

Auswertung des Jugendkulturjahres 2005

Verlauf der Projekte

Im Jugendkulturjahr 2005 wurden über zwölf Monate hinweg insgesamt 65 Projekte angeboten, die 11 Interessenbereiche bedienten. Ein großer Teil fällt hierbei mit 21 Veranstaltungen auf den Bereich Musik (Konzerte, Musicals, HipHop-Workshops, Tanz etc.), gefolgt von 12 Angeboten im Bereich Kunst und je fünf in den Bereichen Party, Sport / Gesundheit, Literatur, Theater und Computer.

Die Monate mit der höchsten Projektdichte waren der Februar (10 Projekte) und der Juni (7 Projekte), wobei im Juni vor allem die publikumswirksamen Musikveranstaltungen stattfanden. Die meisten Beteiligten wurden durch die Aufführungen des Musicals „Niggel und der rote Schatten“ mit 3.704 im Dezember gezählt. Insgesamt haben 14.751 Aktive und Besucher am Jugendkulturjahr teilgenommen.

Als Resümee gilt festzuhalten, dass die Veranstaltungen des Jugendkulturjahres im Rahmen der organisatorischen Planungen und des bewilligten Budgets realisiert wurden. Während der Vorbereitung und Durchführung zahlreicher Aktionen und Projekte haben die Jugendlichen aller Altersgruppen die Gelegenheit genutzt, die Vielseitigkeit und Kreativität ihrer Jugendkulturen zu präsentieren.

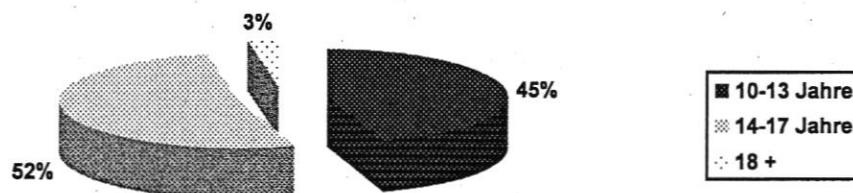
Die gemeinsamen positiven Erfahrungen, die durch das Knüpfen von Kooperationsbeziehungen gesammelt werden konnten, weisen über das Jugendkulturjahr hinaus. Das in diesem Jahr entstandene Netzwerk soll auch in den kommenden Jahren weiter genutzt werden, um die Entwicklung von Jugendkultur in Hildens zu gewährleisten und weiterhin – auch unter finanziell eingeschränkten Bedingungen – zu fördern.

Auswertung der Umfrage

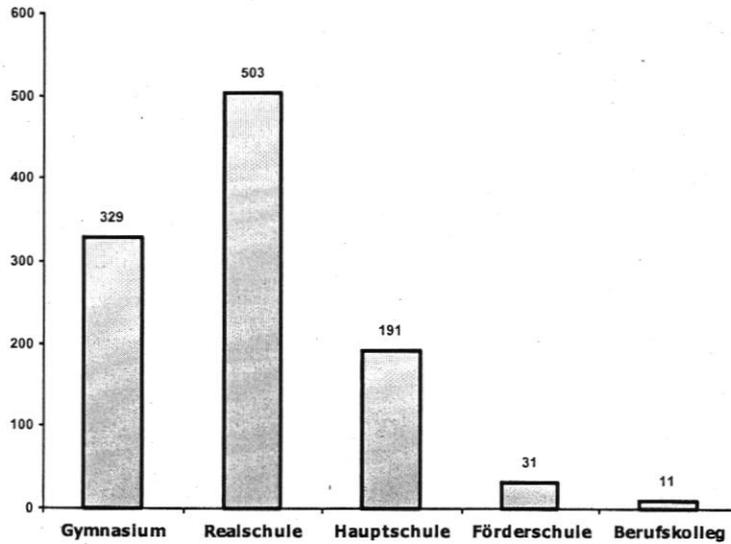
1. Allgemeines

Die Umfrage fand vom 16. bis 26.01.2006 in allen weiterführenden Schulen Hildens jeweils in den großen Pausen statt. 1.246 Fragebögen wurden ausgewertet, davon wurden 424 durch Schüler und 615 durch Schülerinnen ausgefüllt (die Differenz zur Gesamtzahl der ausgewerteten Fragebögen ergibt sich aus Teilnehmern bzw. Teilnehmerinnen, die die Angaben zu Schulform, Alter und Geschlecht nicht ausgefüllt haben). Das Durchschnittsalter lag bei 14,04 Jahren.

