

Fachtagung Wirkungsmessung und -kommunikation in der OJA

27. – 29.10.2025, Stiftung Hochschule für Gestaltung HfG Ulm

Montag, 27.10.2025 (15Uhr – 18:30Uhr)

Nach der Begrüßung durch Torsten Hofmann (AGJF BW) und Daniela Kern-Stoiber (boja) präsentierte **Martha Eierdanz** (Progressive Perspektive, Berlin) einen Vortrag zu Progressivem (Re-)Framing und effektiver, wertebasierter Kommunikation für die OJA.

Im Vortrag ging die Referentin auf die folgenden Herausforderungen ein:

- Wie machen wir die Vorteile unserer Arbeit verständlich für Menschen, die keine Primärerfahrung mit OJA gemacht haben und nicht in dem Berufsfeld arbeiten?
- Wie überzeugen wir Menschen, die die Arbeit der OJA infragestellen, abwerten oder wegkürzen wollen?
- Wie kommunizieren wir Lösungen, ohne Jugendliche schlecht zu machen und Vorurteile zu reproduzieren?

Nach einer Einführung in die Moral Politics Theorie und wertebasierte Kommunikation wurden bisherige Kampagnen für die OJA betrachtet und ausgewertet. In Übungen reflektierten die Teilnehmenden die Botschaften, mit denen die Wichtigkeit von OJA dargestellt werden soll.

Nach einem Blick auf die Potenziale von OJA wurden Positiv-Botschaften und Statements erarbeitet, die in einer zukünftigen Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden können.

Dienstag, 28.10.2025 (09:30 Uhr – 17:30 Uhr)

Im **Markt der Möglichkeiten** präsentierten die teilnehmenden Organisationen bisherige Ansätze um Qualität und Wirkung in der OJA darzustellen. Präsentiert wurden Tools zur Datenerfassung, sowie vergangene und aktuelle Kampagnen und Konzepte, mit denen die Wirkung von OJA dargestellt werden kann.

Nach diesem Austausch präsentierte **Manfred Zentner** von der Universität für Weiterbildung Krems die Ergebnisse von Interviews, die im Rahmen des Projekts „Lobbying für die Offene Jugendarbeit“ stattfanden.

Im Anschluss bearbeiteten die Teilnehmenden Aspekte und offene Fragen im Bereich der Qualitäts- und Wirkungsdarstellung mit der **Methode World-Café**.

Bearbeitet wurden die folgenden Aspekte:

- Wie können wir die Qualität der OJA (kurz und prägnant) darstellen?
- Wie kann die Wirkung der OJA kommuniziert und sichtbar gemacht werden?
- Wie spreche ich mit meinem Gegenüber / Mit wem sollte ich über OJA sprechen?
- Welche Ziele verfolgen wir mit der Lobbyarbeit?
- Was sollten wir messen / erfassen um gute Lobbyarbeit machen zu können?
- Offene Fragen

(siehe Anhang)

Mittwoch, 29.10.2025 (09:30 Uhr bis 13:00 Uhr)

Nach einem Ausblick über das weitere Vorgehen im Projekt, wurden in **Werkstätten** Themenbereiche konkret weiterentwickelt unter der Leitung einer am Projekt beteiligten Dachorganisation, die dieses Thema auch im weiteren Projektverlauf verfolgen wird oder Organisationen, die sich schon intensiv mit der Thematik befasst hatten:

1. Werkstatt Kampagnen (netz Südtirol)
2. Werkstatt Fortbildung (Stiftung OJA Liechtenstein)
3. Werkstatt Übersetzung von Fachbegriffen (DOJ Schweiz)
4. Werkstatt Material für die Lobbyarbeit (AGJF BW)
5. Werkstatt Transfer der Projektergebnisse in die Praxis (boJA Österreich)

(siehe Anhang)

Anhang

World-Café Thementische

1. Wie können wir die Qualität der OJA (kurz und prägnant) darstellen?

Aspekte, die gesammelt wurden, waren:

