

Entwurf eines Konzepts  
zum Aufbau des  
Bundeswettbewerbs  
*Jugend streitet*

„Politische Kultur in der Demokratie ist nämlich nicht nur ein schöner Schein, der zur Demokratie noch hinzukommen muß, damit das Bild stimmt. Sie ist die Sache selbst. Partizipation, Vertrauen, wahrhaftige Kommunikation, Toleranz, Offenheit, Streit und Konsens. Sie ist unter anderem eine unersetzliche Steuerungsressource in der Demokratie, zumal wenn die Wegstrecke uneben wird.“

**Thomas Meyer**, Die Inszenierung des Scheins, Frankfurt 1992, S.190

Stand: 11.09.2000

Autor: **Loring Sittler**, Jugend streitet e.V., Ringelstr. 5, 60385 Frankfurt  
Tel. 069/43058660 (priv.)  
e-mail: [loring.sittler@jugend-streitet.de](mailto:loring.sittler@jugend-streitet.de)  
<http://www.jugend-streitet.de>

## Inhaltsverzeichnis

### **1. Wichtige Informationen zum Projekt**

- 1.1. Bezeichnung des Vorhabens
- 1.2. Dauer des Vorhabens
- 1.3. Angaben zum Trägerverein

### **2. Zusammenfassung des Projekts und Zielsetzung**

- 2.1. Stichworte zur Ausgangslage
- 2.2. Grundsätzliche und langfristige politische Zielsetzung und Auswirkungen
- 2.3. Kurz- und mittelfristige Zielsetzung
- 2.4. Zu erwartende Auswirkungen

### **3. Erfahrungsstand und Vorarbeit**

- 3.1. Landeswettbewerbe **Jugend debattiert** in Hamburg 1999/2000
- 3.2. Andere Initiativen und vergleichbare Rhetorikwettbewerbe in Deutschland
- 3.3. Konzept der HERTIE-Stiftung

### **4. Projektbeschreibung und –ablauf**

- 4.1. Primäre Zielgruppe
- 4.2. Form des Wettbewerbs
- 4.3. Öffentliche Debatten als Kern des Projekts
- 4.4. Leistungsbewertung
- 4.5. Art und Funktion der Preise und Preisklassen
- 4.6. Konkret zu realisierende Entwicklungsschritte auf dem Weg zum funktionierenden Bundeswettbewerb

### **5. Angaben zur Fortsetzung des Projekts nach der ersten Anschubphase**

- 5.1. Auswertung bereits durchgeführter Wettbewerbe, Dokumentation, PR und Marketing für weiterführende, dauerhafte Fortsetzung der Arbeit in einzelnen Regionen und Städten
- 5.2. Mittel- und langfristige Infrastruktur für die politische Streitkultur und Nachwuchsförderung
- 5.3. Ständige Qualifizierungsmaßnahmen für Multiplikatoren und Interessierte
- 5.4. Umsetzung der Ausbildungsziele in Lehrpläne, Schulen und Hochschulen
- 5.5. Weitere Wettbewerbe

### **6. Kostenaufstellung**

- 6.1. Grundausstattung und Fixkosten
- 6.2. Laufende, teilnahmebedingte Projektaufwendungen
- 6.3. Marketing- und Druckkosten

### **7. Konzept für Sponsorengewinnung**

- 7.1. Bundesweite Sponsoren dauerhaft zu gewinnen
- 7.2. Regionale Sponsoren dauerhaft und/oder für Einzelprojekte zu gewinnen
- 7.3. Kontaktaufnahme zu öffentlichen Institutionen (Btag, BMFJ, BZfpB, BMI)
- 7.4. Kontaktaufnahme zu anderen Verbänden und Institutionen

## 1. Wichtige Informationen zum Projekt

### 1.1. Bezeichnung des Vorhabens

Die grundsätzliche Bezeichnung des Vorhabens lautet:

#### **Jugend streitet**

Diese Bezeichnung ist an dem strategischen Ziel orientiert, genau wie die anderen Bundeswettbewerbe **Jugend forscht** und **Jugend musiziert**, die nachhaltige Nachwuchsförderung voranzubringen. Der Begriff „streiten“ ist das einzige deutsche Wort, das die gewünschte Qualifikation treffend zum Ausdruck bringt und auch im Zielbereich **Streitkultur** wieder auftaucht. Es geht um eine offensive Maßnahme, die auch die konventionell negative Besetzung des Begriffes in eine positive Motivation umdrehen will. Die Bezeichnung „debattiert“ ist von der Sache her richtig, eignet sich aber grundsätzlich nicht für ein offensives Marketing, weil es ein Fremdwort ist.

Zu klären bleibt für die Bundesebene ein Bezeichnungszusatz wie z.B.

#### **Wettbewerb zur politischen Streitkultur in Deutschland**

Zusätzlich muß es möglich sein, die genauere Bezeichnung der jeweiligen Wettbewerbsebene zu vermerken, z.B. Landeswettbewerb Hamburg 2000, Wettbewerb München 2001, usw.

### 1.2. Dauer des Vorhabens

#### 1.2.1. Langfristiges Ziel des Gesamtvorhabens

Das **langfristige** Ziel des Vorhabens ist es, auf Dauer einen jährlichen Bundeswettbewerb **Jugend streitet** und dafür in möglichst allen Bundesländern auf Landes- und Regionalebene Vorlaufwettbewerbe einzurichten. **Die Dauer des Vorhabens grundsätzlich unbegrenzt.** Kurz- und mittelfristige Ziele sind davon deutlich zu unterscheiden.

#### 1.2.2. Kurzfristige Ziele einer einjährigen Anschubphase

In **diesem** Konzept geht es – aus Gründen der praktischen Umsetzbarkeit und Planbarkeit der einzusetzenden Mittel – vorerst nur um eine einjährige Anschubphase bis zu einem ersten Bundeswettbewerb ohne Anspruch auf vollständig flächendeckende Vorrundenwettbewerbe. Ziele dieser Anschubphase bestehen darin,

- möglichst viele Jugendliche zu einer Teilnahme an einem Vorrundenwettbewerb zu motivieren
- möglichst viele Lehrer als Multiplikatoren zu finden und einzubinden
- Begleitmaterial für das Projekt (Lehrerhandbuch, Schülerfibel) zu entwickeln
- durch eigene Maßnahmen sowohl Teilnehmer als auch Multiplikatoren im Hinblick auf Rhetorik und Sprache zu qualifizieren und zu schulen
- anderen Einrichtungen der politischen Bildung eine Möglichkeit zu geben, Ergebnisse ihrer Tätigkeit auch öffentlich zur Geltung zu bringen und dadurch mehr Motivation zur politischen Bildung zu erreichen
- durch öffentliche Veranstaltungen und durch umfassende Berichterstattung und Präsenz in den Medien eine nachhaltige Aufklärung über die Notwendigkeit der Streitkultur im allgemeinen zu bewirken und für die Ziele des Vorhabens zu nutzen
- das politische Interesse und das politische Engagement von Jugendlichen öffentlichkeitswirksam als besonders attraktive, persönlich verwertbare Perspektive zu vermitteln und (insbesondere durch die Preisgestaltung) den Nachwuchs für politische Ämter zu fördern
- durch Teilnahme qualifizierter Jugendlicher an der allgemeinen politischen Debatte diese nachhaltig zu beleben und zu intensivieren und auf Themen zu konzentrieren, die für die Jugend besonders wichtig sind.

Erfolgreiche Vorrundenwettbewerbe und eine Finalrunde in Berlin werden die Grundlage für eine Fortsetzung und Erweiterung der Wettbewerbe auf Landes- und Bundesebene legen und dafür auch Sponsoren anziehen. Eine Fortsetzung der Anschubphase in zwei weiteren Schuljahren ist erstrebenswert.

