen zum Mitmachen und zum Teilhaben zu motivieren.

*Oberstes Ziel der PR ist es deshalb, langfristig Vertrauen zu schaffen.*

**Die Wahrheit ist konkret.**  
(Bertolt Brecht)

## Was ist bei der Planung von PR zu beachten?

PR ist ein mühseliges Geschäft, dessen Effizienz sich kaum messen läßt. Aber einige Grundregeln können die Arbeit erleichtern:

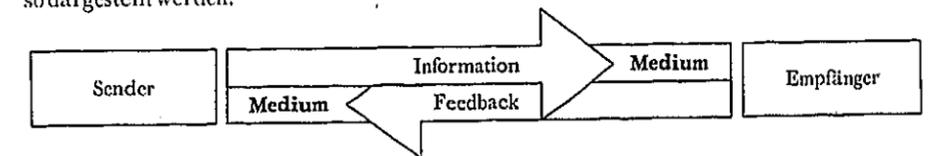
- Der PR nach außen muß die PR nach innen vorangehen, d. h. die Verbesserung des Betriebsklimas und die Förderung der Identifikation der haupt- und ehrenamtlichen MitarbeiterInnen mit dem Verband sind unerläßliche Voraussetzungen.

- Nur wer selbst ein klares überzeugendes Bild von den Zielen und Aufgaben des Verbandes hat, kann den Verband auch konturiert, d. h. „begreifbar“ und glaubwürdig darstellen.
- Voraussetzung für eine gute PR sind umfassende Kenntnisse auf allen Gebieten der Kommunikation (die entsprechenden Abschnitte aus dieser Arbeitshilfe legen wir allen ÖffentlichkeitsarbeiterInnen besonders ans Herz).
- Öffentlichkeitsarbeit orientiert sich an Qualität und nicht an Quantität. Zur richtigen Zeit, am richtigen Ort mit der richtigen Nachricht präsent zu sein, ist häufig wirkungsvoller als dreimal die Woche in den Veranstaltungshinweisen der Lokalpresse zu erscheinen.
- Informationen müssen vertrauenswürdig, d. h. verlässlich sein.
- Der Kommunikationsträger der Nachricht muß zielgruppenspezifisch ausgewählt sein (z. B. Lokalpresse, Straßenaktion, Rundfunk, Fernsehen, Handzettel, Plakat, Videofilm).
- PR muß so angelegt sein, daß möglichst wenig dem Zufall überlassen bleibt oder zu Mißverständnissen Anlaß gibt.
- PR ist langfristig angelegt. Sie wiederholt die Ansprache der Zielgruppe beharrlich und arbeitet mit Symbolen, „Sprachregelungen“ und Themen, die einen hohen Wiedererkennungswert haben.
- PR muß für die Zielgruppen einen echten Gebrauchswert haben, d. h. für Gegenwart und Zukunft wichtig sein.
- Öffentlichkeitsarbeit verzichtet zwar auf

billige Gags, aber nicht auf Phantasie und Originalität.

- Öffentlichkeitsarbeit ist gut durchdacht und auf die jeweilige Zielgruppe abgestimmt.

Vereinfacht kann das Funktionieren von PR so dargestellt werden:



Das Schaubild ist zugleich ein einfaches Grundmodell für das Funktionieren von Kommunikation ganz allgemein. In eine solche Kommunikation können sich vielfältige Störungen einschleichen. Störquellen rechtzeitig zu erkennen und auszuschalten ist ebenso wichtig wie die richtige Auswahl des Mediums, das die Botschaft ohne Verzerrungen vollständig und für den Empfänger verständlich transportiert.

## Kommunikationsstörung

Ferienmitarbeiterin Evelyn zu Ferienmitarbeiter Jan:

„Heute nach um 2.00 Uhr findet eine Mondfinsternis statt. Also etwas, was man nicht alle Tage sehen kann. Wir wollen uns das vom Hof aus gemeinsam ansehen. Die Jugendlichen sollen sich wegen der kühlen

Nacht warme Jacken anziehen. Bei der Beobachtung dieses seltenen Ereignisses werde ich einige Erläuterungen geben. Wenn es regnet, werden wir das nicht gut sehen können. Wir treffen uns dann im Aufenthaltsraum.“

Mitarbeiter Jan zu Mitarbeiterin Ute: „Auf Anweisung von Evelyn findet heute nacht um 2.00 Uhr eine Mondfinsternis statt. Wenn es regnet, werden wir das in warmen Jacken auf dem Hof nicht gut sehen können. In diesem Fall führen wir das Verschwinden des Mondes im Aufenthaltsraum durch. Also etwas, was man nicht alle Tage sehen kann.“

Mitarbeiterin Ute zu Mitarbeiter Hans: „Auf Anweisung von Evelyn wird heute nacht um 2.00 Uhr in warmen Jacken das Verschwinden des Mondes im Aufenthaltsraum durchgeführt. Evelyn gibt Anweisung, ob es regnen soll. Also etwas, was man nicht alle Tage sehen kann.“

Mitarbeiter Hans zu Mitarbeiterin Eva: „Wenn es heute nacht im Aufenthaltsraum regnet, also etwas, was man nicht alle Tage sehen kann, verschwindet um 2.00 Uhr Evelyn in einer warmen Jacke.“

Mitarbeiterin Eva schreibt nach Hause: „Heute nacht um 2.00 Uhr soll Evelyn verschwinden. Schade, daß man das nicht alle Tage zu sehen bekommt.“

## Werbung in der Jugendarbeit

Die Welt junger Menschen ist voll von Informationen. Nach neuen Untersuchungen stürzen auf jeden Amerikaner täglich ca. 1 600 Werbeappelle ein. Davonsollen aber nur 80 (5%) wirklich bewußt wahrgenommen werden. Nur 40 (2,5%) dieser Aufforderungen haben eine positive Wirkung, d. h., sie lösen einen Kaufentschluß oder dessen Vorbereitung aus. Wichtige und unwichtige Nachrichten werden sich in ihrer äußeren Gestalt immer ähnlicher: laut, bunt, aufdringlich, allgegenwärtig. Umweltkatastrophen, Jeans, Wahlkämpfer, Kondome oder Arzneimittel stürmen über Hochglanzbrochüren, durchgestylte Zeitschriften, Rundfunk und Fernsehen, Lichtreklamen oder Riesenplakate gerade auch auf Jugendliche ein.

In diesem Dschungel versuchen sie, sich zu orientieren. In diesem Dschungel wollen wir wahrgenommen werden. In diesem Dschungel sollen unsere Signale auch wirklich bei den vorgesehnen Empfängern landen.

Nebenden „offiziellen“ Medien gibt es aber gerade bei Jugendlichen ein zweites, häufig viel wirksameres Informationssystem, erprobt seit Millionen Jahren: DER MUND FUNK! – Hier werden, teilweise losgelöst von jeder offiziellen oder kommerziellen Beeinflussung, Meinungen geprüft und verbreitet sowie Einstellungen geprägt. Wenn es darauf ankommt, werden Informationen über den Mundfunk schneller und zielgerichteter weitergegeben, als es mit Hilfe von Presse oder Fernsehen möglich ist.

Gute PR kann erreichen, daß die AW bzw. das Jugendwerk als Anbieter von Freizeitgestaltung, als erzieherische Instanz im besten Sinne und als spannendes Lernfeld mindestens so überzeugend und glaubwürdig wird, wie das Fitnesscenter oder McDonalds.

JugendarbeiterInnen müssen deshalb versiert im Umgang mit den Medien sein, sie müssen etwas wissen über die Sprache, die Zeichen, die Accessoires, mit denen Jugend-

liche sich verständigen, mit denen sie ihre Zugehörigkeit zu Gruppen und Cliques dokumentieren. In dem Buch „Näherungsversuche – Jugend '81“ (herausgegeben vom Jugendwerk der Deutschen Shell, Leske Verlag, Opladen 1983) wurde versucht, die Welt der Zeichen, die Ausdruckskultur und die Ästhetik junger Menschen in ihrer Vielfalt zu erkunden und zu verstehen.

Durch konsequente Nutzung der Medien kann es gelingen, auch solche Jugendliche auf unsere Arbeit aufmerksam zu machen, die üblicherweise nicht zu den TeilnehmerInnen unserer Angebote gehören. Interessante Ferienangebote können so als Beginn einer dauerhaften Zusammengehörigkeit genutzt werden. Deshalb:

Weg mit den kleinen grauen Zeitungsartikeln, mit den schlecht aufgemachten DIN A 5 Zetteln und den verstaubten Schaukästenanschlügen.

Wir haben sensationelle Erlebnisse und einmalige Chancen anzubieten. Jugendarbeit ist ein unersetzliches Aktions- und Lernfeld für junge Menschen. Sie verkauft sich aber allzu häufig als graue unscheinbare Maus, die sich ihrer Existenz schämt. In den Etats der Ferienfahrten muß der Betrag für Werbung ebenso selbstverständlich sein, wie der für die Haftpflichtversicherung. Die Zusammenarbeit mit professionellen TexterInnen, LayouterInnen und DruckerInnen ist kein Tabu!

Was in der Jugendarbeit an Geld fehlt, muß durch besonders pfiffige und phantasievolle Konzepte, aber keinesfalls durch „zweite Wahl“ ausgeglichen werden.

Aber der Mundfunk darf nie vernachlässigt werden. Persönliche Kontakte durch Aktionen und Gespräche mit Jugendlichen an den Orten, an denen sie sich treffen, die gemeinsame Freude auf kommende Abenteuer und Weiterverbreitung von erlebten Sensationen sind unentbehrlich, wenn Jugendarbeit ihre Adressaten nicht nur erreichen, sondern auch begeistern will.

Unsere Angebote stehen zwar nicht in direkter Konkurrenz zu kommerziellen Freizeitangeboten, aber Jugendliche können ihre Zeit immer nur einmal verplanen. Wir können und wollen ihnen die Entscheidungen dafür nicht abnehmen, aber wir können ihnen die Entscheidung erleichtern durch ausreichende, seriöse und rechtzeitige Information, in der richtigen Verpackung und auf Wegen, die die Jugendlichen auch wirklich erreichen.

Aber bei aller PR, bei aller Marktstrategie und aller Werbung müssen wir uns davor hüten, „Mogelpackungen“ zu verkaufen.

**Nur wo gute Jugendarbeit drin ist, darf auch gute Jugendarbeit draufstehen!**

## Tips und Tricks aus der Redaktion

Wenn schon Pressearbeit, dann vernünftig! Ein paar Kniffe sind ganz hilfreich:

Presseartikel müssen kurz sein. Wichtig ist zu wissen, wieviel Zeilen und Anschläge für unsere Meldung zur Verfügung stehen.

Artikel werden von den Zeitungen lieber übernommen, wenn sie durch ein Bild oder eine Zeichnung ergänzt werden können. Entweder schicken wir zum Thema passende Schwarzweißfotos gleich mit oder geben den Journalisten die Möglichkeit, entsprechende Fotos zu machen.

Ein Artikel wird „lesefreundlicher“, wenn wir folgende Dinge beachten:

- die Überschrift muß Interesse und Neugier wecken (Aufhänger)
- kurzer Text, kurze Absätze, klare und deutliche Sätze, keine Schachtelsätze
- Texte sollen freundlich anregend, nicht starr sein, d. h. kein Amtsdeutsch, keine internen Abkürzungen, keine Insidersprache, sondern allgemeinverständlich, keine oder wenig Fachausdrücke
- die Texte müssen für den Leser interessant und wichtig sein – Daten, Zahlen, Aussagen, Fakten usw. müssen stimmen
- der Leser muß nach dem ersten Absatz noch Lust auf den zweiten haben.
- Textschema: das Wichtigste, die Erläuterung, die Schlußfolgerung

Die wichtigsten Aussagen gehören in die ersten Teile des Textes. In den Redaktionen kann der Text dann gekürzt werden, ohne daß die entscheidenden Aussagen verloren gehen.