Die genaue Verteilung auf die drei Altersgruppen ergibt sich wie folgt:

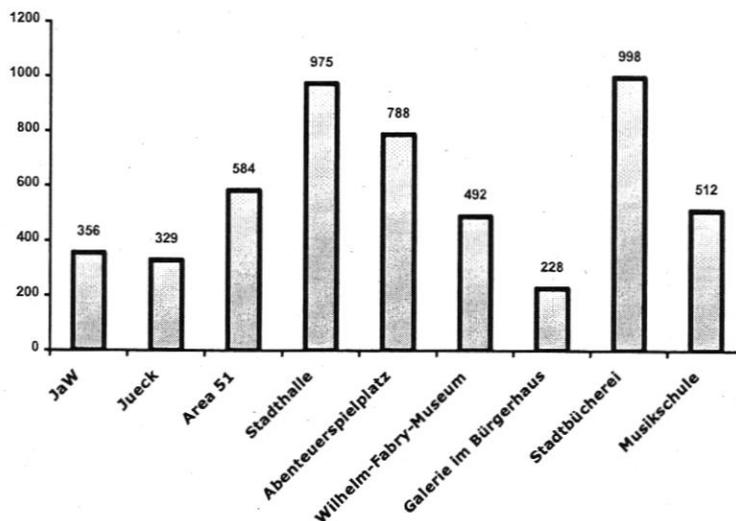


Die verschiedenen Schulformen waren folgendermaßen beteiligt:



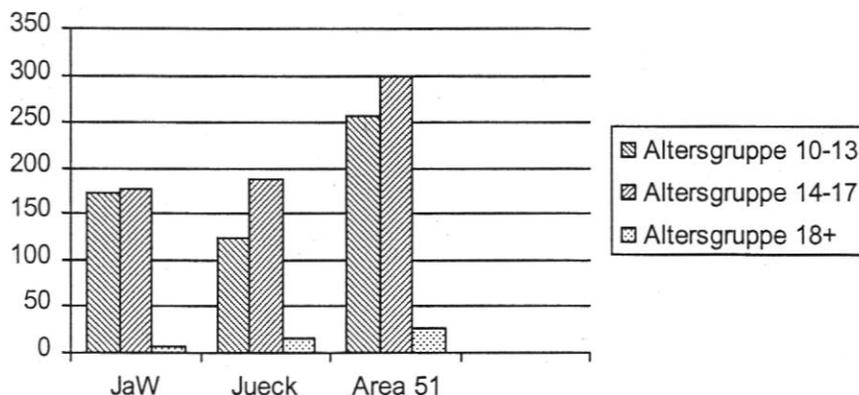
2. Bekanntheitsgrad der Veranstaltungsorte

80 % der Probanden kennen die Stadtbücherei. Sie liegt damit im Bekanntheitsgrad an der Spitze vor der Stadthalle (78 %). Gegenüber den etablierten Veranstaltungsorten haben die beiden neuen Jugendzentren (Jugendtreff am Weidenweg und Area 51) aufgeholt.



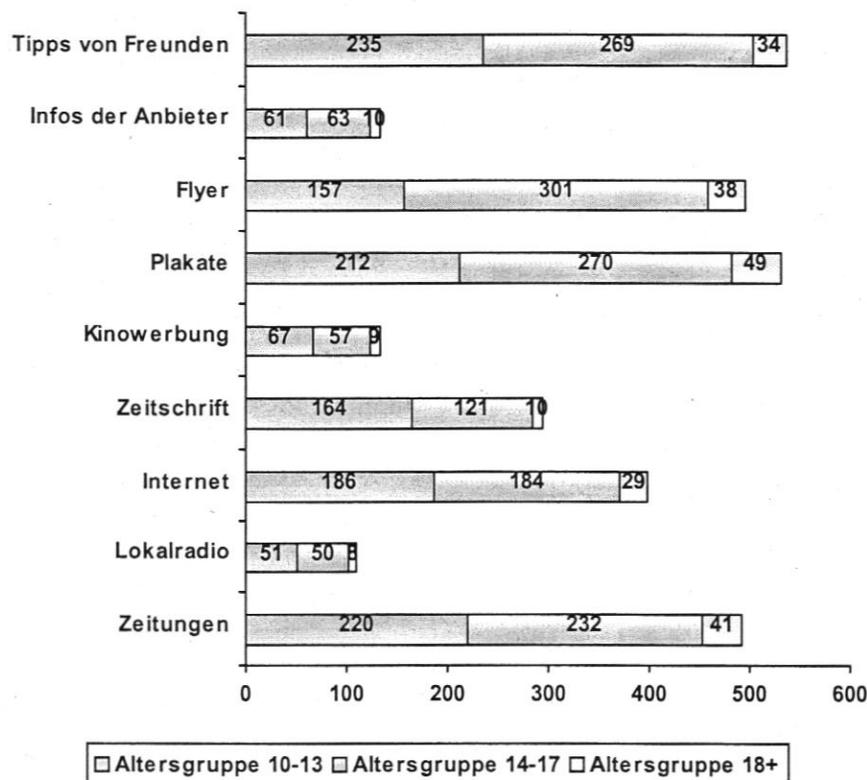
In der detaillierten Auswertung zeigt sich, dass zum Teil der Veranstaltungsort noch nicht vollständig mit einer Veranstaltung identifiziert wird, denn 201 Probanden behaupten, an einem Angebot im Area 51 teilgenommen zu haben, diesen Veranstaltungsort aber nicht zu kennen.

