



Presse-Information

Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Laurenzplatz 4, 50667 Köln
E-Mail: presseamt@stadt-koeln.de
Telefax +49 (0) 221 / 221-26486
Redaktionsbüro +49 (0) 221 / 221-26456

Alexander Vogel (av) 221-26487 Pressesprecher
Inge Schürmann (is) 221-26489 stv. Pressesprecherin
Lars Hering (lh) 221-22144
Jürgen Müllenberg (jm) 221-26488
Nicole Trum (nit) 221-26785
Simone Winkelhog (sw) 221-25942
Sabine Wotzlaw (wot) 221-25399

12.07.2018 - 801

Kölner Jugendbefragung erfolgreich beendet 5.000 junge Menschen beteiligten sich mit ihrer Meinung

Auf 3.500 Rückmeldungen hatte die Stadt Köln gehofft, rund 5.000 sind es geworden. Kölns Beigeordnete für Bildung, Jugend und Sport, Dr. Agnes Klein, freut sich über den Zuspruch: „5.000 Perspektiven Jugendlicher auf ihre Stadt – das ist ein starkes Signal und ein schönes Beteiligungsergebnis: Junge Kölnerinnen und Kölner identifizieren sich mit der Stadt und wollen etwas bewegen. Ich danke allen Jugendlichen, die sich beteiligt haben ganz herzlich, aber auch dem Kölner Jugendring, der BezirksschülerInnenvertretung, Jugendeinrichtungen und Schulen sowie allen Multiplikatoren, die für die Befragung geworben haben.“

Daten einiger Fragebögen in Papierform müssen noch ergänzt werden, aber eine erste Auswertung der Online-Befragung zeigt: Rund 95 Prozent der befragten jungen Menschen leben gerne oder sehr gerne in Köln, was eine große Verbundenheit zu ihrer Stadt dokumentiert. Hier einige beispielhafte Antworten auf die Frage ‚Das finde ich in Köln richtig gut...‘:

- „Köln ist eine ziemlich tolerante Stadt. Es gibt immer noch was zu verbessern, aber im Großen und Ganzen funktioniert das Zusammenleben gut. Es gibt viele Veranstaltungen, egal ob Konzerte, kulturelle Veranstaltung oder sonstiges. Köln hat den Karneval, den CSD, die lit.cologne und noch vieles mehr. Das Freizeitangebot ist somit also groß und vielfältig. Außerdem ist Köln eine grüne Stadt. Es gibt viele Parks, teilweise mit tollen Spielplätzen für Kinder, wie zum Beispiel im Rheinpark.“
- „Köln ist eine lebendige Stadt, die für unterschiedliche Kulturen offen ist, die sich alle gemeinsam als Kölner fühlen.“
- „Gut ist, dass es viele freundliche und auch couragierte Menschen gibt – die Möglichkeiten für Ausbildung und Studium – die Gebäude und Grünflächen am Ufer des Rheins.“

Gleichzeitig sind die Befragten durchaus kritisch. Erste Einblicke in die Rückmeldungen weisen eine Vielzahl an Vorschlägen und Veränderungswünschen auf. Exemplarische Antworten auf die Frage ‚Das würde ich in Köln besser machen...‘ lauten:

- „Ich würde die Innenstadt autofrei machen. Ich würde den Nahverkehr besser ausbauen. Ich würde mehr Plätze schaffen, an denen man sich im Sommer draußen treffen kann.“
- „Stadtgestaltung – zum Beispiel mehr öffentliche Kunst wie – Toiletten in öffentlichen Parks – Tote Plätze beleben wie Ebertplatz oder Josef-Haubrich Hof – Bahnpreise senken oder Extra-Tarif von 14 bis 18 Jahren einführen.“



Seite 2

- „Mehr und sichere Radwege. Ein öffentlicher Nahverkehr, der auch nachts fährt. Mehr Freiflächen mit weniger bürokratischen Auflagen. Mehr bezahlbaren Wohnraum, gerade für Studenten. Mehr Transparenz bei Verwaltungsentscheidungen.“
- „Mehr Grünflächen und Sportanlagen im Freien.“

Die gute Beteiligung ist eine Grundlage, die differenzierte Auswertungen etwa auch für Teilräume der Stadt ermöglicht sowie aussagekräftige Ergebnisse und Impulse liefert. Die Verwaltung wird in der Sommerpause die Datenerfassungen und Auswertungen abschließen. Ein erster Bericht wird dem Jugendhilfeausschuss zur Sitzung am 13. September 2018 zur Verfügung gestellt. Es folgen weitergehende Auswertungen und ein Workshop mit Jugendlichen zur Diskussion und Interpretation der Ergebnisse.

Vom 9. April bis zum 1. Juli 2018 konnten sich alle Kölner Jugendlichen und junge Erwachsenen im Alter von 14 bis einschließlich 20 Jahren an einer freiwilligen, anonymisierten Jugendbefragung beteiligen. Die 27 Fragen bezogen sich auf die Themenbereiche „Perspektiven auf und für die Stadt“, „Partizipation und Engagement“ sowie „Freizeitverhalten und -interessen“. Beim Design der Werbekampagne, der Fragenauswahl, der Durchführung der Befragung und auch bei der Interpretation der Ergebnisse, jederzeit waren und sind Jugendliche am Prozess beteiligt. Um gerade auch bildungsferne Jugendliche zu aktivieren, wurde neben der klassischen Werbung in Kooperation mit der Rheinischen Fachhochschule eine Sozial-Media-Kampagne initiiert. Zusätzlich zu dem Onlinefragebogen wurden ergänzende Papierfragebögen etwa in Jugendeinrichtungen und Schulen verteilt. Auch „Befragungspaten“ wie Kasalla, Querbeat, Lupo und Miljö teilten mit Online-Posts den Link zur Jugendbefragung und riefen ihre jugendlichen Follower zur Beteiligung auf. Die Ergebnisse zeigen Übereinstimmungen zur Befragung anlässlich der Sportentwicklungsplanung, in die die Ergebnisse der Jugendbefragung ebenfalls einfließen werden.

Nach der Sommerpause werden unter den Befragten die Gewinne des Dankeschön-Preisausschreibens ausgelost und bekannt gegeben: 150 Freikarten für Kino, Konzert oder Schwimmbadbesuche werden vergeben. Anstelle von Freikarten für die mittlerweile abgesagten Video-Days gibt es Tickets für die „Night of the Jumps“ in Köln zugewinnen.

-nit-