

YOUNG MiNDS

Der Handlungsleitfaden zur Förderung von
**Faktenwissen, Meinungsvielfalt
und Diskursen**

Ein Projekt von:



Gefördert durch:

Ministerium für Kinder, Jugend, Familie,
Gleichstellung, Flucht und Integration
des Landes Nordrhein-Westfalen



Impressum

Der vorliegende Handlungsleitfaden ist das Ergebnis einer Projektinitiative des Sport- und Bildungsvereins AS-KA-DO e.V.. Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Sport- und Bildungsvereins AS-KA-DO. Dies gilt auch und insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Verfilmungen und die Einspeicherung sowie Datenvorhaltung in elektronischen und digitalen Systemen.

Herausgeber:

AS-KA-DO e.V.
Kaan Cevahir
Haagstraße 41
41836 Hückelhoven

Projektteam:

Kaan Cevahir (Projektinitiator und -leiter),
Melina Dohmen, Jana Gellert, Ewa Habrainski, Timur Karabulut,
Sarah Rottmann, Matthias Schächtel, Gülben Sezgin

Redaktion:

Aybike Çetin-Cevahir, Kaan Cevahir

Layout und Satz:

Sarah Rottmann

Kontakt

Telefon: +49 177 475 52 50
E-Mail: kaan-cevahir@askado.de
Web: www.askado.de

Vereinsregister: 4402
Registergericht: Amtsgericht
Mönchengladbach

Gefördert durch:

Ministerium für Kinder, Familie, Flüchtlinge und Integration
des Landes Nordrhein-Westfalen (2021 - 2022)
Ministerium für Kinder, Jugend, Familie, Gleichstellung, Flucht und Integration
des Landes Nordrhein-Westfalen (2022 - 2025)

Inhalt

1

Einleitung	3
-------------------------	----------

2

Online-Formate und Öffentlichkeitsarbeit	4
---	----------

2.1 Social Media	4
------------------------	---

2.2 Video-Format „Kurz erklärt!“	8
--	---

2.3 Podcast „Sport und Politik: eine (un)glückliche Beziehung?“	10
---	----

3

Meinungsparlament – Politik erleben, Position beziehen.....	12
--	-----------

3.1 Organisation und Planung des Meinungsparlaments	12
---	----

3.2 Teilnehmer*innen-Akquise	15
------------------------------------	----

3.3 Auswertung der Meinungsverteilungen	16
---	----

4

Checkliste: Ein eigenes Meinungsparlament durchführen	18
--	-----------

1

Einleitung

Mit dem Projekt „Young Minds“ hat der Sport- und Bildungsverein AS-KA-DO e.V. zwischen 2021 und 2025 ein bundesweit beachtetes Modell geschaffen, das eindrucksvoll zeigt, wie sich Sport und politische Bildung miteinander verbinden lassen. Für diesen innovativen Ansatz wurde das Projekt mehrfach ausgezeichnet – unter anderem mit dem „Goldenen Stern des Sports“, einer der höchsten Anerkennungen für gesellschaftliches Engagement von Sportvereinen in Deutschland.

Das Herzstück von Young Minds sind die sogenannten „Meinungsparlamente“: ein Veranstaltungsformat, das Jugendlichen ermöglicht, aktuelle gesellschaftliche und politische Fragen zu diskutieren – im direkten Austausch mit Expert*innen und Politiker*innen. Anders als konventionelle Vorträge oder Unterrichtseinheiten laden die Meinungsparlamente die Teilnehmenden ein, ihre eigenen Positionen einzubringen, zu hinterfragen und im Verlauf der Diskussion auch zu verändern. So wird Demokratie nicht nur erklärt, sondern praktisch und diskursorientiert erfahrbar gemacht.

Ergänzt wird dieses Format durch eine breite digitale Öffentlichkeitsarbeit: Social Media-Beiträge, Podcasts und kurze Erklärvideos greifen Themen auf, die junge Menschen bewegen, und vermitteln sie verständlich und ansprechend. Damit gelingt es, politische Bildung dort zu platzieren, wo Jugendliche ohnehin unterwegs sind – auf Instagram, YouTube, Spotify und Co. Auf diese Weise verbindet Young Minds analoge Begegnungen mit den Chancen der digitalen Welt und schafft einen Zugang, der niedrigschwellig, zeitgemäß und wirksam ist.

Die gesellschaftliche Relevanz liegt auf mehreren Ebenen:

Partizipation stärken: Junge Menschen lernen, ihre Stimme zu erheben, Verantwortung zu übernehmen und unterschiedliche Perspektiven zu respektieren

Integration fördern: Durch die gezielte Einbindung von Jugendlichen mit Migrationsbiografie wird Vielfalt sichtbar und Demokratieerfahrung inklusiv gestaltet

Sport als Brücke nutzen: Vereine sind Orte der Begegnung und des Vertrauens – Young Minds nutzt genau dieses Potenzial, um politische Bildung in den Alltag hineinzutragen

Zukunftsweisend wirken: Angesichts von Polarisierung, Fake News und Politikverdrossenheit setzt das Projekt auf kritisches Denken, Dialogfähigkeit und respektvolle Debattenkultur

Dieser Handlungsleitfaden möchte aufzeigen, wie Vereine, Schulen und andere Einrichtungen eigene Meinungsparlamente initiieren können. Er soll Mut machen, ähnliche Wege zu gehen, und konkrete Hilfestellungen bieten, um jungen Menschen Räume für Dialog, Mitgestaltung und gesellschaftliches Lernen zu eröffnen. Denn die Erfahrungen von Young Minds zeigen: Wer Jugendliche ernst nimmt, sie aktiv beteiligt und ihre Stimmen hörbar macht, trägt dazu bei, dass unsere Demokratie lebendig, widerstandsfähig und zukunftsfähig bleibt.

Wichtig ist an dieser Stelle zu erwähnen, dass bei der Initiierung eigener Meinungsparlamente der hier aufgezeigte Weg nicht exakt befolgt werden muss. Dieser Leitfaden dient der gezielten Unterstützung sowie Inspiration, soll aber keine starren Regeln vorgeben. Vereine, Schulen und andere Organisationen können selber frei entscheiden, wie sie die vorgestellten Formate gestalten.

Online-Formate und Öffentlichkeitsarbeit

Eine starke Online-Präsenz ist heute unverzichtbar, um Projekte einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen – besonders dann, wenn Jugendliche und junge Erwachsene erreicht werden sollen. Politische Bildung muss dort stattfinden, wo junge Menschen aktiv sind: in sozialen Medien und digitalen Formaten.

Das Projekt **Young Minds** setzt deshalb auf eine breit angelegte Kommunikationsstrategie. Über Instagram, Facebook und YouTube werden regelmäßig Inhalte veröffentlicht, die gesellschaftspolitische Themen aktuell, verständlich und visuell ansprechend aufbereiten. Besonders wirksam sind Formate wie **Story-Umfragen** oder **kurze Erklärvideos**, die Interaktion ermöglichen und zum Nachdenken anregen. Darüber hinaus nutzt das Projekt **Podcasts**, um komplexere Fragestellungen tiefer zu behandeln. In einem lockeren, aber inhaltlich fundierten Rahmen wird Jugendlichen so ermöglicht, gesellschaftliche Zusammenhänge besser zu verstehen und ihre eigene Meinung weiterzuentwickeln. Diese Kombination aus kurzweiligen Impulsen und vertiefenden Angeboten trägt entscheidend dazu bei, Interesse zu wecken und nachhaltige Bildungseffekte zu erzielen.

