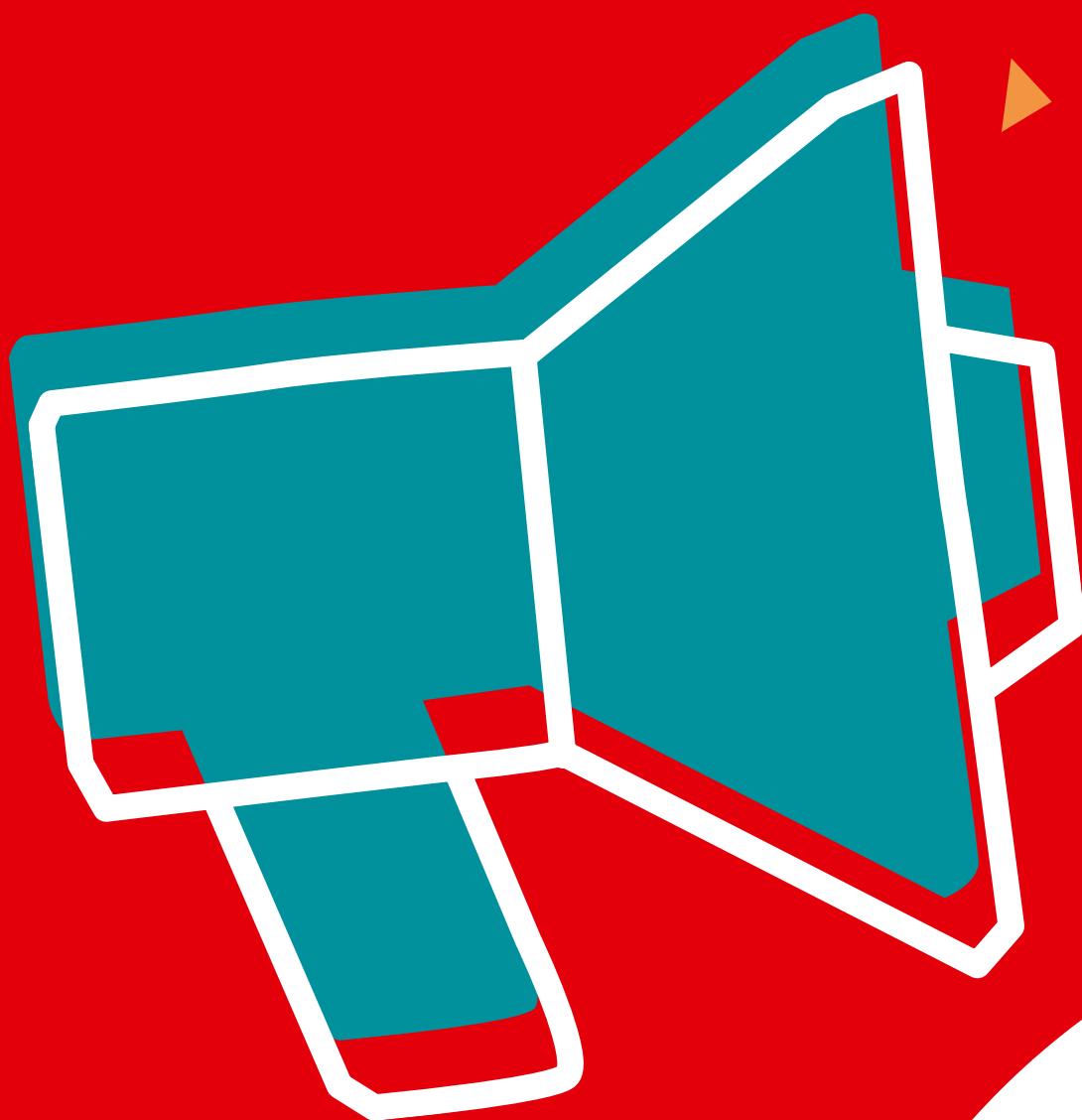


DOKUMENTATION

Kampagne „Was geht mit Menschlichkeit?“
Deutsches Jugendrotkreuz 2017–2019



Deutsches Rotes Kreuz 



Jugendrotkreuz

INHALTSVERZEICHNIS

GRÜßWORT.....	3	Mit gutem Beispiel voran.....	30
GEMEINSAM FÜR MEHR MENSCHLICHKEIT!.....	4	Eine versteckte Botschaft.....	31
DIE ICH-PHASE: ES FÄNGT BEI DIR AN.....	6	Plätzchen auf der Landesdelegierten- konferenz.....	32
DIE DU-PHASE: WER, WENN NICHT DU.....	8	WelcomeCamp in Berlin.....	32
DIE WIR-PHASE: ES IST UNSERE VERANTWORTUNG.....	10	Postkarten aus dem Saarland.....	33
DAS MACHEN WIR GEMEINSAM!.....	12	Ein Tag des Lächelns.....	33
DIE KAMPAGNEBOTSCHAFTER.....	13	Ein Sommer, 100 Aufgaben.....	34
MACHEN WIR DIE WELT BESSER: UNSERE FORDERUNGEN AN POLITIK UND VERBAND.....	14	Unsere Lieblingsrezepte.....	35
DREI FRAGEN AN MANDY MERKER.....	16	Deine Hand zählt.....	36
DREI FRAGEN AN MARGUS JANßEN.....	17	Was geht mit Menschlichkeit in Brandenburg?.....	37
PRAKTISCHES FÜR DIE KAMPAGNE: DER METHODENKOFFER.....	18	UND WIE GEHT ES JETZT WEITER? AUSBLICK IN DIE ZUKUNFT.....	38
PRAKTISCHES FÜR DIE KAMPAGNE: DIE TOOLBOX.....	19	ERGEBNISSE ONLINE-UMFRAGE: EURE ZUFRIEDENHEIT IN ZAHLEN!.....	39
PRAKTISCHES FÜR DIE KAMPAGNE: PRINT UND GIVE-AWAYS.....	20	ERGEBNISSE ONLINE-UMFRAGE: EURE BETEILIGUNG IN ZAHLEN!.....	40
DIGITALE MATERIALIEN.....	21	ERGEBNISSE ONLINE-UMFRAGE: WAS SICH BEI EUCH VERÄNDERT HAT!.....	41
DIE KARTE DER MENSCHLICHKEIT.....	22	ERGEBNISSE ONLINE-UMFRAGE: WIE IHR KOMMUNIZIERT!.....	42
Kinderstadt Henry Town.....	24	DANKSAGUNG.....	43
Das bewegte Kampagnenlogo.....	25		
Was geht mit Lesebühne?.....	26		
Our Kindness.....	27		
#Blutbild – die Challenge aus Thüringen.....	28		
Was geht mit Herzblut?.....	28		
Ein Kalender für Menschlichkeit.....	29		
Gut für dich.....	29		
Ein Dankeschön für viele Blutspenden.....	30		

GRÜßWORT

Liebe Jugendrotkreuzlerinnen und Jugendrotkreuzler, Liebe interessierte Leserinnen und Leser,

vom kleinen zum großen Frieden – gemeinsam machen wir die Welt menschlicher!

Das ist unser Anspruch und dieses Ziel stellten wir auch in den Mittelpunkt unserer ersten Überlegungen zur Kampagne „Was geht mit Menschlichkeit?“

Natürlich erkennt ihr alle sofort die Verbindung zum Rotkreuz-Grundsatz Menschlichkeit. Klar, das haben wir alle in den Gruppenstunden gelernt und das wird verlässlich bei jedem JRK-Wettbewerb abgefragt. So weit so gut ...

Doch auf der Suche nach dem Thema dieser Kampagne haben wir dann schnell etwas bemerkt: Zwar sind die sieben Grundsätze schnell aufgezählt, was sie jedoch für unseren Alltag bedeuten, ist etwas kniffliger. Darüber gab es bereits in den ersten Workshops zur Themenfindung viele verschiedene Meinungen und Ansätze. Unsere gemeinsamen Diskussionen wurden schnell so spannend, dass wir diese kurzerhand in den Mittelpunkt unserer Kampagne gestellt haben. Auf diesem Weg konnten wir den gesamten Jugendverband mit seinen etwa 140.000 Angehörigen in diese Diskussionen einbeziehen. Hier haben wir angesetzt, denn: Wer etwas verändern möchte, fängt am besten bei sich selbst an!

In den drei Kampagnenjahren – zwischen 2017 und 2019 – haben wir uns mit den unterschiedlichen Sichtweisen auf das Thema beschäftigt und kamen vom ICH zum DU zum WIR.

Gemeinsam haben wir überlegt, diskutiert und recherchiert, was Menschlichkeit für uns bedeutet und wie wir diesen Wert in die Welt tragen können. Und ganz oft, haben wir einfach mal gemacht!

Innehalten, schauen wie es mir und dir geht und was wir gemeinsam tun können, damit es uns besser geht – das sind wohl die grundsätzlichen Erkenntnisse aus der Kampagne.

In dieser Broschüre wollen wir euch die vielen tollen Aktionen und Momente unserer gemeinsamen Kampagne zeigen.

Vielen Dank, dass ihr euch an „Was geht mit Menschlichkeit?“ beteiligt und Menschlichkeit mit Leben gefüllt habt!

Berlin, im Sommer 2020

Eure JRK-Bundesleitung



Marcus Janßen Marcel Bösel Erik Heeren Mandy Merker Gina Penz

GEMEINSAM FÜR MEHR MENSCHLICHKEIT!



Der Grundsatz der Menschlichkeit spielt in der Internationalen Rotkreuz-Rothalbmond-Bewegung eine sehr wichtige Rolle. Doch als eines von sieben Schlagwörtern ist der Begriff nur schwer greifbar. Entscheidend ist für uns als Mitglied dieser weltweiten Familie, Menschlichkeit in den Alltag zu übersetzen und so mit Leben zu füllen – und zwar ganz konkret vor Ort und darüber hinaus!

Das war das Ziel unserer Kampagne „Was geht mit Menschlichkeit?“

Allen war von Anfang an klar, dass Menschlichkeit unterschiedlichste Bedeutungen haben kann und auf verschiedenen Ebenen im Mittelpunkt unseres Tuns

stehen sollte. Das veranschaulicht der Aufbau der Kampagne in drei Schritten (ICH-DU-WIR).

So haben wir gemeinsam herausgefunden, wie wir Menschlichkeit im Alltag umsetzen können und wie ich mich selbst menschlicher verhalten kann. Aber auch wie wir im Kleinen menschlicher miteinander umgehen und was wir gemeinsam tun können, um die Welt zu einem im besten Sinne menschlicheren Ort zu machen.

Auf den folgenden Seiten wollen wir den Weg, den wir in den vergangenen drei Jahren gemeinsam zurückgelegt haben, für dich noch einmal nachzeichnen.

DER ANFANG: WAS BEDEUTET MENSCHLICHKEIT FÜR DICH?

