

# „Deine Stärken. Deine Zukunft. Ohne Druck!“ (2007 - 2009)

**Kinder und Jugendliche sind vielen Anforderungen ausgesetzt. Mit dieser Kampagne gab das Jugendrotkreuz Jugendlichen Hilfestellung, um mit dem zunehmenden gesellschaftlichen Druck konstruktiv umgehen zu können.**

Gute Noten schreiben, den richtigen Beruf auswählen, Zeit für Freund\*innen haben, immer gut drauf sein, mit den Eltern klar kommen, fit und sportlich sein, coole Klamotten tragen – all das versuchen Kinder und Jugendliche gleichzeitig zu bewältigen. Es setzt sie aber auch unter Druck, viele haben Zukunftsängste.

Mit den Materialien der Kampagne „Deine Stärken. Deine Zukunft. Ohne Druck!“ wollen die Jugendrotkreuz-Organisationen in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Luxemburg Kindern und Jugendlichen die Möglichkeit geben, ihre Stärken ohne Druck zu entdecken und ihre Fähigkeiten zu auszutesten. Gleichzeitig setzen sich JRKler\*innen ein, um den steigenden Druck kritisch zu hinterfragen und Kindern und Jugendlichen ein besseres Aufwachsen zu ermöglichen.



Der Kampagnenstart auf dem Supercamp 2007

---

## Thema

Kinder und Jugendliche sind heute mit einer Vielzahl von gesellschaftlichen Anforderungen konfrontiert: Gute Noten schreiben, die richtige Berufswahl treffen, Zeit für Freunde haben, immer gut drauf sein, mit den Eltern klar kommen, fit und sportlich sein, coole Klamotten tragen – all das versuchen Kinder und Jugendliche gleichzeitig zu bewältigen. All das setzt sie aber auch unter Druck, und so nehmen Zukunfts- und Versagensängste zu – ein komplexes und nicht leicht verdauliches Thema, das von mehreren Seiten und mit verschiedenen Bausteinen angegangen wurde.

---

## Das Ziel

Die Kampagne hatte das Hauptziel, Kinder und Jugendliche darin zu bestärken, mit Druck konstruktiv umzugehen. Damit sie optimistisch in die Zukunft blicken können, waren deshalb Rahmenbedingungen gefordert, die ihnen mehr individuelle Förderung zugestehen, dazu mehr Raum zu Mitsprache und Mitgestaltung, mehr Unterstützung von Politik, Betrieben, Medien, Schulen und Jugendverbänden sowie die Möglichkeit, gesellschaftlichen Druck zu hinterfragen.

---

## Aktionen

Während der Laufzeit der Kampagne fanden viele tolle Aktionen statt: Im Rahmen der Delphi-Studie wurden im Vorfeld 30 Fachleute aus Wissenschaft und Praxis zum Thema befragt. Die Ergebnisse flossen in das Grundlagenmaterial der Kampagne ein. Dann gab es beim "Supercamp" eine große Kick-off-Veranstaltung mit passenden, vorbereitenden Workshops. Ein großer Aktionstag brachte das Anliegen der Kampagne an über 40 Orten unter dem Motto „Dein Ohr für uns!“ direkt an die Öffentlichkeit: An „HörBars“ erfuhren Passant\*innen über Kopfhörer von den Träumen, Hoffnungen und Unsicherheiten von Jugendlichen. In Kooperation mit einem Filmfestival der "Aktion Mensch" wurde in vielen Städten, z. T. in Verbindung mit Podiumsdiskussionen, ein Dokumentarfilm über Essstörungen gezeigt, der den Teilaspekt der Kampagne „Schönheitswahn“ beleuchtete.



Bunte Kampagnenaktion in Thüringen

## Materialien



Logo und Schriftzug, Plakate, Flyer und Statements gaben der Kampagne einen eigenen Look und vermittelten die Grundgedanken. Auf einer eigenen Webseite gab es zudem alle Berichte zu aktuellen Ereignissen rund um die Kampagne und weiteres Hintergrundwissen zum Nachlesen und downloaden. Einige Materialien finden sich weiterhin in der [Mediathek des Bundesverbandes](#).

Cookies helfen uns bei der Bereitstellung unserer Inhalte. Durch die Nutzung unserer Webseite erklären Sie sich damit einverstanden, dass wir Cookies setzen. [Erfahren Sie mehr](#)

OK