

Botschafter im Teenie-Alter

NRZ Mülheim, 23.01.2008, HOLGER HANDSTEIN

Jugendliche als Kulturbotschafter? Das hört sich ungewöhnlich an – und ist es auch: Das Mülheimer Centrum für Bürgerschaftliches Engagement (CBE), die Ehrenamt-Agentur Essen und die Freiwilligenagentur Oberhausen suchen genau solche Jugendliche.

Gefragt sind Jugendliche, die eine Kultureinrichtung in ihrer Stadt näher kennenlernen und dann anderen Jugendlichen näherbringen wollen. Vor allem zielen sie dabei auf Jugendliche mit Migrationshintergrund, denn das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge fördert das Projekt mit 200 000 Euro. „Es geht uns darum, dass die Jugendlichen gemeinsam etwas erleben“, erklärt Jörg Ernst, der das Projekt von Mülheim aus koordiniert. „Und zwar nicht die Kultur ihrer Herkunftsländer, sondern die in ihrer Stadt.“

Hintergrund

Der Weg zum Projekt.

Den Auftakt zum Projekt bildet eine Veranstaltung im Kulturzentrum an der Fünfte, Gracht 209. Dort entwerfen Jugendliche am Samstag, 26. Januar, von 13 bis 16 Uhr ein Plakat für das Projekt. Wer mitmachen will oder Fragen hat, wählt 970 68 12.

Zwischen 13 und 20 sollen die Jugendlichen sein – und engagiert. „Wer mitmacht, wird ein Jahr lang intensiv geschult und begleitet“, sagt Ernst. Dafür sollen neben den Ehrenamts-Anlaufstellen auch die Kultureinrichtungen selbst und Wirtschaftsunternehmen sorgen. Zwei Essener Marketing-Agenturen haben bereits erklärt, sie wollten Praktikumsplätze für die Jugendlichen anbieten. Zudem hat die Stiftung der Mülheimer Wirtschaft 5000 Euro zur Finanzierung beigesteuert.

Nach dem ersten Jahr werden die Jugendlichen dann erst richtig aktiv, das zumindest wünschen sich die Organisatoren: „Sie sollen selbst Wege erarbeiten, ihre Kultureinrichtung zu präsentieren“, erläutert Beate Kotz von der Essener Ehrenamt-Agentur. „Wir begleiten sie dabei und helfen ihnen.“ Welche Kultureinrichtungen mitmachen, ist derzeit noch nicht geklärt. Die Mülheimer Kulturreferentin Cornelia Schwabe weist aber darauf hin, dass es nicht nur um Hochkultur gehen soll: „Wenn jemand eine tolle Hip-Hop-Combo hat, die er unbedingt bekannt machen möchte, dann geht das natürlich auch.“ Gleichwohl sei es aber auch ein Ziel des Projekts, Jugendliche in Kontakt mit Kultur-Angeboten zu bringen, vor denen sie sonst zurückschrecken. „Wenn ich denen das erzähle, fragen die sich doch: ‚Was will der Opa?‘“, sagt Harald Elke von der Oberhausener Freiwilligenagentur. Weitere Ziele: Integration, Stadtmarketing – und ein Nutzen für die jungen Botschafter selbst. Die nämlich erwerben Kenntnisse, Kontakte und am Ende auch ein Zertifikat.