Öffentlichkeitsarbeit bedeutet im Rahmen von Young Minds jedoch weit mehr als reine Informationsverbreitung. Sie schafft **Sichtbarkeit für Veranstaltungen und Projekte**, stärkt die **Vernetzung mit Akteur*innen aus Politik und Sport** und eröffnet jungen Menschen Räume für kritischen Austausch. Eine professionelle und zugleich jugendgerechte Online-Strategie trägt so maßgeblich dazu bei, dass politische Bildung nicht belehrend wirkt, sondern als **einladendes Mitmach-Angebot** wahrgenommen wird.

Wichtigste Aspekte im Überblick:

- **Zielgruppenorientierung:** Inhalte dort platzieren, wo Jugendliche aktiv sind (Instagram, YouTube, Spotify etc.)
- **Vielfalt der Formate:** kurze Posts, Story-Umfragen, Videos und Podcasts für unterschiedliche Zugänge
- **Ansprache auf Augenhöhe:** verständliche Sprache, visuelle Gestaltung, Interaktivität.
- **Verknüpfung von Information und Dialog:** nicht nur Inhalte senden, sondern Rückmeldungen und Diskussion ermöglichen
- **Vernetzung stärken:** Öffentlichkeitsarbeit nutzen, um Kontakte zu Politik, Sport und Bildungseinrichtungen auszubauen
- **Sichtbarkeit erzeugen:** Veranstaltungen, Projekte und Ergebnisse aktiv bewerben und dokumentieren

2.1 Social Media

Die Präsenz auf Social Media ist ein wesentlicher Bestandteil von **Young Minds**, um junge Menschen direkt und niedrigschwellig zu erreichen. Dabei geht es nicht nur darum, die eigenen Veranstaltungen wie die **Meinungsparlamente** zu bewerben, sondern auch darum, aktuelle gesellschaftliche Themen verständlich aufzubereiten und zur Diskussion anzuregen. Kurz vor einem Meinungsparlament werden gezielt themenspezifische Inhalte veröffentlicht. Diese dienen als **Impuls** für die Teilnehmenden, um sich vorab mit den Fragestellungen auseinanderzusetzen und eine fundierte eigene Meinung zu entwickeln. So entsteht bereits im Vorfeld ein Reflexionsprozess, der die Qualität der Diskussion im Parlament selbst deutlich steigert. Die Beiträge werden inhaltlich wie visuell im Projektteam selbst erstellt. Nach intensiver Recherche zu einem Thema wird ein **Informationstext** verfasst, der anschließend mit dem Visualisierungsprogramm **Canva** grafisch umgesetzt und als Instagram-Post veröffentlicht wird. Ergänzend

dazu entstehen interaktive **Story-Formate**: Zum Beispiel wird zu einem Thema wie dem Wahlrecht ab 16 Jahren zunächst ein Informationspost geteilt, gefolgt von einer Story-Umfrage mit einer einfachen Ja/Nein-Frage. Die Ergebnisse werden anschließend veröffentlicht und regen zur weiteren Auseinandersetzung an. Dieses Vorgehen verbindet **Wissensvermittlung und Partizipation**: Jugendliche werden nicht nur informiert, sondern auch aktiv in den Diskurs einbezogen. Damit wird Social Media zu einem wirkungsvollen Instrument, um politische Bildung jugendgerecht und dialogorientiert zu gestalten.

Bisherige Plattformen:

Instagram:



Facebook:



YouTube:



Wichtigste Aspekte im Überblick:

- **Mehr als Werbung:** Social Media wird genutzt, um politische Inhalte niedrigschwellig zu vermitteln
- **Vorbereitung auf Meinungsparlamente:** themenspezifische Posts regen zur Recherche und Reflexion an
- **Eigene Gestaltung:** Inhalte werden nach Recherche selbst erstellt und mit Canva visuell umgesetzt
- **Interaktivität:** Story-Umfragen mit Ja/Nein-Fragen binden Jugendliche aktiv ein
- **Transparenz:** Veröffentlichung der Umfrage-Ergebnisse steigert Motivation und Diskussionsbereitschaft
- **Lernprozess:** Verbindung von Information, Meinung und Interaktion fördert kritisches Denken

Themensetzung und Recherche

Am Anfang jedes Social-Media-Beitrags steht die **Themenauswahl**. Das Team orientiert sich dabei an aktuellen gesellschaftspolitischen Diskussionen, den Interessen der Jugendlichen oder lässt sich von Nachrichtenmagazinen und sozialen Medien inspirieren. Ziel ist es, Themen zu wählen, die sowohl relevant als auch verständlich und jugendnah sind. Sobald ein Thema festgelegt ist, beginnt die **Recherche**. Auf dieser Grundlage wird eine grobe Gliederung erstellt, die später den roten Faden für den Beitrag bildet. Empfehlenswert ist es, mit einer **Definition oder einem kurzen Überblick** einzusteigen, um den Kernbegriff klar zu machen. Anschließend können Beispiele aus der Geschichte oder aus aktuellen Ereignissen herangezogen werden, um den Zusammenhang greifbarer und anschaulicher zu machen. Für die Recherche bieten sich vor allem **verlässliche Quellen** an, wie die Bundes- und Landeszentralen für politische Bildung, seriöse Informationsportale oder etablierte (Online-)Zeitungen. Eine sorgfältige Prüfung der Quellen ist dabei unverzichtbar, um Fehlinformationen zu vermeiden und Glaubwürdigkeit sicherzustellen.

Beispiel: Wird das Thema „Boykott im Sport“ gewählt, könnte der Beitrag zunächst den Begriff „Boykott“ definieren. Anschließend können historische Beispiele wie der Sportboykott gegen das Apartheidregime in Südafrika oder aktuelle Bezüge wie der diplomatische Boykott der Olympischen Winterspiele in Peking aufgegriffen werden.

Wichtigste Aspekte im Überblick:

- **Themenauswahl:** Orientierung an Aktualität, Relevanz und Zielgruppeninteresse
- **Inspiration:** Input aus Medien, sozialen Netzwerken oder durch Vorschläge anderer Personen
- **Recherche:** Erstellung einer Gliederung mit klarer Struktur
- **Einstieg:** Definition oder Überblick als verständliche Einführung
- **Vertiefung:** historische und aktuelle Beispiele zur Veranschaulichung
- **Seriosität der Quellen:** ausschließlich glaubwürdige und geprüfte Informationen nutzen

Erstellung des Beitrags (visuelle Aspekte)

Nach der Recherche folgt die **Aufbereitung der Inhalte**. Ziel ist es, komplexe Themen so darzustellen, dass sie **verständlich, übersichtlich und ansprechend** wirken. Dazu werden die wichtigsten Informationen auf **drei bis fünf Folien** zusammengefasst.