- Durchsicht von bisherigen Handreichungen und Positionspapieren um Argumentationshilfen zu erarbeiten
- FAQ über die OJA erarbeiten
- Presseartikel verfassen
- Zitate von jungen Menschen veröffentlichen / Testimonials / Interviews mit Besucher*innen und ehemaligen Besucher*innen
- Erfolgsgeschichten veröffentlichen (Storytelling)
- Zahlen, Daten, Fakten + Geschichten
- Bilder nutzen
- Podcast: Jugendarbeit wirkt
- Jahresberichte verfassen
- Öffentlicher Auftritt der Politik mit Jugendthemen (Zeitung, Social Media)
- Theoriebezüge herstellen (Aussagen mit Quellen belegen)
- Fürsprecher*innen gewinnen (z.B. Studierende & Professor*innen)
- Was ist Qualität und was macht die Qualität der Arbeit aus? Betonen, dass Quantität und Qualität unterschiedliche Dinge sind bei den Kennzahlen von OJA
- Lokale Veranstaltungen, auf denen die Arbeit sichtbar gemacht wird
- Durch Kooperation erfahrbar und sichtbar werden
- Interdisziplinäres Netzwerk aufbauen
- Haus öffnen und Gemeinde in das Jugendhaus einladen (z.B. für eine Gemeinderatssitzung); dabei darauf achten, dass die Jugendlichen nicht instrumentalisiert werden
- Tag der offenen Tür anbieten
- Frage stellen: Für wen ist es Qualität? Für die Jugendlichen und / oder für die Fördergeber*innen? Qualität der Jugendarbeit sollte jugendzentriert beantwortet werden
- Präsenz in der Ausbildung und in Fachgremien

2. Wie kann die Wirkung der OJA kommuniziert und sichtbar gemacht werden?

- Auf Netzwerktreffen und Gremien
- Wirkungsanalyse – Qualitätsdialog – auf allen Ebenen kommunizieren

- Wirkung nicht nur auf Jugendebene eingrenzen, ausweiten auf Ebene der Entscheidungsträger*innen (jede Person aus Politik/Verwaltung, die erreicht wird, ist eine mehr, die etwas über OJA erfährt)
- OJA in Lehre kommunizieren und sichtbar machen
- Jugendforschung und Lehre
- Wirkungsbox (Studien zu Wirkungen zusammenstellen)
- Theoretische Grundlage erarbeiten
- Evaluierungsprozesse → Eigene Evaluierungsprozesse erarbeiten
- Die richtige Sprache für das Gegenüber finden

3. Wie spreche ich mit meinem Gegenüber / Mit wem sollte ich über OJA sprechen?

Wie spreche ich / Gesprächsstrategien

- Jugendliche einbinden
- Erfolge sichtbar machen / Storytelling
- Schlüsselpersonen finden, die für die OJA sprechen aber nicht in dieser arbeiten
- Auf Gemeindeebene als Expert*innen präsentieren (Zugang zu Jugendlichen als Wert – z.B. bei Jugendbeteiligung)
- Problem benennen und Lösungen anbieten
- Positiv, selbstbewusst und authentisch bleiben (aus der Praxis für die Praxis)
- Gut vorbereitet sein
- Träger brauchen Mut, Fachkräfte selbst sprechen zu lassen
- Setting spielt große Rolle → kann gestaltet werden (z.B. Einladung ins Jugendhaus); wer spricht eigentlich mit wem?
- Reflektieren: wie nehme ich Gesprächspartner*innen/Botschaften wahr? (mit welchen Vorurteilen?)
- Man ist immer in einer Rolle und muss sich dieser Rolle bewusst sein → Vor wem spreche ich? Anpassen, nicht anbieten
- Kurz und knapp Botschaften vermitteln (5min)
- Immer von Mensch zu Mensch sprechen
- Grenzen des Arbeitsfelds benennen: Was können wir leisten, was nicht? Nicht xy versprechen, sondern xy wahrscheinlicher machen
- Auszeigen dass Handeln (OJA) besser ist, als nichts zu tun / zu versuchen
- Erfolge anderer anerkennen und Kompetenzen zusprechen
- Klare Botschaften, Ziel nennen
- „ABER“ streichen und durch „gleichzeitig“, „und“ ersetzen

Mit wem sollte ich sprechen?

