

Leistungsbeschreibung

Vermarktung des Themas Jugendarmut

Der Monitor „Jugendarmut in Deutschland 2024“, von der BAG KJS, herausgegeben, soll umfassend über die Lage der Jugendarmut in Deutschland informieren und zur politischen und gesellschaftlichen Diskussion beitragen. Der Monitor erscheint im Rahmen einer Initiative zur Bekämpfung von Jugendarmut. Die BAG KJS hat diese Initiative 2008 gestartet. 2010 wurde der erste Monitor „Jugendarmut in Deutschland“ veröffentlicht.

Im Monitor zeigt die BAG KJS, dass eine beträchtliche Anzahl von Jugendlichen in Deutschland von Armut betroffen ist. Diese Armut hat weitreichende Folgen für ihre Zukunftsaussichten, sie wirkt sich negativ auf alle Lebensbereiche aus. Armut behindert die Entwicklung und Nutzung von Talenten und Potentialen, die jede*r Jugendliche hat. Indem wir Jugendarmut bekämpfen, ermöglichen wir eine positive Entfaltung dieser Potentiale. Jeder junge Mensch sollte die gleichen Chancen auf Bildung oder Gesundheit oder soziale Teilhabe haben, unabhängig vom sozioökonomischen Hintergrund. Das Thematisieren von Jugendarmut ist ein Schritt hin zu mehr Chancengerechtigkeit.

Junge Menschen haben keinen Einfluss auf die wirtschaftlichen Bedingungen ihrer Familie. Armut wird oft von Generation zu Generation weitergegeben und ist das Ergebnis struktureller Probleme, nicht individueller Fehltritte.

Ziel ist es, durch gezielte Kommunikationsmaßnahmen die Reichweite und Wirkung der Aufklärung zu Jugendarmut zu maximieren und vorherrschende Vorurteile oder Mythen zu entkräften.

Von der ausführenden Agentur erwarten wir nachweisbare Erfahrung in der Vermarktung sozialer und politischer Themen sowie Expertise im Bereich Jugendarmut. Erforderlich sind die notwendigen personellen Kapazitäten, um der Komplexität der Lebenslage Jugendarmut und entsprechender Medien- und Kommunikationsarbeit gerecht zu werden. Darüber hinaus verfügen Auftragnehmer*innen über umfassende Kontakte in die Hauptstadtresse, bundesweite Leitmedien sowie das „politische“ Berlin verfügen.

Die Vermarktung umfasst einerseits die Ansprache der klassischen Medien (Print, Hörfunk, TV), andererseits auch Social Media-Kanäle.

Das zu erstellende Vermarktungskonzept enthält Vorschläge für Kommunikations- und PR-Formate sowie deren Ausarbeitung; ein Konzept zur Einbindung von Journalist*innen, Multiplikator*innen, Medienpartner*innen und Influencer*innen; Entwicklung einer Kommunikationsdramaturgie; ein Social Media-Redaktionsplan für drei Monate; Erstellung von Fact Sheets für eine Pressemappe sowie Unterstützung bei Presseanfragen und Medienarbeit inkl. einer Medienpartnerschaft.

Die BAG KJS stellt basierend auf den Erfahrungen der letzten Jahre eigene Expertise ergänzend zur Verfügung.

Bestandteil einer Kommunikationsdramaturgie soll auch die Veröffentlichung des Monitors „Jugendarmut in Deutschland 2024“ sein. Es sind Vorschläge für geeignete Formate und/oder Orte zu nennen. Die Veröffentlichung muss Wirkung in das „politische“ Berlin entfalten. Die ausführende Agentur muss über eine ausgewiesene Expertise in der (fach-)politischen Kommunikation verfügen. Tiefe Kenntnisse der Medienlandschaft in Deutschland sind unverzichtbar. Bestehende Kontakte zu Leitmedien sind wünschenswert.

Leistungszeitraum September bis Dezember 2024. Der zeitliche und finanzielle Aufwand für das Projektmanagement und administrative Aufgaben muss im Angebot gesondert aufgeführt werden. Der zeitliche und finanzielle Aufwand für einzelne Arbeitsschritte darf nicht pauschal kalkuliert werden.