Wesentlich ist, die Folien **nicht mit zu viel Text zu überladen**. Stattdessen sollten kurze Stichpunkte verwendet werden, die die Kernaussagen klar hervorheben. Visuelle Hilfsmittel wie **Kästen, Striche oder Pfeile** strukturieren die Inhalte und erleichtern die Orientierung. Um die Aufmerksamkeit der Jugendlichen zu steigern, eignen sich **Zitate von bekannten Persönlichkeiten**, die den Beitrag auflockern und zusätzliche Denkanstöße geben. Auch **Grafiken, Emojis oder Symbole** können sinnvoll eingesetzt werden, um Inhalte hervorzuheben, Emotionen zu transportieren oder die Gestaltung abwechslungsreicher zu machen.

So entsteht ein Beitrag, der nicht nur informiert, sondern auch visuell anspricht und zur Auseinandersetzung mit dem Thema einlädt.

Wichtigste Aspekte im Überblick:

- **Kompakte Darstellung:** drei bis fünf Folien reichen aus
- **Stichpunkte statt Fließtext:** klare, kurze Formulierungen nutzen
- **Visuelle Struktur:** Symbole (Kästen, Striche, Pfeile) für bessere Übersicht
- **Abwechslung schaffen:** Zitate oder prägnante Aussagen einbauen
- **Gestaltung auflockern:** Grafiken, Emojis und Symbole gezielt einsetzen
- **Jugendgerechte Ansprache:** Inhalte sollen sowohl informativ als auch ansprechend wirken

Formale Gestaltung des Beitrags

Für die Erstellung der Beiträge nutzt das Social Media-Team (das Visualisierungsprogramm) **Canva**, da sie einfache Bearbeitungsmöglichkeiten und Vorlagen bietet, die bereits auf Instagram abgestimmt sind. So wird sichergestellt, dass die Beiträge technisch und optisch optimal zur Plattform passen. Ein einheitliches **Gestaltungsbild** ist entscheidend, um Wiedererkennung zu schaffen. Deshalb wird stets dieselbe Schriftart

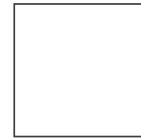
verwendet – bevorzugt Helvetica World. Titel und Untertitel heben sich durch ihre größere Schriftgröße klar vom restlichen Text ab, sodass eine übersichtliche Struktur entsteht. Die Schriftgröße sollte dabei nicht kleiner als **28 Pt** sein, um die Lesbarkeit auch auf mobilen Geräten zu gewährleisten. Auf der **ersten Folie** wird zusätzlich das **Young Minds-Logo** in der rechten unteren Ecke platziert. Dieses visuelle Branding sorgt für Professionalität und Wiedererkennungswert. Darüber hinaus folgt die Gestaltung einem festen **Farbschema**, das die Identität des Projekts unterstreicht:



Türkis
HEX #00959E
RGB 0 | 149 | 158
CMYK 100 | 0 | 40 | 5



Dunkelgrau
HEX #3D3D3C
RGB 61 | 61 | 60
CMYK 0 | 0 | 0 | 90



Weiß
HEX #FFFFFF
RGB 255 | 255 | 255
CMYK 0 | 0 | 0 | 0

So entsteht ein konsistentes Erscheinungsbild, das seriös wirkt und gleichzeitig jugendgerecht anspricht.

Wichtigste Aspekte im Überblick:

- **Tool:** Erstellung mit Canva (Instagram-Vorlagen nutzen)
- **Schrift:** Einheitlich, bevorzugt Helvetica World
- **Struktur:** Titel/Untertitel größer als Fließtext, mind. 28 pt
- **Branding:** Logo auf der ersten Folie unten rechts platzieren
- **Farbschema:** Türkis (#00959E), Dunkelgrau (#3D3D3C), Weiß (#FFFFFF)
- **Wiedererkennbarkeit:** Einheitliche Gestaltung sorgt für professionelles Auftreten

Veröffentlichung der Beiträge

Damit Social Media-Beiträge eine möglichst große Reichweite erzielen, ist ein strukturiertes Vorgehen beim **Upload** wichtig. Zunächst empfiehlt es sich, den Instagram-Account mit weiteren Social Media-Kanälen wie Facebook oder Twitter/X zu verknüpfen. So können die Beiträge **simultan veröffentlicht** und ohne zusätzlichen Aufwand mehreren Zielgruppen zugänglich gemacht werden. Vor dem Hochladen wird in der **Bildunterschrift** das Thema des Beitrags in ein bis zwei Sätzen angekündigt. Diese kurze Einführung hilft, den inhaltlichen Rahmen sofort klarzumachen. Zusätzlich werden **relevante Hashtags** eingesetzt, um die Sichtbarkeit zu erhöhen und den Beitrag in thematisch passenden Feeds erscheinen zu lassen.

Beispiele sind:



#politischebildung #bildungspolitik #sportundpolitik #bildungsarbeit #ehrenamt
#fußballem #olympischespiele #olympics #rassismusisport #transinports

Darüber hinaus können – je nach Thema – **Organisationen, Personen oder Verbände** direkt markiert werden. Dies steigert nicht nur die Reichweite, sondern fördert auch die **Vernetzung** mit relevanten Akteur*innen.

Wichtigste Aspekte im Überblick:

- **Plattform-Verknüpfung:** Accounts auf Instagram, Facebook & Co. verbinden, um Beiträge parallel hochzuladen
- **Einführung:** Thema in 1–2 Sätzen in der Bildunterschrift ankündigen
- **Reichweite erhöhen:** Relevante Hashtags nutzen
- **Netzwerke stärken:** Organisationen, Personen oder Verbände thematisch passend markieren
- **Effizienz:** Upload strukturiert planen, um Wirkung und Sichtbarkeit zu maximieren

Nachbereitung und Story-Einbindung

Nach dem Hochladen des Beitrags auf Instagram ist es sinnvoll, diesen zusätzlich in der **Story** zu teilen. Dadurch wird die Reichweite deutlich erhöht, da viele Jugendliche Inhalte vorrangig über Stories konsumieren. Um die Interaktivität zu steigern, können Stories mit **Umfragen, Abstimmungen oder kurzen Wissensquizen** ergänzt werden, die direkt an das Thema des Beitrags anknüpfen. So werden die Follower nicht nur informiert, sondern auch aktiv eingebunden. Dies fördert sowohl die Aufmerksamkeit als auch die Bereitschaft, sich kritisch mit der Thematik auseinanderzusetzen. Besonders effektiv ist die Kombination von **informativem Post und interaktiver Story**: Der Post vermittelt die wesentlichen Inhalte, während die Story Raum für Beteiligung bietet. Damit entsteht ein doppelter Lerneffekt – Information plus Reflexion.

