

Tisch 1 „schwarz“ Jugendzentren

1. **Mobile Lösungen:**
 - „Mobiler Bus kommt an Orte, die sie kennen, wo sie (die Jugendlichen) ‚zu Hause‘ sind!“
 - Der Vorschlag spricht davon, einen mobilen Ansatz zu verfolgen, um Jugendliche in ihrem Umfeld zu erreichen.
2. **Technik und Unterstützung:**
 - Der Bus soll „das gesamte Equipment“ beinhalten und bringt es als zentraler Anlaufpunkt zu Jugendzentren, Einkaufszentren also zu den Treffpunkten der Jugendlichen.
3. **Generationenübergreifendes Lernen:**
 - Die Idee, dass Jugendliche Älteren oder anderen Generationen etwas beibringen können, ist ein zentraler Punkt.
4. **Hindernisse überwinden:**
 - „Man darf Scheitern! Aber Hilfestellung geben (auch YouTube Videos).“
 - Scheitern wird hier als Lernprozess verstanden, mit Betonung auf Unterstützung durch Anleitungen.
5. **Identifikation und Vorbilder:**
 - „!!! Identifikation!!! Peer-to-Peer.“
 - Jugendliche sollen sich untereinander unterstützen und voneinander lernen.
 - Vorbilder aus der Jugend sollen als Motivatoren dienen. (Mentoring/Navigator)
6. **Praktische Workshops:**
 - „Kochen ist super wichtig!“
 - Gemeinsame Aktivitäten wie Kochen fördern Gemeinschaftsgefühl.
 - „Essen als soziales Miteinander“ und weniger Beschäftigung mit Produkt
7. **Selbstverantwortung und Entwicklung:**
 - „Jugendliche unter sich => Jugendliche entwickeln Verantwortung.“
 - Der Fokus liegt darauf, dass Jugendliche durch eigene Entscheidungen wachsen.
8. **Kulturelle Aktivitäten und Handwerk:**
 - Beispiele wie „Handwerk/ Design/ Makerspace“ oder „Influencer“ kreieren oder einsetzen, um für den Ort vor der Tür zu werben. „About Malte“
9. **Freizeitgestaltung und Gemeinschaft:**
 - Ideen für den „Freundeskreis“ in einer „Chill-Area“.
 - Vorschläge für entspannte Treffpunkte.
 - Beziehungsebene „first“

Tisch 2 „weiß“ Dritte Orte

Der Schwerpunkt scheint auf der Gestaltung sogenannter „Dritter Orte“ zu liegen – also Räume, die weder Zuhause noch Arbeits-/Schulplätze sind, sondern offene, kreative Gemeinschaftsorte. Hier sind die wichtigsten Punkte:

1. **Brücke: Dritter Ort / MakerSpace**
 - **Niederschwelligkeit:** Diese Räume sollen leicht zugänglich sein und auf Teilhabe und Partizipation setzen.
 - **Offene kreative Räume:** Förderung von Kreativität und Individualität.
 - **Schnittstelle Handwerk / Kultur:** Kombination aus praktischen Fähigkeiten und kulturellen Aspekten.
 - **Bedarfsorientierte Angebote:** Räume und Programme sollen auf die Bedürfnisse und Wünsche der Nutzer abgestimmt werden.
 - **Multifunktionale Orte:** Flexibilität in der Nutzung.

- **Feedbackmechanismen:** Wünsche und Bedarfe sollen aktiv abgefragt werden, auch überörtlich
- 2. **Einbindung von Kindern und Jugendlichen**
 - **Generationenübergreifend:** Erfahrungen von älteren Generationen sollen genutzt und geteilt werden.
 - **Ausprobieren:** Fokus auf praktisches Lernen und Experimentieren.
 - **Offene Angebote:** Spezifische Angebote wie Feiern (Kindergeburtstage) oder Spieleabende anbieten.
 - **Gemeinsame Aktionen:** Synergien zwischen verschiedenen Einrichtungen nutzen.
- 3. **MakerSpace / Bus: Was soll er mitbringen?**
 - **Werkzeug-Grundausrüstung:** Eine Grundausrüstung an Arbeitsmaterialien soll verfügbar sein.
 - **Flexibilität:** Mobile und modulare Einrichtungsmöglichkeiten.
 - **Bühne:** Raum für Präsentationen, Performances oder gemeinsames Arbeiten.
 - **Innovative Module:** Spannende und neue Konzepte.
 - **Materialbörse:** Ein Ort für den Austausch von Materialien („Was habe ich? Was brauche ich?“)