Die Aufteilung der Kenntnis der Jugendzentren nach Altersgruppen ergibt sich wie folgt:

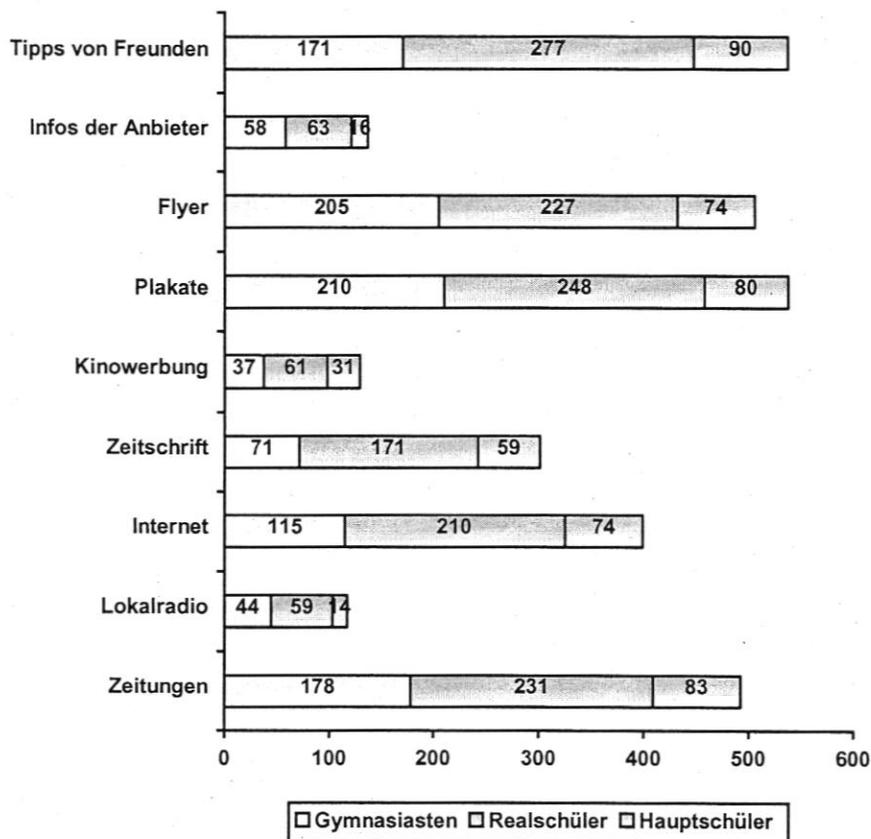


3. Öffentlichkeitsarbeit

Um die spezielle Zielgruppe mit Informationen zu erreichen, hat es sich im Laufe des Jahres als wichtig erwiesen, die traditionellen Informationskanäle zu erweitern. Neben regelmäßigen Mitteilungen durch die örtliche Presse wurden monatlich Plakate mit den aktuellen Veranstaltungen erstellt. Darüber hinaus wurden zu besonderen Anlässen (wie z.B.: Monate Juni und Juli mit der höchsten Veranstaltungsdichte, Monate Oktober bis Dezember als „Endspurt“ und einzelne Events) Flyer entwickelt. Insbesondere die beiden letztgenannten Medien trafen in allen Altersgruppen auf eine hohe Akzeptanz. Auch das Internet diente zur Informationsbeschaffung für alle Altersgruppen:



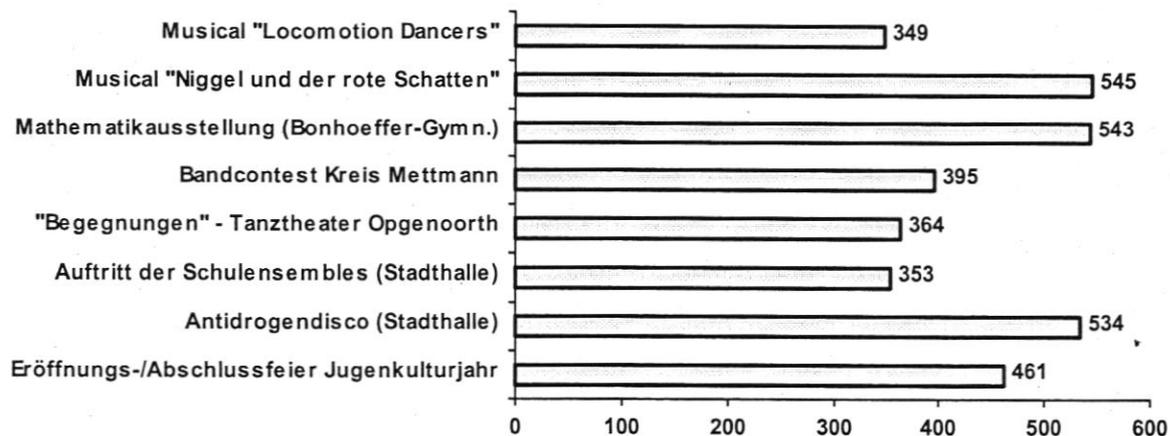
In der Nutzung der verschiedenen Informationskanäle bestehen keine wesentlichen Unterschiede zwischen den verschiedenen Schulformen, wie folgende Grafik zeigt:



Um Kurt Kulti als Logo und Maskottchen zu etablieren, wurden zu nahezu allen Angeboten das Banner, das Logo und / oder Kurt Kulti selbst präsentiert. Unter drei Grafiken mit kulturellen Motiven erkannten 1.128 Probanden die Figur als das Logo des Jugendkulturjahres.