Wichtigste Aspekte im Überblick:

- **Reichweite erhöhen:** Beitrag zusätzlich in der Story teilen
- **Interaktion schaffen:** Umfragen oder Quiz einbinden
- **Niedrigschwelliger Zugang:** Jugendliche dort abholen, wo sie aktiv sind
- **Kombination von Formaten:** Post = Information; Story = Beteiligung
- **Nachhaltigkeit:** Interaktive Elemente steigern Aufmerksamkeit und Lernerfolg

2.2 Video-Format „Kurz erklärt!“

Ein besonders wirkungsvolles Online-Format von **Young Minds** ist die Videoreihe **„Kurz erklärt“**. Wie der Name bereits verrät, handelt es sich dabei um kurze Erklärvideos zu aktuellen politischen und gesellschaftlichen Themen. Ziel ist es, Jugendlichen einen schnellen und verständlichen Überblick zu verschaffen und ihnen damit ein kompaktes **Grundwissen** für Debatten und Diskussionen an die Hand zu geben. Die Videos eignen sich sowohl zur **allgemeinen Wissensvermittlung** als auch zur **Vorbereitung auf Veranstaltungen** wie die Meinungsparlamente. Sie schaffen eine gemeinsame Wissensbasis, auf die in Diskussionen aufgebaut werden kann, und erleichtern so den Einstieg in komplexe Fragestellungen. Das Format zeichnet sich durch seine **Kompaktheit** aus: In wenigen Minuten werden zentrale Begriffe erklärt, Hintergründe aufgezeigt und aktuelle Bezüge hergestellt. So können Jugendliche mit geringem Zeitaufwand „Up-to-date“ bleiben und sich sicherer in Diskussionen bewegen. Im weiteren Verlauf des Leitfadens wird Schritt für Schritt dargestellt, wie ein solches Videoformat aufgebaut wird, welche Aufgaben zu beachten sind und wie der gesamte Produktionsprozess abläuft.

Thema und Zielgruppe festlegen

Der erste Schritt ist die präzise Definition des Themas. Ein klarer Fokus erleichtert die Strukturierung und verhindert Abschweifungen. Ebenso wichtig ist die Festlegung der Zielgruppe: Das Format „Kurz erklärt“ richtet sich in der Regel an ein breites Publikum ohne Vorkenntnisse. Fachbegriffe sollten vermieden oder direkt erklärt werden.

Recherche und Skripterstellung

Eine gründliche Recherche aus **verlässlichen Quellen** (z. B. Bundes- und Landeszentralen für politische Bildung, seriöse Medien) bildet die Basis. Anschließend wird ein **Skript** erstellt, das als Drehbuch dient: Einleitung – Hauptteil – Zusammenfassung. Um die Aufmerksamkeit zu halten, sollte das Video drei bis fünf Minuten nicht überschreiten.

Storyboard entwickeln

Ein Storyboard hilft, die Szenen im Voraus zu planen. Jede Sequenz wird beschrieben, inklusive Text, visueller Elemente (Grafiken, Bilder, Animationen) und Ablauf. So entsteht ein klarer roter Faden und ein besseres Verständnis für Timing und Bildsprache.

Equipment vorbereiten

Für die Aufnahmen reicht oft ein modernes Smartphone mit guter Kamera. Wichtig sind ein **externes Mikrofon** für klare Tonqualität und eine **ausreichende Beleuchtung** (Tageslicht, Softboxen, LED-Leuchten). Für den Schnitt eignen sich Programme wie **Adobe Premiere Pro, Magix** oder einfache Tools wie **Canva** für Animationen.

Videoaufnahmen machen

Aufnahmen erfolgen nach Skript und Storyboard. Wichtig: ruhige Kamera (Stativ/Gimbal), klare Sprache, ausreichend Lautstärke. Mehrere Takes der gleichen Szene erleichtern die Nachbearbeitung. Vorab sollten Testaufnahmen zu Licht und Ton durchgeführt werden.

Animationen und Grafiken erstellen

Visuelle Elemente lockern das Video auf und machen komplexe Inhalte greifbar. Diagramme, Infografiken oder animierte Sequenzen können sinnvoll ergänzt werden. Intro- und Outro-Elemente steigern die Professionalität. Grafiken sollten klar und einfach bleiben, um nicht abzulenken.

Videobearbeitung

Das Rohmaterial wird gesichtet und geschnitten. Ziel ist ein dynamisches Video ohne Überladung. Schnitte und Übergänge sollten sinnvoll gesetzt werden, Effekte sparsam. Hintergrundmusik oder Soundeffekte können unterstützen, dürfen aber den Sprechertext nicht überlagern.

Überprüfung und Feedback

Vor der Veröffentlichung sollte das Video auf technische Qualität (Ton, Bild, Übergänge) und inhaltliche Konsistenz geprüft werden. Ein Testdurchlauf im Team hilft, letzte Fehler zu vermeiden.

Export

Das Video wird in hoher Auflösung (mindestens 1080p) und im MP4-Format exportiert. Vor dem finalen Export ist auf Synchronität von Bild, Ton und Animationen zu achten.

Upload und Optimierung

Beim Upload auf YouTube sind **Titel, Beschreibung, Tags und Thumbnails** entscheidend für die Auffindbarkeit. Relevante Keywords erleichtern die Suche. Untertitel erhöhen die Barrierefreiheit, Infokarten können auf weitere Inhalte des Kanals verweisen.

Veröffentlichung und Promotion

Das Video sollte zu Zeiten veröffentlicht werden, in denen die Zielgruppe aktiv ist. Im Anschluss wird es über Social Media (z. B. Instagram, Facebook) geteilt. Eine aktive Interaktion mit den Kommentaren stärkt die Bindung und Sichtbarkeit.

Wichtigste Aspekte im Überblick:

- **Klare Struktur:** Thema und Zielgruppe von Beginn an festlegen
- **Gründliche Recherche:** nur seriöse Quellen nutzen, Skript als roter Faden
- **Visuelle Planung:** Storyboard für Szenen und Abläufe
- **Technische Basis:** Smartphone + externes Mikrofon reichen oft aus
- **Dynamische Umsetzung:** kurze Länge (3–5 Minuten), klare Sprache
- **Professioneller Look:** Grafiken, Animationen, Intro/Outro einbauen
- **Qualitätskontrolle:** vor Veröffentlichung Feedback einholen
- **Reichweite erhöhen:** durch gute Titel, Hashtags, Thumbnails und Social Media-Promotion

2.3 Podcast „Sport und Politik: eine (un)glückliche Beziehung?“

Ein weiteres zentrales Online-Format von **Young Minds** ist der Podcast „**Sport und Politik: eine (un) glückliche Beziehung?**“. Seit 2024 bietet er Jugendlichen und jungen Erwachsenen die Möglichkeit, die enge Verflechtung zwischen sportlichen und politischen Themen zu entdecken und kritisch zu reflektieren. Das Format ist bewusst **kompakt** gehalten: Jede Folge dauert 15 bis 20 Minuten – lang genug, um in gesellschaftspolitische Fragen einzutauchen, und gleichzeitig kurz genug, um die Aufmerksamkeit der Zuhörer nicht zu überfordern. Damit ist der Podcast ideal auf die Mediennutzung junger Menschen zugeschnitten. Organisiert und produziert wird er von **ehrenamtlichen Mitgliedern** des Projekts. Damit zeigt sich, dass auch mit begrenzten Mitteln ein wirkungsvolles Bildungsangebot entstehen kann, das zugleich **professionell** wirkt und eine **jugendliche Zielgruppe** gezielt anspricht. Der Podcast verbindet Information, Reflexion und Unterhaltung – und öffnet damit einen niedrigschwelligen Zugang zu politischen Themen.