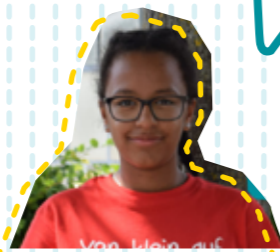


„MENSCHLICHKEIT BEDEUTET, DASS MAN AKZEPTIERT WIRD, WIE MAN IST, UND WENN MAN ETWAS GUTES TUT, KOMMT ES WIEDER ZURÜCK.“

MOURTADA (14 JAHRE)

„FÜR MICH BEDEUTET MENSCHLICHKEIT, MENSCHEN ZU AKZEPTIEREN, WIE SIE SIND, UND MIT IHNEN UMZUGEHEN, WIE MAN SELBST GERNE BEHANDELT WERDEN MÖCHTE.“

CELINA (15 JAHRE)



„MENSCHLICHKEIT BEDEUTET FÜR MICH, NICHT EGOISTISCH ZU SEIN UND SICH FÜR ANDERE EINZUSETZEN.“

COLLIN (11 JAHRE)



„MENSCHLICHKEIT BEDEUTET FÜR UNS, DASS MAN ALLE MENSCHEN GLEICH BEHANDELT.“

JANNE, GEORGINA UND MAJA (12 JAHRE)



DIE 3 ZIELE DER KAMPAGNE:

LERNEN

Wir haben über Menschlichkeit, Menschenrechte und ihre Bedeutung für uns und die Gesellschaft diskutiert und besprochen, warum es wichtig ist, dass Kinder und Jugendliche in Würde aufwachsen können.

MITMACHEN

Gemeinsam haben wir Projekte und Aktionen für mehr Menschlichkeit durchgeführt.

VERÄNDERN

Wir haben Verantwortung übernommen. An Politik und an unseren Verband haben wir Forderungen formuliert, wie sie menschlicher werden können.



KAMPAGNE ZUM MITMACHEN

Wirkliche Veränderung braucht euch alle. Die Kampagne hat deshalb Kinder und Jugendliche im JRK angesprochen, aber auch ehren- und hauptamtliche Mitglieder. Jugendliche an Schulen, unsere Eltern und Aktive aus anderen Jugendverbänden und Mitglieder des Jugendrotkreuzes aus anderen Ländern waren eingeladen, an der Kampagne mitzuwirken.

3 JAHRE FÜR MEHR MENSCHLICHKEIT

2017

2017 war das ICH-Jahr. Es ging darum, herauszufinden, was Menschlichkeit für uns bedeutet und wie man selbst einen Beitrag leisten kann: Was habe ich mit Menschlichkeit zu tun?

ICH

KICK-OFF

Auf dem Supercamp fing alles an.

2018

Im DU-Jahr sind wir einen Schritt weitergegangen und haben die zwischenmenschlichen Beziehungen erkundet und uns gefragt, welchen Einfluss unser Verhalten und Handeln auf andere haben: Was hast Du mit Menschlichkeit am Hut?

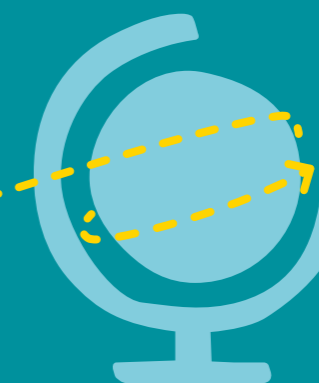
DU

Im dritten Jahr haben wir uns international ausgetauscht. Was bedeutet Menschlichkeit weltweit? Welche Forderungen und Ideen haben wir, welchen Einfluss haben wir: Wie können wir mehr Menschlichkeit erreichen?

WIR

HEUTE:

Unsere Forderungen sind auf dem Weg durch die Republik und weit darüber hinaus.



DIE ICH-PHASE: ES FÄNGT BEI DIR AN.

KURZ UND BÜNDIG

2017 war das ICH-Jahr. Es ging vor allem um die Frage: Was geht mit mir und Menschlichkeit? Um gemeinsam etwas zu bewegen und um einen Beitrag zu leisten, dass Menschlichkeit wieder an Wert gewinnt, müssen wir bei uns selbst anfangen. Was hat Menschlichkeit mit mir zu tun, welche Werte sind mir wichtig – und vor allem, wie lebe ich danach? Wie verhalte ich mich gegenüber meinen Mitmenschen?

Im ICH-Jahr wollten wir diese Fragen erforschen, miteinander diskutieren und voneinander mehr über Menschlichkeit lernen.

» Was geht mit Menschlichkeit ist eine wichtige Frage, die nicht nur die Zukunft des JRK – sondern unserer Gesellschaft mitgestalten wird. «

DR. RUDOLF SEITERS

WER IST DR. RUDOLF SEITERS?

Dr. Rudolf Seiters war unter anderem schon Bundesinnenminister, Chef des Bundeskanzleramts und Vizepräsident des Deutschen Bundestages. Von 2003 bis 2017 war er Präsident des Deutschen Roten Kreuzes (DRK).



EIN GELUNGENER AUFTAKT: DAS SUPERCAMP

Die neue Kampagne startete gleich mit einem tollen Event, dem Supercamp an der Ostsee. Über 1.700 Mitglieder, die Bundesleitung und Gäste aus dem Deutschen Roten Kreuz, der Politik sowie dem In- und Ausland trafen sich vom 2. bis 5. Juni 2017 in Prora auf Rügen. Mit dabei waren internationale Delegationen aus 12 Ländern: Albanien, Armenien, Italien, Malaysia, Slowenien, Syrien, Österreich, Schweiz, Luxemburg, Chile, Mexiko und Ungarn. Sie alle sind Teil der Internationalen Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung und konnten ihre ganz persönlichen Erfahrungen zum neuen Kampagnenthema einbringen.

Dass das Camp stattfinden konnte, war der Verdienst von ganz vielen helfenden Händen: Dazu zählen die Bereitschaft, die Strandwache, die Logistikkkräfte, die DRK-Einsatzplanung und die Bergwacht aus dem Landesverband Thüringen.

Höhepunkt des Camps war die offizielle Eröffnung der neuen Kampagne. In Anwesenheit der Kampagnen-AG und von Dr. Rudolf Seiters, dem damaligen Präsidenten des DRK, und unter tosendem Applaus wurde das Logo für die neue Kampagne enthüllt. Anschließend heizte Graf Fidi mit seinem neuen Song allen Anwesenden ein, die jubelnd die Bühne stürmten. Gemeinsam sangen alle den Refrain: Wer, wenn nicht wir? Wann, wenn nicht jetzt?

Eine Zusammenfassung vom Supercamp findet ihr hier.



TOLLE AKTIONEN IM ICH-JAHR:

Um der Frage nach der Bedeutung von Menschlichkeit nachzugehen, gab es bundesweit viele großartige Veranstaltungen, Aktionen und Gruppenstunden. Wir finden, die Ergebnisse können sich sehen lassen. Hier eine kleine Auswahl, was ihr alles auf die Beine gestellt habt:



Die Idee für die **Lebendige Bibliothek** ist einfach und effektiv: Am besten lässt sich miteinander im Gespräch lernen, was Menschlichkeit bedeutet. In der Bibliothek konntet ihr deshalb statt Büchern Menschen ausleihen, die euch Inputs und Anregungen für mehr Menschlichkeit geben.

Die Kampagne ist zu Ende, aber die Lebendige Bibliothek soll weiter wachsen! Kennt ihr Menschen, die uns als lebendige Bücher ihre Geschichte zum Thema Menschlichkeit erzählen möchten? Dann helft uns, die Lebendige Bibliothek zu erweitern und schreibt uns eine E-Mail!

Dank der Aktionen **Dreh dein Video: Ich und Menschlichkeit!** und **Was geht mit guten Fotos** konntet ihr nicht nur lernen, wie man gute Fotos macht und Videos dreht, sondern habt uns auch mit ganz vielen Eindrücken aus euren Ortsgruppen versorgt. Alle Bilder und Videos findet ihr auch unter: www.wasgehtmitmenschlichkeit.de



Außerdem gab es die Aktion **#gutfürmich**: Um Antworten auf Stress im Alltag zu finden, haben wir eure Ideen und Ratschläge zusammengetragen. Ihr habt uns gesagt, was euch in stressigen Momenten hilft: Sport, Natur oder einfach eine Tüte Gummibärchen. Eure Empfehlungen haben wir anschließend veröffentlicht, um möglichst vielen Mitgliedern und Interessierten Inspiration zu geben, wie gute Entspannung aussehen kann.

DIE DU-PHASE: WER, WENN NICHT DU.

KURZ UND BÜNDIG

Im Ich-Jahr haben wir uns noch sehr viel mit uns selbst auseinandergesetzt. Während es in der ersten Phase vor allem darum ging, zu verstehen, dass Menschlichkeit mit uns selbst anfängt, haben wir in der DU-Phase die zwischenmenschlichen Beziehungen in den Fokus genommen.

Welchen Einfluss haben unser Verhalten und Handeln auf andere? Wie wichtig sind uns Freundschaft, Mitgefühl, Liebe, Hilfsbereitschaft, Zuneigung und Toleranz? Vor allem: Wie können wir Streit und Konflikte untereinander und in der Gesellschaft lösen?



„YOUmanity – WER, WENN NICHT DU?“ – DIE JUGENDKONFERENZ IN NÜRNBERG:

Um das Thema Zwischenmenschlichkeit besser zu verstehen und zu diskutieren, fand vom 1. bis 3. Juni 2018 in Nürnberg die zweite Jugendkonferenz im Rahmen der Kampagne statt. Das Motto: „YOUmanity – wer, wenn nicht DU?“

Drei Tage lang gab es Workshops, Vorträge und Spiele für die rund 75 Teilnehmenden. Die haben leidenschaftlich miteinander diskutiert, Ideen ausgetauscht, **Methoden** ausprobiert und viel Neues über die Werte der Internationalen Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung, das humanitäre Völkerrecht und die Bedeutung von Menschlichkeit gelernt.

Übrigens: Mehr über die Methoden der Kampagne erfahrt ihr auf [Seite 18](#).



Ihr wollt die Jugendkonferenz Revue passieren lassen? Einfach den Code einscannen und das Video anschauen.

BUNDESWEITE AKTION IM DU-JAHR: HELDINNEN UND HELDEN DER MENSCHLICHKEIT

Wie können wir Menschlichkeit erlernen ohne Vorbilder? In unserem Alltag gibt es unzählige Heldinnen und Helden, die Menschlichkeit leben und uns zeigen, wie eine menschliche Welt aussehen kann. Mit der Steckbriefaktion haben wir diesen Menschen aus unserem Umfeld Danke gesagt und sie für das gefeiert, was sie sind: Heldinnen und Helden der Menschlichkeit.

Mitgemacht hat zum Beispiel das JRK Thüringen in Floh-Seligenthal: Da haben 30 Kids zum Tag der Bergwacht auf unzähligen Postkarten festgehalten, wer ihre Heldinnen und Helden der Menschlichkeit sind: „Die Helden der Menschlichkeit waren häufig in der Familie oder unter Freunden zu finden. Meist waren es kleine, oft ganz selbstverständliche Gesten im Alltag, die die Vielfalt von Menschlichkeit widerspiegeln“, so Monika Niessner vom JRK Thüringen. Wir finden: Eine super Idee!



DIE WIR-PHASE: ES IST UNSERE VERANTWORTUNG.



KURZ UND BÜNDIG

2019 war das letzte Jahr der Kampagne. Gleichzeitig war es auch der Höhepunkt unserer Arbeit. Im WIR-Jahr haben wir nach Möglichkeiten gesucht, uns international zu vernetzen und Einfluss auf Politik und unseren Verband zu nehmen, um die Welt menschlicher zu machen.

Im Fokus standen deshalb sehr politische Fragen: Gibt es Regeln für das Miteinander der Länder in bewaffneten Konflikten und wer passt auf, dass diese Regeln eingehalten werden? Und: Wie können wir die Situation von Kindern und Jugendlichen weltweit verbessern?