### 1.3. Angaben zum Trägerverein

Der Trägerverein hat ausschließlich die Funktion, das Projekt als Trägerverein mit dem notwendigen juristischen Minimalrahmen möglichst reibungslos zu realisieren. Der Trägerverein setzt sich aus einer kleinen Gruppe von natürlichen Personen unterschiedlichen Alters zusammen, die sich zum großen Teil aus der außerschulischen politischen Bildung kennen und dabei umfangreiche Erfahrungen und Qualifikationen erworben haben. Er ist als gemeinnützig anerkannt und kann Spendenbescheinigungen ausstellen. Der Verein ist bisher in keiner Weise öffentlich aufgetreten. Er besitzt aber das Wortpatent **Jugend streitet** und setzt sich dafür ein, daß die von ihm initiierte Idee eines Bundeswettbewerbs mit möglichst hoher Qualität und unter einem einheitlichen Erscheinungsbild nach Außen dauerhaft realisiert wird. Er wird versuchen, eine Schutzgebühr für Wettbewerbe zu erheben, die sich der Idee bedienen, und eine möglichst einheitliche Bezeichnung der einzelnen Wettbewerbe zu gewährleisten. Er bietet allen Personen, die in einzelnen Städten, Regionen oder Ländern einen eigenen Wettbewerb vorbereiten wollen, gegen eine Nutzungsgebühr ein Servicepaket an.

## **2. Zusammenfassung des Projekts und Zielsetzung**

### **2.1. Stichworte zur Ausgangslage**

Schon im letzten Bericht der Bundesregierung zu **Stand und Perspektiven der politischen Bildung** vom 10.12.1991 (Bundestagsdrucksache 12/1773) steht folgende nüchterne Analyse: „Alle Parteien und gesellschaftlichen Organisationen sind von mehr oder weniger schwindenden Mitgliederzahlen und abnehmender Bereitschaft zur Übernahme politischer Verantwortung betroffen“ (S.9). Der Bericht endet mit der allgemein gehaltenen Aufforderung, „vor allem in den neuen Ländern auch eine Reihe von Maßnahmen mit erheblicher Öffentlichkeitswirkung durchzuführen“(S.21). Die so beschriebene Ausgangslage hat sich seit der Veröffentlichung des Berichts eher noch verschärft, die geforderten Maßnahmen sind ausgeblieben. Alle durchaus vorhandenen, jedes Jahr millionenschwer öffentlich subventionierten Bemühungen um die politische Bildung haben den Trend nicht grundsätzlich umkehren können. Insbesondere die Jugend hat sich von der politischen Klasse – auch befördert durch die Skandale der jüngsten Zeit – eher noch mehr entfremdet. Glaubt man der neuesten Shell-Studie, kann nicht einmal mehr von aktiver Ablehnung der Parteien die Rede sein – es interessiert viele einfach nicht mehr, was politisch „los“ ist.

### **2.2. Grundsätzliche sowie lang-, mittel- und kurzfristige politische Zielsetzung**

Die **grundsätzliche und langfristige** Zielsetzung des Wettbewerbs ist es, die politische Streitkultur in Deutschland insgesamt nachhaltig zu beleben. Besonders die Beteiligung qualifizierter Jugendlicher am öffentlichen politischen Diskurs soll gefördert werden. Gleichzeitig wird angestrebt, das politische Interesse und (soweit möglich auch) das politische Engagement von Jugendlichen in allen demokratisch möglichen Formen dauerhaft zu steigern. Dieses Ziel kann nur langfristig und in kleinen Schritten erreicht werden. Ein wichtiger Schritt dabei - und damit auch ein langfristiges Ziel des Projekts - ist es, eine Rhetorikausbildung in der Schule und Hochschule im Lehrplan sowohl stärker als bisher oder überhaupt neu zu integrieren, als auch Lehrer und Hochschullehrer ihrerseits entsprechend zu qualifizieren.

### **2.3. Kurz- und mittelfristige Ziele des Projekts**

**Kurz- und mittelfristige** Ziele des Projekts bestehen darin, das latent vorhandene Interesse von Jugendlichen an der Partizipation an einer öffentlichen politischen Debatte durch die Form eines Wettbewerbes in eine konkrete Handlungsbereitschaft zu verwandeln. Sie sollen zugleich möglichst weitgehend für eine gelingende Artikulation ihrer eigenen Meinung und für die **kultivierte** Auseinandersetzung mit gegnerischen Positionen ausgebildet werden. Derzeit findet dazu keine nennenswerte Ausbildung dafür statt. Da die Ausbildung der Ausbilder immer nur mittelfristig erfolgen kann, ist es – insbesondere in den kurzfristig zu realisierenden Wettbewerben - vorgesehen, die vorhandene Kompetenz außerschulischer Ausbilder in Schule und Hochschule einzubringen und/oder auch außerschulische Formen des Unterrichts und des Trainings anzubieten. Dieses Ausbildungsangebot bedeutet einen erheblichen Unterschied zu den anderen Bundeswettbewerben: Bei Musik und Forschung findet eine breitgefächerte und hochqualifizierte fachliche Ausbildung vor Beginn des Wettbewerbes statt.

### **2.4. Zu erwartende Auswirkungen**

Kurz- und mittelfristige **Auswirkungen** der Durchführung von *Jugend-streitet*-Wettbewerben werden darin bestehen, daß sich interessierte Jugendliche unterschiedlicher politischer Richtungen erstmals zusammenfinden und gemeinsam erleben, daß politischer Streit auch Spaß machen und Erfolg bringen kann. Sie lösen sich so aus

ihrer in der Regel subjektiven Isolation in ihrem bisherigen individuellen und sozialen Lebensbereich und werden öffentlich wahrgenommen, womöglich positiv bewertet. Dadurch entsteht nicht nur mehr persönliches Selbstbewußtsein und weiteres Interesse, sondern der Keim für einen grundsätzlichen Stimmungswandel innerhalb einer Generation, die sonst dem Phänomen Politik (und erst recht den Parteien) wenn nicht ablehnend, dann vorwiegend desinteressiert gegenübersteht. Kurzfristig darf erwartet werden, daß auch ein Impuls im Hinblick auf die Intensivierung der allgemeinen politischen Streitkultur ausgelöst wird.

Es muß betont werden, daß eine **Doppelstrategie** beim Aufbau des Wettbewerbes verfolgt wird: Einerseits so viel wie möglich von unten nach oben aufbauen und einbringen. Andererseits so viel wie nötig von oben her Werbung und Öffentlichkeitsarbeit für das Projekt machen, damit Personen, die bisher keine Initiative entfaltet haben (oft aus Rat- und/oder Hilflosigkeit) neu dazu angeregt werden, vor Ort etwas anzufangen.

### 3. Erfahrungsstand und Vorarbeit

#### 3.1. Landeswettbewerbe *Jugend debattiert* in Hamburg 1999 und 2000

Der erste Landeswettbewerb *Jugend debattiert* in Hamburg wurde von der damaligen Präsidentin der Hamburgischen Bürgerschaft 1999 intitiert und fand unter ihrer Schirmherrschaft statt. Die Koordinationsstelle war die Kanzlei der Präsidentin, von der sowohl das Konzept entwickelt (vom Trägerverein Jugend streitet gegen Lizenzgebühr übernommen und abgewandelt), die Zielgruppe angesprochen, als auch Sponsoren gewonnen und die nötige PR-Arbeit geleistet wurde. Der Landeswettbewerb hatte nur eine einzige Vorrunde, in die sich Interessenten direkt hineinmelden konnten. In zwei Streitrunden mit jeweils wechselnden Teilnehmern und wechselnder Jury konnte jeder Punkte sammeln. Aus den rund 60 Teilnehmern wurde etwa die Hälfte per Punktzahl zum Gewinner der Vorrunde des Landeswettbewerb erklärt, in einer eintägigen (kostenlosen) Rhetorikschulung weiterqualifiziert und dann ins Finale zugelassen, das im Juni 99 im Hamburger Rathaus mit prominenten Juroren stattfand. Die 3 erfolgreichsten Schüler nahmen noch am gleichend Abend mit Frau Pape und Cem Özdemir (MdB, B90/Die Grünen) in einer Talkshow (Schalthoff live) im lokalen Fernsehen teil und erhielten als Preise jeweils eine mehrtätige Reise nach Brüssel zu den dortigen MdEP bzw. nach Berlin zum MdB. Alle Teilnehmer am Finalwettbewerb erhielten Preise (Teilnahme an einer Radio-Moderation, Eintrittskarten zu Whitney Houston u.a.m.).