Tisch 3 „rot“ Makerspaces

1. **Zugang und Ressourcen:**
 - „Freier Zugang zu Einrichtungen“: Barrierefreier oder kostenloser Zugang zu relevanten Orten wird gefordert.
 - „Finanzielle Unterstützung für Angebote“: Finanzierung wird als essenziell für die Umsetzung von Projekten und Angeboten angesehen.
2. **Mobilität und Transfer:**
 - „Bulli – Sitzen / Transfer“: Dies könnte auf die Bereitstellung von Transportmitteln wie einem Kleinbus hinweisen, um Jugendliche oder Materialien zu Orten zu bringen.
3. **Tradition und Innovation:**
 - „Bezug zur Einrichtung Tradition“: Ein Augenmerk auf die Verbindung von Tradition mit neuen Ansätzen.
 - „Alte Technik / Geräte“: Der Wunsch, alte Technologien oder Geräte zu nutzen oder zu bewahren, möglicherweise in einem kreativen oder lehrreichen Kontext.
4. **Kreativität und Mitgestaltung:**
 - „Kunst & Kreativität“: Ein kreativer Ansatz wird als wichtiger Bestandteil angesehen.
 - „Junge Leute für Mitbestimmung begeistern“: Ein Plädoyer für die aktive Einbindung von Jugendlichen in Entscheidungsprozesse.
5. **Praktische Ansätze:**
 - „Fachwerkbau“: Dies könnte auf handwerkliche oder baubezogene Projekte hindeuten, die Jugendliche einbinden.
 - „Öffentliche Kommunikation des Angebots“: Der Fokus auf eine bessere Sichtbarkeit der Projekte und Angebote.
6. **Bedarfsorientierung und Verfügbarkeit:**
 - „Probleme: Zeitfenster / betriebliche Öffnung / Verfügbarkeit Kinder“: Herausforderungen bei der Anpassung von Angeboten an die zeitlichen und betrieblichen Möglichkeiten von Kindern und Jugendlichen.
 - „Mehr Bedarf als Plätze vorhanden“: Ein Hinweis darauf, dass die Nachfrage steigt, wenn mehr Plätze oder Ressourcen bereitgestellt werden.

Tisch 4 „gelb“ Handwerk

1. **Partizipation und Eigenständigkeit:**
 - „Machen lassen“: Ein Fokus darauf, dass Kinder und Jugendliche eigenständig Projekte umsetzen dürfen.
 - „Projekte für Schüler einfach mal machen – Bus zum Ort, Arbeiten und Austoben“: Förderung von praktischen und unkomplizierten Projekten. (Azubis sind Ausbilder)
2. **Organisation und Leitung:**
 - „Mind. 1 Projektmanager“: Betonung der Notwendigkeit von verantwortlichen Personen für die Organisation.
 - „Wer leitet an?“: Klärung der Verantwortlichkeiten in Projekten.
 - „Co-Anleiter“: Unterstützung durch zweite Ansprechpersonen oder Mentoren.
3. **Zielgruppen und Inklusion:**
 - „Wie nehme ich die Kinder/Jugendlichen mit?“: Frage nach der aktiven Einbindung und Ansprache der Zielgruppe.
 - „Wie Kinder über die elterliche Erziehung hinaus intrinsisch motivieren?“: Thematisierung von politischer Bildung oder Engagement außerhalb der familiären Erziehung.
 - Wie sammle ich die Kinder ein (mit dem Makerbus)?
4. **Herausforderungen:**
 - „Barrieren als Herausforderung!“, Auseinandersetzung mit Hürden und Hindernissen bei der Umsetzung von Projekten.
 - „Geringe Hemmschwelle“: Fokus darauf, Projekte niedrigschwellig und zugänglich zu gestalten. (Azubis als Ausbilder)
5. **Kooperation und Vernetzung:**
 - „Untereinander netzwerken“: Förderung von Kollaboration und gegenseitiger Unterstützung.
 - „Workshops als Transferprojekt“: Die Idee, Wissen und Fähigkeiten in Workshop-Formaten weiterzugeben.
6. **Finanzierung und Ressourcen:**
 - „Finanzierung“: Ein zentraler Punkt, der die Notwendigkeit von finanziellen Mitteln für Projekte anspricht.
7. **Praktische Umsetzung:**
 - „Wir bauen eine Miniatur-Mühle, um die Arbeit am Bauhof zu zeigen“: Ein Beispielprojekt mit praktischen und lehrreichen Elementen.