Bevor ein Text in Druck geht, ist es ratsam, ihn von Unbeteiligten Korrektur lesen zu lassen: Stimmt die Grammatik? Ist der Text verständlich? Wie empfindet der/die LeserIn ihn?

## Agathe macht Plakate

Auch die Gestaltung von Plakaten und Handzetteln ist keine Geheimwissenschaft, sondern folgt oft einfachen Grundregeln:

- Jedes Plakat, jeder Handzettel, jedes Schreiben benötigt einen Blickfang, einen Aufhänger
- Schriftliche Aussagen müssen lesbar gestaltet sein.
- GROSSBUCHSTABEN sind schwerer zu erfassen, als die übliche Schreibweise.

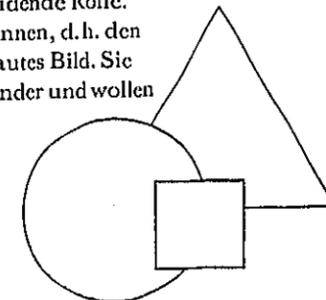
H  
o  
c  
h  
k  
a  
n  
t

ist besonders schwer zu lesen.

- Auch mit unterschiedlichen Schriften tragen wir nicht zur Lesefreundlichkeit des Textes bei. Zuviel Text auf einem Plakat und zu kleine Buchstaben ermüden den Leser. Sein Interesse beim Lesen läßt nach. Wichtige Informationen gehen somit verloren. Überfüllte Plakate bereiten dem Betrachter Mühe, da er die wesentlichen Informationen aus einem Überangebot von Informationen herausfiltern muß.

- Signalwirkungen

Embleme, Piktogramme, Symbole  
Immer wiederkehrende Symbole spielen bei der Weckung von Aufmerksamkeit und Neugier eine entscheidende Rolle. Sie vermitteln den LeserInnen, d. h. den AdressatInnen, ein vertrautes Bild. Sie erkennen sofort den Absender und wollen seine Botschaft lesen.



## Checkliste Öffentlichkeitsarbeit

Die folgende Checkliste ist einem Artikel über Öffentlichkeitsarbeit in sozialen Institutionen aus der Zeitschrift SOZIALMAGAZIN, März 1985 entnommen.

### Individuelles Selbstverständnis

- Was mache ich, was ist meine Arbeit?
- Was will ich erreichen, was ist mein Ziel?
- Wer sind meine Klienten?
- Warum sind sie meine Klienten, was sind die Ursachen?
- Wie kann man / ich diese verhindern?
- Was würden meine Klienten ohne mich machen?
- Ich ohne sie?

### Institutionelles Selbstverständnis

- Was machen wir, was ist unsere Arbeit?
- Was wollen wir erreichen, was ist unser Ziel?
- Wer bezahlt uns, von welchem Geld?
- Wer befiehlt uns, mit welchem Recht?
- Wer kann uns helfen?
- Wer kann uns schaden?
- Mit wem müssen wir zusammenarbeiten?
- Mit wem sollten wir zusammenarbeiten?
- Wer sind unsere Klienten?
- Warum sind sie unsere Klienten?
- Wie können wir diese verhindern?
- Was würden wir ohne unsere Klienten machen?
- Sie ohne uns?

### Interne Öffentlichkeit

- Wer macht was? (Arbeit, Zuständigkeit, Hierarchie...)
- Wer sitzt wo? (Medien, Wandtafel, Wegweiser, Grundriß, Übersichtsplan...)
- Wie läuft was? (Dienstweg, Zuständigkeit, Planungsphasen, Reihenfolge...)
- Wo kann ich mich informieren? (Medien: Zeitschriften, Zeitungen, Bücher, Protokolle, Akten, Anweisungen, Gesetze, Mitteilungen, Veranstaltungen, Orte: Bibliothek, Archiv, Schwarzes Brett, Wandzeitung, Litfaßsäule, Infowand, Dienstplan,

Tagebuch, Aufenthaltsraum, Cafeteria, Kantine, Gruppenraum, Schreibbüro, Fotokopierer, Büro...)

- Gibt es einen Ort, wo man sich – auch ungestört – treffen kann? (Büro, Aufenthaltsraum, Cafeteria...)
- Was darf ich wem und wem nicht sagen / fragen? (Dienst-, Sozialgeheimnis, Loyalität, Datenschutz, Politik, Zeugnisverweigerungsrecht, Kontrolle, Zensur)
- Gibt es eine Betriebs-, Abteilungs-, Projekt-, Stadtteil-, Vereins-, Gewerkschafts- oder „Bier“-zeitung?
- Sind Möglichkeiten zu kontrolliertem / unkontrolliertem Fotokopieren, Vervielfältigen, Drucken, Frankieren, Telefonieren vorhanden?

### Öffentlichkeitsarbeit in der Institution

- Fotoausstellungen mit Fotos, die Mitarbeiter, Klienten, Patienten, Mitglieder, Besucher, Gäste gemacht haben – in Fluren, Gängen, Aufenthaltsräumen, Wartezimmern, Foyers, Cafeterias...)
- Videofilm über die Arbeit der Institution
- Öffentliche Sitzungen
- Ausstellungen von lokalen und regionalen Künstlern, von Mitarbeitern, Klienten, Patienten, Kursteilnehmern
- Informationsveranstaltungen zu Themen, die die Bürger interessieren, z. B. zu Gesetzesvorhaben, Haushaltsplänen, pädagogischen und politischen Fragen
- Kulturveranstaltungen (Musik, Theater, Film, Literatur, Pantomime) mit dem Angebot einer offenen Bühne, auf der jeder etwas machen kann oder darf...)
- Teestube, Cafeteria, Imbiß, Bistro...)
- Elternnachmittage und -abende als Grill- und Spielfeste, mit Unterhaltungs-, Gesprächs- und Informationsangeboten, mit Schnitzeljagd, Versteckspiel, Theater-, Kabarett- und Musikdarbietungen
- Hof- und Straßenfeste, Tag der offenen Tür, Einweihungs-, Eröffnungs-, Um-

zugs- oder Schließungsfest mit Spielen, Essen, Trinken, Aktionen, Unterhaltung, Information und Kommunikation...)

### Öffentlichkeitsarbeit in den Medien

- Lokale Tageszeitungen (alle!)
- Anzeigenblätter
- Stadt- und Stadtzeitungen
- Stadtteilzeitungen
- Vereinsnachrichten
- Veranstaltungskalender
- Regionale und lokale Programmzeitschriften
- überregionale Zeitungen und Zeitschriften (nur bei wichtigen Ereignissen bzw. solchen mit überregionaler Bedeutung, Kontakt über das jeweilige Regionalbüro)
- Presseagenturen, zum Beispiel dpa – hierfür gilt das gleiche wie bei überregionalen Zeitungen
- Fachzeitschriften und -zeitschriften
- Zeitschriften der Gewerkschaft bzw. von Berufsverbänden
- Rundfunk / Fernsehen (welche Sendung, welche Redaktion, Landesstudio – auch hier gilt ähnliches wie für überregionale Zeitungen)
- Lokale und regionale Video- und Medien-gruppen, für kurze Berichte in alternativen Kinowochenschauen, für Video-Stadtmagazine in Kneipen, langfristig für Dokumentationen, Reportagen, ganze Filme
- Freie Radios (Kontakte über alternative Buchläden, Anzeigen in Stadtzeitungen)
- Kabel- und Stadtfernsehen, hier sind vor allem regionale bzw. lokale Sendungen und der „offene Kanal“ interessant, frühzeitig darum kümmern
- Ansprechpartner: welche Redaktion/en, welche/r Redakteur/in bzw. freie Mitarbeiter/in ist zuständig? (Name, Anschrift, Telefonnummer, dienstlich und privat) Was sind seine/ihre Interessen, welche Position vertritt er/sie, welche Partei?
- Pressemitteilung: kurz und sachlich, auf

das Wesentliche beschränkt, konkrete Informationen (max. eine DIN A 4-Seite), Vor- und Nachname des Ansprechpartners in der Institution, mit Telefonnummer und der Zeit, in der er zu erreichen ist; als Anhang ein vorformulierter Brief an die Institution, mit der weitere Informationen, Fotos, ein persönlicher Besuchs- oder Gesprächstermin vereinbart bzw. angefordert werden kann, wobei die jeweilige Möglichkeit nur angekreuzt werden muß, denn Redakteure haben keine Zeit; Fotos in der Regel schwarz-weiß, kontrastreich, auf der Rückseite Bildunterschrift, Name, Adresse und Kontonummer der Institution; persönliches Anschreiben an den zuständigen Redakteur, max. zehn Zeilen

- Pressekonferenz: persönliche Einladungen eine Woche vorher raus schicken mit kurzen Angaben, worum es geht, Ort (in der Institution), Zeit (später Vormittag) und Ansprechpartner in der Institution (Vor- und Nachname, Berufsbezeichnung, erreichbar von... bis... unter Telefonnummer); Dauer der Pressekonferenz 30 bis höchstens 60 Minuten; Kaffee, Wasser und Bier bereitstellen; an die Redakteure beim Eintreffen ein ein- bis zweiseitiges Informationspapier verteilen, das erspart ihnen lästiges Mitschreiben; kurz erzählen, worum es geht, dann fragen lassen; Möglichkeit für ein anschließendes persönliches Gespräch geben; Fotos bereithalten bzw. vorher überlegen, was man den Fotografen anbieten kann / will; intern vorher abklären, wer was sagt, bzw. wer Ansprechpartner für die Journalisten ist; auf jeden Fall konkrete Zahlen, Aussagen, Fälle, Beispiele, Geschichten bereithalten
- Anzeigen: kostenlose Kleinanzeigen in den entsprechenden Zeitungen nutzen, Kleinanzeigen in Tageszeitungen und Anzeigenblättern, Veranstaltungskalendern, über kostenlose Millimeter-Anzeigen mit der Anzeigen-Abteilung und der

Redaktion verhandeln

- Redaktionelle Mitarbeit anbieten, zum Beispiel durch regelmäßige Kolumne, Ratgeber, Serien, Kommentare usw.