Wichtigste Aspekte im Überblick:

- **Themenfokus:** Verbindung von Sport und Politik als Lernfeld
- **Laufzeit:** 15–20 Minuten pro Folge – kurz, prägnant und jugendgerecht
- **Zielgruppe:** Jugendliche und junge Erwachsene
- **Organisation:** Produktion durch ehrenamtliche Mitglieder
- **Wirkung:** niederschwelliger Zugang, kompakte Wissensvermittlung, Anstoß zu Diskussionen

Inhalt und Konzept

Im Zentrum des Podcasts stehen sportpolitische Fragestellungen, die verdeutlichen, wie eng Sport und Gesellschaft miteinander verflochten sind. Jede Folge widmet sich einer spezifischen Leitfrage, beispielsweise „Inwiefern stärkt der Vereinssport unsere Demokratie?“ oder „Welche Fähigkeiten fördert der Sport, die auch im Berufsleben von Vorteil sind?“. Um die Themen aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu beleuchten, lädt das Young Minds-Team regelmäßig Expert*innen ein, die sowohl im sportlichen als auch im politischen Bereich über Fachwissen verfügen. So entstand eine Folge über Demokratie im Vereinssport mit Stefan Klett, dem Präsidenten des Landessportbundes NRW, der wertvolle Einblicke aus seiner Perspektive beitrug. Der

Podcast motiviert Jugendliche, sich intensiver mit gesellschaftspolitischen Themen auseinanderzusetzen, und zeigt zugleich auf, dass Sport mehr ist als reine körperliche Aktivität – er ist ein Raum für Integration, Zusammenhalt und Demokratieerfahrung.

Technische Umsetzung

Für die Produktion nutzt das Team in der Regel die Software Adobe Audition, die professionelle Bearbeitungsfunktionen bietet. Alternativ stehen kostenfreie Programme wie Audacity oder GarageBand zur Verfügung, die sich besonders für Einsteiger eignen. Eine gute Audioqualität hat oberste Priorität: Daher verwendet jede teilnehmende Person ein eigenes Mikrofon, um klare Sprachaufnahmen ohne störende Nebengeräusche zu gewährleisten. Ebenso wichtig ist eine ruhige Aufnahmeumgebung. Bei Online-Gesprächen, etwa über Zoom, wird zusätzlich auf stabile Internetverbindungen geachtet. Nach der Aufnahme wird das Material bearbeitet: Störgeräusche werden entfernt, Pausen gekürzt und die Tonqualität ausgeglichen. Intro- und Outro-Musik sorgt für Wiedererkennungswert und einen professionellen Gesamteindruck.

Veröffentlichung und Vermarktung

Nach der Bearbeitung wird der Podcast über Spotify veröffentlicht. Die Plattform ermöglicht es auch kleineren Projekten, ein breites Publikum zu erreichen. Jede Episode erhält ein prägnantes Coverbild und eine aussagekräftige Beschreibung, die das Thema klar benennt und Interesse weckt. Um den Podcast zu bewerben, nutzt das Team die eigenen Social Media-Kanäle. Auf Instagram, Facebook oder YouTube werden Teaser-Videos veröffentlicht, die kurze Ausschnitte der Aufnahme enthalten und so Neugierde erzeugen. Die Kombination aus Veröffentlichung und aktiver Bewerbung erhöht die Reichweite deutlich und trägt dazu bei, dass der Podcast nicht nur von Jugendlichen, sondern auch von einem breiteren Publikum wahrgenommen wird.

Tipps für die Produktion

Wer selbst einen Podcast starten möchte, sollte vor allem Wert auf eine sorgfältige Themenauswahl und eine klare Zielgruppenorientierung legen. Inhalte müssen relevant und jugendgerecht aufbereitet sein, um Resonanz zu finden. Auch die Regelmäßigkeit der Veröffentlichung ist wichtig, da sie die Hörerbindung stärkt. Gäste bereichern das Format, weil sie Fachwissen und zusätzliche Perspektiven einbringen. Gleichzeitig entscheidet die technische Qualität darüber, ob ein Podcast als professionell wahrgenommen wird – ein gutes Mikrofon und ein sauberes Schnittverfahren sind daher unverzichtbar. Schließlich sollte auch die Vermarktung über soziale Medien konsequent eingeplant werden, um eine möglichst große Reichweite zu erzielen.

Bisherige Podcasts

Spotify:



Wichtigste Aspekte im Überblick:

- **Themenfokus:** sportpolitische Fragen als Brücke zu gesellschaftlicher Bildung
- **Zielgruppe:** Jugendliche und junge Erwachsene, jugendgerechte Sprache und Länge
- **Format:** kurze Folgen (15–20 Min.) mit Expert*innen aus Sport und Politik
- **Technik:** klare Tonqualität durch eigenes Mikrofon pro Person, professionelle Nachbearbeitung
- **Plattform:** Veröffentlichung auf Spotify, Bewerbung über Social Media mit Teasern
- **Wirkung:** niedrigschwelliger Zugang zu Politik, Stärkung von Integration und Demokratieverständnis

3

Meinungsparlament – Politik erleben, Position beziehen

Das **Meinungsparlament** ist ein innovatives Veranstaltungsformat von Young Minds, das Jugendlichen ermöglicht, sich aktiv mit aktuellen gesellschaftspolitischen Fragen auseinanderzusetzen. Im Mittelpunkt steht eine **zentrale Fragestellung**, die klar, verständlich und mit „Ja“ oder „Nein“ beantwortbar ist. Während der Veranstaltung positionieren sich die Teilnehmenden sichtbar im Raum – in den Bereichen „Ja“, „Nein“ oder „Enthaltung“ – und können ihre Meinung im Verlauf der Diskussion jederzeit ändern. Begleitet wird das Meinungsparlament von **Expert*innen aus Politik und Sport**, die mit kurzen Statements in die Debatte einführen und auf Fragen der Jugendlichen eingehen. In mehreren Diskussionsrunden werden Unterfragen beleuchtet, sodass das Thema von verschiedenen Seiten betrachtet werden kann. Das Format lebt von **Interaktion und Dynamik**: Teilnehmende haben die Möglichkeit, aktiv Fragen zu stellen, Argumente einzubringen und ihre Position zu überdenken. Am Ende werden die Meinungsverteilungen ausgewertet und in anschaulichen Schaubildern veröffentlicht. So verbindet das Meinungsparlament **politische Bildung mit aktiver Beteiligung** – ein niedrighschwelliger, praxisnaher Ansatz, der Diskussion fördert, Meinungsbildung sichtbar macht und Jugendlichen eine Stimme gibt.

3.1 Organisation und Planung des Meinungsparlaments

Die Durchführung eines **Meinungsparlaments** setzt eine gründliche und strukturierte Vorbereitung voraus. Nur so lässt sich sicherstellen, dass sowohl die Diskussion selbst als auch alle organisatorischen Abläufe reibungslos funktionieren. Neben der inhaltlichen Planung – also der Auswahl der Themen und der Einbindung geeigneter Expert*innen – müssen auch logistische Fragen wie Raumgestaltung, Technik und Teilnehmermanagement frühzeitig bedacht werden. Das Ziel dieser Vorbereitung ist es, eine Atmosphäre zu schaffen, in der sich Jugendliche aktiv einbringen, Positionen vertreten und gegebenenfalls auch überdenken können. Damit das gelingt, braucht es klare Abläufe, eine verlässliche Organisation und eine Moderation, die die Diskussion strukturiert leitet.