- Wähler*innen
- Mit allen / privates Umfeld
- Entscheidungstragende
- OJA-Unwissende/-kennende

- Medien
- Ausbildung (Uni/FH)
- Junge Menschen (Ausbildung / Personalrekrutierung)
- Untereinander (innerhalb eines Trägers)
- Verwaltung (Jugend, Kultur, Ordnung,...)

4. Welche Ziele verfolgen wir mit der Lobbyarbeit?

- Schlüsselpersonen gewinnen, Netzwerke aufbauen
- Gesicherte, langfristige Finanzierung
- Verständnis schaffen für Bedürfnisse der Jugendlichen
- „in Ruhe“ arbeiten können
- Gute gesetzliche Grundlage schaffen
- OJA ist selbstverständlich
- Bewusstmachung: OJA als Ressource
- Wertschätzung, Gehaltssteigerung
- Lücken vom Sozialsystem aufzeigen
- Anerkennung der Kompetenzen von OJA
- Beteiligung von Jugendlichen ermöglichen / fördern
- Sichtbarkeit / ins Gespräch kommen
- Stärkung der Jugendlichen – Mitdenken der Jugendlichen in allen Belangen
- Potenzial von Kindern / Jugendlichen sichtbar machen → positives Bild
- OJA als Bildungsort bekannt machen
- Freiräume für Kinder und Jugendliche schaffen / sichern
- Gute Arbeits- und Rahmenbedingungen (Infrastruktur, Lohn, Budget, Planungssicherheit, hochprozentige Stellen, Teamarbeit)
- Beziehungsarbeit zu Entscheidungsträger*innen (auch Verwaltung (häufig konstanter)) – Personalwechsel nicht nur negativ, sondern auch Chance, neue Menschen überzeugen zu können
- Lösungen / Konzepte für Regionen erarbeiten (Zusammenschluss mehrerer Gemeinden / Kommunen)
- Auch Fürsprecher*innen aus bürgerlichem Milieu gewinnen

5. Was sollten wir messen / erfassen um gute Lobbyarbeit machen zu können?

- Frage: Ist die Erfassung von Zahlen wirklich hilfreich?
- Ziel müsste sein, wegzukommen von Qualitätskriterien
- Wirkungsziele? Welche Verhaltensweisen/Anpassungen wollen wir erreichen?
- Reichweite → Besucher*innen / Zeiten (Wichtig: Kontext von Zahlen; alleine nicht aussagekräftig → Quantität vs. Qualität)
- Logbook → individuelle Profile
- Kontaktzeiten / direkte Arbeitszeiten
- Verläufe von Jugendlichenentwicklung

6. Offene Fragen

- Online-Weiterbildung öffnen für alle, die in der OJA tätig sind
- Social Return of Investment
- Wer zahlt Zusatzkosten der Wirkungsmessung?
- Langzeitstudie: Wirkungsmessung der OJA im deutschsprachigen Raum
- Argumentationshilfe: Wir erkläre ich meine Arbeit / Wie reagiere ich?

Werkstatt 1 Kampagnen (netz Südtirol)

Eine konkrete Projektidee wurde vorgestellt:

Ein umgebauter, alter amerikanischer Schulbus tourt einen Monat lang **von Dorf zu Dorf** – wie ein Zirkus auf Tour.

Er wird zum mobilen Ort für Diskussion, Begegnung und kreative Aktionen rund um Demokratie und Mitbestimmung.

- **Materialien und Methoden** wurden speziell entwickelt.
- **Jugendarbeiter*innen und Verbände** wurden geschult und begleiten die Tour. Stärkung der Community
- **Regionale Akteur*innen** und Gemeinden werden aktiv eingebunden. Sehen wir immer als Relevant!
- **Abschluss:** Offenes *Demokratiefestival* mit Musik und Aktionen. Erkenntnis: Es braucht einen gemeinsamen Startpunkt und Ende!