Im Jahr 2000 wurde der 2. Landeswettbewerb mit mehr als 200 Teilnehmern an einzelnen Vorrunden in einzelnen Schulen Hamburgs durchgeführt, die besten 32 Schülerinnen und Schüler kamen ins Finale, das nach dem bewährten Verfahren wie 1999 durchgeführt wurde – diesmal unter der Schirmherrschaft der neuen Präsindtin der Hamburgischen Bürgerschaft, Frau Dr. Stapelfeldt. Eine Presseauswertung inclusive Videoband mit der Aufzeichnung der Sendung mit den drei Gewinnern kann bei der Hamburgischen Bürgerschaft angefordert werden. Die Präsidentin hat in der Sendung erklärt, daß der Wettbewerb nunmehr etabliert sei und wiederholt werden wird.

Einige erfolgreiche Teilnehmer des Landeswettbewerbs haben einen **Debating Club Hamburg /Jugendinitiative Politik** gegründet, der in eigener Regie regelmäßig öffentliche Debattierveranstaltungen (vor allem mit Gästen aus der Parteipolitik) durchführt.

#### 3.2. Andere Initiativen und vergleichbare Rhetorik-Wettbewerbe in Deutschland

In **Weimar** hat Dr. Thilo von **Trotha**, Präsident des Verbandes der Redenschreiber Deutscher Sprache, 1999 im Rahmen des Kulturjahres einen Rhetorik-Wettbewerb zwischen den Gymnasien veranstaltet. Zu Herrn von Trotha pflegt der Vorsitzende des Trägervereins langjährige Kontakte.

An der Universität **Tübingen** gibt es seit Jahren die **DEBATTE**, eine Initiative des *Jugend-streitet*-Mitglieds Ansgar **Kemmann**, der zugleich wissenschaftlicher Mitarbeiter am Tübinger Institut für allgemeine Rhetorik ist. Dort werden zu jeweils klar mit Ja und Nein zu beantwortenden Fragen öffentliche Debatten nach bestimmten Regeln durchgeführt. Sie erfreuen sich eines regen (auch öffentlichen) Interesses.

In **Gifhorn** gibt es einen Wettbewerb, den ein dortiger Lehrer für seine Schüler seit Jahren in Eigenregie durchführt. Er hat sich bereits an den Trägerverein mit der Bitte um Kooperation gewandt.

Der Leiter der Öffentlichkeitsarbeit im Thüringer Landtag in **Erfurt**, Dr. **Hahn**, hat sich erkundigt, wie man einen Landeswettbewerb in Thüringen veranstalten kann, bei dem zum Tag der offenen Tür Ende November 2000 ein Finale veranstaltet werden könnte.

### 3.2. Konzept der gemeinnützigen HERTIE-Stiftung

Der Geschäftsführer Projektarbeit der gemeinnützigen HERTIE-Stiftung, Dr. R. **Kaehlbrandt**, hat im Sommer 99 ein Gutachten in Auftrag gegeben, wie man die Rhetorik langfristig in den Lehrplan von Schule- und Hochschule integrieren kann. Das Gutachten wird im Januar 2001 im Internet veröffentlicht und enthält auch einen Verweis auf *Jugend streitet* als Wettbewerb.

Möglichkeiten der Kooperation mit der gemeinnützigen HERTIE-Stiftung und möglicherweise deren Förderung sind zu erörtern. Der Kontakt ist bereits hergestellt.

## 4. Projektbeschreibung und – ablauf

### 4.1. Primäre Zielgruppe in der Anschubphase 2000/2001

Aus praktischen Gründen (Anknüpfung an das Projekt **DIE ZEIT für die Schule**) bietet es sich an, die Zielgruppe in der ersten Anschubphase auf **Schüler** zu begrenzen. Abiturienten werden dabei grundsätzlich bis zum Ende des Kalenderjahres, in dem sie ihr Abitur bestanden haben, als Schüler gewertet. Sollten sie bereits ein Studium angefangen haben und gibt es Studenten als eigene Altersgruppe im Wettbewerb, sind Abiturienten den Studenten zuzuordnen. Eine Differenzierung nach Alter innerhalb der Gruppe Schüler erscheint vorerst nicht notwendig, da sich automatisch erst in der späten Mittel- oder frühen Oberstufe das Interesse an Politik herauskristallisiert und die Fähigkeiten in diesem Alter leicht entwickeln lassen. Die Gruppe ist selbst bei Schwankungen zwischen 16 und 19 homogen genug, um sie miteinander konkurrieren zu lassen.

Sollte es sich herausstellen, daß eine erhebliche Zahl von Studenten an Vorrundenwettbewerben teilnehmen will, ist eine gesonderte Wettbewerbsgruppe für diese zu bilden, da sie sich in der Regel schneller und leichter die Qualifikationen aneignen und einüben können.

### 4.2. Form des Wettbewerbes

Die Wahl der Form des Wettbewerbes ist bewußt gewählt, um damit die Projektziele nachhaltig zu erreichen. Insbesondere hat diese Form folgende **Vorteile**:

- Sie appelliert unmittelbar an die freiwillige Leistungsbereitschaft der Jugend und erreicht schon dadurch eine positive Selektion innerhalb der Zielgruppe
- Durch die bloße Form des Wettbewerbs grenzt sich das Projekt sehr deutlich von allen konventionellen Maßnahmen der politischen Bildung ab, die in der Regel ohne jede Leistungsbewertung durchgeführt werden und oft in geschlossenen Gruppen/Klassen stattfinden
- Das nur durch einen Wettbewerb zu erzielende Ergebnis in Form von Preisen und Siegern schafft Anlässe für die Berichterstattung über Einzelpersonen in der Öffentlichkeit und bewirkt eine positive PR auch für das Gesamtprojekt, (auch weil es individuelle Vorteile und Perspektiven ermöglicht)
- die Form des Wettbewerbes als Debatte läßt sich mit einem hohen Unterhaltungswert auch öffentlich vermarkten und bewirkt so einen Aufmerksamkeitsgrad, der für den Erfolg wesentlich ist.

### 4.3. Debatten als Kern jedes Wettbewerbs

#### 4.3.1. Themenfindung

Schon in der Ausschreibung des Wettbewerbes werden die Themenfelder angekündigt, aus denen die Streitfragen aktuell formuliert werden. Es ist anzustreben, daß die Themenfindung mit dem Projekt **DIE ZEIT für die Schule** koordiniert wird, damit themenbezogenes Unterrichtsmaterial (auch mit Hinweise auf rhetorische Stilmittel) für die Vorbereitung des Wettbewerbs genutzt werden kann. Innerhalb einer festzusetzenden Frist vor Beginn jeder Wettbewerbsdebatte wird bekanntgegeben, wer welches Thema mit welcher konkreten Frage debattiert. Die Entscheidung darüber fällt durch das Los.