### Öffentlichkeitsarbeit auf der Straße

- Straßenaktion: Infostand, Unterschriftensammlung, Umfrage, Straßen-theater, Lieder und Moritaten, Pantomime, Fotoausstellung, Spiele: mit Figuren, Attrappen, Puppen, Marionetten arbeiten, mit Verkleidungen und Masken, Hindernislauf, Zimmer auf der Straße aufbauen, Luftballon-Aktion, Mohrenkopf-Wurf-Maschine; Tagesschau im alten Fernsehen sprechen, Tänze, Umzüge, Demonstrationen (bei wenig Teilnehmern im Kreis), Malaktion, Passantenbeteiligung – alles sollte bunt bis grell, auffallend, laut, kurz, konkret und verständlich sein, muß bei Polizei und Ordnungsmann angemeldet werden und sollte da passieren, wo viele Menschen vorbeikommen, Platz und Zeit haben, stehen zu bleiben
- Plakatwände mieten, beschriften und bemalen (Adressen findet man in der Regel an den Plakatwänden), sind im Sommer billiger (etwa 70 Mark pro Woche), mit anderen Institutionen zusammen tun, Stadt / Träger um Geld dafür bitten, groß und plakativ schreiben
- Litfaßsäulen, viereckig, aus altem Holz bauen, tapezieren, Plakate in Augenhöhe anbringen, das ganze um Laternenmasten u.ä. bauen, damit sie nicht umgekippt oder weggetragen werden können
- Plakate: umhängen und damit durch die Straßen laufen, an Autos und Fahrrädern befestigen, wild an Bauzäune kleben
- Anzeigenflächen in öffentlichen Verkehrsmitteln mieten
- Flugblätter vor Kulturveranstaltungen, Kinos, Altentagesstätten, Krankenhäusern u.ä. einwerfen
- Persönliche Briefe in die Briefkästen der Nachbarschaft verteilen

## Finanzen

„Olne Moos nichts los“

Es ist eine Binsenweisheit, daß in der Jugendarbeit eine tolle Idee erst dann richtig gut ist, wenn sie nicht am Geld scheitert. Das Dilemma des Jugendwerks und der Arbeiterwohlfahrt ist dabei, daß gerade die, für die sich der Verband am intensivsten einsetzen möchte, am wenigsten Geld haben, um sich an der Finanzierung zum Beispiel von Fahrten zu beteiligen. – Es gilt Wege zu finden, wie sich der Verband aus der „Diktatur des Monetariats“ lösen kann. Eine Zweiklassen-Jugendarbeit mit dem Mittelmeer-Segeltörn für die Betuchten und dem Zeltlager am Stadtrand für die Armen ist für die Arbeiterwohlfahrt sicher nicht akzeptabel.

Es ist nie zu spät für Solidarität

Beim Geld hört die Freundschaft in der AW und dem Jugendwerk noch lange nicht auf. Solidarität zeigt sich auch in der Bereitschaft, anderen finanziell zu helfen, um auch ihnen die Sprachferien in Großbritannien oder das Lapplandabenteuer zu ermöglichen, wenn sie es sich sonst nicht leisten könnten. In der Praxis ist es nicht immer leicht, die knappen Verbandsfinanzen der Jugendarbeit zugänglich zu machen. Der größte Teil der Gelder des Verbandes sind ja zweckgebundene Zuschüsse, die nicht beliebig eingesetzt werden können. Trotzdem ist es häufig auch eine Frage der verbandspolitischen Priorität, ob Geld für die Finanzierung von Freiplätzen bei Ferienfahrten oder für andere Dinge zur Verfügung gestellt wird. An der Bereitschaft, die Eigenmittel einzusetzen, zeigt sich auch die Bedeutung, die die Jugendarbeit innerhalb der AW hat. Solidarität können aber auch die TeilnehmerInnen einer Fahrt beweisen, wenn sie sich bereit erklären, einen Teil der Kosten für Freiplätze und Ermäßigungen mit zu übernehmen. Dies wird besonders immer dort möglich sein, wo eine Gruppe, die sich seit einiger Zeit kennt und deren Mitglieder

sich mögen, ein gemeinsames Ferienabenteuer plant. Die Gruppenmitglieder wissen, daß der Spaß während der Fahrt nur dann komplett ist, wenn auch die Gruppe komplett dabei ist. Ein wichtiges Argument für eine kontinuierliche Jugendarbeit, bei der freundschaftliche, tragfähige Beziehungen der Jugendlichen untereinander entstehen, ist die gute Möglichkeit, ganz praktisch zu erfahren, wie Solidarität im Alltag aussieht und welche Vorteile sie bringt.

Aber zurück zu der Gruppe und ihrer Fahrt: es gibt mehrere Möglichkeiten, um zu erreichen, daß auch der Finanzschwächste teilnehmen kann:

- z. B. wird die Fahrt insgesamt nur so aufwendig konzipiert, daß der für den Einzelnen zu zahlende Teilnehmerbeitrag auch wirklich von jedem Gruppenmitglied aufgebracht werden kann. Dabei wird sich häufig herausstellen, daß gute Ideen nicht immer teuer sein müssen.
- z. B. können nach dem Umlageprinzip die finanzstarken TeilnehmerInnen einen Teil der Kosten für die finanzschwachen übernehmen; d. h. es wird berücksichtigt, daß durch Freiplätze oder Ermäßigungen die von den TeilnehmerInnen zu finanzierenden Beträge nicht durch alle in gleicher Höhe aufgebracht werden müssen (Preisstaffelung).
- z. B. entwickelt die Gruppe Eigeninitiativen zur Geldbeschaffung, um die Teilnehmeranteile für alle oder für einzelne zu senken. - Das funktioniert dann besonders gut, wenn die Gruppe genügend Zeit hat, solche Geldaktionen zu planen und durchzuführen. Wenn eine gute „Geldidee“ vorhanden ist, kann das pädagogisch und finanziell sehr effektiv sein.

#### *Gulding braucht Weile*

Es kann sich bitter rächen, wenn für die Planung von Fahrten zu wenig Zeit veranschlagt wurde. Schludrige Vorbereitung, ungenaue Kalkulationen und wenig durch-

dachte Umsetzung können auch finanziell böse Folgen haben. Als Faustregel gilt:  
- die Vorbereitung der nächsten Sommerfahrt beginnt nach den Sommerferien des Vorjahres.

Als hilfreich hat sich eine Art „Drehbuch“ erwiesen, in das alle vorzubereitenden Dinge, die dafür verantwortlichen Personen, die entstehenden Kosten und der Zeitpunkt der Erledigung eingetragen werden.

## Kalkulieren geht über Probieren

Eine genaue und vollständige Kosten- und Finanzierungsaufstellung ist eine wesentliche Voraussetzung um sich vor finanziellen Überraschungen zu schützen. Damit auch wirklich alle Kosten erfasst werden können, sind konkrete Vorstellungen nötig von dem, was gemacht werden soll. Also: *Erst das Konzept, dann die Kosten!* Wenn es geht, sollte auf Kostenschätzungen verzichtet werden. Es lohnt sich die Mühe, Kosten genau zu ermitteln. Dies geht z. B. per Telefon, durch den Gang mit Block und Bleistift durch den Supermarkt, durch das Raussuchen der Rechnungen vom letzten Jahr, durch das Einholen schriftlicher Angebote usw. Vielfach lohnt sich ein Kostenvergleich bei mehreren Anbietern. Bei Busunternehmen, Vermietern oder Ausrüstern empfiehlt es sich, Angebote und Verträge schriftlich festzuhalten. Bei der Anschaffung von teureren Ausrüstungsgegenständen (z. B. Zelte, Schlafsäcke) ist es wichtig, die Anforderungen an die Gegenstände genau zu beschreiben und sich eine Marktübersicht zu verschaffen, um dann das geeignete Produkt zum möglichst günstigen Preis zu kaufen. Es ist vergeudetes Geld, für eine Radtour an der Mosel himalayaerprobte Superdaunenschlafsäcke einzukaufen, oder für das Wildniscamp die billigsten Zelte aus dem Kaufhaussonderangebot anzuschaffen.

Die weiter hinten abgedruckte Kopiervorlage „Finanzen“ kann helfen, die Kosten zu ermitteln und sich einen Überblick über die Finanzen zu verschaffen.

## Die Kosten

Bevor wir uns den Kosten im einzelnen zuwenden noch ein Hinweis: es kommt in der Praxis ab und zu vor, daß bei der Kalkulation von Fahrt-, Verpflegungs- oder Unterkunftskosten lediglich die TeilnehmerInnen berücksichtigt und die MitarbeiterInnen schlicht vergessen werden. Die durch die MitarbeiterInnen verursachten Kosten müssen natürlich auch in die Kalkulation einfließen.

### *Verpflegung*

Die Kosten für die Verpflegung hängen von der Qualität, von der Menge des Essens und vom zweckmäßigen und preisgünstigen Einkauf ab.

Bei Fahrten innerhalb der Bundesrepublik kann für 8,-DM je TeilnehmerIn / MitarbeiterIn in Selbstverpflegung schon ein ganz passables Essen zusammengestellt werden. Selbstverpflegung in internationalen Gruppen bietet die Chance, über gemeinsame organisatorische Pflichten (Spülen, Aufräumen, Einkaufen, Kochen) miteinander ohne zu großen sprachlichen Aufwand in Kontakt zu treten und unterschiedliche Gewohnheiten kennenzulernen.

Schon beim Einkauf ist es notwendig, auf den Schutz der Umwelt zu achten (z. B. keine Plastikflaschen kaufen). Das gleiche gilt für die Aufräumarbeiten nach dem Kriterium umweltfreundlicher Entsorgung - keine Konservendosen usw. liegen lassen.

### *Unterkunft*

Hier gibt es je nach Anspruch und Möglichkeit die größten Preisunterschiede. Zeltplätze / Campingplätze kosten im Durchschnitt ca. 8,- DM je Teilnehmer und Tag. Noch günstiger sind häufig ausgesprochene Jugendzelt Einrichtungen, wie sie z. B. von Kommunen oder freien Trägern betrieben werden. Verzeichnisse solcher Einrichtungen gibt es häufig bei Landesjugendämtern oder Landesjugendringen.

In Jugendherbergen kosten Übernäch-

tungen für Jugendliche zwischen 6,50 und 9,50 DM, für Erwachsene zwischen 8,50 und 12,50 DM (ohne Verpflegung). In vielen Selbstversorgungshäusern oder sog. alternativen Bildungsstätten liegt der Übernachtungspreis höher, teilweise bis 20,- DM, so daß ein Teil der Kostenvorteile für Selbstverpflegung dadurch aufgezehrt wird.

### *An- und Abreise*

Die eigenen Sohlen sind als Transportmittel konkurrenzlos billig, ähnlich ist es mit dem Fahrrad. Da es aber nicht immer möglich (oder besonders reizvoll) ist, direkt von der Haustür loszutreten oder loszufahren, muß genau abgewogen werden, auf welches andere Transportmittel zurückgegriffen wird.

In der Konkurrenz zwischen Bus und Bahn ist der Bus häufig der Sieger. Für ihn sprechen der Reisekomfort, die individuell planbaren Abfahrtszeiten, der direkte Weg von der eigenen Haustür zum Ziel und nicht zuletzt, die teilweise günstigen Kosten. Bei Fahrten insbesondere ins Ausland empfiehlt es sich, Busse einzusetzen, die genügend Platz bieten, um die oftmals lange Anreise nicht zur Tortur werden zu lassen. Bei internationalen Begegnungen kann die gemeinsame Anreise mit der ausländischen Partnergruppe neben dem Vorteil der gleichzeitigen Ankunft auch Kostenersparnisse bedeuten. Bei der Anreise mit dem Bus lohnt es sich auf jeden Fall, Preisumfragen zu machen. Die einzelnen Busunternehmen kalkulieren sehr unterschiedlich. Teilweise werden auch Saisonpreise gemacht. Es ist deshalb sinnvoll, auch mal einen Busunternehmer am Zielort anzurufen, wo vielleicht noch keine Schulferien sind. Letztendlich ist es egal, ob der Bus leer zum Ausgangsort der Reise fährt oder leer vom Zielort zurückkommt. Mit dem Busunternehmen am Zielort können dann vielleicht sogar auch noch gute Bedingungen für Ausflüge und Tagesfahrten ausgehandelt werden, wenn er auch

die An- und Abreise übernehmen kann.

Wer bereit ist, auf Luxuskomfort zu verzichten, sollte auch nicht versäumen, sich mit einem „alternativen Busunternehmen“ aus der Umgebung in Verbindung zu setzen. Die günstigen Preise und Busfahrer, die sich auch oft verständnisvoll auf jugendliche Reisegäste einstellen können, sind nicht zu verachten.