Kooperation & politische Einbindung

- Politik ist von Beginn an Teil des Projekts: Auftakt gemeinsam mit dem Landtag als Idee dies wurde auch in Südtirol so gemacht. Wichtig Medien Vertretung! Gemeinsames Thema definieren.
- Einrichtung eines **Kampagnenbeirats** mit Vertreter*innen aus Politik und Jugendarbeit.
- **Formate wie „Speed-Dating mit der Ortspolitik“** fördern direkten Austausch und schaffen einen leichten Zugang.
- Politik erhält praxisnahe Unterstützung, um Jugendthemen stärker zu vertreten – mit Best-Practice-Beispielen, Zahlen und Geschichten. Grundlagedokumente...

Blick auf die Finanzierung netz Initiative

- Kombination aus internen und externen Mitteln.
- Externe Kosten übersteigen das Budget, daher viele Eigenleistungen.
- Es braucht **Mitunterstützer*innen** aus Politik und Förderinstitutionen.

Auftritt & Kommunikation der OJA

- Authentisch, professionell, charmant – typisch Offene Jugendarbeit.
- Jugendliche mit einbeziehen und gestalten Auftritt, Grafik und Aktionen aktiv mit. Beispiel Tirol:
- **Jugendfreiraum-Woche** im Stadtzentrum oder in Dörfern:
- Jugendliche interviewen Entscheidungsträger*innen (z. B. als Podcast).
- Sichtbare Zeichen im öffentlichen Raum (z. B. Schilderaktionen).

- Gute Planung, klare Zielgruppe und gemeinsame Themen sichern Wirkung.
- Lokale Medien werden einbezogen.

Kampagne & Öffentlichkeitsarbeit

- Ziel: **Jugendthemen sichtbar** machen, gemeinsame Interessen herausarbeiten und politischen Auftrag formulieren.
- **Haltung zeigen** und Jugendbeteiligung als politische Stärke positionieren.
- **Bilder** erzeugen mehr Wirkung als Worte als Schlagwort!
- Wir brauchen ein **gemeinsames Thema/Aufhänger!**

Langfristige Wirkung

- **Stärkung nach innen:** Mehr Zusammenhalt in der Jugendarbeits-Community – gemeinsame Themen, klare Haltung und Kampagnenfähigkeit.
- Best Practice-Beispiele:
 - [Demokratiemobil unterwegs vor der Bundestagswahl - Kreisjugendring München-Stadt](#)
 - [JugendFreiRaum](#)
 - <https://www.netz.bz.it/stories-presse/2024-06-26-tag-der-oja-2024/>

Best Practice (z.B. Grundlagen)

[Kinder und Jugendförderung wirkt](#)

Idee / Kampagne:

- Gemeinsame Kampagne im deutschsprachigen Raum (DE-Raum)
- Titelvorschlag: *Raum für junge Menschen (Freiraum)*
- Dachverbände als koordinierende Stellen als Idee
- Gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit, lokale Umsetzung in den Regionen

Ziel:

- Bedeutung von Freiräumen für die Entwicklung junger Menschen sichtbar machen
- Nicht nur Jugendarbeit gegen Innen (Jugendhäuser) denken sondern Sozialraum in den Fokus nehmen!
- Öffentliches Bewusstsein und politische Diskussion anregen
- Gemeinsame Haltung und Sichtbarkeit im DE-Raum schaffen

Beispiele / bestehende Projekte wurden in allen Ländern benannt::

- Zürich: *Nimm Platz*
- Stuttgart: *1711 Wohnzimmer*
- Tirol: *Jugendfreiraum*

- Südtirol: *Tag der Offenen Jugendarbeit*

Hier ist bereits viel Wissen vorhanden. Man könnte hier gut aus den bereits bestehenden Projekten lernen und hier was für den DE Raum konzipieren.