Beispiel: Thema **Europäische Integration**, Frage: **Soll die Türkei in die EU?**

#### 4.3.2. Ablauf der Debatten

Jeweils vier Personen nehmen an den Wettbewerbsdebatten teil. Zunächst hat jeder Teilnehmer seine Antwort auf die Frage als Anfangsstatement abzugeben, dann folgt die Verhandlung. Einen Diskussionsleiter gibt es nicht, die Jury darf in den Verlauf der Debatte nicht eingreifen und auch keine Fragen stellen. Sollten die Teilnehmer zufällig einer Meinung sein, sollen sie sich über die persönlichen Gründe und die politischen Folgen

auseinandersetzen. Zwanzig Minuten nach Beginn der Debatte beginnt die Abschlußrunde, die von der Jury angekündigt wird und in der jeder Teilnehmer das bis dahin erzielte Gesprächsergebnis aus seiner Sicht formuliert und bewertet.

Über die Streitfrage findet **keine** Abstimmung statt. Den Teilnehmern steht es frei, ihre Meinung im Verlauf der Debatte zu verändern. Die Gesprächssituation mit Rückfragemöglichkeit wird gewährleisten, daß die Teilnehmer einen eventuellen Wandel ihrer Meinung begründen. Sowohl bei seinem Eröffnungs- und seinem Schlußstatement als auch während der Debatte darf der einzelne Teilnehmer ohne Unterbrechung nicht länger als zwei Minuten sprechen. Die Jury achtet auf die Redezeit und zeigt deren Ende mit einem Klingelzeichen an, schreitet aber nur in Extremfällen selbst ein: Es ist Sache der Teilnehmer, die Beachtung der klaren Regeln auch tatsächlich durchzusetzen. Anträge zur Geschäftsordnung sind jedoch ausgeschlossen.

**Bemerkung:** Diese Debattenform führt behutsam in das Debattieren ein: Kein Teilnehmer muß gegen seine eigene Meinung sprechen oder Rollen durchhalten, die ihn überfordern könnten (wie z.B. im amerikanischen Debating-System). Keinem Teilnehmer droht eine Abstimmungsniederlage. Entsprechende Finessen der Geschäftsordnung müssen nicht beherrscht werden und kommen nicht zum Zuge.

#### 4.4. Leistungsbewertung

Das Problem der Objektivität und Gerechtigkeit der Bewertung ist von erheblicher Bedeutung für die Glaubwürdigkeit des Wettbewerbs und für seine Transparenz gegenüber Teilnehmern. Daher ist besonderer Wert auf die Zusammensetzung der Jurys, auf deren Unabhängigkeit sowie auf die formale Regelung und strikte Einhaltung des Bewertungsverfahrens zu legen.

Bewertet wird allein das Gesprächsverhalten und die Argumentationsfertigkeit jedes einzelnen. Unbeachtlich ist es dabei, ob es einen „Meinungsmacher“ oder „Sieger“ gibt. Folglich wird auch kein K.O.System praktiziert, bei dem sich nur einer der Kontrahenten durchsetzen kann.

Die Bewertung wird in Punkten vergeben, die in zwei Notengruppen vergeben und in der Abschlußtabelle addiert werden. In der **A-Note** bewertet jeder Juror die Leistung inhaltlich, in der **B-Note** formal. Er vergibt für jede Notengruppe eins bis sechs Punkte. Damit die Ergebnisse so transparent wie möglich bewertet werden (und auch aus Fehlern und besonders guten Leistungen gelernt werden kann), hat es sich (beim Hamburger Wettbewerb) bewährt, daß die Juroren ihre Beobachtungen in einer Auswertungsrunde direkt nach Ende der Debatte den Teilnehmern/dem Publikum unmittelbar erläutern, ohne dabei preiszugeben, wie sie ihre Einzelwertung vornehmen. Der Sprecher der Jury ruft daran anschließend die Namen der einzelnen Teilnehmer auf und fragt für jeden einzeln die A-Note, dann die B-Note ab. Alle Juroren geben dann gleichzeitig per Punktekarte jeweils ihre Wertungen ab (wie beim Einkunstlauf). Gewinner ist, wer die meisten Punkte erhalten hat. Bei Punktgleichheit ist Gewinner, wer bei der A-Note eine höhere Punktzahl erreicht hat. Besteht auch da Gleichheit, entscheidet das Los. Die Punktebewertung ist nicht anfechtbar.

Da es unvermeidlich unterschiedliche Maßstäbe der Bewertung und Punkteverteilung geben wird, soll innerhalb jedes Wettbewerbs jeder Teilnehmer in einer anders zusammengesetzten Gruppe mit einer neuen Jury zu einem anderen Thema eine zweite Chance erhalten. Die Punktergebnisse beider Debattenrunden ergeben die abschließend erreichte Punktzahl.

Die Unterscheidung der Bewertungskriterien nach Inhalt und Form ist nicht absolut zu verstehen und im Einzelfall schwierig. Sie dient dennoch als Hinweis darauf, daß es für eine gute Rhetorik auf beides ankommt. Die Jury wird daher vorwiegend zu bewerten haben, ob der einzelne Teilnehmer die Kriterien **angemessen** erfüllt. Es gibt (aus dem Hamburger Wettbewerb) bereits ein differenziertes Handout für Juroren sowie ein Konzept für das Briefing der Juroren vor Ort.

#### A. Inhaltliche Einzelkriterien

Die inhaltlichen Einzelkriterien betreffen vor allem die Sachhaltigkeit der Rede: Wird der Redner dem, wovon er spricht und wovon es geht, gerecht? Als Anhaltspunkte für die Bewertung gelten folgende Kriterien:

- Persönliche Glaubwürdigkeit der Argumentation
- Einordnung des Themas in einen Gesamtzusammenhang und Verdeutlichung des jeweils bestehenden Wert- und Interessenkonflikts
- Wichtigkeit und Gewichtung der Sachargumente
- Auseinandersetzung mit dem gegnerischen Standpunkt
- Darstellung des konkreten Handlungsbedarfs

## **B. Formale Einzelkriterien**

- Qualität der Darstellung, insbesondere argumentative Schlüssigkeit, Verständlichkeit und Klarheit, passende sprachliche Bilder und Vergleiche
- Zuhörfähigkeit und Eingehen auf den Gegner
- Revision von Meinungen, die sich als unhaltbar erweisen
- Ausnutzung und Berücksichtigung der Redezeit und Einhaltung des Themas.

## **4.5. Preise und Preisklassen**

Ähnlich wie bei *Jugend musiziert* ist (zumindest auf Bundesebene) ein Preisklassensystem anzustreben, wo nach hervorragenden Leistungen (1.Preis) , sehr guten Leistungen (2.Preis) und guten Leistungen (3. Preis) differenziert wird. Dabei wird die Erreichung einer bestimmten Punktzahl als Voraussetzung für die Preisklasse von Anfang an vorgegeben. Dies erscheint sinnvoll, um von vornherein bestimmte Maßstäbe zu setzen, die auch nicht gleich im ersten Anlauf erreicht werden müssen. So kann es durchaus Sieger mit der höchsten Punktzahl ihres jeweiligen Wettbewerbs geben, die selbst nur einen 2.Preis erreichen.

Vorstellbar ist es, bei einer zu erreichenden Gesamtpunktzahl von 72 Punkten (2 Runden je 36)

die **erste** Preisklasse für den obersten Bereich von 72 bis 64

die **zweite** Preisklasse für den Bereich 63 bis 56

die **dritte** Preisklasse für den Bereich 55 bis 50

Entsprechend den Preisklassen sollten auch die Gewinne mit abgestufter Wertigkeit bereitgestellt werden.

Es ist wichtig, bei den bereits politisch interessierten Jugendlichen durch die gezielte Auswahl und Bandbreite der (hohen) Preise Möglichkeiten zu eröffnen, dieses Interesse auch in der Wirklichkeit weiter zu verfolgen und Erfahrungen zu sammeln. So können attraktive, möglichst mit Politik oder Kommunikation im weitesten Sinne verbundene Preise als solche zusätzlichen Anreiz zur Teilnahme am Wettbewerb bieten.