In den letzten Jahren hat die Bahn als Transportmittel wieder an Attraktivität gewonnen. Es gibt zahlreiche Sonderangebote, die es sowohl bei uns als auch im Ausland zu erforschen gilt. Der Komfort z. B. der Großraumwagen ist beträchtlich. Der Service an den Schaltern lässt dafür nach wie vor oft zu wünschen übrig. Teilweise kennen die Beamten ihre eigenen Sondertarife nicht. In einigen Bahnhöfen gibt es spezielle KundenberaterInnen für Gruppenreisen. Dort wird in der Regel ordentlich beraten. Es lohnt sich, danach zu fragen, in welchem Bahnhof die nächsten KundenberaterInnen für Gruppenreisen sitzen und den Kontakt aufzunehmen.

Ausflüge und Fahrten vor Ort lassen sich häufig auch sehr preisgünstig mit öffentlichen Verkehrsmitteln durchführen. Mögen sie manchmal auch umständlicher sein, so bieten sie jedoch gerade bei Begegnungen und Fahrten im Ausland eine interessante Möglichkeit des Einblickes in das Alltagsleben vor Ort und vielleicht auch des Kontaktes zur Bevölkerung.

Wenig Alternativen gibt es, wenn man auf eine Fähre angewiesen ist. Die meisten Reedereien bieten aber spezielle Gruppentarife an. Manchmal kann auch Geld gespart werden, wenn es mehrere Fähren zum Zielort oder einen alternativen Landweg gibt. Bei Fahrten nach Skandinavien lohnt es sich, die Angebote der verschiedenen Fährlinien genau zu vergleichen. Nach Norwegen z. B. kann man mit der Fähre direkt von Kiel nach Oslo kommen. Es gibt aber auch die Möglichkeit, eine der zahlreichen Fähren

aus Dänemark oder gar die kurze Überfahrt auf der Vogelfluglinie und den Landweg durch Schweden zu nutzen. Die wichtigsten Fährverbindungen sind auf den Autokarten eingetragen. Die Reedereien können im Reisebüro erfragt werden.

#### *Kosten für Begleit-PKW*

Vielfach kann auf einen PKW für Einkaufs- und Versorgungsfahrten während der Freizeit nicht verzichtet werden. Hier muß vorher genau geklärt werden, welche Kosten entstehen. Sind es nur Benzinkosten oder Kosten nach dem Bundes- bzw. Landesreisekostengesetz (0,31 DM bzw. 0,42 DM)? Muß eine zusätzliche Vollkasko- und Inassenversicherung abgeschlossen werden? Wieviel Kilometer werden voraussichtlich gefahren?

#### *Materialbeschaffung / Pädagogischer Sachbedarf / Leihgebühren*

Bevor eigene und teure Anschaffungen gemacht werden, ist es sinnvoll, sich bei anderen Gruppen (auch außerhalb des Verbandes) zu erkundigen, ob sie bestimmte Dinge haben und eventuell auch verleihen würden (z. B. Zelte, Kanus, Küchenausstattung, Diskoanlage). Dies gilt umso mehr dann, wenn abzusehen ist, daß bestimmte Dinge nur einmal benötigt werden (wer sich erstmal Zelte angeschafft hat, ist dann sicher auch in der Zwangslage, diese auszunutzen und in den nächsten Jahren Zeltfreizeiten durchführen zu müssen). Manchmal haben Jugendringe oder Jugendämter auch einen Materialfundus, den sie Gruppen zur Verfügung stellen.

Oft ist es günstiger, z. B. Kanus am Zielort, zu leihen, um die nicht unerheblichen Transportkosten zu sparen.

Jede Aufwandsentschädigung für MitarbeiterInnen, die mehr ist als die Erstattung von Auslagen und die über den Sätzen nach dem Bundesreisekostengesetz liegt, ist von den MitarbeiterInnen zu versteuern (Lohn-

steuer bis zu 2400,- DM steuerfreie Übungsleiterpauschale bei nebenberuflicher Tätigkeit). Darauf sind die MitarbeiterInnen hinzuweisen.

Es bleibt die Frage, ob Mitarbeiterentschädigungen über die tatsächlich entstandenen Kosten hinaus gezahlt werden sollen oder nicht. Wer gilt überhaupt als MitarbeiterIn; wen der/die GeschäftsführerIn dazu erklärt, oder wo sich tatsächlich für das Gelingen der Fahrt verantwortlich fühlt und mit anpackt?

#### *Versicherung*

Es gibt spezielle Haftpflicht- und Unfallversicherungen für Fahrten und Begegnungen. Die Versicherungsprämie beträgt ca. 7,- DM je TeilnehmerIn für eine 3wöchige Reise. Es ist sinnvoll, die Angebote unterschiedlicher Unternehmen nicht nur hinsichtlich der Kosten zu vergleichen. Die versicherten Risiken müssen mit den während der Reise tatsächlich auftretenden Risiken möglichst weitgehend übereinstimmen. Der Bundesverband, das Bundesjugendwerk oder die Bezirksverbände können bei Versicherungsfragen beraten.

In Schleswig-Holstein und Niedersachsen z. B. haben Landesjugendringe spezielle Versicherungsangebote zusammengestellt. Die Versicherungsleistungen sind gut auf die Erfordernisse der Jugendarbeit abgestimmt und preisgünstig. Die Landesjugendringe senden auf Anfrage eine Infomappe zu.

#### *Unvorhersehbares*

Auch bei aller Mühe und bei aller Sorgfalt gehört es zum Alltag, daß während einer Fahrt unvorhersehbare Kosten auftreten. Auch zur Begleichung solcher Beträge muß letztendlich Geld da sein. Der Betrag, der dafür vorgesehen wird, ist abhängig von den Gesamtkosten der Fahrt. Vorschlag: je 20 Teilnehmer wird die Höhe eines Teilnehmerbeitrages als „Katastrophenfonds“ reseruiert.

#### *Verwaltungskosten*

Dieser Kostenbereich ist bei der Kalkulation von Fahrten ein heikles Kapitel. GeschäftsführerInnen neigen dazu, möglichst viele Verwaltungskosten unterzubringen. MitarbeiterInnen möchten Verwaltungskosten im Interesse der möglichst geringen TeilnehmerInnenanteile am liebsten ganz weglassen. In eine seriöse Kalkulation gehören die tatsächlich entstandenen Verwaltungskosten mit hinein. Das sind z. B. die anteiligen Kosten für Porto, Telefon, Verbrauchsmaterial (Papier, Büromaterial), Vervielfältigung, Büromiete usw. Aber auch die Kosten für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit sind hier aufzuführen. Anteilige Kosten für die Gehälter gehören nur dann in eine Fahrtkalkulation, wenn die Personalkosten nicht bereits durch andere Finanzierungen / Zuschüsse gedeckt sind.

## **Die Finanzierung**

#### *Zuschuß*

Für Fahrten und Begegnungen im Rahmen der Jugendarbeit gibt es eine Vielzahl von Zuschüssen, die allerdings von Gemeinde zu Gemeinde, von Kreis zu Kreis, von Land zu Land unterschiedlich ausfallen. Die Jugendförderung in der Bundesrepublik ist ein riesiger Flickenteppich, in dem es zahlreiche regionale Löcher gibt. Jeder muß sich also selbst auf die Pirsch nach Geldquellen machen. Nachfragen und Nachbohren lohnt sich z. B. bei:

- Stadt- / Kreisjugendringen
- Landesjugendringen
- Stadt- / Kreisjugendämtern (Abteilung Jugendpflege / Jugendförderung)
- Landesjugendamt
- Krankenkassen
- dem Bundesjugendwerk / der AW

Geld gibt es in der Regel für Fahrten im In- und Ausland, für internationale Begegnungen, teilweise für Seminare und Fortbildung. Besonders gut gefördert werden Reisen in die DDR, nach Berlin und (über das Deutsch-Französische Jugendwerk) Begegnungen mit jungen Menschen aus Frankreich. (Siehe auch: Zuschüsse für internationale Jugendbegegnung.)

Viele Jugendämter zahlen besondere Zuschüsse für Kinder und Jugendliche aus Familien mit finanziellen oder sozialen Problemen, für Reisen in die jeweiligen ausländischen Partnerstädte oder für besondere Modellprojekte.

Ein Schlüssel zum erfolgreichen Ausschöpfen der zahlreichen Geldquellen ist das mühsame Durchhackern der vielen Richtlinien, die zudem teilweise noch in haarsträubendem Amtschinesisch abgefaßt sind. Aber auch, wenn es über bestimmte Dinge keine besonderen Richtlinien gibt, kann z. B. bei Jugendämtern ein Antrag auf Förderung gestellt werden. In diesen Anträgen muß dann schlüssig begründet werden, warum eine Förderung notwendig ist. Bei Anträgen

an Jugendämter ist es sinnvoll, darauf zu bestehen, daß der Antrag vom Jugendwohlfahrtsausschuß behandelt wird. Der Jugendwohlfahrtsausschuß kann im Rahmen des Haushalts auch außerhalb von Richtlinien Zuschüsse gewähren. Im Jugendwohlfahrtsausschuß sitzen neben VerwaltungsmitarbeiterInnen und PolitikerInnen auch VertreterInnen der Wohlfahrtsverbände und der Jugendverbände.

#### *Spenden / Sammlungen*

Manchmal klappt es ja noch: Eine Gruppe schreibt einer Firma und bittet um eine Spende zur Durchführung einer Jugendfahrt. Die Firma findet die Arbeit der Gruppe gut und überweist 100,00 DM auf das Gruppenkonto. – Aber übertriebene Hoffnungen sollte sich dabei niemand machen. Man sollte lieber versuchen, sich auf eigene Füße zu stellen. Leichter ist es schon, von Firmen Sachspenden (z. B. Lebensmittel, Bastelmaterial) oder einen Kleinbus für die An- und Abreise geliehen zu bekommen.

Bei Sammlungen gibt es Haussammlungen und Straßensammlungen. Bei der Haussammlung klappert man jedes Haus, jede Wohnung ab. Bei der Straßensammlung stellt man sich mit der berühmten Büchse in die Fußgängerzone oder auf den Platz vor dem Einkaufszentrum.

#### *Sonstige Geldbeschaffung*

Hier sind der Phantasie keine Grenzen gesetzt. Die häufigste Form der Geldbeschaffung ist die Beteiligung mit selbst gemachten Produkten an Bazar, Stadt-, Volks- und ähnlichen Festen, vom selbst komponierten Milchshake, Obstsalat bis zum Holzspielzeug läßt sich so ziemlich alles anbieten. Durch unterhaltsame Straßentheater-, Musik- oder Gaukleraufführungen gewinnen Passanten einen Eindruck von der Lebendigkeit der Gruppe. Allerdings: Die Konkurrenz wird härter. Witzige Ideen und das Erkennen von „Marktlücken“ sind gefragt.

So hatte z. B. eine Jugendwerksgruppe unglaublichen Erfolg beim Verkauf von kleinen Plastikbeuteln mit Sägemehl. Die Tütchen gingen für 1,00 DM / Stück reißend weg. Sie hatten ein liebevoll gestaltetes Etikett erstellt, auf dem stand: „Futter für Ihren kleinen Holzwurm“. Aus irgendeinem Grund fand dagegen ein Millionen-Teile-Brötchen-Puzzle (eine Tüte Semmelmehl) nur wenig Liebhaber.

Ein sicherer Tip sind auch „Freßstände“, besonders wenn es sich um ausgefallene Sachen handelt. Warum nicht mal eine Spezialität vom Zielort oder dem Zielland der geplanten Reise anbieten?