WIE GEHT EINE MENSCHLICHE WELT?

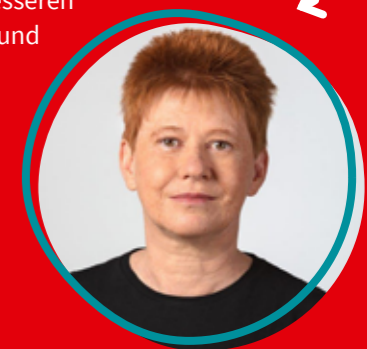
Anfang März 2019 kamen über 150 Mitglieder aus Deutschland und der Welt zur dritten und letzten Jugendkonferenz, **Humanity goes GLOBAL**, in Berlin zusammen. Mit dabei waren internationale Delegationen aus Ländern wie Armenien, Bulgarien, Finnland, Italien, der Schweiz, Namibia, Tansania und Uganda. Mit ihrer Teilnahme machten die Jugendlichen deutlich, dass eine menschliche Welt nur gemeinsam gelingen kann.



In rund 13 Workshops diskutierten und arbeiteten die Teilnehmenden zusammen, um am Ende eine Liste mit Forderungen an die Politik und den Verband zu formulieren, wie diese sich für mehr Menschlichkeit einsetzen können. Die Ergebnisse der Kleingruppenarbeit wurden anschließend allen Teilnehmenden in einem gemeinsamen großen Plenum im Anhörungssaal des Deutschen Bundestages präsentiert. Professionelle Dolmetscherinnen und Dolmetscher halfen mit, dass die Diskussionsbeiträge auf dem Plenum nicht an möglichen Sprachbarrieren scheiterten und von allen Anwesenden verstanden wurden.



Im Deutschen Bundestag wurden die Teilnehmenden von **Bundestagsvizepräsidentin Petra Pau** empfangen. Sie empfahl ihnen, ihre Forderungen für mehr Rechte und einen besseren Schutz von Kindern und Jugendlichen auch direkt an Bundesregierung und den Bundestag zu stellen.



#Was geht International: Mitglieder des Jugendrotkreuzes aus Deutschland und Italien machen ein Erinnerungsfoto im Bundestag.



Du willst noch mehr Eindrücke? Dann schau dir jetzt den Clip zur Jugendkonferenz an.

TOLLE AKTION IM WIR-JAHR:

Die **Humanity Card** – jetzt auch auf **Englisch!** Einfach das Template herunterladen und selber ausdrucken.



BETEILIGUNG: DAS MACHEN WIR GEMEINSAM!

Unsere Kampagnen sind Mitmachkampagnen. Was das heißt? Ganz einfach. Ihr entscheidet, wo es langgeht. So auch in den letzten drei Jahren. „Was geht mit Menschlichkeit?“ – ohne euch hätte es keine Kampagne und keinen Einsatz für mehr Menschlichkeit gegeben. Ihr seid an allen wichtigen Entscheidungen beteiligt gewesen, habt Ideen und Projekte in Eigenregie entwickelt und umgesetzt und diskutiert, was sich in der Gesellschaft ändern muss. Die wichtigsten Beispiele für eure Beteiligung findet ihr hier zusammengefasst:



DAS THEMA

Ihr habt entschieden, welches Thema die Kampagne bekommen hat. Ausgangspunkt war der September 2015 in Magdeburg, wo Freiwillige auf der Themenwerkstatt mögliche Kampagnenthemen ausgearbeitet haben. Diese wurden anschließend online diskutiert, von Themenpatinnen und Themenpaten auf der Bundeskonferenz vorgestellt und am Ende entschieden die Delegierten auf der Bundeskonferenz über das künftige Kampagnenthema.

DIE KAMPAGNEN-AG

Auch bekannt als die Kampagneros! Im Anschluss an die Bundeskonferenz haben Freiwillige aus ganz Deutschland die AG Kampagne gegründet. In Zusammenarbeit mit Bundesleitung und Bundesgeschäftsstelle haben die Freiwilligen geholfen, das Supercamp vorzubereiten, Methoden für die Gruppenarbeit zu entwickeln und alle Kampagnenphasen zu begleiten.



DIE MATERIALIEN

Die Kampagne war von Anfang darauf ausgerichtet, dass alle Ebenen ihre eigenen Materialien entwickeln konnten. Auf der Kampagnenwebsite gab es mit der Toolbox einen Werkzeugkasten, der Logos und Designelemente zum Download bereit hielt, um eigene T-Shirts, Broschüren, aber auch Kochbücher und Puzzle zu entwickeln.



DIE FORDERUNGEN

Auch im Verlauf der Kampagne habt ihr diskutiert, was mehr Menschlichkeit für euch bedeutet und abgestimmt, welche Themen euch besonders wichtig sind: Junge Menschen in der Politik gehörten dazu, aber auch Partizipation im Verband, der Schutz und Freiräume für Kinder und Jugendliche in aller Welt. Die Themen wurden auf den Jugendkonferenzen ausgearbeitet, online diskutiert und auf der Bundeskonferenz 2019 verabschiedet.

DIE KAMPAGNENBOTSCHAFTER

Sie waren Inspiration und Unterstützung für die gesamte Kampagne: **Bas van Rossum** und **Graf Fidi** waren für drei tolle Jahre unsere Kampagnenbotschafter. Beide sind aktiv und machen sich in ihrem Alltag und mit ihrer Arbeit stark für Menschlichkeit – ihre Erfahrungen haben die Kampagne noch bunter und vielfältiger gemacht.



GRAF FIDI...

...habt ihr bestimmt noch alle durch seinen Auftritt auf dem Supercamp in Erinnerung. Er hat uns den Song zur Kampagne geschrieben, seinen Beitrag für mehr Menschlichkeit. Der Song macht nicht nur gute Laune, sondern hat euch angestiftet, selbst aktiv zu werden und euch für die Kampagne zu engagieren. Mit seinen Texten will Graf Fidi die Gesellschaft verändern und sich MIT LINKS für Inklusion einsetzen.

➤ Menschlichkeit bedeutet für Graf Fidi, seine Mitmenschen so zu behandeln, wie er selbst behandelt werden möchte. Es ist normal, verschieden zu sein.



Nochmal anhören? Scann den QR-Code auf deinem Smartphone ein und sieh dir an, wie Graf Fidi uns auf dem Supercamp eingeheizt hat.

BAS VAN ROSSUM...

...kommt aus den Niederlanden und war in der Vergangenheit Präsident des Niederländischen Jugendrotkreuzes. Seit 2014 ist er Vorsitzender der Youth Commission und vertritt junge Freiwillige aus 190 Ländern. Außerdem sitzt er im Governing Board der Internationalen Förderation, dem höchsten gewählten Gremium der Internationalen Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung.

➤ Menschlichkeit bedeutet für Bas, freundlich und auch in schweren Zeiten füreinander da zu sein. Armut, Diskriminierung und Ungleichheit gibt es überall auf der Welt, auch bei dir zu Hause.



MACHEN WIR DIE WELT BESSER: UNSERE FORDERUNGEN AN POLITIK UND VERBAND



Die Kampagne ist vorbei? Von wegen! Unsere Forderungen sind noch lange nicht erfüllt. Auf der Bundeskonferenz in Gera haben die Delegierten unsere Vorschläge einstimmig angenommen. Jetzt tragen wir sie durch alle Verbandsebenen und setzen uns dafür ein, dass unsere Ideen für eine menschliche Welt Wirklichkeit werden.

#dasgehtmitmenschlichkeit – Und das sind unsere Forderungen:

➔ AN DIE POLITIK

- I. **Humanitäres Völkerrecht**
 - a) Einhaltung des Humanitären Völkerrechts
 - b) Verbreitung des Humanitären Völkerrechts
- II. **Kinderrechte ins Grundgesetz**
 - a) Kinderrechte und Beschwerdemanagement
 - b) Physische und psychische Unversehrtheit
 - c) Kinderrechte auf den Lehrplan
 - d) Schule und Gewaltprävention
 - e) Kindersoldatinnen und Kindersoldaten
- III. **Jugendbeteiligung**
 - a) Politische Bildung
 - b) Absenkung des Wahlalters
- IV. **Wertschätzung für das Ehrenamt**
 - a) Einsatzgeschehen
 - b) Sonderurlaub im Ehrenamt
 - c) Freistellung für das Ehrenamt

➔ AN UNS IM VERBAND

- I. **Identität Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung**
- II. **Kinderrechte und Gewaltprävention**
- III. **Jugendbeteiligung**
 - a) JRK-Beteiligung in der DRK-Bundesversammlung
 - b) JRK und Gremien
 - c) JRK und Ordnungen
- IV. **4. Wertschätzung im Verband**

Alle Forderungen im genauen Wortlaut findet ihr hier:



DIE FORDERUNGEN SIND UNTERWEGS!

Bis Ende 2020 wird das **Kampagnenbuch** mit allen Forderungen durch das Land getragen, von Landesverband zu Landesverband, damit wir uns gemeinsam für deren Umsetzung stark machen können: Von Schleswig-Holstein nach Hamburg und Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg und Niedersachsen. Dann weiter nach Bremen und Oldenburg. Anschließend geht es weiter in den Landesverband Westfalen-Lippe, dann weiter zu den Aktiven im LV Nordrhein. Es folgen Rheinland-Pfalz, das Saarland, Baden und Baden-Württemberg und Bayern. Kreuz und quer geht es weiter durch Hessen, Thüringen, Sachsen-Anhalt und Berlin. Am Ende des Jahres kommt schließlich die Endstation: Sachsen.



BUNDESWEITE AKTION: ROTE HÄNDE FÜR MEHR MENSCHLICHKEIT

Um der Forderung nach mehr Menschlichkeit und gegen den Einsatz von Kindersoldatinnen und -soldaten Ausdruck zu verleihen, gab es bundesweit die Aktion **Rote Hände für mehr Menschlichkeit**. Zum Beispiel in Oldenburg, wo sich die Aktiven zusammen mit der Bundesleitung auf einem großen Banner verewigen konnten.



DREI FRAGEN AN MANDY MERKER



MANDY MERKER

Mandy ist seit 2013 Stellvertretende Bundesleiterin des Deutschen Jugendrotkreuzes. Sie kam 1996 über einen Erste-Hilfe-Schnupperkurs zum Jugendrotkreuz. Für die Bundesleitung hat sie die Kampagne von Beginn an mitbegleitet. Mandy arbeitet zudem als Sozial- und Erlebnispädagogin und als systemische Naturtherapeutin.

WELCHES ZIEL HATTE DIE KAMPAGNE?

Die Kampagne hatte nicht nur ein Ziel. Im Kern der Kampagne stand die Erforschung der Ideale der Menschlichkeit – also was ist Menschlichkeit, wo leben wir diese und was sind die Herausforderungen? Es galt, dem Wert Menschlichkeit wieder verstärkt eine Bedeutung zu geben. Dabei stand nicht die Wissensvermittlung im Vordergrund, sondern vielmehr die Frage, welche eigene Haltung und Werte tragen mich, um mehr Menschlichkeit zu zeigen. Und kann ich mit meiner eigenen Menschlichkeit und meinem eigenen Handeln etwas beitragen zu mehr Menschlichkeit weltweit?