So sollte vorgesehen werden, daß die Sieger der Wettbewerbe die Möglichkeit erhalten, mit führenden politischen Persönlichkeiten sowohl im kleinen Kreis als auch öffentlich, möglichst auch im Rundfunk und Fernsehen, über die von ihnen vertretenen Auffassungen zu debattieren. Dies gilt auf kleiner Kreisebene ebenso wie auf Landes- und Bundesebene. Die Einbindung der Landtags- und des Bundestagspräsidenten sowie die Berufung von Kuratorien könnte hier schon wertvolle Vorarbeit leisten. Zahlreiche andere Formen von Preisen, wie z.B. die von Journalisten angeleitete Herstellung eigener Beiträge in Hörfunk, Film, Fernsehen und Zeitungen oder auch Praktika bei Parteien, Stiftungen, Medien, Zeitungs- und Zeitschriftenredaktionen, Verbänden u.ä.m. sind wünschenswert und müßten entsprechend mobilisiert werden. Es wird vorgeschlagen, die Sieger möglicherweise auch mit punktuellen oder regelmäßigen Anhörungsrechten auszustatten, sodaß sie parlamentarisch gehört werden können – das kann ab Kreisebene bis hinauf zur Bundesebene erfolgen.

## **4.6. Konkret zu realisierende Entwicklungsschritte auf dem Weg zum funktionierenden Bundeswettbewerb**

### **Erste Anschubphase**

#### **4.6.1. Erste Aussendung schriftlicher Info**

Idealerweise würde ein Kuratorium für Streitkultur zur Teilnahme am Wettbewerb aufrufen und den Aufruf in überregionalen Zeitungen (FAZ, ZEIT, Süddeutsche, Frankfurter Rundschau, Spiegel, FOCUS) veröffentlichen. Die Anzeige müßte erste konkrete Grundinformationen zur Idee *Jugend streitet* bekanntmachen und über die konkreten Bedingungen eines möglichen Vorrundenwettbewerbs sowie über die Perspektive eines Finales in Berlin informieren. Erstrebenswert wäre darüber hinaus eine gezielte Ansprache der Lehrer, die im Projekt ZEIT für die Schule mitmachen, da in deren Unterrichtsmaterial auch auf rhetorische Mittel eingegangen wird.

Parallel dazu kann es sinnvoll sein, die bestehenden Einrichtungen der politischen Bildung über den Wettbewerb zu informieren, damit sie ihre eigenen Angebote darauf abstellen und selbst Vorrundenwettbewerbe organisieren können. Wenn der Bundestagspräsident – wie bereits erklärt – die Schirmherrschaft übernimmt, sollte er persönlich eine Pressekonferenz zum Auftakt des Wettbewerbs veranstalten und selbst zur Teilnahme aufrufen.

#### **4.6.2. Zentrale Geschäftsstelle/Bundesgeschäftsstelle *Jugend streitet***

Dazu muß eine funktionsfähige und auch für eine größere Zahl von Interessenten „gerüstete“ zentrale Anlaufstelle eingerichtet werden. Ihre **Aufgaben** bestehen darin,

1. kurzfristig allen Interessenten weitere Informationen und konkrete Angebote zu vermitteln.
2. Informationen über entstehende Initiativen zu sammeln und untereinander zu vernetzen, möglicherweise eine bundesweites Verzeichnis aller gemeldeten Koordinatoren/Vertrauenslehrer erstellen, Bedingungen, Themen und Ausschreibungen vereinheitlichen. Die genauen Themen und/oder Fragen sind festzulegen und entsprechendes zusätzliches Informationsmaterial bereitzustellen.
3. Die Termine für Wettbewerbe zu erfassen, zu koordinieren und mit den Initiatoren festzulegen (zunächst lokal, dann regional, dann landesweit). Entstehende Initiativen sind vor Ort und regional zu vernetzen.
4. In enger Kooperation mit dem Schirmherrn, Bundestagspräsident Thierse, auf Bundesebene für das Finale sowohl das Verfahren, den Ablaufplan, Themen und Termine festzulegen.
5. Sitzungen der zu berufenden Landes- und Bundeskuratorien Streitkultur vorzubereiten und dazu einzuladen.
6. Durch rechtzeitige Information und Briefings (evtl. auch Schulungen), die möglichst einheitliche Bewertung der Leistungen in einzelnen Wettbewerben durch Juroren zu gewährleisten, evtl. in Kooperation mit den Initiatoren vor Ort Vorschläge für Juroren einbringen. Auswertungen durchgeführter Wettbewerbe per Video durchführen und die Einhaltung der Bedingungen kontrollieren, nötigenfalls konkret Verbesserungsvorschläge unmittelbar einbringen und mitrealisieren.
7. Für das gesamte Projekt die PR zu unterstützen und voranzubringen, auch vor Ort (Kontakte vermitteln, Pressemitteilungen, Bereitstellung vorbereiteter Materials wie z.B. Plakate Broschüren, Handout über Media-Cenzept gegen Gebühr, weitere Dienstleistungen. z.B. Servicepaket (gegen Gebühr?)
8. Die Kooperation mit anderen Institutionen voranzutreiben (s.u.) (**mittel- und langfristige Aufgabe**)
9. Sponsoren zu gewinnen und zu pflegen
10. Alle Informationen im Internet zu aktualisieren

#### 4.6.3. Qualifizierende Maßnahmen

Für das Gelingen des Projekts ist es besonders wichtig, ein möglichst hohes Niveau der argumentativen und formalen Qualifikation zu gewährleisten und entsprechende Hilfsangebote (auch für Lehrer!) anzubieten. Es ist davon auszugehen, daß ohne eine nachhaltige und breit angelegte Qualifizierungskampagne nicht die Leistungen erbracht werden, die erforderlich und wünschenswert sind, um dem Wettbewerb das nötige Ansehen und die nachhaltige (Motivations-)Wirkung zu verleihen. Die Voraussetzungen dazu sind meist nicht gegeben.

Es ist daher ein Volumen an (Seminar-)Maßnahmen zu planen, das zur Qualifizierung beiträgt und ab dem Zeitpunkt der Aussendung/der ersten Reaktion darauf auch tatsächlich zu annehmbaren Bedingungen angeboten werden kann. Von hohen Teilnehmerbeiträgen ist abzusehen, damit eine soziale Selektion vermieden werden kann. Wenn Teilnehmerbeiträge erhoben werden, was aus pädagogischer Sicht immer sinnvoll ist, dann muß ein Fonds geschaffen werden, aus dem die Freistellung in einzelnen Notfällen finanziert werden kann – oder mit den Initiatoren vor Ort eine Regelung getroffen werden, die Härtefälle zu finanzieren (z.B. Freunde und Förderervereine der einzelnen Schulen).

Für die Befriedigung der Nachfrage nach qualifizierenden Maßnahmen ist ein Vermittlungs- und Informationsservice zu erstellen, der den Wünschen der Interessenten mit einer Vielfalt von Veranstaltungsformen und -inhalten weitestgehend entgegenkommt.

