Krise bändigt „Die wilden 13“ schon vor dem Start

Jugendprojekt zur Beteiligung der Stadtteile setzt zunächst auf Plakatwerbung, Social Media, Website und eine Umfrage

Sinsheim. (tk) Perspektiven für die Jugend in den Sinsheimer Stadtteilen suchen soll das städtische Projekt „Die wilden 13“. Doch seien diese situationsbedingt „so wild noch nicht“, sagte Jugendreferent Markus Bosler jetzt im Bildungsausschuss des Gemeinderats.

Erstmals wurde über das Thema im Oktober 2020 öffentlich gesprochen. Es war geplant, Ortsvorsteher einzubinden bei der Suche nach Personen im Dorf, die im Kontakt zu den jungen Menschen stehen und vernetzt sind. Eine Art Roadshow des Jugendhauses mit Veranstaltungen in den Stadtteilen war angedacht, ein Markt der Möglichkeiten und ähnliche Angebote. Dies alles mit dem Überbau „Jungsein in der Kommune“, einem Projekt des Sozialministeriums, mit dem Ziel, „Planungsprozesse in Gang“ zu setzen, die nach „den Interessen und Bedürfnissen junger Menschen fragen“ und Möglichkeiten suchen, wie deren „lebensweltliche Situation angemessen gestaltet und verbessert werden kann“. Es sei „gerade jetzt“ wichtig, dass junge Menschen „gehört werden“, heißt es vom Ministerium; „die systematische und fachlich-planerische Weiterentwicklung der Jugendarbeit in der Jugendsozialarbeit“ betrachte die Landesregierung als „wichtiges Anliegen“.

Ähnlich hieß es damals und heißt es jetzt. Bis Februar 2021 wartete Jugendreferent Markus Bosler trotzdem auf Antwort; man sagte ihm in Stuttgart, dass sämtliche Sachbearbeiter zwischenzeitlich „in den Gesundheitsbereich“ abgezogen waren. Quasi auf dem Höhepunkt der positiven Corona-Testzahlen, am 15. Februar, kam dann der Förderbescheid. Der Projektbeginn war zwischenzeitlich landesweit auf März 2021 verschoben worden.

50 Fragen an die Jugend

Nun klang alles noch ziemlich unkonkret und nach trockener Materie, leidlich Jugend-kompatibel. Dem Projekt fehle Leben, „Corona-bedingt“ stehe „eigentlich der Hauptteil“ mit Veranstaltungen, Diskussionen, Treffen und Ideen, die noch gemeinsam mit der Jugend gefunden werden müssten, unter ungewissen Vorzeichen. Schon jetzt ist es so gut wie sicher, dass 13 Veranstaltungen in jedem Stadtteil plus Kernstadt illusorisch sind, sodass man dort aktiv werden will, wo es „Bedarfe“ gibt. Auch am Markt der Möglichkeiten hält man noch weiter fest.

„Zentrale Bausteine“ des Projekts sind nun zunächst eine Website unklaren Inhalts, die unter „wilden13.de“ bald online gehen soll, eine Social Media-Kampagne und eine Umfrage, die Jugendliche und junge Erwachsene erreichen soll.

Wenn fertig, soll das Fragewerk stattliche 50 Punkte abfragen, war von Bosler zu erfahren. Eindeutig zu viel, sagt Aktiven-Stadtrat Thomas Edinger, selbst Schulleiter eines beruflichen Gymnasiums in Schwetzingen. Nach dessen Erfahrung an seiner Schule würden Jugendliche bei solchen Längen „aussteigen“. Lange Texte würden nicht konsumiert, zumal in der Freizeit. Dies könne man „bedauern, es ist aber so“, sagte Edinger.

Dass das Projekt „Die wilden 13“ ausgerechnet auf Plakatwerbung setzen will – mangels Veranstaltungswerbung in der Corona-Zeit glaubt Bosler an einen Zugewinn an Sichtbarkeit – fand manches Gremiumsmitglied befremdlich. Andere hielten vom Vorschlag aus der Runde, „das Titelblatt vom Stadtanzeiger“ für die Werbung freizumachen für kaum zielführend, da dieser nicht „das Medium der Wahl bei Jugendlichen“ sei. Bosler und das Jugendhaus-Team setzen aber auch auf die Wirkmacht von Instagram und Co. Skepsis klang trotzdem an, ob das Projekt Jugendliche abseits jener Gruppen erreicht, mit denen man sowieso in Kontakt steht.

Ein rege und hartnäckig nachfragender Martin Gund, Ortsvorsteher in Hilsbach, wollte wissen, welche Themen in der Umfrage abgeklopft werden und zeigte sich voll des Tatendrangs. Beispiele will das Rathaus erst liefern, wenn das Thema spruchreif sei, sagte Oberbürgermeister Jörg Albrecht.