Das Geheimnis des Verkaufens ist dabei, daß sowohl die Ware als auch die Präsentation besonders liebevoll zu gestalten sind. Die tollste spanische Paella wird keinen Abnehmer finden, wenn sie auf einem klapprigen, bekleckerten Tapediertisch angeboten wird, über dem ein ausgefranstes Pappschild mit unleserlicher Filzstiftschrift auf den guten Zweck hinweist.

#### *Sparmaßnahmen*

Es gibt noch viele weitere Möglichkeiten, die Kosten möglichst niedrig zu halten. Einige sind hier aufgezählt:

- Transportmittel selber machen: z. B. eigenen Kleinbus kaufen, zurecht machen, über den TÜV bringen, losfahren, anschließend wieder verkaufen; Das geht auch mit Fahrrädern, die man bei der Versteigerung des Fundbüros billig bekommt.
- Leerfahrten vermeiden; wenn Fahrttermine und Ziele mit anderen Gruppen abgestimmt werden, können Leerfahrten beim Bustransfer vermieden werden. Die Fahrtkosten verteilen sich dann auf mehr Personen und werden dadurch für den Einzelnen geringer ausfallen.
- Selber kochen!
- Vergünstigungen ausnutzen; z. B. erhält man bei Vorlage eines Jugendgruppenlei-

## Abrechnung/ Verwendungsnachweis

terausweises manchmal Ermäßigungen bei Eintrittsgeldern und Fahrkarten.

- Materialbörsen; „Ich bekomme Eure Zelte; Ihr bekommt anschließend unseren Kleinbus“.
- Vor Beginn der Fahrt mit der AW oder dem Jugendwerk am Zielort Verbindung aufnehmen, um Informationen über Freizeitmöglichkeiten, billige Einkaufsquellen usw. zu erhalten.

### Teilnehmerbeiträge

Was jetzt noch als Finanzierungslücke bleibt, muß von den TeilnehmerInnen aufgebracht werden. Dabei ist zu berücksichtigen, daß nicht alle TeilnehmerInnen den gleichen Betrag zahlen, sondern daß Ermäßigungen und Freiplätze gewährt werden. Bei kostspieligen Unternehmen hat sich die „Ratenzahlung“ bewährt; d. h. die ReisetilnehmerInnen beginnen schon lange vor der Reise mit Einzahlungen auf das Gruppenkonto. Zehnmal 100,- DM sind für viele leichter zu verkraften als einmal 1000,- DM. Wenn das Ganze wie eine Art Sparklub organisiert wird, macht es außerdem viel Spaß, die Reisekasse langsam aber beständig wachsen zu sehen.

Eine Ferienfahrt hat viel mit einem Western gemeinsam: *am Schluß wird abgerechnet!* Zuschußgeber und der eigene Kassenwart verlangen einen lückenlosen Nachweis aller Einnahmen und Ausgaben. Verwendungsnachweise sind keine Privatangelegenheit einzelner MitarbeiterInnen. Verantwortlich ist vielmehr die Organisation bzw. der Träger, der den Zuschuß erhalten hat. Aus diesem Grund verlangen Zuschußgeber in der Regel, daß eine vom Verband dafür autorisierte Person (z. B. GeschäftsführerIn, SachbearbeiterIn oder Vorsitzende/r) im Namen des Verbandes den Verwendungsnachweis als „sachlich richtig“ unterschreibt. Mit ein wenig Systematik läßt sich dieser ungeliebte Bürokratismus schnell und mit wenig Aufwand erledigen.

### Das Kleingedruckte lesen

Einem vernünftigen Bewilligungsbescheid für einen Zuschuß ist auch zu entnehmen, welche Anforderungen der Zuschußgeber an den Nachweis über die Verwendung des Geldes stellt. Häufig sind solchen Bescheiden ausführliche Bewilligungsbedingungen und besondere Formulare beigelegt. Das Studium solcher Bescheide und das vollständige Ausfüllen der Formulare erspart Mißverständnisse, Rückfragen, langwierigen Schriftverkehr und manchmal einen Nervenzusammenbruch.

### Termine einhalten

Fast immer verlangen die Zuschußgeber den Verwendungsnachweis bis zu einem bestimmten Termin (z. B. 4 Wochen nach Beendigung der Fahrt). Werden solche Termine nicht eingehalten, kann es dazu führen, daß der Zuschuß nicht ausgezahlt bzw. zurückgefordert wird. Wenn aus besonderen Gründen ein Termin nicht einzuhalten ist, ist es sinnvoll, *vor Ablauf der Frist* den Grund für die Verzögerung zu erklären und einen neuen verbindlichen Termin anzubieten.

### Teilnehmerlisten

Teilnehmerlisten als Teil eines Verwendungsnachweises sind obligatorisch. Wenn Formulare vorgegeben sind, müssen diese benutzt werden. Gibt es keine entsprechenden Formulare, werden die Listen auf DIN A 4 selbst angefertigt. Sie müssen in der Regel folgende Angaben enthalten:

Name, Anschrift, Geburtsdatum und Unterschrift aller Beteiligten, Termin und Ort der Veranstaltung.

### Tip:

Liste mit zum Abfahrtstermin nehmen, sorgfältig ausfüllen lassen und dann jemandem geben, der sie im Verbandsbüro deponiert (notfalls mit der Post schicken). Dort liegt die Liste sicher und trocken, bis sie gebraucht wird und kann nicht versehentlich zum Lagerfeuer anzünden benutzt werden oder zwischen die Marmeladenbrote geraten.

### Ausgabenquittungen

Jede Mark, die im Zusammenhang mit der Fahrt ausgegeben wird, muß durch eine Quittung belegt sein. Aus den Belegen muß in der Regel der Grund der Zahlung (z. B. Art und Menge der Ware, Art und Umfang der Leistung), der Tag der Zahlung und der Empfänger des Geldes hervorgehen. Einfache Kassenbons reichen deshalb häufig nicht aus. Wenn es irgend geht, sollten entsprechend ausführliche Quittungen verlangt werden. Die meisten Geschäfte haben Verständnis für diesen Mehraufwand.

Wenn sich unzureichende Bons einmal nicht vermeiden lassen, müssen sie erläutert werden. Die Erläuterungen müssen von dem/r jeweiligen MitarbeiterIn als „sachlich richtig“ unterschrieben werden.

Quittungen über Fahrtkosten (z. B. von Busunternehmen oder der Bahn) und über Unterkunfts- und Verpflegungskosten müssen detaillierte Angaben enthalten (z. B. der Tag der Reise, Reisedistanz in Kilometer,

Zahl der Passagiere oder Zahl der Übernachtungen bzw. der einzelnen Mahlzeiten).

Wenn Rechnungen durch Überweisungen beglichen werden, gehören die Rechnungen sowie ein Zahlungsnachweis (z. B. von der Bank abgestempeltes Überweisungsformular) in den Verwendungsnachweis.

Alle Ausgaben müssen in einem erkennbaren Zusammenhang mit der Fahrt stehen. Ist dieser Zusammenhang aus der Art der Ware oder der Leistung nicht so ohne Weiteres zu erkennen (z. B. Schnuller und Pampers bei einer Fahrt mit Jugendlichen), ist er im Verwendungsnachweis zu erklären.

Während der Fahrt haben sich Tagesabrechnungen bewährt: Jeden Abend werden alle Quittungen auf DIN A 4 Blätter geklebt, entsprechend beschriftet und dann in einer Mappe gesammelt. Dadurch wird vermieden, daß die MitarbeiterInnen nach der Fahrt ratlos vor einem Schuhkarton voll Quittungen sitzen und versuchen, alle Ausgaben mühsam zu rekonstruieren. Außerdem behalten die MitarbeiterInnen durch Tagesabrechnungen immer den Überblick über den Stand der Ausgaben und das noch zur Verfügung stehende Geld.

### Einnahmequittungen

Auch die Einnahmen sind zu belegen. Solche Belege werden zwar nicht von allen Zuschußgebern verlangt, sind aber für die verbandsinterne Abrechnung und Revision wichtig. Als Einnahmebelege gelten z. B. Überweisungsformulare bzw. Kontoauszüge, die den Eingang von Teilnehmeranteilen auf dem Verbandskonto belegen in Verbindung mit entsprechenden Rechnungsdurchschriften oder Durchschriften von Zahlungsaufforderungen. Zahlen TeilnehmerInnen bar, ist es wichtig, daß sie Tag und Höhe der Zahlung durch ihre Unterschrift auf einem Geldannahmebeleg bestätigen.

### Sachbericht

Wird als Teil des Verwendungsnachweises ein Sachbericht gefordert, so ist dies kein Grund zur Panik. Von den Zuschußgebern wird keine Diplomarbeit gefordert. Es geht vielmehr um eine knappe Beschreibung des Ablaufs der Fahrt sowie um eine Darstellung, in welchem Umfang das Konzept verwirklicht oder die angestrebten Ziele und Inhalte der Fahrt erreicht werden konnten. Außerdem kann ein erforderlicher Sachbericht eine hilfreiche Erinnerung daran sein, daß eine inhaltliche Auswertung eigentlich zum festen Bestandteil einer Fahrt gehört.

### Kopien anfertigen

Wenn alle Teile des Verwendungsnachweises beisammen sind, wird kopiert. Manchmal wollen mehrere Zuschußgeber die Quittungen sehen. Dann muß vereinbart werden, ob Kopien ausreichen, wenn sie mit dem Hinweis versehen sind, daß die Originalquittungen vom Zuschußgeber XY geprüft wurden. Generell sollte möglichst versucht werden zu vereinbaren, daß Kopien statt der Originalquittungen ausreichen und die Originalquittungen beim Verband bleiben. Oder es sollte darauf bestanden werden, daß die Originalquittungen nach der Prüfung wieder zurückgeschickt werden und zu den verbandsinternen Unterlagen gelegt werden können.

Auf jeden Fall gehört eine vollständige Kopie des Verwendungsnachweises mit einem Vermerk über das Datum der Absendung zu den eigenen Unterlagen, um im Zweifelsfall den gesamten Vorgang rekonstruieren zu können.

### Belege aufbewahren

Alle Belege über Einnahmen und Ausgaben im Zusammenhang mit einer Fahrt, egal ob sie Bestandteil eines Verwendungsnachweises sein mußten oder nicht, sind über längere Zeit aufzubewahren. Zuschußgeber

verlangen häufig eine Aufbewahrungszeit von 3–7 Jahren. Dies ist zu überprüfen. Es ist deshalb sinnvoll, auch die Aufbewahrung mit System zu betreiben (wenn dies nicht durch eine Geschäftsstelle sowieso gewährleistet ist).