Als **qualifizierende Maßnahmen** kommen in Frage

1. Rhetorikseminare in Kooperation mit dem Tübinger Institut für allgemeine Rhetorik, mit anderen Einrichtungen der politischen Bildung außerhalb der normalen Schulzeit an Wochenenden oder in den Ferien.
2. Einzelne Projektstage oder Unterrichtseinheiten mit Rhetoriktrainern, die Lehrer bei der Gestaltung unterstützen und diese (innerhalb regulärer Schulzeit innerhalb bestehender Klassenverbände oder Kurseinheiten) als Unterrichtseinheiten auch mit Videoauswertung mit durchführen.
3. Außerschulische regelmäßige oder einmalige Arbeitsgemeinschaften oder Trainingszirkel, die mit einem Rhetoriktrainer an einem Ort für Interessenten aus mehreren Schulen oder aus mehreren Kursen einer Schule zentral durchgeführt werden (in Kooperation mit einem betreuenden Lehrer/Initiator an einer Schule). Es kann wünschenswert sein, vor Ort Debating Clubs zu gründen. Auswertungen von Interviews und Talkshows aus dem Fernsehen und ihre Neu-Inszenierung als Rollenspiel könnten Bestandteil der Ausbildung werden.
4. Außerschulische, regelmäßige oder einmalige Arbeitsgemeinschaften für Lehrerinnen und Lehrer anzubieten, in denen diese selbst qualifiziert werden können, ihrerseits auszubilden und Methoden des

- Trainings und der Auswertung (auch mit Video) zu erlernen sowie Erfahrungen auszutauschen. Diese Arbeitsgemeinschaften können auch überörtlich und/oder zentral angeboten werden.
5. Als Maßnahmen der Lehrerfortbildung anerkannte, mehrtägige Maßnahmen für Lehrer vor Beginn der von ihnen zu begleitenden Vorrundenwettbewerbe.
  6. Das jeweils **vor** dem Wettbewerb stattfindende einmaliges Briefing der Juroren, das sowohl die Wettbewerbs-Bewertungskriterien als auch deren einheitliche und vollständige Anwendung fördert. Eine Begleitung der Wettbewerbe vor Ort für weiterführende Fragen von Teilnehmern und Betreuern, sofortige Auswertungshilfe und Informationen für neue Kontakte und Initiativen sollte von der Geschäftsstelle gewährleistet werden, so weit möglich und erforderlich.
  7. Trainings und der Auswertung (auch mit Video) zu erlernen sowie Erfahrungen auszutauschen. Diese Arbeitsgemeinschaften können auch überörtlich und/oder zentral angeboten werden.
  8. Jeweils **vor** dem Wettbewerb ein einmaliges Briefing der Juroren, um sowohl die Wettbewerbs-Bewertungskriterien als auch deren einheitliche und vollständige Anwendung zu fördern. Eine Begleitung der Wettbewerbe vor Ort für weiterführende Fragen von Teilnehmern und Betreuern, sofortige Auswertungshilfe und Informationen für neue Kontakte und Initiativen sollte von der Geschäftsstelle gewährleistet werden, so weit möglich und erforderlich.

#### 4.6.4. Berufung von Landes- und Bundeskuratorien Streitkultur

Es wird vorgeschlagen, noch vor der 1. Anzeige zu Beginn des neuen Schuljahres ein möglichst prominentes, glaubwürdiges, überparteiliches und pluralistisch zusammengesetztes **Bundeskuratorium Streitkultur** (unter dem Vorsitz des Bundestagspräsidenten) zu berufen. Dieses Kuratorium beschließt bei seiner konstituierenden Sitzung den Aufruf für den Bundeswettbewerb und veröffentlicht den Aufruf – möglichst zusammen mit redaktionellen Beiträgen der Kuratoriumsmitglieder mit Foto und Informationen zur Person/Funktion. Die redaktionellen Beiträge können auch als Serie nacheinander erscheinen, um eine wiederholte Aufmerksamkeit zu erzeugen. Auf das Alter der Mitglieder kommt es nicht an, sondern auf die Bereitschaft, am Projekt mitzuwirken, möglichst als Juror in der Finalrunde. Die Mitglieder des Kuratoriums sollen ehrenamtlich bei der Sponsorsuche helfen, die PR unterstützen und bei der Ermittlung möglicher Preise eingeschaltet werden.

In den Bundesländern, in denen Wettbewerbe stattfinden, sollten entsprechend der Bundesebene, Landeskuratorien geschaffen werden.

#### 4.6.5. Vorbereitungsphasen und Vorrunden-Wettbewerbe in größeren Städten

In möglichst vielen Städten sollten Vorrundenwettbewerbe durchgeführt werden. Als Vorrundenwettbewerb werden nur solche anerkannt, die sich bei der Geschäftsstelle gemeldet und sich zur Erfüllung der Wettbewerbsbedingungen verpflichtet haben. Sie müssen von einer bei der zentralen Geschäftsstelle gemeldeten Person (Vertrauenslehrer, Koordinator) betreut werden, um die Zuverlässigkeit und Transparenz sowie die parteipolitische Unabhängigkeit zu gewährleisten. Vorhandene Wettbewerbe (Hamburg) werden integriert und weiter gefördert, da sie bereits den Anforderungen entsprechen.

Diese Vorrunden-Wettbewerbe können Wettbewerbe innerhalb einer Schule sein (Kurse oder Klassen konkurrieren gegeneinander) oder Teams einzelner Schulen konkurrieren gegen Teams anderer Schulen. Die interne Auswahl und Qualifizierung dieser Teams gelten noch nicht als Wettbewerb, sondern als Vorbereitungsphase für die Teilnahme am eigentlichen Wettbewerb und sollen nicht weiter reguliert werden. Es kann erwartet werden, daß das Konkurrieren von Teams einen erheblich leistungsmotivierenden und gruppendynamischen Effekt hat.

#### 4.6.6. Landeswettbewerbe

Alle innerhalb eines Bundeslandes gemeldeten Teams, die vor Ort mangels Konkurrenz keinen Vorrundenwettbewerb durchführen konnten, und jeweils 3 Sieger und/oder Preisträger der Preisklassen 1 und 2 der Vorrundenwettbewerbe sollen unmittelbar nach den Vorrundenwettbeweben jeweils an einem Landeswettbewerb teilnehmen. Dieser kann auch ein Wettbewerb unmittelbar zwischen qualifizierten Delegierten/Teams aus Vorbereitungsphasen in einzelnen Städten/Schulen sein. Vorzuziehen wäre es (für die Qualitätssicherung), wenn am Landeswettbewerb jeweils nur die Sieger aus den einzelnen, offiziellen Vorrundenwettbewerben in einzelnen Städten teilnehmen. Gibt es in einem Bundesland nur ein Team, wird nur mit diesem Team der Landeswettbewerb bestritten. Als Preise für die Sieger des Landeswettbewerbe (jeweils 3 oder Preisträger der Preisklassen 1 und 2) sollte (auch) die Teilnahme an einem Rhetorikseminar der Landessieger vorgesehen werden.

#### **4.6.7. Finale in Berlin**

Der Bundeswettbewerb schließt sich unmittelbar an die Landeswettbewerbe an und sollte jeweils vor den Sommerferien enden. Er findet in Berlin statt und wird mit einem ca. dreitägigen Besuchsprogramm des Deutschen Bundestages kombiniert. Teilnehmer sind die Sieger der Landeswettbewerbe. Unter dem Gesichtspunkt der Leistungsgerechtigkeit ist es sinnvoll, den Gewinn der 1.Preisklasse und 2. Preisklasse im Landeswettbewerb als Teilnahmevoraussetzung festzulegen oder eine solche Einschränkung vorzubehalten. Es soll darauf geachtet werden, daß möglichst viele Bundesländer Teilnehmer zum Bundeswettbewerb schicken, sodaß im Ausnahmefall, wenn keine Preisträger vorhanden sind, die besten drei Teilnehmer eines Landeswettbewerb zum Bundeswettbewerb zugelassen werden soll. Einen freien oder unmittelbaren Zugang auf Bundesebene kann es jedenfalls nicht geben, da sonst die notwendige Qualität der Debatte gefährdet würde.

### **5. Angaben zur Fortsetzung des Projekts nach der ersten Anschubphase**

#### **5.1. Auswertung bereits durchgeführter Wettbewerbe, Dokumentation, PR und Marketing für weiterführende, dauerhafte Fortsetzung der Arbeit in einzelnen Regionen und Städten**

##### **5.1.1. Videomaterial aus vergangenen Wettbewerben**

Die Diskussionen einzelner Debatten der Vor- und Finalwettbewerbe sollen per Video aufgezeichnet werden und als Anschauungsmaterial verfügbar gemacht werden. Wichtig ist auch eine zentrale Auswertung der Punktevergabe, um unterschiedliche Anwendungen gleicher Kriterien und Maßstäbe aufzudecken und korrigieren zu können. So muß mit einzelnen Juroren zumindest im Nachhinein oder vor dem nächsten Einsatz gesprochen werden, wenn wiederholt erhebliche Abweichungen von den sonst üblichen Standards auffallen.