Dieser Abschnitt gibt einen Überblick darüber, welche zentralen Schritte notwendig sind, um ein Meinungsparlament erfolgreich umzusetzen, und soll gleichzeitig Vereinen, Schulen oder anderen Einrichtungen als Orientierung dienen, wenn sie selbst ein vergleichbares Format planen.

Wichtigste Aspekte im Überblick:

- **Gründliche Vorbereitung:** Inhalte, Abläufe und Logistik frühzeitig planen
- **Doppelte Ausrichtung:** inhaltliche Qualität und organisatorische Professionalität sicherstellen
- **Klare Strukturen:** fester Ablauf und Moderation schaffen einen sicheren Rahmen
- **Übertragbarkeit:** Konzept eignet sich für Vereine, Schulen und andere Einrichtungen

Themenwahl und Zielgruppenorientierung

Die **Auswahl des zentralen Themas** ist der erste und entscheidende Schritt bei der Planung eines Meinungsparlaments. Von dieser Entscheidung hängt maßgeblich ab, ob Jugendliche Interesse entwickeln und sich aktiv beteiligen. Orientiert wird sich dabei an **aktuellen gesellschaftspolitischen Diskussionen**, die in den Medien präsent sind und insbesondere junge Menschen betreffen. Wichtig ist, dass die gewählte Fragestellung die **Lebensrealität der Zielgruppe widerspiegelt** oder so aufbereitet wird, dass ein klarer Bezug zu ihrem Alltag entsteht. Ein gelungenes Beispiel ist die Frage: *„Muss Künstliche Intelligenz in den Schulalltag integriert werden, um Schüler*innen bestmöglich auf die Anforderungen einer*

digitalisierten Zukunft vorzubereiten?" Solche Fragen sind verständlich, relevant und regen unmittelbar zum Nachdenken an. Entscheidend ist zudem die **Formulierung**: Die zentrale Frage sollte Neugier wecken, leicht verständlich sein und sich klar mit „Ja“ oder „Nein“ beantworten lassen. So wird eine klare Ausgangsbasis geschaffen, auf der sich Meinungen bilden, vertreten und im Verlauf der Diskussion möglicherweise auch verändern können.

Wichtigste Aspekte im Überblick:

- **Aktualität:** Orientierung an gesellschaftspolitischen Themen, die junge Menschen bewegen
- **Alltagsnähe:** Bezug zur Lebensrealität der Zielgruppe herstellen
- **Neugier wecken:** Fragestellungen sollen interessant und anregend sein
- **Klarheit:** Formulierungen leicht verständlich halten
- **Diskussionsfähigkeit:** Fragen so gestalten, dass eine eindeutige Ja/Nein-Positionierung möglich ist

Auswahl der Expert*Innen

Ein zentraler Bestandteil jedes Meinungsparlaments ist die Auswahl der Expert*innen und Experten. Sie tragen maßgeblich dazu bei, die Diskussion fachlich fundiert und vielfältig zu gestalten. Bei der Auswahl wird einerseits auf die **fachliche Expertise** geachtet, andererseits spielt auch die **räumliche Nähe** zur Veranstaltung eine Rolle. Dies erleichtert nicht nur die Organisation, sondern erhöht auch die Bereitschaft zur Teilnahme. Besonders wichtig ist es, Expert*innen mit **unterschiedlichen fachlichen und ideologischen Hintergründen** einzuladen. Dadurch wird das Thema aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet und die Teilnehmenden erhalten die Möglichkeit, ein differenziertes Bild zu entwickeln. Unterschiedliche Sichtweisen regen zur kritischen Auseinandersetzung an und fördern eine lebendige Diskussion.

Die **Vorbereitung der Expert*innen** wird in der Regel vollständig vom Organisationsteam übernommen. Der Prozess beginnt mit einer Einladungsmail, in der sowohl das Konzept des Meinungsparlaments als auch der geplante Ablauf vorgestellt werden. Bei einer Zusage wird ein gemeinsamer Termin abgestimmt, und die Expert*innen erhalten im Vorfeld eine Präsentation, einen Moderationstext sowie einen Katalog mit Leitfragen zur Orientierung. Die einzige Vorleistung, die von den Expert*innen erwartet wird, ist ein **prägnantes Eingangsstatement** zur Leitfrage der Veranstaltung. Dieses sollte maximal drei Sätze umfassen und wird zu Beginn des Meinungsparlaments vorgestellt. Damit ist sichergestellt, dass die Positionen klar umrissen sind und die Diskussion von Beginn an strukturierte Impulse erhält.

Wichtigste Aspekte im Überblick:

- **Auswahlkriterien:** Fachliche Expertise und regionale Nähe
- **Vielfalt:** Unterschiedliche Hintergründe für eine multiperspektivische Diskussion
- **Organisation:** Einladung, Vorstellung des Konzepts und Bereitstellung von Leitfragen
- **Minimaler Aufwand für Expert*innen:** Nur ein kurzes Eingangsstatement wird verlangt
- **Transparenz:** Klare Struktur und Vorbereitung sorgen für einen reibungslosen Ablauf

Teilnehmenden-Management und Bewerbung

Die Gewinnung und Betreuung der Teilnehmenden ist ein wesentlicher Bestandteil der Organisation eines Meinungsparlaments. Um die Anmeldung möglichst unkompliziert zu gestalten, empfiehlt sich ein **Anmeldeformular auf der Website**. So können Interessierte direkt ihre Teilnahme zusagen und die Veranstalter behalten den Überblick über die Zahl der Anmeldungen. Um eine breite Zielgruppe zu erreichen, sollte die Veranstaltung über **verschiedene Kanäle beworben** werden. Neben den Social Media-Kanälen des Projekts bieten sich auch E-Mail-Verteiler und gezielte Ansprache in Schulen an. Gerade Jugendliche lassen sich zudem gut über persönliche Empfehlungen erreichen, sodass **Mund-zu-Mund-Propaganda** innerhalb des Vereinsnetzwerks eine wertvolle Ergänzung darstellt. Bei der Durchführung in der Aula des Gymnasiums Hückelhoven zeigte sich, dass die räumliche Kapazität meist deutlich größer ist als die Zahl der tatsächlichen Anmeldungen. Dennoch ist es sinnvoll, die **maximale Teilnehmerzahl im Blick zu behalten**. Sollte ein besonders großes Interesse bestehen, empfiehlt sich eine frühzeitige Begrenzung, um Überbelegungen und organisatorische Schwierigkeiten zu vermeiden.