4. Quantitative und qualitative Angaben zu den Veranstaltungen

Die quantitative Auswertung der Fragebogenaktion deckt sich tendenziell mit den vom Veranstalter gezählten Besucherinnen und Besuchern bzw. Beteiligten an den einzelnen Angeboten. Spitzenreiter ist hier wie dort das Musical „Niggel und der rote Schatten“ gefolgt von der Mathematikausstellung im Ev. Dietrich - Bonhoeffer - Gymnasium. Auf den weiteren Plätzen liegen die Antidrogendisco und das Tanztheater Opgenoorth mit „Begegnungen“.



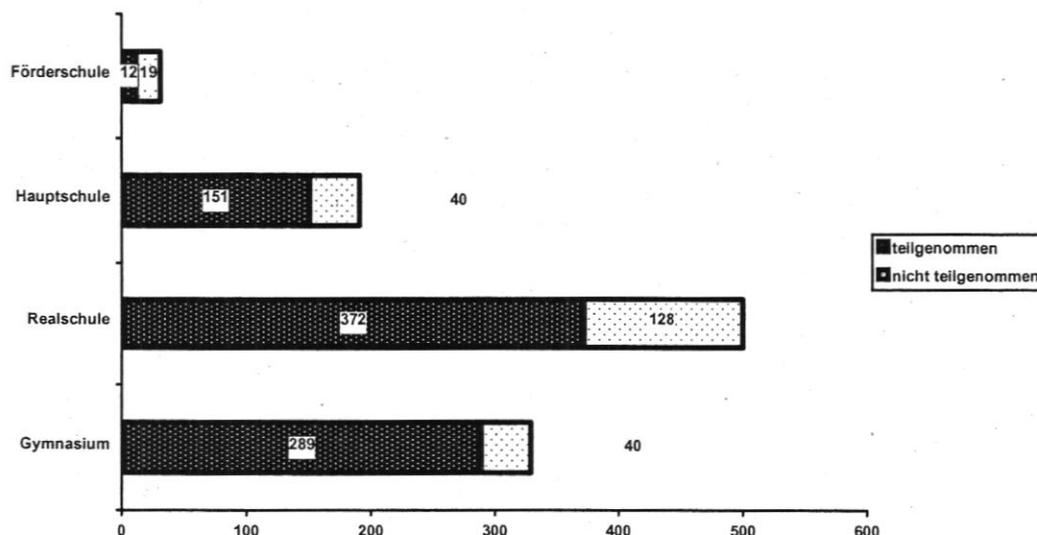
Insgesamt wurden von den Probanden 4.355 Veranstaltungen bewertet. Unter dem Stichwort „andere Veranstaltungen“ wurden 16 mal die NRZ/RP-Party und 8 mal das Big Band Konzert erwähnt. Darüber hinaus gab es nur vereinzelte Aufzählungen.

Die qualitative Befragung nach Schulnoten ergab Durchschnittswerte zwischen 2,24 („Niggel und der rote Schatten“) und 2,84 („Begegnungen“ des Tanztheaters Opgenoorth). Dabei wurde das gesamte Spektrum der Noten 1 bis 6 bei den einzelnen Veranstaltungen ausgenutzt.

Eröffnungs-/Abschlussfeier Jugendkulturjahr	2,46
SummerfunSportparty	2,58
„Adlertanz und Lotosblüte“ im Helmholtz-Gymn.	2,81
Antidrogendisco	2,35
Auftritt der Schulensembles	2,72
„Begegnungen“ des Tanztheaters Opgenoorth	2,84
Bandcontest Kreis Mettmann	2,55
Mathematikausstellung im Ev. Bonhoeffer-Gymn.	2,69
Musical "Niggel und der rote Schatten"	2,24
"Locomotion Dancers"	2,67

5. Allgemeine Angaben zum Jugendkulturjahr

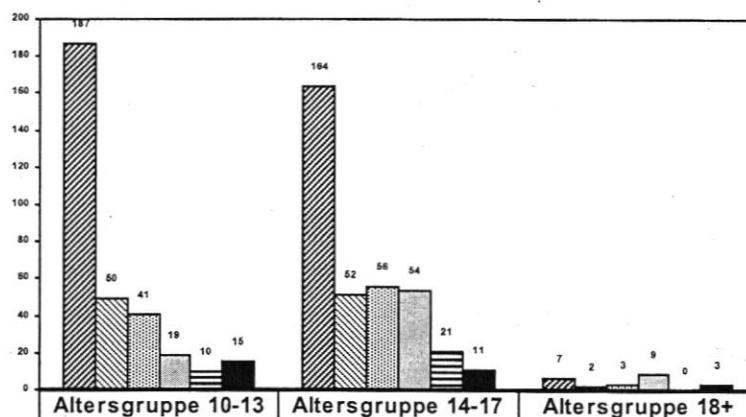
Bei der Frage nach der generellen Teilnahme der Probanden an den Veranstaltungen des Jugendkulturjahres zeigt sich, dass Gymnasien am stärksten beteiligt waren (88 %), gefolgt von Hauptschulen (79 %) und Realschulen (74 %). Um die Beteiligung von Förderschülern und -schülerinnen (39 %) zu heben, könnten für künftige Angebote geeignete Maßnahmen, wie ermäßigter oder kein Eintritt und klassenweise Vormittagstermine, in Erwägung gezogen werden.



