



Unterlage zur Sitzung im öffentlichen Teil

Gremium	am	TOP
Jugendhilfeausschuss	17.05.2011	

Anlass:

Mitteilung der Verwaltung

Beantwortung von Anfragen aus früheren Sitzungen

Beantwortung einer Anfrage nach § 4 der Geschäftsordnung

Stellungnahme zu einem Antrag nach § 3 der Geschäftsordnung

Imagekampagne: "Jugendamt. Unterstützung die ankommt"

1. Anlass und Idee

„Was macht eigentlich das Jugendamt?“ Viele Menschen haben Schwierigkeiten, diese Frage zu beantworten. Die Kampagne unter dem Motto „Das Jugendamt. Unterstützung, die ankommt“ will hier Abhilfe schaffen.

Dass Jugendämter einen unverzichtbaren Teil zum Funktionieren der Gesellschaft beitragen und ein breites Leistungs- und Beratungsspektrum bieten, wird in der breiten Öffentlichkeit oft nur unzureichend wahrgenommen. Häufig werden die Jugendämter als die Behörde angesehen, die bei der Gefährdung von Kindern und Jugendlichen entweder zu spät kommt oder völlig überzogen reagiert. Dies kann zur Folge haben, dass einige Menschen, die Beratung und Unterstützung brauchen, zögern, die Hilfe der Jugendämter in Anspruch zu nehmen.

Damit sich dies ändern kann, hat die Arbeitsgemeinschaft der Landesjugendämter in enger Abstimmung mit den kommunalen Spitzenverbänden und der Unterstützung des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend eine bundesweite Imagekampagne ins Leben gerufen.

In der Zeit von 03.05.2011 bis 08.06.2011 sind alle 600 Jugendämter aufgerufen, sich an den deutschlandweiten Aktionswochen zu beteiligen.

2. Zielsetzung

- ein positives Bild der Jugendämter in der Bevölkerung fördern,
- die Öffentlichkeit über die Vielzahl von Hilfe-, Betreuungs- und Bildungsangeboten der Jugendämter informieren,

- Hemmungen bei Kindern, Jugendlichen und Eltern gegenüber der Nutzung der Angebote abbauen,
- eine differenzierte Medienberichterstattung auf lokaler, regionaler und bundesweiter Ebene erzielen,
- das Wissen um die Bedeutung der Jugendamtsarbeit bei Kooperationspartnern (wie z.B. Justiz, Schule oder Gesundheitshilfe) verankern.

3. Umsetzung

Das Jugendamt der Stadt Köln beteiligt sich mit folgenden Aktionen an der Imagekampagne:

1. Auftaktveranstaltung

- o Im Zuge der Auftaktveranstaltung am 03.05.2011 im Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend wird sich das Jugendamt der Stadt Köln mit neun weiteren Jugendämtern innerhalb einer Ausstellung vorstellen und seine Maßnahmen für die Aktionswochen präsentieren. Es wird einen gemeinsamen Foto- und Pressetermin mit der Bundesministerin, Frau Dr. Schröder geben.

2. Plakataktion

Zehn unterschiedliche Plakatmotive personalisieren und begleiten die Kampagne. Sie machen die Kampagne sichtbar und informieren über das Leistungsspektrum der Jugendämter.

In der Zeit vom 10.05.-16.05.2011 und 31.05.-07.06.2011 werden vier unterschiedliche Plakate zu folgenden Themen:

- Frühe Hilfen
- Kinderschutz
- Integration
- Trennungs- und Scheidungsberatung

auf insgesamt 230 Werbeflächen im gesamten Stadtgebiet zu sehen sein.

3. Pocketbroschüre „was Jugendämter leisten“

Die Pocketbroschüre fasst zentrale Infos zu wichtigen Fragen rund um das Jugendamt zusammen.

Über die Bezirksjugendämter soll die Broschüre an kooperierende Fachkräfte wie Schulen, KiTa, FamZ usw. und darüber hinaus auch an Bürger weitergegeben werden.

4. „Jugendamt persönlich“

Im Vorfeld der Kampagne erfolgt am 02.05.2011 mit der lokalen Presse ein Gespräch über die Arbeit des ASD Köln (Zahlen/Daten/Fakten). In dem Gespräch werden die fachlichen Grundzüge und die gesetzlichen Rahmenbedingungen für die Arbeit im Allgemeinen Sozialen Dienst (ASD) des Jugendamtes Köln bei der Arbeit mit überforderten Familien dargestellt sowie ein Einblick in die in Köln vorhandenen Hilfsmöglichkeiten gegeben. Das Jugendamt möchte in diesem Gespräch in einem Mix von Hintergrundinformationen und veröffentlichungsfähigen Informationen umfassend und nachvollziehbar außerdem die Problemlagen, Chancen, Grenzen und auch Verantwortlichkeiten bei der Betreuung von Problemfamilien oder auch einzelnen Jugendlichen darlegen. Um der Arbeit einen persönlichen Bezug zu geben, wird den Pressevertretern ermöglicht, mit einzelnen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen Interviews zu führen.

Der Kölner Express hat angekündigt das Anliegen des Jugendamtes aufzunehmen und im Rahmen einer mehrtägigen Berichterstattung einzelne positive Fallverläufe darzustellen, bei denen auch die betroffene Klienten zu Wort kommen

5. Die Kölner Öffentlichkeit wird im Rahmen einer Pressekonferenz am 30.05.2011 über Ziele und Inhalte der Imagekampagne informiert.

6. Internetauftritt

Im Internetauftritt der Stadt Köln wird es einen Hinweis auf die Kampagne geben und der Webauftritt dem Kampagnendesign angepasst werden.

Gez. Dr. Klein