Tisch 5 Namenscrabble

- Zielgruppen:
 - „Kinder“, „junge Menschen“, „Jugendliche“, „Familien“.
 - Auch „alle, die Lust haben“, was auf ein inklusives Angebot hinweist.
- Gruppen wie „Netzwerk“ und „Macher*innen“ werden erwähnt, was auf eine aktive Einbindung von Stakeholdern hinweist.
- Ziel scheint es zu sein, sowohl Nutzerinnen als auch Unterstützerinnen zu mobilisieren.

WAS?

- Inhalte und Angebote:
 - „Workshops“, „Grafitti“, „Make-up“, „Design“.
 - Kreative Tätigkeiten wie „Schmiede“, „Werkstätten“, „Freiräume“.
 - „Spontane Ideen“ und „auf Anfrage“ suggerieren Flexibilität und Offenheit für neue Vorschläge.

- „Tüfteln“, „Projekte ausprobieren“ und „eine Plattform bieten“ zeigen die praktische Ausrichtung.
- Kulturelle Elemente wie „gelebte Kultur“ und „visuelle Werte“.

WIE?

- Methoden und Prinzipien:
 - Schlüsselwörter wie „Spaß“, „Wertschätzung“, „Niedrigschwelligkeit“ und „individuelle Ansprache“ verdeutlichen den Wunsch nach einem zugänglichen und motivierenden Ansatz.
 - „Inspirieren“, „lernen und wachsen“ und „Erfahrungen machen“ betonen den Bildungsaspekt.
 - Es werden auch strukturelle Ansätze wie „Verbindung schaffen“ und „miteinander arbeiten“ erwähnt.
 - Praktische Wege wie „mit Zeit“ und „Raum zum Ausprobieren“ werden konkret angesprochen.

WARUM?

- Ziele und Motivation:
 - „Selbst vertrauen“, „Begeisterung muss entstehen“ und „sich verstanden fühlen“ zeigen eine starke soziale Komponente.
 - Praktische Ziele wie „einfacher Ort“, „Zugänglichkeit“ und „Gemeinsames Neuer“ werden betont.
 - Visionen von Kreativität, Innovation und persönlichem Wachstum: „Inspiration“, „Erfahrung“, „Leben bereichern“.

WO?

- Orte und Räume:
 - Genannte Locations wie „Jugendzentrum“, „Theater“, „MakerSpace“, „Kulturhäuser“ zeigen eine Vielfalt an Einsatzorten.
 - Auch flexible Ansätze wie „mobil“, „flexibler Ort“ und „Bus“ spiegeln sich wider.
 - „Treffpunkte“, „öffentliche Orte“ und „Werkstätten“ verweisen auf den Community-Aspekt.

WANN?

- Zeitlicher Rahmen:
 - „2025–2030“ deutet auf einen langfristigen Planungs- oder Entwicklungszeitraum hin.
 - „Flexibel“ als Schlagwort zeigt, dass die Initiative anpassungsfähig gestaltet werden soll.