##### **5.1.2. Dokumentation**

Eine vollständige Pressemappe aller Nachrichten aus Zeitungen, Rundfunk und Fernsehen (ggf. aufgezeichnet) ist zu erstellen, um den Erfolg und die Wirkung zu dokumentieren sowie Sponsoren und ggf. Fördervereine oder kooperierende Stiftungen mit dem Material versorgen zu können.

#### **5.2. Mittel- und langfristige Infrastruktur für die politische Streitkultur und Nachwuchsförderung**

##### **5.2.1. Landesgeschäftsstellen**

Mittel- und langfristiges Ziel des Projekts ist es, Landeswettbewerbe in allen Bundesländern aufzubauen. Dazu kann es erforderlich werden, evtl. Geschäftsstellen *Jugend streitet* in eigener Trägerschaft oder bei Behörden einzurichten, die fachlich damit betraut werden können und entsprechendes Personal und/oder Büroräume frei- oder abstellen. Dafür kommen die Kultusministerien oder die jeweiligen Landeszentralen für politische Bildung mit entsprechend zweckgebundenem Auftrag in Frage.

Die **mittel- und langfristige Aufgabe der Landesgeschäftsstellen** besteht darin,

1. den Wettbewerb im einzelnen Bundesland möglichst effektiv zu verankern und auf Dauer zu verbreitern.
2. Sie sollen ihren jeweiligen Aufwand auf Dauer auch aus eigenen Einnahmen/Sponsoren finanzieren.
3. Sie sollen die einzelnen Initiativen innerhalb des einen Bundeslandes intensiv betreuen und mit der Bundesebene koordinieren. Dazu soll mittel- und langfristig ein ständiges Programm qualifizierender Maßnahmen im jeweiligen Bundesland erarbeitet und angeboten werden. Dabei können Sponsoren-Patenschaften für Teams einzelner Städte entwickelt werden.
4. Es müssen institutionelle Kooperationspartner gewonnen werden, z.B. öffentliche und private Schulen, Lehrgewerkschaften, Jugendpresse, Schüler- und Studentenvertretungen, Elternvereine und -vertretungen, Jugendorganisationen der Parteien, als Sponsoren: Unternehmen und Verbände.
5. Einrichtungen der politischen Bildung (Stiftungen u.a. z.B. ADB-Einrichtungen) sind für die Ziele des Wettbewerbes zu gewinnen und als Einrichtungen mit Qualifikationsmaßnahmen zu nutzen.
6. Es sollte jeweils ein Landeskuratorium Streitkultur berufen werden und alle Möglichkeiten der dauerhaften Kooperation/Schirmherrschaft mit dem jeweiligen Landtagspräsidenten sowie mit den jeweils zuständigen Ministerien und Schulbehörden ausgeschöpft werden. Über das Kuratorium hinaus ist daran zu denken, vor Ort **konzertierte Aktionen Streitkultur** zu berufen, die die operative Arbeit aktiv unterstützen.
7. Die durchgeführten Wettbewerbe zu dokumentieren und zur Auswertung auch für das Training neuer Interessenten bereitzuhalten sowie die PR damit zu betreiben.

##### **5.2.2. Nachwuchsförderung**

Ein besonders wichtiges Ziel ist es, den Nachwuchs für Führungsaufgaben in den politischen Parteien über den Wettbewerb gezielt zu fördern. Dazu soll über das gesamte Netzwerk in einzelnen Bundesländern und auf Bundesebene eine Vielzahl an Kontakten entstehen, über die – in der Regel in Form der Stiftung von Preisen, aber auch informell - interessierte Jugendliche leichter als Praktikanten oder Berufseinsteiger vermittelt werden können. Auch ohne unmittelbare parteipolitische Richtung soll es möglich werden, Landes- und Bundessieger stärker in öffentlichkeitswirksame politische Medien, Veranstaltungen und Verbände oder in entsprechende Funktionen bei Unternehmen hineinzubringen und dadurch ihre individuelle Laufbahn positiv zu fördern oder zumindest die Wahrscheinlichkeit einer politischen Laufbahn erheblich zu erhöhen. Es wäre daran zu denken, die Sieger von Bundes- und Landeswettbewerben systematisch weiter zu kontaktieren, um sie für erneute Wettbewerbe zu gewinnen und sie zu Multiplikatoren für den Wettbewerb zu machen. Auch zum Zwecke der langfristigen, individuellen Förderung sollte eine entsprechende Datenbank aufgebaut und gepflegt werden. Es ist auch daran zu denken, mit diesem Teilnehmerkreis (regelmäßig) besondere Veranstaltungen durchzuführen oder ihnen Anhörungsrechte bei Parlamenten einzuräumen.

### **5.3. Ständige Qualifizierungsmaßnahmen für Multiplikatoren und Interessierte**

Die Integration der (politischen) Rhetorik in die schulische Ausbildung und in das weiterführende Studium sollen sowohl in einzelnen Bundesländern als auch koordiniert auf Bundesebene vorangebracht werden. Eine Kooperation mit den Lehrerfortbildungseinrichtungen und Schulbehörden ist notwendig. Dazu wird es erforderlich sein, regelmäßige Veranstaltungen zur Rhetorik für Multiplikatoren anzubieten und die vorhandenen Angebote besser bekannt zu machen. Wenn es gelingen sollte, Debating Clubs in einzelnen Städten/Schulen/Universitäten anzubieten, könnten dort auch für interessierte Einzelpersonen Veranstaltungen mit unterschiedlichem, steigendem Niveau angeboten werden, nach denen eine Abschlußdebatte zu führen und möglichst in einem Rhetorik-Pass zu vermerken ist, der als Zugangsvoraussetzung für die nächsthöhere Stufe gewertet wird.

### **5.4. Umsetzung der Ausbildungsziele in Lehrpläne, Schulen und Hochschulen**

In Absprache mit den einzelnen Kultusministerien und der KMK könnte die weitere Ausweitung und die Differenzierung der vorhandenen Lehrpläne im Hinblick auf realistische Rhetorik-Lernziele erreicht werden sowie insgesamt Projekte gestartet werden, die die praktische Umsetzung der Lehrplaninhalte im Unterricht befördern können.

### **5.5. Weitere Wettbewerbe**

In allen Städten und Ländern

## **6. Kostenaufstellung (Schätzung)**

### **5.1. Grundausrüstung und Fixkosten**

#### **5.1.1. Einmalige Sachkosten bei Gründung Geschäftsstelle**

Bürobeschaffung/Maklerprovision	DM
Kautionsstellung	je nach Monatsmiete und Ort
Einrichtungskosten Möbel und Dekoration, Kleingegenstände (GWG)	je nach Monatsmiete und Ort
Einrichtungskosten Büromaschinen Hard- und Software/Elektronik/	<b>5.000</b>
Telekommunikation (3 PC, ein Laserdrucker, mechan. Faxgerät, Kopierer,	<b>15.000</b>
Telefonanlage mit Software o.ä., Frankierer)	
Erstausrüstung Verbrauchsmaterial	<b>1.000</b>
Druckkosten für Erstausrüstung (Briefpapier, Visitenkarten etc.)	<b>3.000</b>
Dienst-PKW für GF (nur als Spende möglich und sinnvoll)	<b>0</b>