## Kalkulationshilfe

Kalkulation für die Fahrt nach: \_\_\_\_\_

Termin: vom \_\_\_\_\_ bis \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_ Tage

Zahl der TeilnehmerInnen \_\_\_\_\_

Zahl der MitarbeiterInnen \_\_\_\_\_

Personen insgesamt: \_\_\_\_\_

### Kosten

Verpflegung \_\_\_\_\_ Pers. × \_\_\_\_\_ Tg. × \_\_\_\_\_ DM = \_\_\_\_\_ DM

Unterkunft \_\_\_\_\_ Pers. × \_\_\_\_\_ Tg. × \_\_\_\_\_ DM = \_\_\_\_\_ DM

An- und Abreise \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_ DM

Kosten für Begleit-PKW \_\_\_\_\_ km × \_\_\_\_\_ DM = \_\_\_\_\_ DM

Materialbeschaffung, -ergänzung  
(anteilige Kosten z. B. für Zelte, Küchenausstattung, i. Hilfe, Kanus) \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_ DM

pädagogischer Sachbedarf  
(Verbrauchsmaterial z. B. für Spiele, Projekte, Workshops) \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_ DM

Leihgebühren  
(z. B. Kanus, Fahrräder, Bus für Tagesfahrt) \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_ DM

MitarbeiterInnenentschädigung: \_\_\_\_\_ Mitarb. × \_\_\_\_\_ DM = \_\_\_\_\_ DM

Versicherungen  
(z. B. Unfall, Haftpflicht, evtl. Kasko für Begleit-PKW) \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_ DM

Verwaltungskosten  
(z. B. Telefon, Porto, Kopien, anteilige Gehaltskosten, Öffentlichkeitsarbeit) \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_ DM

\_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_ DM

\_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_ DM

Gesamtkosten \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_ DM

Kosten je TeilnehmerIn (Gesamtkosten : Teiln.) \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_ DM

Kosten je Tag und TeilnehmerIn (Kosten je Teiln. : Tage) \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_ DM

### Einnahmen

Zuschuß Gemeinde \_\_\_\_\_ Pers. × \_\_\_\_\_ Tg. × \_\_\_\_\_ DM = \_\_\_\_\_ DM

Zuschuß Kreis (Jugendamt) \_\_\_\_\_ Pers. × \_\_\_\_\_ Tg. × \_\_\_\_\_ DM = \_\_\_\_\_ DM

Zuschuß Land/Bezirk \_\_\_\_\_ Pers. × \_\_\_\_\_ Tg. × \_\_\_\_\_ DM = \_\_\_\_\_ DM

Zuschuß DFJW/Bundesjugendplan \_\_\_\_\_ Pers. × \_\_\_\_\_ Tg. × \_\_\_\_\_ DM = \_\_\_\_\_ DM

Zuschuß \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_ DM

Zuschuß \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_ DM

Teilnehmeranteile \_\_\_\_\_ Pers. × \_\_\_\_\_ DM = \_\_\_\_\_ DM

Spenden \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_ DM

Eigenleistung Verband \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_ DM

Einnahmen insgesamt \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_ DM

Checkliste

Diese Checkliste soll eine Hilfestellung für die Planung und Organisation von Freizeiten und Begegnungen sein. Wichtig ist, rechtzeitig die Mitwirkenden an der Vorbereitung zu beteiligen. Ist die Freizeit oder internationale Begegnung mit einer bestehenden Jugendgruppe oder Kindern und Jugendlichen aus einer Einrichtung usw. geplant, so sollten auch sie direkt zu Beginn der Planung einbezogen werden.

## Vorbereitungsphase

Für welche Art der Freizeit/Begegnung entscheiden wir uns?

### Ziel der Freizeit / Inhalt

Gibt es ein gemeinsames Thema wie Umwelt oder Interesse an einer Aktivität wie Kanufahren, steht die Förderung des Gemeinschaftserlebnisses als Höhepunkt der Gruppenarbeit im Vordergrund oder ...?

### Auswahl des Ortes / Landes

Soll die internationale Zusammenarbeit gefördert werden? Geht es um das Kennenlernen des Herkunftslandes ausländischer MitbürgerInnen oder ist eine Entspannung in der Sonne, am Meer gewünscht oder ...? Charakter der Freizeit?

- Freizeit im Inland
- bilaterale Begegnung in Deutschland
- multilaterale Begegnung im Ausland
- Freizeit im Ausland
- o. ä.

Die o.g. Punkte sollten möglichst mit den Beteiligten (Kindern, Jugendlichen und MitarbeiterInnen) gemeinsam geklärt werden.

### TeilnehmerInnen

- z. B. feste Jugendgruppe, offene Ausschreibung, gezielte Ansprache von TeilnehmerInnen in Jugendeinrichtungen, Schulen etc.
- Festlegung der Altersgruppe (Die Altersgruppe steht im Zusammenhang mit der Art der Freizeit; die Altersspanne sollte nicht zu groß sein, in der Praxis hat sich die Altersspanne von 3 Jahren bewährt)
- Festlegung der Teilnehmerzahl

### MitarbeiterInnen

- Zahl der MitarbeiterInnen pro Gruppe festlegen
- Bildung eines Teams (Erfahrungen in internationaler Arbeit, Sprachkenntnisse, Landeskenntnisse, Erfahrungen in der

Arbeiterwohlfahrt, in der Ferienarbeit).

- Vorbereitung der pädagogischen Ausgestaltung durch MitarbeiterInnen (wenn möglich Beteiligung der Kinder und Jugendlichen)
- Angebote zur Ausbildung durchführen bzw. auf Angebote im Verband hinweisen und zur Teilnahme motivieren
- Verantwortlichkeiten klären

### Termin / Dauer

- Schullerferien, Ferientermine und Feiertage im In- und Ausland, klimatische Bedingungen berücksichtigen ...

## Organisatorische Vorbereitung

**Finanzierung** klären / maximale Höhe des Teilnehmerbeitrages festlegen (rechtzeitige, termingerechte Beantragung möglicher Zuschüsse, Unterstützung von ... beschaffen, siehe auch: Zuschüsse für internationale Jugendbegegnungen, siehe auch: Finanzen).

**Unterbringung und Verpflegung** (Art der Verpflegung), z. B. in festen Häusern, Selbstversorgerhäusern, Zelten, Familien usw. (siehe auch: Hinweise zur Buchung von Häusern).

### Fahrt

Zur Auswahl der An- und Abreisemöglichkeiten sind im Kapitel Finanzen Hinweise gegeben.

Im Team Überlegungen zur Gestaltung langer/langweiliger Anreisen im Bus anstellen.

### Absprachen mit ausländischen Partnern

Bei Begegnungen mit ausländischen Partnern empfiehlt es sich, rechtzeitig vor Beginn der Fahrt folgende Punkte evtl. auch schriftlich abzusprechen, die je nach Art der Begegnung zu spezifizieren sind:

- Adresse, Tel. der AW-Gliederung
- Adresse, Tel. des ausländischen Partners
- Adresse, Tel. der MitarbeiterInnen in der Freizeit
- Zahl der deutschen TeilnehmerInnen
- Alter
- Zahl der ausländischen TeilnehmerInnen
- Alter
- Ankunfts- (bei großen Entfernungen zu differenzieren von Anreisetag) der deutschen TeilnehmerInnen  
am: um:
- der ausländischen TeilnehmerInnen  
am: um:
- Abreise der deutschen TeilnehmerInnen  
am: um:
- der ausländischen TeilnehmerInnen  
am: um:
- Abholung erforderlich?

- wo? wann?
- Unterbringung (Adresse, Tel.)
- Vorbereitungstermin der MitarbeiterInnen?
- Ort?
- letzter Absagetermin für die Begegnung?
- Preis?
- Ausfallkosten?
- im Preis inbegriffene Leistungen/Programmangebote?

### Versicherung

Rechtzeitig vor der Fahrt ist für die gesamte Gruppe, d. h. TeilnehmerInnen und MitarbeiterInnen, eine Gruppenunfall- und Haftpflichtversicherung abzuschließen. Bei Auslandsfahrten ist eine Auslandskrankenversicherung sinnvoll. Hier ist zu klären, ob über den jeweiligen Kreisverband oder Bezirksverband bereits Verträge mit Versicherungen bestehen, an die man sich anschließen kann (siehe auch: Finanzen).

### Anmeldung - Information für TeilnehmerInnen und Eltern (Erziehungsberechtigte)

Die Anmeldung erfolgt über einen Personalbogen. Die Eltern müssen bei der Anmeldung in Kenntnis gesetzt werden über die Teilnehmer- und Reisebedingungen (siehe auch: Anmeldeformular, S. 211).

Es ist unerlässlich, vor einer Ferienfreizeit mindestens ein Treffen durchzuführen. Das kann sowohl mit Eltern und TeilnehmerInnen gemeinsam sein, aber auch getrennt. Dazu ist es wichtig, daß die MitarbeiterInnen schon feststehen, und daß sie dieses Treffen mit vorbereiten und mit dabei sind.

Bei diesem Treffen sollen nicht nur Informationen über das Haus, Möglichkeiten in der Freizeit, Umgebung weitergegeben werden, sondern auch Zeit für das gegenseitige Kennenlernen, zum gemeinsamen Planen und zur gemeinsamen Vorfreude sein.

Die Möglichkeit, die Arbeiterwohlfahrt und das Jugendwerk als Verband darzustellen, sollte wahrgenommen werden. Informa-

tionen zum Standort der AW, z. B. Videofilm „Lotte Lemke erzählt“ - Tradition und Selbstverständnis der AW (zu beziehen bei AW Bundesverband) und zu den Tätigkeitsfeldern bieten sich dazu an.

Sobald die meisten Adressen der TeilnehmerInnen bekannt sind, sollten die MitarbeiterInnen einen TeilnehmerInnenbrief verschicken, der die TeilnehmerInnen informiert über:

- die einzelnen MitarbeiterInnen
- die Freizeit
- Taschengeld
- Mitbringen von Material (Scheren, usw.)
- Besonderheiten über die Freizeit (Ausflüge, Ausland usw.)
- Bekleidungs-Tips
- usw.

Bei jüngeren TeilnehmerInnen ist es sinnvoll, Informationen sowohl an die Eltern als auch an die Kinder zu schreiben.

### Material

Die Auswahl der Materialien soll unter Berücksichtigung umweltbewußter Überlegungen und finanzieller Bedingungen erfolgen. Wichtig sind Materialien, die vielfältige und mehrfache Verwendungsmöglichkeiten haben.

Auch können wir die TeilnehmerInnen und Eltern in der Vorbereitung ansprechen, ob sie sich an der Beschaffung beteiligen durch alte Bettlaken, alte, evtl. unvollständige Spiele, Holzreste, Woll- und Stoffreste und vor allen Dingen alte Klamotten für die Verkleidungskiste. Viele Eltern sind vielleicht sogar froh, mithelfen zu können und auch einige Sachen los zu werden (siehe auch: Materialliste, S. 210).

### Teamordner

Jedes Team einer Freizeit sollte einen Teamordner mit folgendem Inhalt haben:

- Personalbögen der TeilnehmerInnen (Kopien)

- Kurzbögen der TeilnehmerInnen, die untersucht werden müssen (Originale)
- Kopie des Mietvertrages über das Haus
- Kopie des Busvertrages
- Rechtsgrundlagen
- Versicherungsbedingungen
- Vordrucke: Kassenberichte, Unfallmeldungen, Schadensmeldungen, Materiallisten
- Wichtige Telefon-Nummern: des Trägers der Freizeit  
des/der MitarbeiterIn Dienst- und Privatnummer  
des zuständigen Arztes  
Notdienste  
Krankenhaus

## Nachbereitung

- 1) Abrechnung, Verwendungsnachweis (teilweise mit Bericht!, alle Belege vorhanden?), Bezahlung von Rechnungen von Leistungsträgern und ausländischen Partnern.
- 2) Auswertungstreffen mit MitarbeiterInnen und TeilnehmerInnen
  - z. B. gemeinsames Anschauen der Bilder, Dias, Videofilm usw. Aufarbeitung der Erfahrungen des Aufenthaltes,
  - Motivierung zur Mitarbeit an weiteren Aktivitäten und zur Bildung von Kinder- oder Jugendgruppen, des Jugendwerkes. Die Freizeit kann Startmöglichkeit und/oder Höhepunkt der Gruppenarbeit sein,
  - Vorplanung für das nächste Jahr.
- 3) MitarbeiterInnen  
Auch sie sollten Angebote zur weiteren Arbeit, zum geselligen Treffen, Motivierung zur Mitarbeit im Jugendwerk, Freizeit- und Seminarangebote erhalten.