WAS WIRD DIR BESONDERS IN ERINNERUNG BLEIBEN?

Die gemeinsamen Veranstaltungen mit den Jugendrotkreuzlerinnen und Jugendrotkreuzlern – sei es das Supercamp auf Prora, die Jugendkonferenzen in Nürnberg und Berlin oder auch die AG-Treffen und Termine bei einzelnen Landesverbänden, wo ich die Kampagne sehr gern mit vertreten habe. Mich haben die Ideen begeistert, die bei den Treffen entstanden sind, das Engagement, das jede Person gezeigt hat und die Begeisterung für die Idee „Menschlichkeit“. Diese positive Energie hat mich über die ganze Zeit getragen und mich motiviert, auch größere Herausforderungen in der Kampagnenarbeit zu meistern.

HAT SICH DER VERBAND DURCH DIE KAMPAGNE VERÄNDERT?

Da stelle ich mir die Frage, woran ich denn erkenne, dass sich der Verband geändert hat? Und es schließt sich ein wenig die Frage von oben an, was kann ich tun, um die Welt ein Stück menschlicher zu machen? Meine persönliche Wahrnehmung ist, dass uns die Kampagne auch unser eigenes Verhalten im Verband und das gemeinsame Miteinander bewusster gemacht hat. Menschlichkeit fängt im Kleinen an, bei jedem und jeder selbst. Und diese Verantwortung tragen wir alle. Ich glaube, das hat uns schon verändert.

DREI FRAGEN AN MARCUS JANßEN

WARUM IST MENSCHLICHKEIT SO WICHTIG?

Menschlich zu handeln, also anderen Menschen, aber auch Tieren und der Natur gegenüber respektvoll zu begegnen, seine Mitmenschen zu respektieren und sich gegenseitig zu helfen – das ist es, was ein friedvolles und im wahrsten Sinne des Wortes lebenswertes Leben erst ermöglicht. Und dafür tragen wir, jede und jeder Einzelne von uns, Verantwortung, nicht nur als Rotkreuzlerinnen und Rotkreuzler, sondern als Schülerinnen und Schüler, Freundinnen und Freunde, Nachbarinnen und Nachbarn – als Menschen!

Ich bin überzeugt davon, dass Menschlichkeit nicht automatisch „da ist“, sondern wir immer und immer wieder aktiv dafür eintreten und als gutes Beispiel vorangehen müssen. Dadurch, dass wir uns so verhalten, wie es aus unserer Sicht „menschlich“ ist, prägen wir die Welt und machen sie zu einem besseren Ort – im Kleinen und, wenn wir alle zusammenhalten, auch im Großen. Das Jugendrotkreuz als Teil der größten humanitären Bewegung der Welt kann hier Großes bewirken – und das ist ein phantastisches Gefühl! Und so tun wir uns auch selber etwas Gutes, wenn wir menschlich sind.

WELCHE FORDERUNGEN FINDEST DU BESONDERS WICHTIG?

Ich finde in der Tat die Forderungen besonders wichtig, die sich an uns selbst richten. Hier haben wir das Zepher des Handelns in der Hand und können das menschliche Miteinander nach unseren Überzeugungen gestalten und dadurch auch Vorbild sein. So wollen wir auf allen Ebenen des Verbandes humanitäres Lernen fördern und Kinder und Jugendliche mehr als bisher in unseren Gremien – im JRK wie im DRK – beteiligen. Wenn uns das gelingt, haben wir auch die Power, um die ganz großen Räder zu drehen.

MARCUS JANßEN

Marcus ist seit 2013 Bundesleiter des Deutschen Jugendrotkreuzes und war vorher fünf Jahre Stellvertretender Bundesleiter. Hauptberuflich arbeitet er als Geschäftsführer des Bildungswerkes der Versicherungswirtschaft Hamburg.

WERDET IHR DIESE THEMEN WEITERVERFOLGEN?

Selbstverständlich! Wir haben uns viel Mühe gemacht, in unserem Jugendrotkreuz mit seinen 140.000 Mitgliedern unsere Vorstellung von Menschlichkeit zu formulieren. Die Forderungen, welche die Bundeskonferenz 2019 verabschiedet hat, sind Ausdruck davon. „Aus großer Kraft folgt große Verantwortung“, das wusste schon Spidermann, ein Superheld meiner Kindheit. Und so verstehe ich die Forderungen der Kampagne: Als große Verantwortung – nicht nur für mich, die Bundesleitung oder den Bundesverband, sondern für uns alle! Und kraftvoll sind wir!

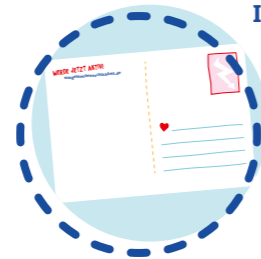
Als Leiter eines so großen Jugendverbandes liegt mir natürlich die Beteiligung von Kindern und Jugendlichen besonders am Herzen. Und auch die aktuelle Situation der COVID-19-Pandemie zeigt, dass die Jugendverbände gebraucht werden, um die Interessen und Bedürfnisse von jungen Menschen einzubringen und durchzusetzen. Es wird immer noch viel zu viel über sie entschieden, statt mit ihnen. Das zu ändern, ist unser Mandat – und dafür werde ich mich persönlich einsetzen, in der Politik, im DRK und auch im Jugendrotkreuz!



PRAKTISCHES FÜR DIE KAMPAGNE: DER METHODENKOFFER

Mit dem Methodenkoffer haben wir eine Schatztruhe voller Ideen, Vorschläge und Anleitungen für die Auseinandersetzung mit Menschlichkeit geschaffen.

Findet heraus, was Menschlichkeit bedeutet. Insgesamt 55 Angebote stehen zum Download bereit



Inklusive der Kampagnenbroschüren, Methoden zum Ausdrucken und Spielideen sowie der beliebten Features „Kampagnenpostkarte“ und „Deine Heldinnen und Helden der Menschlichkeit“

Geeignet zum Lernen, für Gruppenstunden und Spieleabende



Füllt den Koffer. Eure Ideen waren gefragt, damit möglichst viele Methoden zusammenkommen

Regelmäßig neue Methoden



Geeignet für zwei Altersgruppen: 6–11 Jahre & 11+ Jahre



Weiter für dich da: Auf den Methodenkoffer musst du auch in Zukunft nicht verzichten. Alle Inhalte stehen dir auf der Kampagnenwebsite zur Verfügung.

PRAKTISCHES FÜR DIE KAMPAGNE: DIE TOOLBOX

WAS GEHT MIT DESIGN:

In der Toolbox auf der Kampagnenwebsite haben wir alles bereit gestellt, was ihr gebraucht habt, um eure eigenen Kampagnenmaterialien für mehr Menschlichkeit zu gestalten. Das Do-it-yourself-Kit enthält Schriften, Logos und vorgefertigte Motive. Damit könnt ihr auch in Zukunft kinderleicht in eurer Gemeinde, in der Ortsgruppe, auf dem Schulhof oder im Internet auf Facebook und Instagram Werbung für die Kampagne machen. Ein Design-Manual hilft euch dabei, euch zurechtzufinden und mögliche Fragen zu beantworten.



FÜR ALLE DAS RICHTIGE TOOL

Für das richtige Outfit: Mit dem Motiv für das **Kampagnen-T-Shirt** könnt ihr euch eure eigenen T-Shirts bedrucken. Einfach herunterladen und loslegen.



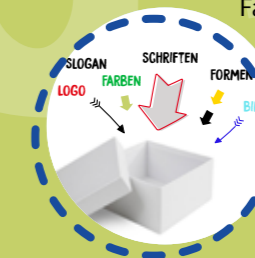
Für die richtige Außenwirkung: Ladet euch das **Kampagnenlogo** und das **Kampagnenplakat** herunter, um Poster, Flugblätter und Broschüren selber auszudrucken und Werbung für mehr Menschlichkeit zu machen.



Für gute Kommunikation: Auf dem **Plakat KommYOUnikation** könnt ihr in Gruppenstunden sammeln und aufschreiben, was gute und respektvolle Kommunikation ausmacht. Zusammen lernt ihr, wie wichtig ein gutes Wort zur richtigen Zeit ist und wie ihr Missverständnisse vermeiden könnt.



Für Kampagnenprofis: Probiert euch aus und werdet kreativ. Mit dem **Kampagnen-CD** stehen euch alle Bausteine des Kampagnendesigns zur Verfügung, inklusive der Farben, Schriften und Motive, die ihr auch in dieser Broschüre findet. Bastelt eure eigenen analogen und digitalen Materialien.



Hier findet ihr alle Inhalte der Toolbox. Einfach den QR-Code einscannen und runterladen, was ihr für eure Gestaltungsarbeiten benötigt.



PRAKTISCHES FÜR DIE KAMPAGNE: PRINT UND GIVE-AWAYS

WAS GEHT MIT GUTEN MATERIALIEN?

Für jede Phase und alle eure Gruppenaktivitäten gab es in den letzten drei Jahren tolle Materialien. Auch dank eurer Zuarbeit: Viele Ideen für Give-aways, Broschüren und Flyer hätten wir ohne eure Hilfe nie zustande gebracht. Hier ein kleiner Überblick, was alles entstanden ist:

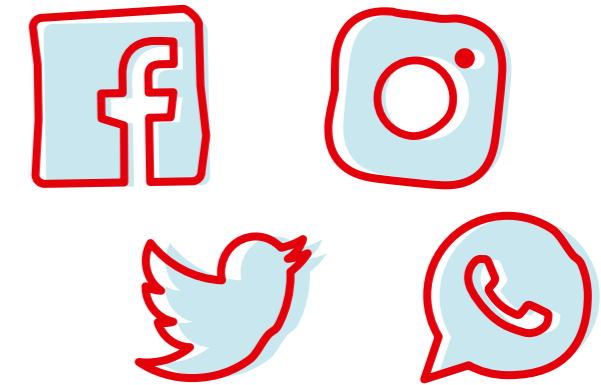
- **Drei Kampagnenbroschüren und Flyer** haben euch in jedem Kampagnenjahr auf die Highlights, wichtige Veranstaltungen und neue Methoden vorbereitet.
- Mit den **Humanity Cards** zeichnet ihr Mitmenschen aus, die euch durch ein besonders menschliches Verhalten aufgefallen sind. Für echte Heldinnen und Helden des Alltags.
- **Kampagnenpostkarten** zum Verschicken an Freundinnen und Freunde und Verwandte und die **Kampagnenposter** zum Aufhängen – die Printmaterialien, um Menschlichkeit sichtbar zu machen.
- Das **Kampagnen-T-Shirt** kennt ihr schon. Aber erinnert ihr euch noch an die **Sonnenbrille**, das **Notizbuch**, den **USB-Stick**, den **Trinkbecher** oder den **Liegestuhl? Aufkleber** und gebrandete **Glasflaschen** gab es auch noch, um erfolgreich ihre Aufmerksamkeit zu sorgen.



DIGITALE MATERIALIEN

www.wasgehtmitmenschlichkeit.de – Unsere Kampagnenwebsite war die zentrale Übersicht im Netz, um zu erfahren, was mit Menschlichkeit geht. Neben Toolbox und Methodenkoffer konntet ihr hier eine Übersicht zu allen Projekten und Aktivitäten auf allen Verbandsebenen finden, aber auch Veranstaltungshinweise, eine Übersicht eurer lokalen Social Media Postings zum Thema Menschlichkeit und den Reiseplan des Kampagnenbuches, das von Landesverband zu Landesverband getragen wird.