Die Durchschnittsnote für das gesamte Jugendkulturjahr beträgt 2,42. Lust auf mehr Jugendkultur haben nach diesem Jahr 76 Prozent der Befragten bekommen.

Als Wünsche für weitergehende Angebote wurden meist Veranstaltungen aus dem Bereich Musik (Party, Disco, Musical, Konzert) genannt. Überraschend hoch ist aber auch mit 106 Nennungen der Bedarf an sportlichen Angeboten.

(Die Liste beinhaltet alle verwertbaren, konkreten Wünsche, die 3 mal oder öfter erwähnt wurden. Die Wünsche wurden automatisch nach Schlüsselwörtern durchsucht.)



	Altersgruppe 10-13	Altersgruppe 14-17	Altersgruppe 18+
Feiern	187	164	7
Sport	50	52	2
Musikveranstaltungen	41	56	3
Musical und Theater	19	54	9
Antidrogen	10	21	0
Sonstiges	15	11	3

Erreichen der Zielvorgaben

1. Strategische Ziele

Sowohl die Umfrage als auch die fortlaufenden Berichte in den Medien während des gesamten Jugendkulturjahres dokumentieren, dass Jugendliche Kulturangebote sowohl konsumiert, als auch selbst produziert haben. Bei gut einem Drittel der Projekte (23 Stück) waren Jugendliche nicht nur an der

Ausführung, sondern auch an der Idee, der Planung und Organisation des Events maßgeblich beteiligt oder nahmen diese selbständig in die Hand (z.B. Beach Party und Best of Jugendkulturjahr vom Jugendparlament).

Insbesondere die Musical- und die Theaterproduktionen waren durch hohe Anforderungen an Kreativität, Ausdauer, Konzentration, Zuverlässigkeit und Teamfähigkeit geprägt. Die Entwicklung von der Idee zur Geschichte, das Einfügen der Choreografie sowie das Erarbeiten eigener Figuren erforderten harte Arbeit und Disziplin. Als Ergebnis verbuchen die Jugendlichen jedoch eine nicht zu überschätzende Erfahrung mit sich selbst und anderen, auf der sie in Zukunft aufbauen können.

An dieser Stelle setzt das dritte strategische Ziel, die Nachhaltigkeit der Kulturangebote, ein. Über den Bereich der ganz persönlichen Erfahrung hinaus haben sich im Verlauf der Kooperationen des vergangenen Jahres Anknüpfungspunkte gebildet, die zukünftig zu einem Netzwerk für Jugendkultur wachsen können (siehe unter „Ausblick“).

2. Rahmenziele

Durch die zahlreichen Kooperationspartner wurde das Rahmenziel trägerübergreifender Angebote das gesamte Jugendkulturjahr hindurch verfolgt. Auf dem Programm standen beispielsweise Veranstaltungen mit dem Badminton-Sport-Club Hilden, dem Billard-Club Hilden 1935 e.V., den Locomotion Dancers, dem Ev. Schulzentrum, der KJG St. Konrad, dem Landeskriminalamt, der Hildener Polizei, dem Verein Internationale Entwicklung und Soziale Arbeit, dem Jugendwerk der AWO, dem Tanztheater Opgenoorth, der VHS Hilden / Haan und dem Kinder- und Jugendchor 1956 e.V. Nicht zuletzt alle weiterführenden Schulen Hildens und sogar eine Grundschule haben eigene Projekte angemeldet und durchgeführt. Insgesamt waren bei 18 Projekten maßgeblich Kooperationspartner beteiligt.

Ein weiteres Rahmenziel bestand in der nachhaltigen Verbindung von Jugend- und Kulturbereich. Es gilt, die bereits erwähnte ämterübergreifende Zusammenarbeit zu stabilisieren und weiterzuentwickeln, um einen möglichst flexiblen Raum für die weitere Entwicklung der Jugendkultur in Hilden zu schaffen.

Die beiden verbleibenden Rahmenziele sind eng mit dem Thema Öffentlichkeitsarbeit und Informationsstrukturen verbunden. Zum einen sollte durch das Jugendkulturjahr das Bild von Jugendlichen in der Öffentlichkeit positiv präsentiert werden, zum anderen sollten die Jugendlichen die Jugend- und Kultureinrichtungen kennen bzw. kennen lernen.

Das erste Rahmenziel wurde in erster Linie durch die Tatsache erreicht, dass alle Veranstaltungen gewaltfrei blieben und dadurch ein vorherrschendes Vorurteil entkräftet werden konnte. Unterstützt wurde das Bild der Jugendlichen in der Öffentlichkeit sowohl durch intensive Pressearbeit, als auch durch Vorstellungen für die gesamte Familie. Die ausdrückliche Öffnung der Präsentationen für alle Kreise der Bevölkerung, z.B. auch an dafür geeigneten Orten wie dem Alten Markt, bot jedem Interessenten die Möglichkeit, selbst dabei zu sein.