## Hinweise zur Buchung von Häusern

Möglichst im Herbst müssen die Häuser für den darauffolgenden Sommer gebucht werden, zum einen, da sonst die „guten“ Häuser bereits vermietet sind, zum anderen bleibt genug Zeit für die Planung, Vorbereitung und Ausschreibung der Freizeit. Vor dem Abschluß eines Mietvertrages ist es sehr sinnvoll, sich die Einrichtung anzusehen oder sich bei anderen AW-Gliederungen zu erkundigen, die evtl. schon Erfahrungen bei der Belegung gesammelt haben. Die Art der Unterbringung beeinflusst Art, Intensität und Ablauf der Begegnung. Zu isoliert liegende Häuser erschweren den Kontakt zum sozialen Umfeld, der z. B. bei einer internationalen Begegnung zum Verstehen des anderen Landes wichtig ist. Zu viele Zerstreuungsmöglichkeiten und Orte, die vom Tourismus überflutet sind, hingegen bergen die Gefahr, daß jeder nur mehr seiner eigenen Wege geht, das Kennenlernen von Land und Leuten sowie die Begegnung der TeilnehmerInnen untereinander, das Lernen miteinander zu kurz kommt.

Dabei ist auf folgende Punkte zu achten:

### Lage der Einrichtung

Bade-, Sportmöglichkeiten, sonstige Freizeitangebote, Ausflugsziele und Sehenswürdigkeiten, Entfernung zum nächsten Ort, Einkaufsmöglichkeiten, Jugend- und Freizeitstrukturen vor Ort, Begegnungsmöglichkeiten zu Jugendlichen (insbesondere im Ausland), Kontaktperson / ausländischer Partner vor Ort für Programmhilfen, Gefahrenpunkte, medizinische Versorgung.

### Raumaufteilungen im Haus

- flexible Zimmeraufteilung
- Materialraum, Teamerzimmer
- Können Möbel umgestellt werden?
- Tags- und Aufenthaltsräume

**Mahlzeiten / Möglichkeiten der Selbstverpflegung**  
Selbstverpflegung kann sich gerade bei inter-

nationalen Begegnungen auch als eine Möglichkeit gemeinsamen Tuns ohne großen sprachlichen Aufwand erweisen und bietet die Möglichkeit, andere Lebensgewohnheiten kennenzulernen

#### Hausordnung

Gibt es bestimmte Uhrzeiten? Rigide Hausordnungen können sich negativ auf den Ablauf der Freizeit auswirken und gerade auch bei internationalen Begegnungen zu Schwierigkeiten führen, wenn es darum geht, unterschiedliche Gewohnheiten zu berücksichtigen.

#### Material im Haus

zum Beispiel Fernseher, Video, Leinwand, Tischtennis usw.

#### Tagessatz

Für die Freizeiten, die im Rahmen der vorbeugenden Erholungsmaßnahmen stattfinden, ist eine Dauer von 21 Tagen wichtig. Daher ist auch darauf zu achten, daß ein Mietvertrag über 21 Tage besteht. Es hat sich als günstig erwiesen, am späten Nachmittag anzureisen und die Abreise nach dem Frühstück einzuplanen.

### Adressen von Häuserverzeichnissen

- Niedersächsische Schullandheime stellen sich vor (1986), zu bestellen bei: Arbeitsgemeinschaft Niedersächsischer Schullandheime e.v., Gandhistr. 5 A, 3000 Hannover 71, Tel.: 0511 / 5104-368.
- Gerd Grützmaker, Redaktion Vademecum für Lehrer, (14,00 DM), Konrad-Adenauer-Ufer 101, 5000 Köln 1
- Jugend- und Freizeittätten in Schleswig-Holstein zu bestellen bei: Landesjugendring Schleswig-Holstein, Holtenaunerstr. 99, 2300 Kiel
- Bildungs- und Beherbergungsstätten für Jugendliche in Bayern (1983), zu bestellen bei: Bayerisches Staatsministerium für Unterricht und Kultus, Salvatorplatz 2, 8000 München 2
- Bildungsstätten in der Nähe von Bremen / Bremerhaven, zu bestellen bei: Landesjugendring Bremen e.V., Weserburg, Teerhof 21, 2800 Bremen 1
- Zeltlagerkatalog des Zeltlagerplatzvereins (Zeltlager und Heime im In- und Ausland), 1,00 DM Schutzgebühr, Kaiserstr. 27, 5300 Bonn 1
- Übernachtungsmöglichkeiten für Jugendliche und Familien in Niedersachsen (1984), Niedersächsischer Kultusminister, Schiffgraben 12, 3000 Hannover 1
- Freizeitheime und Bildungsstätten der ev. Jugend Westfalen (1987), zu bestellen bei: Amt für Jugendarbeit der EKvW Haus Villigst, Iserlohner Str. 25, 5840 Schwerte 5  
Tel.: 02304-755-184
- und viele mehr...
- auch andere Gliederungen und ausländische Partner können manchmal bei der Häusersuche behilflich sein

### Tips und Anregungen für Selbstversorgerfreizeiten

| Lebensmittel         | Vorschläge   | Lebensmittel     | Vorschläge   | Lebensmittel | Vorschläge   | Lebensmittel  | Vorschläge   |
|----------------------|--|------------------|--|--------------|--|---------------|--|
| Brot<br>Brötchen     | - Frisch einkaufen<br>- Schwarzbrot gibt es im Ausland nicht unbedingt<br><i>Knäckebröt</i><br>- <i>Schwarzbrot in Dosen (enthält aber Konservierungsstoffe)</i><br><i>Brot ohne Konservierungsstoffe ist nur 3 Tage haltbar</i>   | Getränke         | <i>Kaffee</i> : vacuumverpackt, in Dosen<br><i>Tee</i> : von hier mitnehmen (im Ausland oft teurer)<br><i>Wasser</i> : auf geringen Natriumgehalt achten. Es existieren Listen mit dem Natriumgehalt der einzelnen Mineralwassersorten.<br><i>Säfte</i> : möglichst hohen Fruchtanteil, 90 / 100 % (enthalten dadurch weniger Zuckeranteil)  | Ketchup      | - in Großpackungen mitnehmen<br>- ohne Konservierungsstoffe<br>- muß kühl gelagert werden  | Öl / Fett     | - kaltgepresste, pflanzliche Produkte verwenden (gesünder)<br>- außer Butter keine tierischen Fette verwenden (zu viel tierisches Fett ist ungesund)   |
| Fleisch<br>Würstchen | - nach Möglichkeit frisch einkaufen<br>- Hackfleisch nicht länger als 24 Std. gekühlt lagern (Lebensmittelverderb)<br>- Würstchen und Fleischportionen sollten nicht zu hoch angesetzt werden, für Ausgewogenheit zwischen Fleisch u. Beilagen sorgen!<br>- <i>Würstchen in Konserven oder Gläsern (enthalten jedoch Konservierungsstoffe)</i><br>- <i>Konservenfleisch nicht zu oft einplanen!</i><br><i>(Dosen enthalten Bleianteile / Entsorgungsprobleme des Verpackungsmaterials)</i> | Gewürze          | <i>Salz</i> : Kräutersalz, Steinsalz<br><i>Pfeffer</i> : Ganz, schwarz aus Pfeffermühle (intensiver im Geschmack)<br>- <i>gemahlener Pfeffer (weniger aromatisch)</i><br><i>Paprika</i> : edelsüß / in Dosen / Päckchen<br><i>Curry</i> : in Dosen / Päckchen<br><i>Worcester-Sauce</i><br><i>Knoblauch</i> : frisch<br>- <i>granuliertes Knoblauchsatz</i><br><i>Kümmel</i> : evtl.<br><i>Kräuter</i> : frisch verwenden<br><i>„gefriergetrocknete“ verwenden (Vitamingehalt und Farbe sind besser als bei getrockneten Kräutern)</i> | Konfitüre    | - in Großpackungen mitnehmen (Gläser oder Eimer)<br>- <i>Portionspackungen (erhöhter Verpackungsmaterialanteil Entsorgungsproblem)</i>   | Putzmittel    | - <i>Neutralseife</i> : zum Abwaschen, Säubern und für die Handwäsche  |
| Flockenpüree         | aus frischen Kartoffeln zubereiten (Nährstoffgehalt ist höher)<br>- Arbeitsaufwand ist größer, Zubereitungszeit ist länger<br><i>Fertigpulver (enthält Schwefelkonservierungsstoffe)</i><br><i>Erhöhter Anfall von Verpackungsmaterial</i>   | Molkereiprodukte | <i>Quark</i> , Kefir, Joghurts, Buttermilch, Milch<br>- vor Ort kaufen, mit Honig süßen u. frischem Obst anmachen<br>- <i>H-Milch kann gelagert werden (geringer Nährwertgehalt)</i>   | Mayonnaise   | - bei Bedarf vor Ort kaufen<br>- keine großen Vorräte anlegen<br>- auf das Datum achten<br>- ohne Konservierungsstoffe wählen<br><i>Mayonnaise mit Konservierungsstoffen (muß auch kühl gelagert werden)</i>                                 | Reis          | - ungeschälter Naturreis (ist gesünder als weißer Reis)<br>- etwas längere Garzeit   |
| Gemüse               | - frisch einkaufen und zubereiten (Nährwertgehalt ist höher, Zubereitungszeit ist größer)<br><i>Konserven (enthalten weniger Vitamine, Verpackungsanteil kann Bleianteile enthalten - gesundheits-schädlich)</i>   | Honig            | - reichlich einkaufen, da auch zum Süßen geeignet.<br>- Honig kann in vielen Gerichten Zucker ersetzen (Desserts, Tee, Salate)<br>- in Großpackungen einkaufen (billiger)<br><i>Portionspackungen erleichtern das Austeilen, erhöhen aber auch den Entsorgungsanteil</i>   | Müslis       | - selbst zusammenmischen: Haferflocken, Rosinen, Weizenflocken, Sesam, Leinsamen, Sonnenblumenkerne, frisches Obst. Bei Nüssen Bequerellwerte beachten<br>- <i>Fertigmüslis kann Konservierungsstoffe enthalten (weniger nährstoffreich)</i> | Salat         | - frisch vor Ort einkaufen<br>- jeden Tag einplanen<br>Ernährungsregel Nr. 1: ein Salat besteht aus 2 Teilen, einem von oberhalb (z. B. Äpfel), einem von unterhalb (z. B. Möhre)<br>- <i>Kraut (Rotkraut, Weißkraut) kann von hier mitgenommen werden - große Mengen in Säcken wählen</i> |
|                      |  | Kartoffeln       | - vor Ort einkaufen da nicht teuer für<br>1) Pellkartoffeln<br>2) Kartoffelsalat<br>3) Aufläufe (mit Gemüseresten von der vorherigen Mahlzeit)<br>- <i>Können auch in größeren Mengen mitgenommen werden</i>   | Obst         | - viel frisches Obst<br>- vor Ort einkaufen<br>- Äpfel und festes Obst können gelagert werden<br>- <i>Obstkonserven (weniger Vitamine / Nährstoffe, Entsorgung)</i>  | Wurst<br>Käse | - nach Möglichkeit frisch vor Ort kaufen<br>- <i>in verschweißten Folien verpackte Wurst und Käsesorten enthalten gesundheitsbedenkliche Stoffe</i>  |