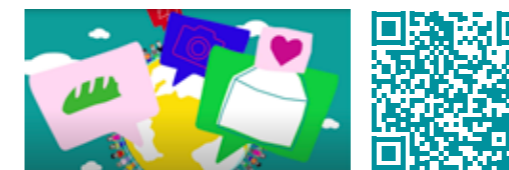
Auf **Facebook**, **Instagram**, **WhatsApp** und **Twitter** informieren wir euch tagesaktuell über anstehende Veranstaltungen und Updates zur Kampagne.



Kennt ihr schon unsere **Videos** auf YouTube?



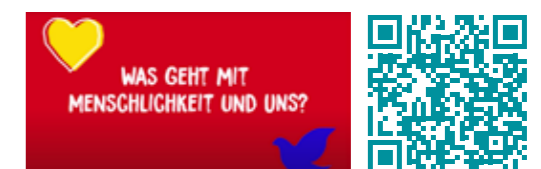
DAS VIDEO ZUR KAMPAGNE



DU UND MENSCHLICHKEIT – DAS VIDEO

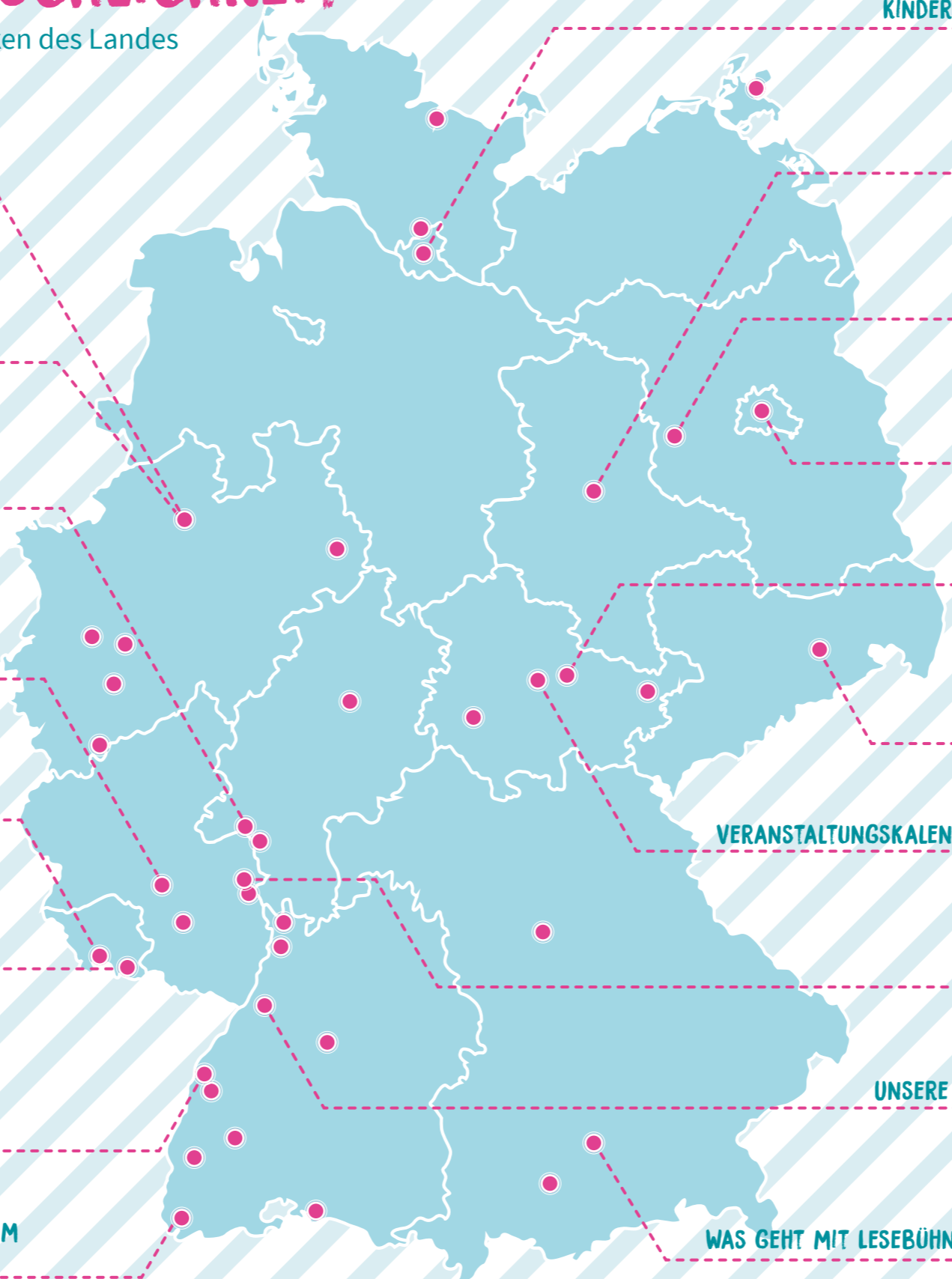


WAS GEHT MIT MENSCHLICHKEIT UND UNS?



DIE KARTE DER MENSCHLICHKEIT

Dokumentation von Projekten aus allen Ecken des Landes



DAS BEWEGTE KAMPAGNENLOGO



EIN SOMMER, 100 AUFGABEN



EIN TAG DES LÄGHELNS



KAMPAGNEN-PLÄTZCHEN



POSTKARTEN



GLÜCKSTEELICHTER



HUMANITY CARD FÜR VIELE BLUTSPENDEN



MENSCHLICHKEIT IM KV LÖRRACH

KINDERSTADT HENRY TOWN



#GUTFÜRDICH AKTION IN SACHSEN-ANHALT



WAS GEHT MIT MENSCHLICHKEIT IN BRANDENBURG?



WELCOMECAMP IN BERLIN



#BLUTBILD-CHALLENGE



DEINE HAND ZÄHLT



VERANSTALTUNGSKALENDER



OUR KINDNESS



UNSERE LIEBLINGSREZEPTE



WAS GEHT MIT LESEBÜHNE?



Details zu weiteren Projekten findet ihr auf der Webseite.



KINDERSTADT HENRY TOWN



In Hamburg haben Aktive des Jugendrotkreuzes gezeigt, wie eine menschliche Stadt aussehen kann: In Henry Town, der Kinderstadt, übernahmen zum fünften Mal Kinder selber die Verantwortung und gestalteten das gemeinsame Zusammenleben. Die Kinder übernahmen alle Aufgaben in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Wichtige Fragen wurden diskutiert und Kompromisse gesucht, zum Beispiel, ob Mieten gesenkt werden können, auch auf die Gefahr hin, dass die Stadtkasse dann leer ist.

HENRY TOWN LEBT WEITER

Die Stadt hat auch eine eigene Website: www.henrytown.de. Dort finden sich neben dem Grundgesetz auch die Stadtregeln.

Hamburgs DRK-Präsident Wilhelm Rapp über die Bewohnerinnen und Bewohner von Henry Town:

» Sie übernehmen Verantwortung, treffen Entscheidungen und tragen die Konsequenzen. So erleben sie unmittelbar, wie eine richtige Stadt funktioniert. «

AUS DEM GRUNDGESETZ VON HENRY TOWN:

- § 1 Die Würde der Bürgerinnen und Bürger ist unantastbar!
- § 2 Jede Bürgerin und jeder Bürger verhält sich so, dass es dem Leben in der Stadt und dem Ansehen nicht schadet. Dazu gehört, dass alle rücksichtsvoll miteinander umgehen und die Einrichtungen der Stadt sorgsam behandeln. Sie sind für die Ordnung in der Stadt gemeinsam verantwortlich.
- § 3 Jungen und Mädchen haben in Henry Town alle die gleichen Rechte, egal wie alt sie sind.

DAS BEWEGTE KAMPAGNENLOGO

135 Puzzleteile und ein Logo: Wie das zusammenpasst, zeigten engagierte Mitglieder des Jugendrotkreuzes Westfalen-Lippe. Während des Münsterland-Giros, einem Radsportrennen, haben die Aktiven vom Jugendrotkreuz 135 aus Leinwand gebastelte Puzzleteile bemalt und anschließend zu einem großen, bunten Logo der Menschlichkeit zusammengesetzt. Malen können schließlich alle und so zeigten sie mit Pinsel und Puzzleteil, was für sie persönlich Menschlichkeit bedeutet. Das Logo steht für die Vielfältigkeit der Kampagne wie auch für die Idee, gemeinsam die Welt ein wenig menschlicher zu machen.

Ole Hanke, 20-jähriger JRKler aus dem Kreis Borken, kümmerte sich im Vorfeld um die benötigten Materialien, vergrößerte das Logo und sprühte es auf eine Leinwand. „Das ist nicht so einfach, wie es sich anhört.“

HUMANITY CARDS IN ACTION

Zeitgleich zur Aktion von Ole, haben Mitglieder aus den Münsterlandkreisen Borken, Coesfeld, Warendorf und Münster auf dem Schlossplatz in Münster Humanity Cards an Passantinnen und Passanten verteilt. „Entschuldige dich, wenn du Mist gebaut hast“ oder „Mache heute etwas, das du dich noch nie getraut hast“, hieß es da.



Landesverband Bayern

WAS GEHT MIT LESEBÜHNE?



Zwei Schreibwerkstätten und eine Lesebühne – das JRK München hat mit einer kreativen Aktion gezeigt, wie Poetry-Slam und Menschlichkeit zusammengehen. Die Idee: Menschlichkeit ist oft ein großes Wort, es kommt aber darauf an zu zeigen, was es für jede und jeden von uns bedeutet. Und wo kann man große Emotionen, starke Worte und eine persönliche Botschaft besser präsentieren als in einem Poetry-Slam?

2019, im letzten Jahr der Kampagne, veranstalteten die Aktiven vom Jugendrotkreuz München deshalb die Lesebühne, den Poetry-Slam für mehr Menschlichkeit. In zwei Schreibwerkstätten brüteten die Teilnehmenden erst über eigenen Beiträgen, um diese anschließend vor großem Publikum im Theatersaal des Anton-Fingerle-Zentrums in München-Giesing zu präsentieren. An ihrer Seite Philipp Potthast, professioneller Slammer, der die Veranstaltung moderierte und allen Teilnehmenden half, das Lampenfieber zu überwinden und das Publikum zum Toben zu bringen. Am Ende stand ein gelungener Abend mit beeindruckenden Textbeiträgen.

Philipp Potthast, Poetry-Slammer:

» Du schaust auf diese Welt und merkst, dass wenn sich da nicht langsam was verändert, dir bald der Kragen platzt. «



Landesverband Rheinland-Pfalz

OUR KINDNESS



Ein One-Shot-Video, bei dem zusammenhängende Szenen in Echtzeit gedreht werden, ist eine beeindruckende Leistung. Wie das geht, haben die Painkillers vom Jugendrotkreuz Alzey in Rheinland-Pfalz gezeigt. Seit 2019 ist mit **Our Kindness** das Ergebnis ihres Videodrehs auf YouTube zu sehen.