- Länderübergreifende Zusammenarbeit über Verbände und Netzwerke
- Lokaler Bezug und Einbindung vor Ort
- Austausch und Nutzung bestehender Konzepte und Erfahrungen

Werkstatt 2 Fortbildung (Stiftung OJA Liechtenstein)

Ivica stellte das Fachseminar an der HSLU vor: <https://www.hslu.ch/de-ch/soziale-arbeit/weiterbildung/studienprogramm/fachseminare/oeffentlichkeits-und-lobbyarbeit-in-der-soziokultur/>

- Zielgruppen klar definieren
- Idee: „Elevator pitches“, Rollenspiele
- Toolbox aus dem Projekt vorstellen
- Coaching-Möglichkeiten einführen („Task force“) → Dachverband / Landes-Kantonebene?
- Online: Zeitunabhängige Umsetzung? Selbstlern-Plattform? Live?
- (lokale) KI-Unterstützung – gebündeltes Wissen auf eine Situation übertragen
- gemeinsamer Start - Lokaler Bezug – gemeinsames Ende
- Kreisjugend-Referent*innen einbeziehen
- Lernplattform
- Sicherheit im Thema
- Presseschulung
- Lernen mit Scheitern umzugehen
- Wie präsentierst du dich online/offline
- Fragen/Antwort-Katalog
- Wiederholungen
- Wie komme ich von der Idee zur konkreten Umsetzung?
- Was kostet die Kampagne / Wo kann ich Gelder beantragen?

Werkstatt 3 Übersetzung von Fachbegriffen (DOJ Schweiz)

Wirkung/Zweck

Interessenvertretung

- *Lobbyarbeit*
- *Sprachrohr der K&J sein*
- *Anwaltschaftliches Mandat Für die Jugendlich (und im speziellen marginalisierte Gruppen und Besuchende)*

Kompetenzerweiterung

- Möglichkeit Dinge auszuprobieren und Fähigkeiten zu entdecken und zu erweitern / stärken

Identitätsentwicklung

- Versuchsraum für "wer bin ich?"
- Selbstakzeptanz

Altagsbewältigung

- Mit Herausforderungen umgehen lernen

Partizipation

- mitgestalten
- mitwirken (lassen)
- --> Teilhabe

Freiwilligkeit

- Beispiele Bringen!!!
- "Dürfen, nicht müssen"
- "können"

Akzeptanz

- Anerkennung der Fähigkeiten/Kompetenzen und Schwächen eines Jugendlichen
- - es ist nicht klug auf Menschen zuzugehen und zu sagen, was er/sie falsch macht.
- Trotzdem für klare Werte einstehen

--> Ein*e Freund*in die dir die Wahrheit sagt, - Trennen von verhalten und Person

- Aufklären, nicht belehren

Empowerment

- Befähigung
- Hilfe zur Selbsthilfe
- Mündigkeit fördern/mündig werden
- für sich einstehen (können/wollen)

--> auch Selbstwirksamkeit (stärken)

Selbstwirksamkeit

- Ich kann was (und bin etwas wert)
- Vertrauen in eigene Fähigkeiten etwas (oder sich) verändern zu können.
- Handlungsfähigkeit

Aufsuchend

- zu GAst sein
- Angebote nach Aussen tragen
- Rausgehen
- Beispiele Bringen!!!

"Offene-"

- freiwillig
- für alle
- flexibel
- relativ erwartungsfrei

Offene K&J-Arbeit

- Beispiele Bringen!!!
- Jugendhaus
- "Bildungsraum für Soft-Skills"

Lebensweltorientierung

- Da sein, wo sie sind.
- Teil des Alltags sein
- Mit Blick auf den Menschen und seine Lebensumstände und -rau

Soziokulturelle Animation

- Schaffen konsequenter Beteiligung
- bereitstellen und fördern von Strukturen die Partizipation ermöglichen

PAKOS

- Pauschalisierende Abwertungskonstruktionen

Beziehungsarbeit

- Vertrauensperson / -Aufbau
- Lebensbegleitung mit einem professionellen Nähe-Distanz-Verständnis

Werkstatt 4: Material für die Lobbyarbeit (AGJF BW)

Idee Argumentationskärtchen

- Digital und in gedruckter Form
- Ggf. mit Anleitung zur Nutzung der Kärtchen: Baum (Organigramm), dessen Pfade man durch "ja" und "nein"-Antworten folgen kann (je nach dem, was zutrifft)
- Form der Kärtchen könnte in Richtung Espresso-Coaching gehen (kurze Sätze, die man schnell lesen kann) oder Liporello
- keine Vorbereitung nötig, um Kärtchen nutzen zu können, kombinieren mit weiteren Materialien, die schnell nutzbar sind – z.B. kurze Präsentation, z.B. Power Point / Canva