„Gute“ Titel:

- **Eigenschaften:**
 - „Kurz / Kürzer“: Betonung auf Prägnanz und Klarheit.
 - „Einzigartig“, „Mobil“, „Sympathisches Wort“, „Positiv besetzt“: Titel sollten emotional und assoziativ ansprechend sein.
 - „Klare Zielrichtung“, „Inspirierend“, „Klar & Einladend“: Die Botschaft des Titels muss eindeutig und motivierend sein.
 - „Assoziation ermöglichen“: Der Titel sollte Bilder oder Ideen im Kopf hervorrufen.
- **Zusammenhang mit der Mindmap:**

- Die Kriterien für „gute“ Titel passen gut zu den Themen aus der Mindmap, insbesondere zu „Wie?“ (individuelle Ansprache, Inspiration) und „Warum?“ (positive Botschaften und Verbindungen schaffen). Ein prägnanter, einladender Titel kann helfen, die Zielgruppen („Wer?“) besser zu erreichen.

„Schlechte“ Titel:

- **Eigenschaften:**
 - „Zu lang“, „Komplizierte Botschaft“, „Schwer merkbar“: Titel, die zu komplex oder wenig einprägsam sind, wirken hinderlich.
 - „Keine schöne Sprache“, „Negative Konnotation“, „Keine Zielrichtung“: Der Mangel an Klarheit oder positive Emotionalität wird als Nachteil gesehen.
 - „Unübersichtlich“, „Langweilig“: Titel, die keine Aufmerksamkeit erzeugen oder keine Vorstellungskraft wecken, sind ineffektiv.
 - Muss es English sein?
- **Zusammenhang mit der Mindmap:**
 - Schlechte Titel erschweren die Kommunikation des Projekts, wie in der Mindmap unter „Wie?“ und „Warum?“ angedeutet. Fehlende Klarheit und Inspiration im Titel können potenzielle Teilnehmer*innen abschrecken und die Zugänglichkeit („Wer?“) sowie den Erfolg des Projekts negativ beeinflussen.

Verbindung der beiden Analysen:

- **Gemeinsamer Fokus auf Zugänglichkeit und Inspiration:**
 - Sowohl die Mindmap als auch die Kriterien für Titel betonen die Bedeutung von Klarheit, Positivität und Einladungscharakter.
- **Praktische Anwendung der Titelanalyse auf die Mindmap:**
 - Die Titel könnten die zentralen Themen der Mindmap aufgreifen, etwa „Kreativität“, „Mobilität“ und „Inklusion“. Beispiele für gute Titel könnten sich an diesen Themen orientieren, z. B. „Gemeinsam wachsen“ oder „Raum für Neues“.

Tisch 6 „blau“ Makerbus

1. Zielgruppe 8-12: Wie wird sie erreicht?

- App
- Schulen inkl. OGS
- Ferienspiele (Beispiel aus dem Ruhrgebiet: Kulturbaden)

Was soll in den Bus rein und was muss er können?

- Handwerkskisten und fährt in Viertel, Parks und Freibäder (Anhängerkupplung nicht vergessen)
- Idee der 7. Klasse Verbundschule Hille: Bus fährt im Kreis (feste Route), Bus verbindet Orte wie zu Hause, Natur und Schwimmbad; Bus steuert Erlebnisstationen an, Bus bietet nicht genug Platz, Bus = ergänzendes Mittel
- Kreativität, Freizeit, abholen von zu Hause/ vor Ort; Materialien transportieren, junge Menschen bewegen
- Experimentierkästen zu Kindern mitbringen
- Werkbänke zum Runterklappen

Kooperationen mit Bürgerbus für Jugendlichen Transport und Kooperation mit Verkehrsbetrieben (Kooperation Bus und feste Orte)

Bus soll ein Kulturmobil sein (zu Orten fahren und Angebote vor Ort schaffen)

- Bus enthält altes Handwerk und bietet es jüngeren Leuten an.
- Mobile Küche aus dem Bus machen
- Gärtnern und Selbstversorgung war wichtiger Wunsch vieler Kinder (Ernährungsstrategien zu Kindern bringen) Beispiel mobile Küche aus dem Münsterland (Vorschlag von Angelika Fleischer)
- Kooperation mit dem Bus anstreben

Makerspace als Wegweiser für Museen und Kultureinrichtungen etc.: Personal ist wichtig

Erreichbarkeit: Wie bekommt man das Angebot vermittelt? Wie lassen sich Ideen der Jugendlichen gesammelt?