Für das Video hatten sich die Painkillers zuvor überlegt, wie ihr Alltag menschlicher aussehen könnte. Denn häufig sind es kleine Gesten und Freuden oder eine unerwartete Begegnung, die unser Leben schöner werden lassen. Herausgekommen ist ein Video, in dem die Teilnehmenden Taten statt Worte sprechen lassen, sich helfen, trösten und unterstützen. Um möglichst viele Menschen zu erreichen, ist der Titel in englischer Sprache verfasst – getreu dem Motto des dritten Kampagnenjahres, „Was geht mit Menschlichkeit und UNS?“. Im zweiten Teil des Videos ist dann der Kampagnensong von Graf Fidi zu hören, der deutlich macht, dass wir alle Heldinnen und Helden der Menschlichkeit sein können.

„It's all about being human and having a heart; it's all about being human and playing a part ... Red Cross is life power, the power of humanity.“
Das ganze Video findet ihr hier:



Landesverband Saarland






EINE VERSTECKTE BOTSCHAFT



Teelichter kennen wir alle. Aber Glücksteelichter? Dafür musste man schon Weihnachten 2017 zur Blutspendeaktion der Freiwilligen vom saarländischen JRK Gersheim fahren. Während der Blutspendeaktion bedankten sich die Kinder und Jugendlichen vom Jugendrotkreuz bei allen Spenderinnen und Spendern, aber auch bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihr Engagement und ihre Solidarität und übergaben allen Anwesenden ein selbst gebasteltes Glücksteelicht. Die Teelichter hatten sie zuvor in Eigenregie hergestellt. Die Überraschung wurde aber erst sichtbar, wenn das Wachs im brennenden Teelicht flüssig und damit durchsichtig geworden war: „Das Besondere an den Glücksteelichtern sind die kleinen Botschaften, die sich unter der Wachsschicht verbergen“, berichtet eine Freiwillige aus Gersheim. Die Botschaften sind kleine persönliche Nachrichten und Aufmunterungen, das eigene Leben menschlich zu gestalten: „Mach das Beste aus deinen Möglichkeiten.“

BASTELANLEITUNG ZUM NACHAHMEN:

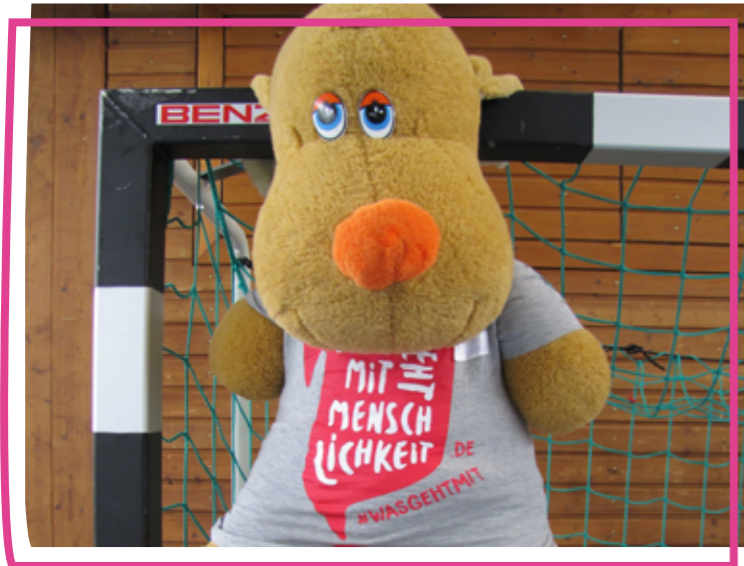
Ihr braucht:

- Teelichter  • Schere 
- Papier  • Schaschlikspieß 
- Stift 

- 1 Schneidet aus dem Papier Kreise in der Größe der Teelichtschale aus.
- 2 Schreibt eure ganz persönliche Botschaft auf den Papierkreis. Bedenkt dabei: Viel Platz habt ihr nicht. Also am besten alles kurz und knapp halten.
- 3 Nehmt dann den Spieß und macht ein Loch in die Mitte des Papiers. Zerlegt das Teelicht und schiebt den ausgeschnittenen Kreis vorsichtig über den Docht. Anschließend baut ihr das Teelicht wieder zusammen.
- 4 Die fertigen Teelichter könnt ihr nach Lust und Laune verzieren.

Landesverband Baden

EIN DANKESCHÖN FÜR VIELE BLUTSPENDEN



Wer Blut spendet, zeigt Menschlichkeit. Und wer die Welt ein wenig menschlicher macht, dem gebührt Anerkennung. So sahen das auch die jungen Aktiven aus Eckartsweier im Landesverband Baden und bedankten sich beim 72. Blutspendetermin am 27. Oktober 2017 bei den Spenderinnen und Spendern mit selbst gebastelten Humanity Cards. Die Aktiven nutzten die Druckvorlage für die Humanity Card und verteilten die fertigen Karten als ein ganz persönliches Dankeschön unter den zahlreichen Spenderinnen und Spendern. „Mit diesen Karten wollen wir für die Bereitschaft zur Blutspende den Dank der Gesellschaft ausdrücken, denn Blut spenden ist ein Akt der Humanität des Einzelnen“, so eine junge Aktive, die an der Aktion beteiligt gewesen ist. Außerdem wurden die Anwesenden dazu aufgerufen, die Karten nicht nur zu behalten, sondern an andere Personen weiterzugeben, „die Ihnen etwas Gutes getan haben“, sodass die Humanity Cards auf Wanderschaft gehen und so viele Mitmenschen wie möglich erreichen können.

Landesverband Baden

MIT GUTEM BEISPIEL VORAN

In Steinen im Kreisverband Lörrach fand am 10. Oktober 2017 der Tag der offenen Tür statt. Mit dabei war auch das Jugendrotkreuz des Kreisverbands. Zusammen mit dem DRK, der Feuerwehr und der Polizei, konnten die Freiwilligen an einem eigenen Stand über ihre Arbeit informieren und vor allem für die neue Kampagne werben. Interessierte Besucherinnen und Besucher konnten am Stand beispielsweise Flyer, die Humanity Cards und von den Freiwilligen selbst gemalte Poster zur ICH-Phase erhalten. Um mit gutem Beispiel voranzugehen und um auf alle Gäste freundlich zuzugehen, gab es zudem leckeren Kaffee und Kakao, der zum Verweilen am Infostand einlud.



Landesverband Rheinland-Pfalz

PLÄTZCHEN AUF DER LANDESDELEGIERTENKONFERENZ



Am 12. November 2017 hielt das Jugendrotkreuz in Rheinland-Pfalz seinen Landesdelegiertentag ab, das höchste demokratische Gremium im Landesverband. Die örtlichen Kampagneras und Kampagneros nutzten die Gelegenheit, um nicht nur die Kampagne vorzustellen, sondern die Delegierten auch gleich ordentlich zu versorgen. Alle Delegierten erhielten zu Beginn ein kleines Gastgeschenk mit selbst gemachten „Was-geht-mit-Plätzchen“ in der Form des Kampagnenlogos. Und da so ein Plätzchen schnell verspeist ist, gab es zusätzlich noch Förmchen in Form des Kampagnenlogos, um künftig auch eigene Plätzchen backen zu können.

Wir finden: Die Kampagneras und Kampagneros haben gezeigt, was in Gruppenstunden alles geht. Zusätzlich zu den Plätzchen haben sie mit Girlanden auch die Deko zur Delegiertenkonferenz gebastelt. Auf vielen ausgedruckten Herzen konnten alle aufschreiben, was ihr Herz bewegt und Menschlichkeit für sie bedeutet.

Landesverband Berlin

WELCOMECAMP IN BERLIN

Im Juli 2017 war das Berliner Jugendrotkreuz zu Gast auf dem WelcomeCamp, einem Bar Camp in Berlin, auf dem sich Unternehmen, Nichtregierungsorganisationen, Jugendverbände, kreative Projekte und Menschen, die nach Deutschland flüchten mussten, vernetzen können. Die Idee des Bar Camps ist eine offene Tagung mit offen gestalteten Workshops, deren Ablauf und Inhalte von den Teilnehmenden bestimmt und selbstständig gestaltet werden. Es gibt keine Regeln und keine Hierarchien unter den Teilnehmenden, um einen möglichst breiten Austausch untereinander möglich zu machen.

Kennenlernen, Austauschen und Vernetzen waren auch die Anliegen des Berliner Bar Camps. Passend zum Motto des Camps, „Willkommenskultur auf der Augenhöhe im Hier und Jetzt“, konnten die Mitglieder

vom Berliner JRK anderen Teilnehmenden die bundesweite Kampagne für mehr Menschlichkeit und ein Projekt für Neu-Berlinerinnen und Neu-Berliner vorstellen.



Landesverband Saarland

POSTKARTEN AUS DEM SAARLAND

Menschlichkeit ist bunt und vielfältig und heißt, sich für Toleranz und Hilfsbereitschaft und gegen Rassismus und Homophobie einzusetzen. Diese Botschaft wollten 2018 auch die Freiwilligen des JRK im Landesverband Saarland verkünden und bastelten Postkarten für mehr Menschlichkeit. Vorab wurden verschiedene Motive auf Facebook zur Abstimmung gestellt und versprochen, dass die fünf Postkarten mit den meisten Likes gedruckt und online zum Herunterladen bereitgestellt würden. Gesagt, getan. Herausgekommen sind tolle Postkarten, die ihr auch auf der Kampagnenwebseite bewundern könnt.



Landesverband Hessen

EIN TAG DES LÄCHELNS



Am 6. Oktober 2017 rief der Landesverband Hessen den Hallo-Hessen!-Tag aus. Anlass war, dass am gleichen Datum auch der Internationale Tag des Lächelns stattgefunden hat. Die Mitglieder im Landesverband waren dazu aufgerufen, ein kleines Experiment durchzuführen und sich für ein freundliches menschliches Miteinander im Alltag einzusetzen. Während des Experiments, das den ganzen Tag andauerte, sollten alle Aktiven Menschen, denen sie begegnen, freundlich „Hallo“ sagen oder sie anlächeln. Anschließend wurden Erfahrungen und Beobachtungen unter den Freiwilligen miteinander geteilt. Annika Gerhardt hat sich ebenfalls an der Aktion beteiligt. Sie meint: „Die Reaktionen waren überwiegend positiv. Ich habe mich über Antworten oder auch ein erwidernes Lächeln sehr gefreut. Außerdem kam ich auch mit fremden Menschen, mit denen ich gemeinsam auf den Bus wartete, ins Gespräch.“

EIN SOMMER, 100 AUFGABEN



Menschlichkeit hat viele Gesichter. Um das zu verdeutlichen, veranstaltete das Jugendrotkreuz Westfalen-Lippe den Wettbewerb „#humanity100 – ein Sommer, 100 Aufgaben“. Einen Sommer lang waren alle Ortsverbände im Landesverband aufgerufen, am Wettbewerb teilzunehmen und Aufgaben zu lösen, die mehr Menschlichkeit sowie Austausch und Begegnungen untereinander ermöglichen. Die Aufgaben, welche die Mitglieder lösen mussten, konnten unterschiedlicher nicht sein:

- „Mach einen Handstand und mal dabei das Kampagnenlogo.“
- „Frag einen Obdachlosen, was Menschlichkeit für ihn bedeutet.“
- „Wie wird Menschlichkeit in anderen Sprachen der Welt gesprochen. Mach eine Liste.“
- „Spielt das Klick-Adventure ‚Last Exit Flucht‘, das das Schweizer Rote Kreuz empfiehlt.“

GROSSE ZUFRIEDENHEIT BEI ALLEN BETEILIGTEN

Ole Hanke aus der AG Kampagne berichtet über die Challenge: „Wir wollten etwas machen, das unsere JRKler lockt, das nicht aufwendig ist und dass sie sich mit der Kampagne beschäftigen. Ziel für jeden OV ist es, möglichst viele Aufgaben zu erfüllen.“

DIE IDEE STAMMT AUS STUTTGART

Ursprünglich entwickelt hat die Idee für den Wettbewerb Andre Edlich vom Ortsverband Zuffenhausen aus Stuttgart. Er hatte die Idee für 100 zu lösende Aufgaben entwickelt, um die Kinder in seinem Ortsverband für die Kampagne zu motivieren. „Uns gefiel das sehr gut“, meint Sven Benecken, der im Landesverband Westfalen-Lippe hauptamtlich die Kampagnen betreut und geholfen hat, Andres Idee so anzupassen, dass sie für den Wettbewerb im Landesverband funktioniert hat.