Um die Informationen schnell und einfach zu vermitteln, wurde während des Jugendkulturjahres auf direkten Kontakt gesetzt. Die üblichen Informationskanäle (Zeitungen, Plakate, Flyer) wurden durch Besuche an den Schulen ergänzt, wo Kurt Kulti und die verantwortlichen Organisatoren auch für Rückfragen und Feedback bereit standen. Diese ungewöhnliche, direkte Ansprache erzeugte die erhoffte Aufmerksamkeit. Kurt Kulti blieb kein abstrakter Begriff. Damit rückten auch das Jugendkulturjahr und seine Angebote in das Blickfeld der Zielgruppe. Inwieweit sich das auf die Kenntnis der Veranstaltungsorte niederschlug, zeigte bereits Punkt 2 in der Auswertung der Umfrage.

Lust auf Kultur wecken, fördern und vertiefen - das war die Idee, die das Jugendkulturjahr transportieren sollte. Wie die Umfrage dokumentiert, ist bei Dreiviertel der Jugendlichen die Lust auf Kultur geweckt worden. Diese auch in Zukunft zu fördern und zu vertiefen, soll gemeinsame, ämterübergreifende Aufgabe sein.

Ausblick

1. Organisation von Veranstaltungen

Auf der Grundlage der Zusammenarbeit zwischen der Abteilung Jugendförderung im Amt für Jugend, Schule und Sport und dem Kulturamt sollen auch nach dem Jugendkulturjahr bewährte Beziehungen und Erfahrungen genutzt und fortgeführt werden.

Das kann zum Beispiel im Bereich des Angebotes des Area 51 eine Rolle spielen. Hier haben die Jugendlichen, die sich in Tanzgruppen und Musik-Workshops treffen, während des Jugendkulturjahres vermehrt Auftrittsmöglichkeiten nutzen können. Die Präsentationen trugen zur Motivation der Teilnehmerinnen und Teilnehmer bei und ließen die Gruppe enger zusammen wachsen. Auch in Zukunft sollen diese Möglichkeiten erhalten und weiter ausgebaut werden.

Kooperationen mit Künstlerinnen und Künstlern, wie z.B. DJ Rafik, die ohne das Jugendkulturjahr nicht stattgefunden hätten, haben sich als Chance für beide Seiten erwiesen und sollen auch im Rahmen der zukünftigen Jugendarbeit fortgesetzt werden.

Die Stadtbücherei hat mit der Jugendbuchjury in Zusammenarbeit mit Hildener Buchhandlungen ein Projekt ins Leben gerufen, das ebenfalls weitergeführt werden soll. Ziel ist es, die Jury alle 2 Jahre durchzuführen. Darüber hinaus wird das Angebot für Jugendliche auf eine breitere Basis gestellt, in dem die Abteilung für Jugendliche stärker präsent sein und alle Medienbereiche umfassen wird.

Nicht zuletzt haben sich einzelne Events wie der Bandcontest im letzten Jahr nicht nur bewährt, sondern bereits als fester Bestandteil der Jugendkultur in Hilden etabliert. Auch diese Veranstaltung entstand in einer Kooperation, in diesem Fall mit der KJG St. Konrad, die den maßgeblichen Teil der Vorbereitung und Organisation übernahm.

2. Öffentlichkeitsarbeit

Im vergangenen Jahr haben sich Informationsträger wie Plakate und Flyer bewährt. Diese sollen auch zukünftig verstärkt genutzt werden. In jugendgerechtem Layout sollen der Zielgruppe auch weiterhin Informationen zu den Jugendzentren angeboten werden.

Die Webseite www.kurtkulti.de kann über das Jahr 2005 hinaus aktiv bleiben und einen Veranstaltungskalender mit Hintergrundinformationen bereithalten. Hier besteht auch die Möglichkeit der Nachfrage über E-Mail.

Zu besonderen Anlässen könnte auch – selbstverständlich im Einverständnis mit der Schulleitung - auf den direkten Kontakt an den Schulen zurückgegriffen werden. Da dieser jedoch sehr zeit- und arbeitsaufwändig ist, sollten dafür Informationen gesammelt und gebündelt an die Jugendlichen weitergegeben werden.

Unterstützt werden sollten diese Aktivitäten auch in Zukunft von einer zuverlässigen und ambitionierten Pressearbeit, wie sie bereits jetzt von den Kolleginnen und Kollegen verfolgt wird.

Fazit

Das Jahr 2005 hat gezeigt, dass ein Großprojekt wie das Jugendkulturjahr durch die Kooperation ganz verschiedener Partner gelingen kann. In der konkreten Projektarbeit hat es sich als sinnvoll erwiesen, die Arbeit der Kooperationspartner zu koordinieren und bezüglich der Öffentlichkeitsarbeit zu begleiten. Auf diese Weise konnten Dopplungen (z.B. bei Plakaten, Flyern usw.) vermieden und das ohnehin reichlich vorhandene Informationsangebot übersichtlicher gehalten werden.