Wichtigste Aspekte im Überblick:

- **Anmeldung:** unkompliziert über Online-Formular auf der Website
- **Bewerbung:** Social Media, E-Mail-Verteiler, Schulen und persönliche Ansprache nutzen
- **Reichweite erhöhen:** Kombination aus digitalen und direkten Wegen ist besonders effektiv
- **Teilnehmerzahl im Blick behalten:** Kapazitäten prüfen und ggf. begrenzen
- **Erfahrungswert:** auch bei großen Räumen realistisch mit 30-50 Anmeldungen rechnen

Raumgestaltung und technische Ausstattung

Der Veranstaltungsraum bildet den Rahmen für das Meinungsparlament und sollte daher **klar strukturiert und professionell vorbereitet** sein. Ein zentrales Element ist die Unterteilung des Raums in drei Bereiche, die den Positionen „Ja“, „Nein“ und „Enthaltung“ entsprechen. So wird die Meinungsfindung unmittelbar sichtbar und für alle Teilnehmenden transparent. Darüber hinaus ist die **Sitzordnung** entscheidend: Für die Teilnehmenden und die eingeladenen Expert*innen müssen ausreichend Stühle vorhanden sein, sodass sich alle bequem und übersichtlich platzieren können. Ergänzt wird die räumliche Ausstattung durch **technische Hilfsmittel** wie Beamer, Leinwand, Funkmikrofone und eine Präsentationsfernbedienung, die eine reibungslose Durchführung sicherstellen. Um dem Format einen **professionellen Charakter** zu verleihen, nutzt das Young Minds-Team **bedruckte Roll-Ups mit Logos sowie Schilder**, die die unterschiedlichen Meinungspositionen visualisieren. Diese Elemente erleichtern die Orientierung und steigern zugleich die Sichtbarkeit der Initiative. Am **Eingangsbereich** empfiehlt sich ein Infotisch, an dem sich Teilnehmende anmelden können. Hier können Flyer und Informationsmaterialien ausgelegt werden, die über das Projekt und weitere Angebote informieren. Damit wird das Meinungsparlament zugleich zur Gelegenheit, neue Interessierte für die Initiative zu gewinnen.

Wichtigste Aspekte im Überblick:

- **Raumaufteilung:** klare Bereiche für „Ja“, „Nein“ und „Enthaltung“
- **Sitzordnung:** genügend Stühle für Teilnehmende und Expert*innen
- **Technik:** Beamer, Leinwand, Funkmikrofone, Präsentationsfernbedienung
- **Professionelles Auftreten:** Roll-Ups, Logos und Positionsschilder einsetzen
- **Infotisch:** Anmeldung ermöglichen und Materialien zur Initiative bereitstellen

Ablauf und Moderation

Die Moderation ist ein entscheidender Erfolgsfaktor für das Gelingen des Meinungsparlaments. Sie wird stets von einem **Team aus zwei Moderator*innen** übernommen, die gemeinsam durch die Veranstaltung führen und sicherstellen, dass der **Ablauf strukturiert** und der **Zeitplan eingehalten** wird. Nach der Begrüßung der Teilnehmenden und der Vorstellung der Initiative erklären die Moderator*innen den **Veranstaltungsablauf** sowie die **Diskussionsregeln**, die für eine faire und respektvolle Debatte sorgen. Anschließend werden die Expert*innen eingeführt, die zu Beginn ihre vorbereiteten Statements zur zentralen Fragestellung abgeben. Die Veranstaltung selbst ist in **vier Diskussionsrunden à 10 Minuten** gegliedert. Jede Runde widmet sich einer Unterfrage, die unterschiedliche Perspektiven auf die Hauptthematik ermöglicht. Dieses Vorgehen stellt sicher, dass das Thema sowohl breit als auch vertieft diskutiert werden kann. Nach jeder Runde haben die Teilnehmenden die Gelegenheit, **Fragen an die Expert*innen zu richten** und ihre eigenen Positionen kritisch zu hinterfragen. Zudem besteht die Möglichkeit, den **Sitzplatz zu wechseln**, wenn sich die eigene Meinung im Verlauf der Diskussion verändert hat. Diese Dynamik macht den Prozess sichtbar und stärkt das Bewusstsein für differenzierte Meinungsbildung. Am Ende der Veranstaltung wird die **abschließende Meinungsverteilung** erhoben und dokumentiert. Dabei werden sowohl die finale Positionierung als auch die **Meinungsflektuationen** während der Diskussion festgehalten. Diese Ergebnisse werden im Nachgang veröffentlicht, um **Transparenz zu schaffen** und die Debatte auch über die Veranstaltung hinaus fortzuführen.

Wichtigste Aspekte im Überblick:

- **Doppelmoderation:** Zwei Moderator*innen leiten durch den gesamten Ablauf
- **Struktur:** Einführung, Regeln, Expertenstatements, Diskussionsrunden
- **Vier Runden:** Jeweils 10 Minuten, mit klaren Unterfragen zur Vertiefung
- **Interaktion:** Fragen an Expert*innen + Sitzplatzwechsel für dynamische Meinungsbildung
- **Transparenz:** Ergebnisse und Veränderungen werden erfasst und veröffentlicht

3.2 Teilnehmer*innen-Akquise

Die Teilnehmer*innen-Akquise ist ein entscheidender Schritt, um ein Meinungsparlament mit Leben zu füllen. Ziel ist es, eine **möglichst vielfältige Gruppe von Jugendlichen** zu erreichen, die unterschiedliche Perspektiven in die Diskussion einbringen. Dabei empfiehlt sich eine Kombination aus **digitaler Ansprache** und **persönlicher Kontaktaufnahme**. Über **Social Media-Kanäle** wie Instagram oder Facebook lassen sich Jugendliche dort erreichen, wo sie ohnehin aktiv sind. Ergänzend können **E-Mail-Verteiler, Newsletter**

oder schulische Netzwerke genutzt werden, um gezielt auf die Veranstaltung aufmerksam zu machen. Besonders wirkungsvoll ist zudem die **direkte Ansprache in Schulen, Vereinen oder Jugendzentren**, da persönliche Empfehlungen das Interesse häufig stärker wecken als reine Online-Werbung. Ein weiterer wichtiger Faktor ist die **Transparenz über Ziel und Ablauf** der Veranstaltung. Wenn Jugendliche im Vorfeld wissen, was sie erwartet, welche Themen behandelt werden und welche Rolle sie einnehmen können, steigt die Motivation zur Teilnahme deutlich. Auch Anreize wie **Teilnahmezertifikate** oder die Aussicht, eigene Fragen und Positionen aktiv einbringen zu können, wirken mobilisierend.

Wichtigste Aspekte im Überblick:

- **Vielfalt fördern:** Zielgruppe breit ansprechen, unterschiedliche Hintergründe einbeziehen
- **Digitale Ansprache:** Social Media, E-Mail-Verteiler, Newsletter nutzen
- **Direkte Kontakte:** Schulen, Vereine und Jugendzentren gezielt ansprechen
- **Transparenz:** Klare Informationen zu Ziel, Ablauf und Rolle der Teilnehmenden geben
- **Motivation steigern:** Mitgestaltungsrechte, Zertifikate oder andere Anreize bieten

3.3 Auswertung der Meinungsverteilungen

Ein wesentlicher Bestandteil des Meinungsparlaments ist die **Auswertung der Meinungsverteilungen**. Sie macht sichtbar, wie sich Positionen im Laufe der Diskussion entwickeln und wie stark die Argumente der Expert*innen und Teilnehmer*innen zur Reflexion und Meinungsänderung beitragen. Die Grundlage für eine klare Auswertung bildet die **Raumaufteilung in die Kategorien „Ja“, „Nein“ und „Enthaltung“**. So lässt sich die jeweilige Position unmittelbar erkennen. Die Auswertung erfolgt in **drei Stufen**: Ausgang, Zwischenstand und Endstand. Bereits zu Beginn der Veranstaltung wird eine **Teilnehmerliste** mit den vorab angekreuzten Meinungen erfasst. Diese dient als Ausgangspunkt, indem die Stimmen gezählt und in Prozentzahlen ausgewertet werden. Für den Zwischenstand und den Endstand können während der Diskussion **Fotos vom gesamten Raum** gemacht werden, die die **Sitzverteilung dokumentieren**. Dabei ist wichtig, dass alle Teilnehmer*innen sowie die Veränderungen in der Sitzordnung klar erkennbar sind. Diese Fotos dienen ausschließlich der internen Auswertung und werden **nicht veröffentlicht**. Alternativ oder ergänzend können die Fluktuationen auch manuell gezählt werden. Nach Abschluss der Veranstaltung werden die Daten ausgewertet und die Ergebnisse in **Prozentzahlen** festgehalten. Anschließend können aus den drei Stufen (Ausgang, Zwischenstand, Endstand) **Schaubilder erstellt** werden, die veröffentlicht werden dürfen. Sie bieten eine anschauliche Darstellung der Meinungsdynamik und regen weitere Diskussionen an.