#### **5.1.2. Personalkosten**

<b>Bundesgeschäftsführer/Projektmanager</b>	<b>156.000</b>
Brutto DM 120.000,- x 13 Monate plus 20% Sozabgaben	
Ggf. Umzugskosten	?
<b>Pädagogischer Leiter (Qualifizierungsmaßnahmen und Materialerstellung)</b>	
Brutto DM 7.000,- x 13 Monate plus 20% Sozabgaben	<b>109.200</b>
<b>Mitarbeiter/Sachbearbeitung</b>	<b>78.000</b>
Brutto DM 5.000,- x 13 Monate plus 20% Sozabgaben	

<b>Buchhaltung als geringfügig Beschäftigt</b>	<b>9.000</b>
<b>div. andere Aushilfskräfte Datenerfassung/-pflege und Versand</b>	<b>10.000</b>
<b>Nebenkosten Personal (Berufsgenossenschaft)</b>	<b>1.000</b>

### **5.1.3. Fixe Sachkosten**

Büromiete	je nach Monatsmiete und Ort
Büronebenkosten (Gas/Wäre, Wasser, Strom, Versicherung)	
Grundgebühr Telecom ISDN, mindestens vier Leitungen	
Laufende Wartungskosten Kopierer	

### **5.1.4. Laufende, verbrauchsabhängige Sachkosten Geschäftsstelle**

Porto	50.000 (geschätzt)
Verbrauchsmaterial	
Druckkosten Eigenmaterial	
Telefonkosten und Internetnutzung	

### **5.2. Laufende, teilnahmebedingte Projektaufwendungen für Qualifizierung**

Tageshonorar Rhetoriktrainer (1000 Tage à DM 500,-)	<b>500.000</b>
Reisekosten Rhetoriktrainer (1000 Fahrten à DM 200,-)	<b>200.000</b>
Zuschuß zu Verpflegungskosten bei Wettbewerben/evtl. als Spende	<b>20.000</b>
Reisekosten Geschäftsführer (DB, evtl. Erstattung priv.PKW)	<b>10.000</b>
Reisekostenzuschuß für Bundesjuroren/nur auf Antrag im Einzelfall	<b>5.000</b>

### **5.3. Laufende zentrale Marketing- und Druckkosten**

**10.000**

Eine Mindestförderung von 2 Millionen DM für eine zweijährige Anschubphase sollte vorhanden sein, um ein Mindestmaß an Initiative allein für die Qualifizierungsmaßnahmen zu finanzieren.

## **6. Konzept für Sponsorengewinnung**

### **6.1. Bundesweite Sponsoren dauerhaft zu gewinnen**

Für die Förderung der zentralen Geschäftsstelle, für einen Grundstock von Qualifizierungsmaßnahmen sowie für einen Teil der Preise müssen große Sponsoren gewonnen werden. Grund für die Sponsorenschaft kann eigentlich nur das Ansehen des Wettbewerbs und seine Öffentlichkeits-Wirksamkeit sein. Entsprechende Firmennamen werden also gut sichtbar sowohl auf Material des Wettbewerbes angebracht, als auch bei den Wettbewerben an der Stirnwand/Banner aufgehängt werden müssen. Möglicherweise kann die Mitwirkung einer prominenten Person aus dem Unternehmen im Kuratorium vorgesehen werden. Es kann sein, daß auch Großsponsoren statt auf Bundesebene nur auf einer oder mehreren gezielten Landesebenen (z.B. für regionale Qualifizierungsmaßnahmen oder Landeswettbewerbe) sponsern wollen. Das muß möglich sein und wird zentral initiiert und koordiniert. Das Projekt kann auf die Mithilfe der Agentur **MEDIA CONCEPT** bauen. Eine Honorierung der Tätigkeit der **MEDIA CONCEPT** ist vorzusehen.

### **6.2. Regionale Sponsoren dauerhaft und/oder für Einzelprojekte zu gewinnen**

Kleinere und mittelständische Unternehmen sind leichter zu gewinnen für Förderungsanliegen, die in ihrem unmittelbaren Umfeld liegen und einen deutlich begrenzten Aufwand erfordern. Die zu erwartenden Ergebnisse müssen konkret und in absehbarer Zeit auch zu präsentieren sein. Diese Bedingungen sind ideal gegeben, wenn ein einzelner Sponsor als Patenschaft einen Vorrundenwettbewerb übernimmt (und womöglich die Sieger auch durch Preise fördert). Auch Landeswettbewerbe in der ersten Projektphase kämen für derartige Sponsoren in Betracht. Wenn einmalige Projekte erfolgreich durchgeführt worden sind, ist eine dauerhafte Förderung (auch institutioneller Kosten) anzustreben.

### **6.3. Kontaktaufnahme zu öffentlichen Institutionen (Btag, BMFJ, BZfpB, BMI)**

#### **6.3.1. Deutscher Bundestag**

Der Bundestagspräsident hat bereits erklärt, daß er eine Schirmherrschaft über den Bundeswettbewerb übernehmen wird. Genauere Einzelheiten konnten bisher mangels einer auch auf die einzelnen Bundesländer auszuwehnenden Initiative und mangels fehlender Mittel dazu nicht vereinbart werden. Ob und wie eine Förderung des Finales durch den Deutschen Bundestag (Besucherdienst) erfolgen kann, muß also noch verhandelt werden, sobald der Rahmen für den Aufbau in den einzelnen Ländern steht. Mit dem Bundestag sind dann auch weitere organisatorische Einzelheiten und Termine festzulegen. Die Einbindung des Bundestagspräsidenten in das zu berufende Kuratorium (als Vorsitzender?) ist zu klären.

### **6.3.2. Bundesministerium für Frauen und Jugend**

Die Bundesregierung, insbesondere das vom Ressort her naheliegende, aber nicht unbedingt oder allein zuständige BMFJ, sollte frühzeitig eingebunden werden. Die Ministerin sollte auf jeden Fall mit in das Bundes-Kuratorium berufen werden. Es gibt beim BMFJ ein Bundesjugendkuratorium, das auf jeden Fall offiziell über das Projekt informiert werden sollte. Wie weit die Bundesregierung **eigene** Aktivitäten entfaltet, z.B. die schon 1992 vorgeschlagene **konzertierte Aktion Streitkultur** mit allen relevanten gesellschaftlichen Kräften, wäre von der Projektleitung neu in die Diskussion zu bringen.

### **6.3.3. Bundesministerium des Inneren**

Dem Bundesministerium des Inneren nachgeordnet ist die **Bundeszentrale für politische Bildung**, die inhaltlich wohl am ehesten zuständige Bundesbehörde. Sie könnte mit ihrer Zeitschrift **pz** und über ihre Wochenzeitung **DAS PARLAMENT** auch als Informationsverteiler und/oder Berichterstatter zum Projekt wirksam werden. Sie hat darüber hinaus fast alle wichtigen Einrichtungen der politischen Bildung in einem Partnerausschuß zusammengefasst, der unbedingt über das Projekt informiert werden muß, um weitere Synergieeffekte zu erzielen und den Bekanntheitsgrad zu steigern. Der Präsident der Bundeszentrale für politische Bildung wäre in das Kuratorium zu berufen, sofern nicht der Innenminister selbst berufen wird.

## **7. Kontaktaufnahme zu Institutionen und Verbänden wg. Kooperation**

**Wenn es nicht kurzfristig gelingt, ist es auf jeden Fall sinnvoll, langfristig weitere und regelmäßige Kontakte zur Unterstützung des Vorhabens zu knüpfen.**

- 7.1. der politischen Weiterbildung (Parteien, Gewerkschaften, Kirchen, private Einrichtungen ADB)
- 7.2. Lehrerverbände (DBB/Philologenverband, GEW, VBE)
- 7.3. Elternverbände (Bundeselternrat)
- 7.4. Schülervertretungen (BSV,LSV) und Studentenvertretungen
- 7.5. Politischen Jugendorganisationen und Jugendpresse
- 7.6. Arbeitgeberverbände und BdI