Durch die inzwischen erprobte Zusammenarbeit von Kulturamt und Amt für Jugend Schule und Sport, Abteilung Jugendförderung sind in diesem Jahr einerseits Kräfte gebündelt und andererseits Wege verkürzt worden. So war es in diesem Jahr möglich, eine gemeinsame Anlaufstelle der Fachämter für Jugendliche und Projektorganisatoren zu schaffen und Fragen oder Probleme übergreifend zu lösen. Diese ergebnisorientierte Haltung im Umgang mit den Jugendlichen und den Kooperationspartnern hat – wie in qualitativen Interviews mit Jugendlichen klar wurde – zu dem positiven Eindruck geführt, dass die Ideen der Jugendlichen willkommen sind und ihre Realisation nach den bestehenden Möglichkeiten unterstützt wird. Diese Erfahrung fördert die stärkere Identifizierung der Jugendlichen mit der Stadt Hilden.

Darüber hinaus dürfte das monatliche Angebot an Jugendkultur sowie der aufgeschlossene Umgang auch mit schwierigen Themen wie Graffiti dazu beigetragen haben, dass die Motivation bei Jugendlichen gestiegen ist, selbst neue Ideen zu entwickeln oder sich aktiv an der Verwirklichung von Projekten zu beteiligen. Gemeinsam mit den bereits unter „Erreichen der Zielvorgaben“ erörterten Punkten ergibt sich eine günstige Ausgangsposition für die weitere Jugend-Kultur-Arbeit in Hilden.

Finanzübersicht Jugendkulturjahr 2005

Stand 22.02.2006

Projekte	bewilligter Zuschuss	Einnahmen	Minderausgaben	Nettoaufwand
1. Musical	14.000,00 €	0,00 €	103,41 €	13.896,59 €
2. Bandwettbewerb und Festival	20.000,00 €	1.890,00 €	1.674,44 €	16.435,56 €
3. Hildener Jugendbuch Jury	1.500,00 €	0,00 €	0,00 €	1.500,00 €
4. Youngspezial Lit	2.000,00 €	0,00 €	0,00 €	2.000,00 €
5. Texte Orte	1.500,00 €	0,00 €	0,00 €	1.500,00 €
6. Musiktheater, Opgenoorth	14.000,00 €	0,00 €	0,00 €	14.000,00 €
7. Ferienaktionen mit Jugendl. und Bild. Künstl. ASP	1.500,00 €	0,00 €	173,20 €	1.326,80 €
8. Jazzworkshop für Kids	2.000,00 €	0,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €
9. Merry X-Mas 24 Tage non-stop Programm	3.000,00 €	0,00 €	3.000,00 €	0,00 €
10. "Agens" Projekt Medienkunst / Videokunst	2.000,00 €	0,00 €	97,00 €	1.903,00 €
11. DJ Raffic	500,00 €	0,00 €	0,00 €	500,00 €
12. Jugendförderung Archiv Culture o. the road	10.410,00 €	0,00 €	0,00 €	10.410,00 €
13. Wilhelm-Fabry-Museum BRAVO-Ausst.siehe Legende * 1	9.494,10 €	0,00 €	0,00 €	9.494,10 €

14. Steimel Jugend- schutz	1.500,00 €	0,00 €	1.500,00 €	0,00 €
15. Jugend- förderung Andrea Nowak	500,00 €	0,00 €	500,00 €	0,00 €
16. Jugend- förderung Junge Mädchen...	300,00 €	0,00 €	150,00 €	150,00 €
17. Künstler in Schulen	1.500,00 €	0,00 €	1.500,00 €	0,00 €
18. Graffiti- Kunst	1.000,00 €	150,00 €	168,79 €	681,21 €
19. Foto- kunst für Mädchen	1.645,00 €	0,00 €	457,91 €	1.187,09 €
20. Style- und Farbberat. für junge Mädchen	800,00 €	0,00 €	800,00 €	0,00 €
21. "Jugend wird das Volk", U 18 Wahlen	350,00 €	0,00 €	350,00 €	0,00 €
22. Inline- Contest	1.500,00 €	0,00 €	1.500,00 €	0,00 €
23. Akki / Jugendamt	1.935,00 €	330,00 €	0,00 €	1.605,00 €
24. Anti- Drogen- Disco (ADD)	7.000,00 €	1.204,00 €	3.151,04 €	2.644,96 €
25. Schüler- kalender 2005	1.750,00 €	595,00 €	0,00 €	1.155,00 €
26. Tag der Schul- ensembles Stadthalle	4.204,60 €	622,00 €	0,00 €	3.582,60 €
27. Begeg- nung fremder Kulturen	500,00 €	0,00 €	82,00 €	418,00 €