Wichtigste Aspekte im Überblick:

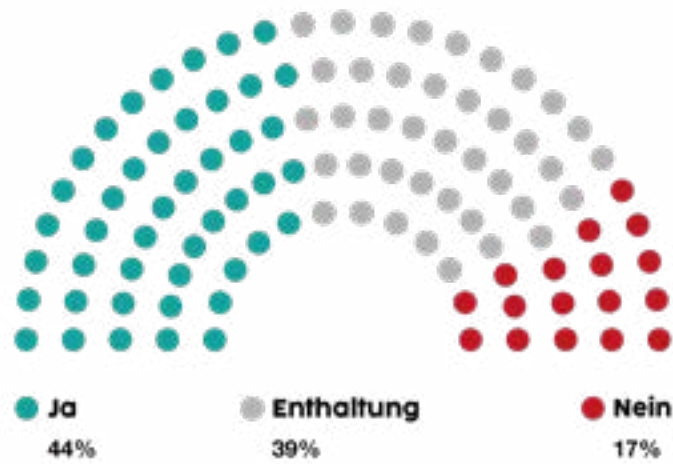
- **Raumaufteilung:** klare Kategorien „Ja“, „Nein“, „Enthaltung“
- **Drei Auswertungsstufen:** Ausgang, Zwischenstand, Endstand
- **Teilnehmerliste:** dokumentiert die Ausgangspositionen
- **Fotos als Hilfsmittel:** dokumentieren Fluktuationen, nur intern genutzt
- **Ergebnisse:** Prozentzahlen berechnen und Schaubilder zur Veröffentlichung entwerfen

Beispielabbildungen der Schaubilder:

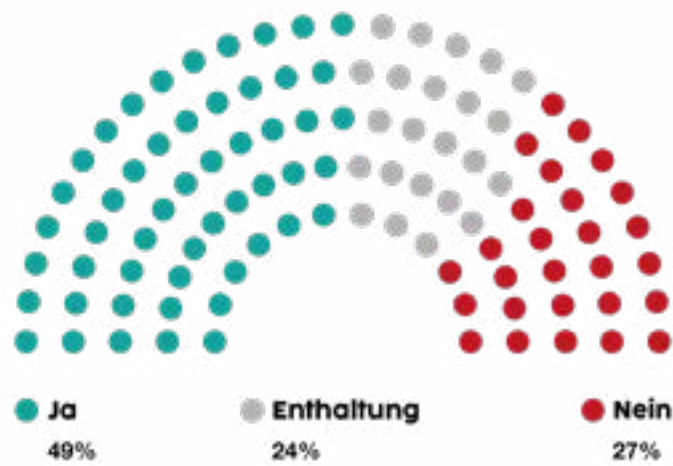
Website



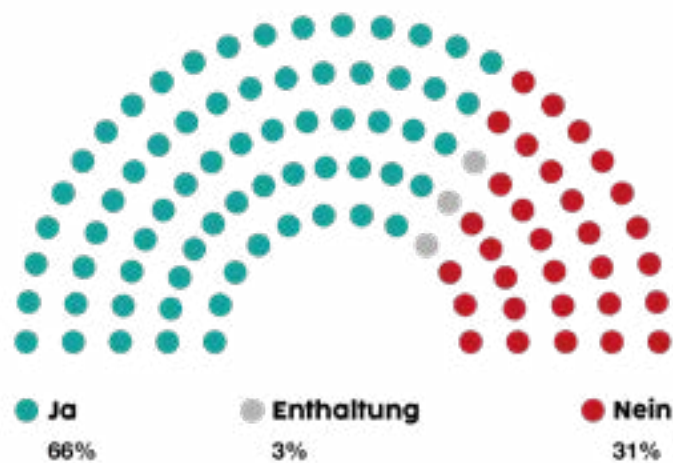
Ausgang



Zwischenstand



Endstand



Checkliste: Ein eigenes Meinungsparlament durchführen

1. Planung und Vorbereitung

- Zentrale Fragestellung wählen
(klar, verständlich, mit „Ja/Nein“ beantwortbar, Bezug zur Lebensrealität der Zielgruppe)
- Expert*innen auswählen (fachliche Expertise + unterschiedliche Hintergründe + regionale Nähe)
- Expert*innen vorbereiten
(Einladungsmail, Ablaufskizze, Leitfragen, kurzes Eingangsstatement anfordern)
- Veranstaltungstermin und Ort festlegen
(z. B. Aula, ausreichend Platz für mind. drei Bereiche: „Ja/Nein/Enthaltung“)

2. Teilnehmer*innen-Akquise

- Anmeldung ermöglichen (z. B. Online-Formular auf Website)
- Bewerbung starten (Social Media, E-Mail-Verteiler, Schulen, Vereine, persönliche Ansprache)
- Transparente Infos bereitstellen (Thema, Ablauf, Rolle der Teilnehmer*innen)
- Teilnehmerzahl im Blick behalten (Überbelegung vermeiden, ggf. frühzeitig begrenzen)

3. Raumgestaltung und Technik

- Raum in drei Bereiche unterteilen („Ja/Nein/Enthaltung“)
- Sitzordnung und Technik bereitstellen (Stühle, Beamer, Leinwand, Funkmikrofone, Fernbedienung)
- Visuelles Branding nutzen (Roll-Ups, Logos, Schilder für Positionen)
- Infotisch vorbereiten (Anmeldung, Flyer, Infos zu weiteren Projekten)

4. Ablauf und Moderation

- Moderationsteam (2 Personen) einplanen (Begrüßung, Regeln erklären, Zeitplan einhalten)
- Einführung der Expert*innen und deren Statements
- Vier Diskussionsrunden à 10 Minuten (Unterfragen zur Leitfrage behandeln)
- Fragerunden für Teilnehmer*innen einbauen (Fragen an Expert*innen zulassen)
- Meinungswechsel ermöglichen (Sitzplatzwechsel nach jeder Runde)

5. Auswertung und Nachbereitung

- Teilnehmerliste mit Ausgangspositionen führen
- Zwischenstand und Endstand dokumentieren
(z. B. Fotos vom Raum, die nur intern genutzt werden dürfen)
- Prozentzahlen berechnen und Meinungsfluktuationen festhalten
- Schaubilder erstellen (Ausgang, Zwischenstand, Endstand für die Veröffentlichung)
- Ergebnisse veröffentlichen und zur weiteren Diskussion anregen

**Für mehr Informationen
hier scannen:**



**YOUNG
MiNDS**