UNSERE LIEBLINGSREZEPTE

Ein besonderes Thema stand seit dem Sommer 2018 auf dem Stundenplan des Jugendrotkreuzes in Söllingen: In den Gruppenstunden haben die Kinder alles über gesunde Ernährung erfahren. Was ist die Ernährungspyramide, warum ist Obst und Gemüse wichtig und wie bereitet man leckere Gerichte eigentlich selbstständig zu? Was die Zubereitung von leckeren Rezepten anbelangt, sind die Kids in Söllingen wahre Expertinnen und Experten. Unter der Anleitung von Ulla Stefan und Sabine Raup haben sie im Rahmen des WIR-Jahres ein Kochbuch konzipiert und veröffentlicht, das nun allen Interessierten zur Verfügung steht.



DIE REZEPTE SAMMLUNG

Das Kochbuch listet nicht nur die Lieblingsrezepte der Kinder auf, sondern enthält auch Empfehlungen für Leckereien zum Backen und Kochen vom Vorstand des Ortsverbandes Söllingen, der Geschäftsführung vom DRK Kreisverband Karlsruhe und der JRK-Landesleitung. Zudem finden sich die Lieblingsrezepte von Bürgermeisterin Nicola Bodner und Sternekoch Sören Anders in der Sammlung: ein Feuerwehrruchen und ein Apfelpannkuchen – lecker.

Landesverband Sachsen

DEINE HAND ZÄHLT

Seit dem 12. Februar 2002 verbietet ein Zusatzprotokoll zur UN-Kinderrechtskonvention den Einsatz von Menschen unter 18 Jahren in Kriegen und bewaffneten Konflikten. Der Tag gilt seit der Verabschiedung des Protokolls auch als Internationaler Tag gegen den Einsatz von Kindersoldaten. Die Ziele des Protokolls sind aber längst nicht umgesetzt. Noch immer werden in mindestens 20 Ländern rund 250.000 Kinder zum Kämpfen zwangsverpflichtet, für Spionagezwecke missbraucht oder zur Sexarbeit gezwungen.

KLARE HALTUNG IM JRK SACHSEN

Jedes Jahr rufen weltweit Organisationen zu Aktionen auf, um mit roten Händen deutlich zu machen, dass das Ziel des Protokolls noch nicht erreicht ist. Das JRK Sachsen hat im Rahmen der Kampagne die Aktion „Deine Hand zählt“ (DHZ) und die Initiative Rote Hand vom Deutschen Bündnis Kindersoldaten unterstützt. Mit vielen roten Händen haben die Freiwilligen die Öffentlichkeit auf die Situation von Kindersoldatinnen und Kindersoldaten aufmerksam gemacht. An Vertreterinnen und Vertreter von Politik und Gesamtverband haben sie zudem eine Liste mit Forderungen übergeben:

DIE FORDERUNGEN

1. Stopp aller deutschen Rüstungsexporte.
2. Gewährung von politischem Asyl und Unterstützung für Kindersoldatinnen und Kindersoldaten sowie Minderjährige, die vor einer Rekrutierung geflohen sind.
3. Friedenserziehung verbindlich in Lehrplänen und in der Lehrerfortbildung verankern.
4. Mehr Geld für Kindersoldaten-Hilfsprogramme.
5. Stopp der Rekrutierung von 17-jährigen Minderjährigen in die Bundeswehr.
6. Stopp von Werbung für die Bundeswehr.



Landesverband Brandenburg

WAS GEHT MIT MENSCHLICHKEIT IN BRANDENBURG?

Das Jugendrotkreuz Brandenburg hat in den zurückliegenden drei Jahren Menschlichkeit in den Mittelpunkt der Verbandsarbeit gestellt. „Menschlichkeit ist ein spannendes Thema und unser wichtigster Grundsatz“, sagte Daniel Kühne von der JRK-Landesleitung in Brandenburg zur Motivation, die Kampagne in die Ortsgruppen zu tragen. Die Ergebnisse sind rückblickend beeindruckend:

LANDESWETTBEWERB 2018 „WAS GEHT MIT MENSCHLICHKEIT“

Menschlichkeit war das zentrale Thema für den Landeswettbewerb in Brandenburg an der Havel. 450 Mitglieder stellten 2018 ihr Können und Wissen unter Beweis. Insgesamt mussten die Aktiven 16 Stationen durchlaufen. Um zu bestehen, mussten sie erfolgreich Erste Hilfe-Aufgaben bewältigen, ihr Wissen zur Geschichte der Internationalen Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung zeigen und musisch-kulturelle sowie sportlich-spielerische Aufgaben meistern.



TOLLE MATERIALIEN FÜR DIE KAMPAGNE

2019 entstand ein Fotokalender mit den besten Beiträgen der Jugendgruppen zum Thema Menschlichkeit. Außerdem wurde ein Facebook-Adventskalender geschaffen, der einen Überblick über die Kampagnenforderungen gab.

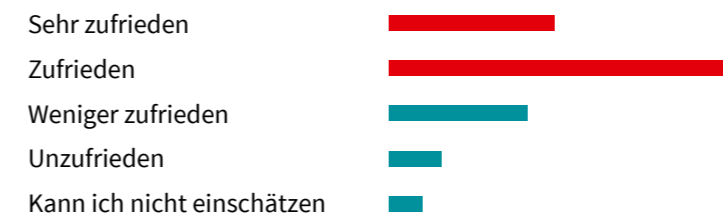
DIE AKTIVEN STELLEN SICH VOR

Die Brandenburger Jugendlichen haben sich noch etwas ganz Anderes einfallen lassen, um andere für die Arbeit im Jugendrotkreuz zu begeistern. Auf Facebook haben sie sich und ihre Arbeit selbst vorgestellt, Fragen in einem Interview beantwortet und damit Gesicht für mehr Menschlichkeit gezeigt.

ERGEBNISSE ONLINE-UMFRAGE: EURE ZUFRIEDENHEIT IN ZAHLEN!

Wir haben euch gefragt, ihr habt geantwortet. Hier die wichtigsten Zahlen und **Ergebnisse aus der Online-Befragung** zur Kampagne:

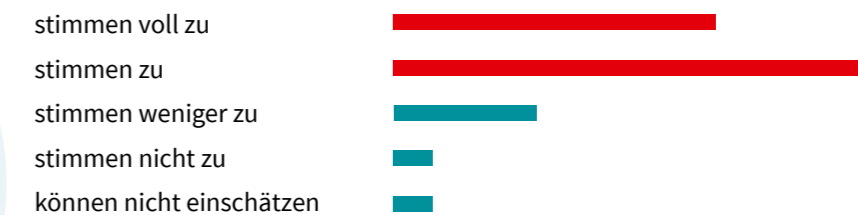
ZUFRIEDENHEIT MIT KAMPAGNE



70% von euch sind zufrieden oder sehr zufrieden mit der Kampagne!

» Die Kampagne öffnete einem die Augen im Umgang mit anderen. Ich fand es wirklich toll, gerade heute, wo die Menschlichkeit verloren geht. Ein sehr wichtiges Thema. In diesem Sinne: #WasgehtmitMenschlichkeit «

ÜBER KAMPAGNEN GESTALTET DAS JRK GESELLSCHAFTLICHE UND POLITISCHE PROZESSE MIT.



77,95% sind überzeugt: Die Kampagnenarbeit im Jugendrotkreuz hilft mit, **Politik und Gesellschaft zu verändern**, menschlicher zu machen.

» Menschlichkeit ist nicht nur ein Thema in der Politik! Menschlichkeit fängt bei jedem selber an und jeder einzelne kann dazu beitragen. Dies wurde mir durch die Kampagne erst richtig bewusst. «

UND WIE GEHT ES JETZT WEITER? AUSBlick IN DIE ZUKUNFT

Wir arbeiten natürlich weiter für mehr Gerechtigkeit! Die Forderungen sind formuliert und auf dem Weg durch die Landesverbände. Jetzt müssen wir uns aber auf allen Ebenen dafür stark machen, die Inhalte Realität werden zu lassen. Was passiert im Verband? Was passiert in der Politik, damit die Welt menschlicher wird? Überlegt, wie ihr selber aktiv werden könnt. Das geht auf vielen Wegen:

- **Informiert euch:** Was ist der aktuelle Stand der Umsetzung? Sind Kinderrechte schon im Grundgesetz verankert?
- **Informiert andere:** Verbreitet die Themen und Forderungen weiter. Sprecht in eurer Ortsgruppe darüber oder haltet in der Schule einen Vortrag zum Humanitären Völkerrecht.
- **Beteiligt euch:** Bringt euch ein im Verband. Redet mit, entscheidet mit, bewirbt euch für Arbeitsgruppen und lasst euch für Funktionsämter aufstellen. Übernehmt Verantwortung für eine bessere Welt.
- **Nehmt euren Einfluss auf die Politik wahr:** Auch außerhalb der Wahlkabine geht schon viel. Startet zum Beispiel Aktionen und Petitionen oder trefft euch mit euren Bundestagsabgeordneten. Wenn ihr alt genug seid, geht wählen!



NEUE INHALTE

Zwei Videos haben wir hochgeladen: **Aktives Zuhören – ein Erklärvideo:** Schau dir das Video an und finde heraus, wie aktives Zuhören funktioniert. Die Tipps im Video kannst Du anschließend ausprobieren.



Gewaltfreie Kommunikation: Zum Streit kann es ganz schön schnell kommen, auch unter Freundinnen und Freunden. Gewaltfreie Kommunikation kann euch helfen, auch in Situationen, in denen ihr wütend seid, ruhig zu bleiben und Probleme miteinander statt gegeneinander zu lösen.



DIE KAMPAGNENWEBSITE

Unsere **Kampagnenwebsite** www.wasgehtmitmenschlichkeit.de bauen wir um zur **digitalen Lernplattform**. Alle bestehenden Angebote und Lernmaterialien bleiben erhalten und werden laufend ergänzt.

ERGEBNISSE ONLINE-UMFRAGE: EURE BETEILIGUNG IN ZAHLEN!

...IN DER KAMPAGNEN AG:

18

Personen waren in der Kampagnen AG aktiv!

6¹⁰ Treffen in Städten haben stattgefunden.

» Ein großes DANKE an die AG und alle Beteiligten für das herausragende Engagement. «

...AUF BUNDESWEITEN VERANSTALTUNGEN:

1.700

Personen waren auf dem Supercamp 2017.

75

Multiplikatorinnen und Multiplikatoren kamen auf die Jugendkonferenz in Nürnberg.