28. Bettine-von-Arnim Ges.Sch.	1.500,00 €	0,00 €	0,00 €	1.500,00 €
29. Ferdinand-Lieven Schule	100,00 €	0,00 €	100,00 €	0,00 €
30. Verein der Münzfreunde	120,00 €	0,00 €	120,00 €	0,00 €
31. Verein Traumakel	500,00 €	0,00 €	0,00 €	500,00 €
32. "Fanal" Theater siehe Legende * 2	1.097,50 €	0,00 €	0,00 €	1.097,50 €
33. Kantorei der Reformationkirche	3.000,00 €	0,00 €	1.000,00 €	2.000,00 €
34. Billardverein	300,00 €	0,00 €	0,00 €	300,00 €
35. Hildener Kinder- und Jugendchor	2.500,00 €	445,33 €	0,00 €	2.054,67 €
36. Mal-schule "Mallust"	600,00 €	0,00 €	181,77 €	418,23 €
37. Verein "IESA"	4.885,00 €	0,00 €	0,00 €	4.885,00 €
38. Erw. Angebot KuKuK	80,00 €	0,00 €	0,00 €	80,00 €
Sonstige Projekte				
39. Musical AWO	4.000,00 €	0,00 €	0,00 €	4.000,00 €
40. Locomotion Dancers siehe Legende * 3	3.380,00 €	1.526,00 €	0,00 €	1.854,00 €
Neue Projekte:				
41. Trommel-workshop mit Kai Vester	348,00 €	0,00 €	0,00 €	348,00 €

42. Bitte Platz nehmen in Hilden	2.500,00 €	2.500,00 €	0,00 €	0,00 €
43. Schüler schreiben ein Schulbuch	2.800,00 €	0,00 €	0,00 €	2.800,00 €
44. Projekte Party Area 51	500,00 €	0,00 €	0,00 €	500,00 €
45. Lesung am Lagerfeuer	195,60 €	0,00 €	0,00 €	195,60 €
46. Kalenderwettbewerb	350,00 €	0,00 €	0,00 €	350,00 €
47. Abschluss	3.000,00 €	213,00 €	0,00 €	2.787,00 €
Gesamt- betrag:	138.144,80 €	9.475,33 €	17.609,56 €	111.059,91 €

Legende:

* 1. Das Projekt erforderte Mehrausgaben i. H. v. 3.695,20 €

* 2. Das Projekt erforderte Mehrausgaben i. H. v. 97,50 €

* 3. Das Projekt erforderte Mehrausgaben i. H. v. 2.380,00 €

Gesamtübersicht 2005

geplante Ausgaben	138.144,80 €
Ausgaben Werbung	8.940,09 €
Minderausgab.	17.609,56 €
Ausgaben gesamt	129.475,33 €
./. Einnahmen	9.475,33 €
verbleibende Ausgaben	120.000,00 €
Haushaltsansatz Jugendkulturjahr 2005	120.000,00 €

**Ausgaben 2004 aus den regulären
Jahresbudgets des Jugendamtes und des
Kulturamtes**

Jugendamt

Werbung	2004	Ausgaben
T-Shirts	09.08.	80,00 €
Schulferien- kalender	09.09.	638,00 €
Banner	02.11.	780,91 €
		1.498,91 €

Kulturamt

Buttons Kurt Kulti	26.08.2004	756,90 €
Honorar- kräfte	02.09.2004	26,00 €
Honorar- Trommler	11.11.2004	100,00 €
Banner- befestig. Mat	19.11.2004	47,96 €
Plakat Kurt Kulti	19.11.2004	867,10 €
Promotion	19.11.2004	1.400,00 €
Homepage	07.12.2004	79,23 €
Werbe- klische	05.09.1900	249,00 €
Homepage	07.12.2004	600,00 €
Homepage	17.12.2004	150,00 €
Bandausst. Schule	22.12.2004	120,00 €
		4.398,19 €

HH-Ansatz

Jugendkulturjahr 2004 (Budget kulturelle Veranstaltungen)	5.000,00 €
--	-------------------

Budgetausgaben 2004	897,10 €
----------------------------	-----------------

Jugendamt/Kulturamt

**Ausgaben 2005 aus den regulären
Jahresbudgets des Jugendamtes und des
Kulturamtes**

Jugendamt

1. Werbung	2005	Ausgaben
Bildrechte you & me	12.01.	58,00 €
Banner	11.04.	887,40 €
Programm Juni / Juli	19.05.	220,40 €
Honorar Kurt Kulti	02.06.	108,00 €
		1.273,80 €
2. Projekte	2005	Ausgaben
Graffiti- projekt	02.05.	202,50 €
Graffiti- projekt	26.07.	94,37 €
		296,87 €
Zwischen- summe Ausgaben		1.570,67 €

Kulturamt

Projekte	2005	Ausgabe
Stele aus rotem Sandstein	17.07.2005	3.885,61 €
TheaTrend	24.10.- 28.10.2005	5.000,00 €
Zwischen- summe Ausgaben		8.885,61 €
Ausgaben 2005 aus den regulären Jahres- budgets	Jugendamt	1.570,67 €
	Kulturamt	8.885,61 €
Gesamt- summe Ausgaben		10.456,28 €

Gesamtausgaben

Jugendkulturjahr 2005

Ausgaben 2004 aus den regulären Budgets des Jugendamtes und des Kulturamtes	897,10 €
Ausgaben 2004 aus dem Budget Jugendkulturjahr 2005	5.000,00 €
Ausgaben 2005 aus den regulären Budgets des Jugendamtes und des Kulturamtes	10.456,28 €
Ausgaben 2005 aus dem Budget Jugendkulturjahr 2005	120.000,00 €
Finanzielle Beteiligung der Sport- und Kulturstiftung 2005	5.599,56 €
Gesamt- ausgaben Jugend- kulturjahr 2005	141.952,94

