

Kinder haben eine Stimme

„Chancenreichster Lebensraum für Kinder“ mit Beteiligungsprojekten im Montafon

„Gemeinsam gestalten“ nennt sich ein Mit dem Themenschwerpunkt des Marke-Vorarlberg-Team. Ziel ist das Erreichen der Vision „chancenreichster Lebensraum für Kinder“. Aus diesem Grund starten auch 2022 vom Bodensee bis ins Montafon im März zahlreiche neue Projekte, wie die „Kinderbeteiligung“ in Vandans und Schruns.

In den Volksschulen Vandans und Schruns sollen sich Kinder in die Gemeindeentwicklung einbringen. Das muss zuerst geübt werden. Anschließend finden unter der Leitung von Carmen Feuchtnner zwei Kinderkonferenzen statt, bei denen die Kinder ihre Anliegen mit politischen Vertretenden besprechen. Die Termine sind der 17. und 31. März. Sie lernen so, was Demokratie bedeutet und wie sie sich für ihre Interessen engagieren und ihre eigene

Meinung äußern können. Auch die Initiative „Kinderschutz“, die Kinder noch besser vor Gewalt schützen soll, startet im Montafon. Im März findet dazu eine Schulung für Kindergarten-Pädagoginnen und -Pädagogen statt.

Zukunftsorientiert

Die 3. und 4. Klassen der Mittelschule Gortipohl sind mit „Jung und Weise“ schon in einen Beteiligungsprozess gestartet. Dieser wird vom Stand Montafon, Land Vorarlberg und von der Marke Vorarlberg unter Projektleitung von Christian Lampert unterstützt und steht im Zusammenhang mit dem Gesamtprojekt „Kinder- und Jugendbeteiligung Montafon“, das mit dem Büro für freiwilliges Engagement und Beteiligung entwickelt wurde. Ziel des Konzepts ist es, für alle Montafoner Kinder und Jugendlichen eine durchgängige, altersentsprechende Mitsprachemöglichkeit



Foto: Marke Vorarlberg / VS Vandans

Die Kinder der Volksschule Vandans bringen sich in die Gemeindeentwicklung ein

zu realisieren und gleichzeitig die jungen Menschen zu einem selbständigen und eigenverantwortlichen Handeln hinzuführen.

Video für Zusammenhalt

Zudem unterstreicht ein Film der Marke Vorarlberg das Anliegen. Er zeigt Besonderheiten und Stärken sowie die verschiedenen Facetten des Landes mit Augenzwinkern. „Eine Marke

darf an unsere Sehnsüchte anknüpfen, wie die eigene Spur im Pulverschnee, ein köstliches Essen oder ein Konzerterlebnis“, so die Kommunikationsverantwortliche der Marke Vorarlberg, Christina Meusburger. „Wer sich seiner Talente und Stärken und die der Region bewusst ist, hat es leichter, sich aktiv einzubringen und gestaltend tätig zu werden. (red)