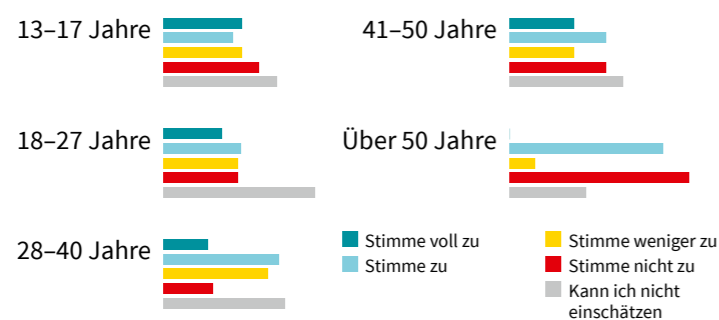
150

Mitglieder besuchten die WIR-Konferenz „Humanity goes global“ 2019 in Berlin.

» Die Konferenz in Berlin war eindeutig die schönste Veranstaltung. So inspirierend, all die Leute und Nationen kennenzulernen. «

» Das beste Erlebnis war das Supercamp in Prora. «

... IN ZUKUNFT: MITBESTIMMUNG IST EUCH WICHTIG!



54,51%, also mehr als jede zweite Person, die an der Online-Umfrage teilgenommen hat, gibt an, dass sie an der Auswahl des künftigen Kampagnenthemas beteiligt sein will.

» Am besten durch eine Online-Abstimmung oder Ähnliches auch von den Gruppen vor Ort das Kampagnenthema mitentscheiden lassen. «

ERGEBNISSE ONLINE-UMFRAGE: WAS SICH BEI EUCH VERÄNDERT HAT!

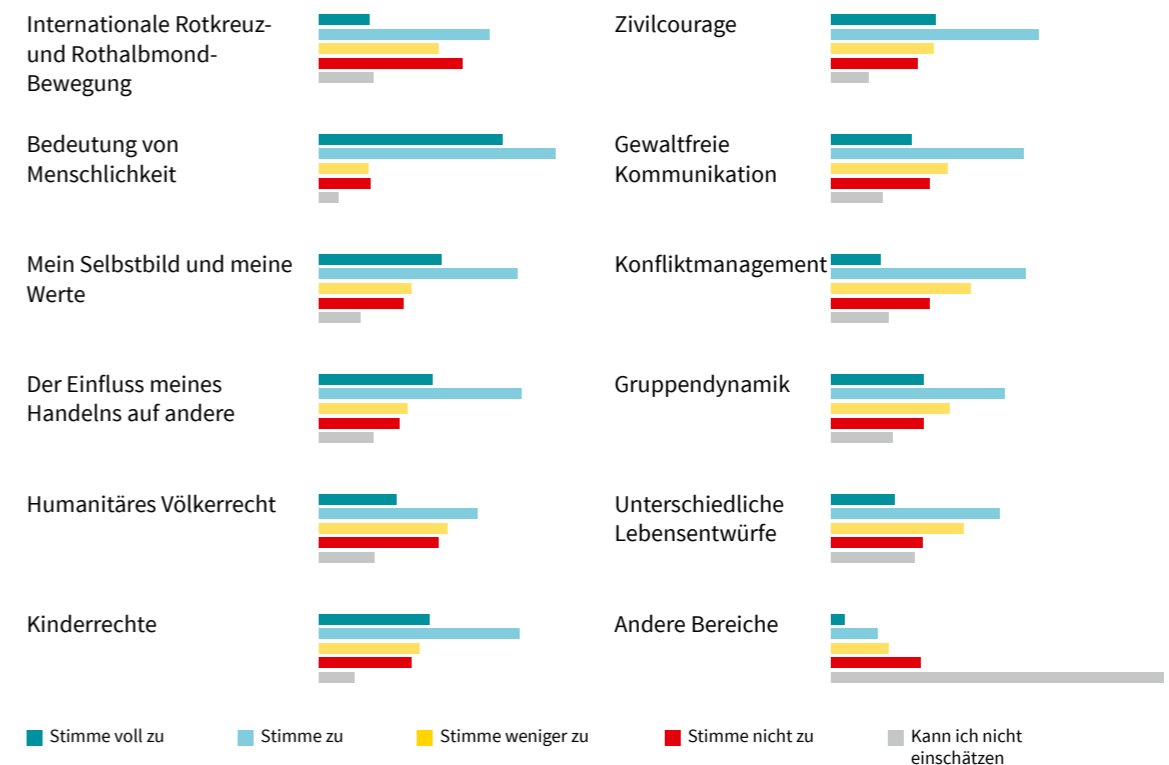
77,74% haben etwas Neues zum Thema Menschlichkeit gelernt.

Wichtige Themen in der Kampagne waren vor allem Zivilcourage, Kinderrechte, Konfliktmanagement und das humanitäre Völkerrecht.

59,49% haben zudem ihr Selbstbild und ihre eigenen Wertevorstellungen hinterfragen können.

» Ich finde, wir sollten mehr für unsere Gesellschaft tun. «

KONNTEST DU IN FOLGENDEN BEREICHEN NEUES LERNEN?

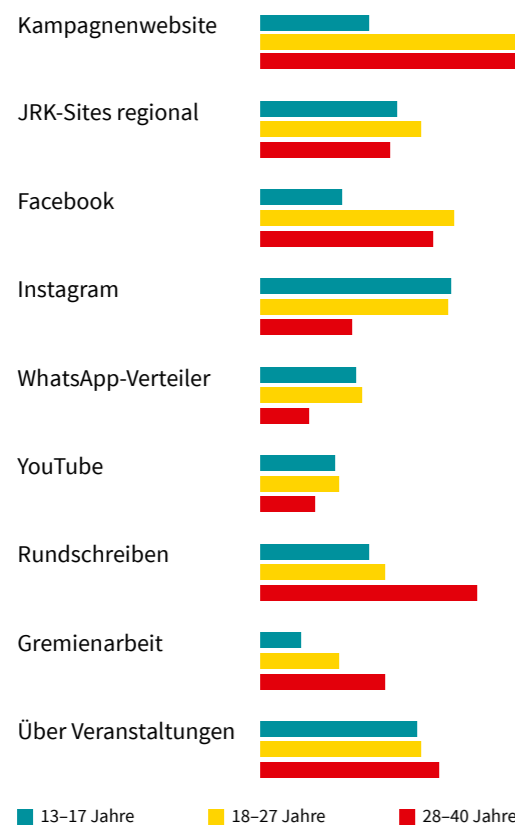


» Ich laufe nun mit offenen Augen durch die Welt und weiß kleine Gesten viel mehr zu schätzen und versuche, anderen Menschen mit Gesten eine Freude zu machen und ihnen zu helfen. «

» Die Probleme verschiedener Krisengebiete kamen mir durch die Kampagne näher, dadurch habe ich eine ganz andere Blickrichtung gewonnen. «

ERGEBNISSE ONLINE-UMFRAGE: WIE IHR KOMMUNIZIERT!

BEVORZUGTE INFORMATIONSKANÄLE SORTIERT NACH ALTERSKOHORTEN



70% von euch haben die **Kampagnenwebsite wasgehtmitmenschlichkeit.de** genutzt, um sich über die Kampagne zu informieren.

Für die Altersgruppen **13-17 Jahre** und **18-27** standen aber zwei andere Kanäle im Vordergrund: **Instagram** und **Facebook**.

Instagram:

- 3.852 Abonnentinnen und Abonnenten
- 233 Posts seit Kampagnenbeginn
- 251.000 erreichte Personen
- 39.000 Likes

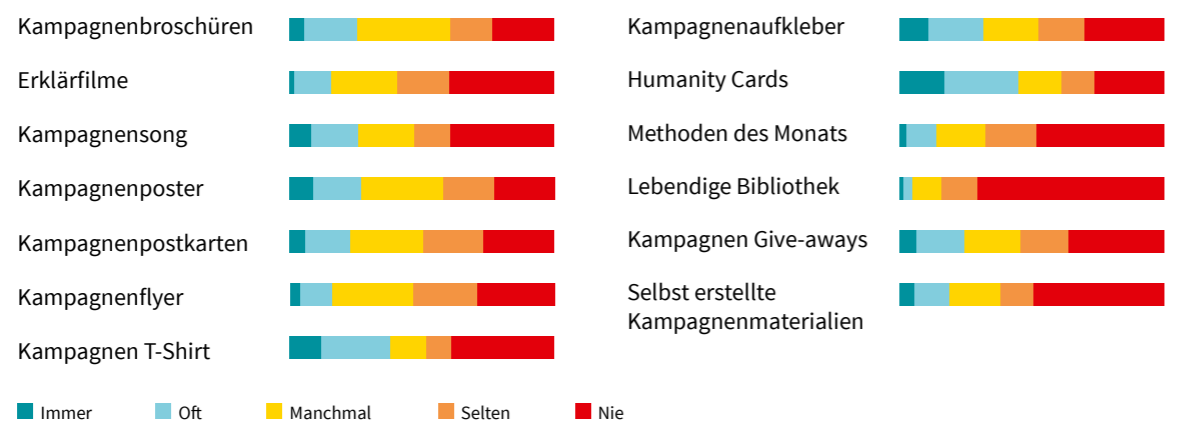
(Stand: 24. März 2020)

Facebook:

- 10.712 Abonnentinnen und Abonnenten
- 635 Posts seit Kampagnenbeginn
- 41.000 Reaktionen
- 1.000 Kommentare

(Stand: 24. März 2020)

Eure beliebtesten Materialien hier aufgelistet:



■ Immer ■ Oft ■ Manchmal ■ Selten ■ Nie

DANKSAGUNG

Wir danken allen unseren JRK-Mitgliedern, die die Kampagne getragen und den Grundsatz der Menschlichkeit weiter verbreitet haben:

Danke für eure großartigen Beiträge und Ideen zu Aktionen, Projekten und Gruppenstunden auf allen Ebenen des Verbandes!

Danke für eure Beteiligung an Veranstaltungen, Diskussionen und Abstimmungen!

Danke für all die tollen selbst erstellten Kampagnenmaterialien!

Ihr habt die Kampagne mit Leben gefüllt und diese Welt ein Stück menschlicher gemacht!

Ein ganz besonderer Dank gilt den Mitgliedern der Arbeitsgruppe Kampagne auf Bundesebene sowie all der Arbeits- und Projektgruppen in den Landesverbänden!



IMPRESSUM

Herausgeber:

Deutsches Rotes Kreuz Generalsekretariat
Bundesgeschäftsstelle Jugendrotkreuz
Carstennstraße 58
12205 Berlin

Telefon: 030 85404-390
Telefax: 030 85404-484
E-Mail: jrk@drk.de
Internet: www.jugendrotkreuz.de

Verantwortlich (V.i.S.d.P.):

Daniela Nagelschmidt

Redaktion:

Mandy Merker, Sandra Döring

Gestaltung:

BBGK Berliner Botschaft, www.berliner-botschaft.de

NIMM KONTAKT AUF



FACEBOOK.COM/
JUGENDROTKREUZ

@DEUTSCHES_
JUGENDROTKREUZ



@DEUTSCHES_
JRK

YOUTUBE.COM/
JUGENDROTKREUZONLINE



Gefördert durch die

GlücksSpirale



Deutsches Rotes Kreuz +



Jugendrotkreuz