### Mengenangaben für die Selbstverpflegung

Um Reste zu vermeiden, geben wir folgende Hinweise:

| Mengen pro Erwachsenen und Mahlzeit in Gramm: | roh     | zubereitet |
|---|---------|------------|
| Suppe, als Hauptgericht (Eintopf)             |         | 500        |
| Suppe, als Vorspeise                          |         | 150-200    |
| Soßen, süß und pikant                         |         | 50-100     |
| Fleisch in Soße oder Eintopf                  | 100-120 |            |
| Fleisch, kurzgebraten                         | 130-150 |            |
| Fisch, im ganzen                              | 200-250 |            |
| Fisch, Filet                                  | 180-200 |            |
| Brathuhn, gegrillt                            |         | 250        |
| Huhn als Frikassee                            | 100     |            |
| Gemüse, geputzt                               | 200-250 |            |
| Gemüse, als Frischkost zubereitet             | 75-100  |            |
| Obst, frisch                                  | 125-150 |            |
| Kartoffeln, geschält                          | 150-200 |            |
| Kartoffelbrei                                 |         | 150-200    |
| Kartoffelsalat                                |         | 150-200    |
| Reis und Teigwaren als Beilage                | 50-70   |            |
| Reis und Teigwaren als Suppeneinlage u. a.    | 10      |            |
| Quark für Quarkspeise                         | 75-100  |            |

### Küchenmaße und Gewichte

Die wenigsten Camping- und Fahrtenküchen verfügen über eine Waage. Das ist auch gar nicht notwendig. Ein Meßbecher tut es genausogut; für kleinere Mengen soll die folgende Aufstellung helfen:

| Lebensmittel      | 1 gestr.         | 2 gestr.          |
|-------------------|------------------|-------------------|
|                   | Eßl.<br>in g ca. | Teel.<br>in g ca. |
| Butter, Margarine | 15               | 5                 |
| Grieß             | 12               | 3                 |
| Haferflocken      | 5                | -                 |
| Honig             | 20               | 6                 |
| Kaffee, gemahlen  | 6                | 2                 |
| Kakao             | 6                | 2                 |
| Mayonnaise        | 15               | 5                 |
| Mehl              | 10               | 3                 |
| Milch, Wasser     | 15               | 5                 |
| Öl                | 15               | 5                 |
| Pudierzucker      | 10               | 3                 |
| Reis              | 15               | 5                 |
| Salz, Zucker      | 15               | 5                 |
| Tee               | 6                | 2                 |

### Beispiele für die Zusammensetzung einer Tageskost für Erwachsene und Jugendliche

| Nahrungsmittel          |   | Mengen bei einem Tagesenergiebedarf von etwa |           |           |           |           |           |
|-------------------------|---|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                         |   | 2000 kcal                                    | 2200 kcal | 2400 kcal | 2600 kcal | 2800 kcal | 3000 kcal |
| Milch                   | l | ¼  | ¼         | ¼         | ¼         | ½         | ½         |
| Buttermilch             | l | ¼  | ¼         | ¼         | ¼         | -         | -         |
| Fleisch, mager          | g | 120  | 120       | 120       | 130       | 150       | 170       |
| Aufschnitt / Käse       | g | 60   | 70        | 80        | 85        | 90        | 90        |
| Koch- und Streichfett   | g | 40   | 45        | 55        | 60        | 60        | 70        |
| Brot                    | g | 220  | 260       | 290       | 320       | 340       | 350       |
| Kartoffeln              | g | 250  | 250       | 250       | 300       | 300       | 350       |
| Zucker                  | g | 40   | 50        | 55        | 60        | 65        | 70        |
| Gemüse, frisch          | g | 250  | 250       | 250       | 250       | 300       | 300       |
| Obst, frisch            | g | 200  | 200       | 200       | 200       | 200       | 200       |
| Nährstoffgehalt (etwa): |   |  |           |           |           |           |           |
| Eiweiß                  | g | 75   | 80        | 86        | 92        | 97        | 102       |
| Fett                    | g | 74   | 80        | 90        | 98        | 108       | 119       |
| Kohlenhydrate           | g | 245  | 275       | 295       | 320       | 340       | 360       |

### Empfehlungen für eine wünschenswerte Energie- und Nährstoffversorgung von Kindern und Jugendlichen

| Alter in Jahren | Körpergewicht in kg (Durchschnitt) | kcal (kJ) je kg Körpergewicht / Tag | Energiezufuhr / Tag kcal (kJ) | Eiweiß g / kg KG | Eiweiß g / Tag | Fett g / Tag | Kohlenhydrate g / Tag |
|-----------------|------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|------------------|----------------|--------------|-----------------------|
| 1-3             | 14                                 | 90-80 (390-330)                     | 1200 (5000)                   | 2,2              | 35-44          | 38-51        | 130-155               |
| 4-6             | 20                                 | 80 (330)                            | 1600 (6700)                   | 2,0              | 40-58          | 58-68        | 175-210               |
| 7-9             | 28                                 | 70 (290)                            | 2000 (8400)                   | 1,8              | 50-73          | 75-86        | 220-270               |
| 10-12 männlich  | 39                                 | 60 (250)                            | 2400 (10000)                  | 1,5              | 60-85          | 90-100       | 260-320               |
| 10-12 weiblich  | 42                                 | 50 (210)                            | 2100 (8800)                   | 1,4              | 60-85          | 80-90        | 230-280               |
| 13-14 männlich  | 47                                 | 50 (210)                            | 2700 (11300)                  | 1,5              | 60-75          | 110-115      | 300-350               |
| 13-14 weiblich  | 49                                 | 45 (190)                            | 2400 (10000)                  | 1,4              | 80-85          | 90-100       | 260-305               |
| 15-18 männlich  | 64                                 | 50 (210)                            | 3100 (13000)                  | 1,2              | 80-110         | 115-130      | 340-400               |
| 15-18 weiblich  | 57                                 | 45 (190)                            | 2500 (10500)                  | 1,0              | 60-90          | 90-100       | 280-335               |

Entnommen der Broschüre „Fit auf Fahrt, Essen unterwegs“ kostenlos zu erhalten beim Bundesausschuß für Volkswirtschaftliche Aufklärung e.V. Bonn, 1970

### Kochbücher:

Bauer, M., Baumann, E.: *Kochbuch für Gruppen, Aber nicht bloß Suppen*, Bund-Verlag GmbH, Köln 1984. Nicht nur Rezepte, sondern auch Grundausrüstungen für Zeltlagerküchen, Kochtips, Einkaufstips usw.

Kern, I., Kosmale, Jens-D.: *Freizeit-Küchenbuch - eine Arbeitshilfe für Selbstversorgerfreizeiten*, Kleine Schriften Nr. 3, ca. 8,-DM. BEJ, Bundesarbeitsgemeinschaft Evangelischer Jugendfreizeitdienste e.V. Stalburgstr. 38, 6000 Frankfurt/Main 1.

## Anmeldeformular

Reiseziel \_\_\_\_\_ Termin \_\_\_\_\_

Name \_\_\_\_\_ Vorname \_\_\_\_\_ geb. am \_\_\_\_\_

Straße \_\_\_\_\_ PLZ, Ort \_\_\_\_\_ Tel. \_\_\_\_\_

Krankenkasse, Anschrift \_\_\_\_\_

### Gesundheit

Ich bin frei von ansteckenden Krankheiten. Eine entsprechende ärztliche Bescheinigung lege ich rechtzeitig vor Beginn der Fahrt vor.

Ich bin gegen Wundstarrkrampf (Tetanus) geimpft  ja  nein  
Den Impfsaß nehme ich mit.

Ich muß folgende Medikamente einnehmen (Name, Menge und Einnahmezeit) \_\_\_\_\_

### Verhalten während der Fahrt

Ich bin SchwimmerIn  ja  nein

Ich nehme am beaufsichtigten Baden mit Einwilligung meiner Eltern/Erziehungsberechtigten teil  ja  nein

Sollte es mir nicht gelingen, mich in die Gemeinschaft einzuleben, kann ich auf meine Kosten bzw. auf Kosten meiner Eltern/Erziehungsberechtigten nach Hause fahren bzw. nach Hause gebracht werden.

Für die durch mich verursachten Schäden haft ich bzw. meine Eltern/Erziehungsberechtigten.

### Kosten

Den Kostenbetrag in Höhe von \_\_\_\_\_ DM werde ich vor Beginn der Fahrt auf ein Konto des Veranstalters einzahlen. Bei Rücktritt übernehme ich bzw. meine Eltern/Erziehungsberechtigten alle Kosten, die dem Veranstalter von den beteiligten Vertragspartnern berechnet werden. Die Teilnahmebedingungen sind mir bekannt, und ich erkenne sie an.

### Sonstige wichtige Mitteilungen

(z. B. Bettnässer, Behinderungen, aber auch: besondere Fähigkeiten, Kenntnisse oder Wünsche)

Ort, Datum \_\_\_\_\_ Unterschrift des Teilnehmers/der Teilnehmerin \_\_\_\_\_

### bei Minderjährigen

Ich bestätige die Anmeldung und die Richtigkeit der Angaben.

Ort, Datum: \_\_\_\_\_ Unterschrift der Eltern/der Erziehungsberechtigten \_\_\_\_\_

## Materialliste

### Für alle Fälle:

- Klebstoff
- Tesakrepp
- Scheren (können Tn. evtl. selbst mitbringen)
- Papier
- Pappe
- Farben (Tuschkästen, Plakafarbe, Abtönfarbe)
- Pinsel (verschiedene Größen)
- Stifte (Filzer, Wachsmal-, Bleistifte)
- Nähgarn, Nähnadeln
- Reißzwecken
- Bindfaden (Angelschnur)
- Filz
- Krepppapier
- Kreide
- Kleister
- Moltofill
- Lack
- Draht
- Styropor (z. B. für ein Pin-Brett)
- Plastikplanen
- Holzleim
- Schüsseln, Eimer
- Leisten, Rundhölzer (versch. Stärken), Besenstiele

### Werkzeug:

- Hammer, Sägen, Zangen, Lochzange, Zollstock
- Nägel, Schrauben
- Steinkleber
- Linschnittmesser
- Linoleum
- Linolfarbe
- Kerzen

### Technische Geräte:

- Schreibmaschine
- Tonbandgerät bzw. Kassettenrecorder und Mikrophon
- Plattenspieler und Platten
- Taschenlampen
- Überspielkabel

### Materialien, die nichts kosten:

- Wollreste
- Stoffreste
- Lederreste
- Holzreste (Bretter, Platten usw.)
- Zeitungsendrollen
- Zeitschriften, Zeitungen
- Bierdeckel
- Luftballons
- Joghurtbecher
- Kronkorken
- Wachsreste
- altes Bügeleisen
- alte Koche
- alte Klamotten für Kleiderkiste, Oberhemden
- altes Besteck
- Abfallmaterial, (Schachteln, Dosen usw.)
- alte Jugendzeitschriften
- Bücher evtl. für Bibliothek
- Eimer und Schüsseln

### Spezielle Materialien:

- Batiken:**
- Batikfarben
- weißer Stoff (evtl. alte Bettlaken)
- Wachs

### Nitrocollagen:

- Nitroverdünnung
- Watte

### Fotolabor:

- Vergrößerungsapparat
- Entwicklerdose
- Schalen
- Entwickler (positiv/negativ)
- Fixierer
- Fotopapier
- Filme

### Brettspiele:

- Radlagerkugeln, Gummi
- Holzplatten (Abfallholz)

### Weben:

- Fahrradfelgen ohne Speichen
- Bast bzw. Wolle

### Schmuck:

- Silberdraht
- Perlen
- Rundzangen

### Marionetten:

- Holz- bzw. Styroporkugeln
- Holzleisten, Stoff, Band

### Masken:

- Gipsbinden
- Creme

### Schminken:

- Schminkefarben
- Creme, Vaseline

### Lagerzeitung:

- Abziehgerät
- Matrizen

### Teestube:

- Kessel
- Ein-Plattenkocher
- Tee, Zucker
- Siebe, evtl. Tassen, Löffel
- Spülmittel