Aufteilung in drei Teile:

- 1. Grundkartei / Kernbotschaften, die für alle Länder/auf jeder Ebene nutzbar sind**
- 2. Unangenehme Fragen / Gegenwind**
- 3. (allgemeine) Tipps für Gespräche**

1. Kernbotschaften

- Was ist OKJA?
- Erläuterung der Arbeitsprinzipien
- Ergebnisse der Übersetzung der Fachbegriffe einfließen lassen
- Ggf. mit KI
- auch verständlich für Personen, die OJA nicht kennen
- **Sätze bilden, die man nicht verneinen kann**
- In Lösungen denken
- Positiv bleiben / Was ermöglichen wir?
- Kernbotschaften aus bisherigen Publikationen / Material prüfen: was wird verstanden? Beispiele formulieren
- Ggf. Erweiterung mit Fachbegriffen
- Kernbotschaft (fachlich formuliert) → umformulieren / übersetzen

2. Nasty Questions (Trainingsfragen)

Auf kritische Fragen vorbereiten (mögliche Entgegnungen / was kann kommen?)
Welche bösen Fragen können kommen? Als Anregung oder gleich positive Antworten vorbereiten)

- Was ist der Unterschied von OJA zu Vereinen und Schulen: Es muss ein Netz für alle Kinder und Jugendlichen geschaffen werden, OJA ist ein wichtiger Teil von diesem Netz, Vereine erreichen nicht mehr genug junge Menschen
Es braucht den Jugendtreff, weil dieser die Brücke zu den Vereinen schlagen kann
Neben Schule sind weitere Räume für Kinder und Jugendliche wichtig
- Wir können uns OJA nicht leisten: Abwanderung können sich die Gemeinden auch nicht leisten, Jugendtreff schafft mehr Gemeinschaft, bringen Jugendliche in Arbeit (ziehen aber in die Stadt); in Zeiten von knapper werdenden Kassen, ist es wichtig, kein Kind und keinen Jugendlichen mehr zu verlieren; OJA ist ein Teil von Infrastruktur, der für manche Kinder und Jugendliche passend ist, neben anderen Angeboten, die für Kinder und Jugendliche zur Verfügung stehen
Familien schauen danach, was die Gemeinde ihren Kindern/Jugendlichen bietet
Gute Zeit in Kindheit und Jugend macht Rückkehr wahrscheinlicher, wenn ich Familie gründe (allerdings gibt es Zahlen für Niederösterreich, dass dies nicht stimmt und die Menschen erst sehr spät zurückziehen nach der Schulzeit der eigenen Kinder)

3. Generelle Tipps fürs Gespräch

- Mit wem spreche ich? Background-Check – wer ist mein Gegenüber? Wer sind gemeinsame Bekannte? Entscheidungsmacht / Funktion / Hobbys / ...
- Wen gibt es im Gemeinderat? Vorbereitung z.B. Wahlflyer einsammeln um Personen zu sehen, die gewählt werden (können)
Eigentlich braucht man diese Vorbereitung grundsätzlich, wer Entscheidungsträger*in ist usw. (z.B. Stakeholderanalyse / Netzwerkanalyse/-karte); Vernetzung als Grundlage für Fachkräfte (Wichtig, z.B. Gemeindepolizist*in zu kennen; Wichtig: Haltung); Netzwerkkarte mit Hilfestellungen / Inspirationen vorbereiten
- Zu wem baue ich Beziehungsarbeit auf? Verwaltung ist ggf. länger im Amt
- Medien und Redakteur*innen-Kontakt suchen – sich vorstellen bei Zeitung
- Gemeindeblatt: persönliches Portrait vorstellen
- Reflektieren: wie spreche ich (z.B. Anglizismen / Fremdwörter) Fachlichkeit muss da sein, aber in einfacher Sprache;
- Frage stellen: Was kann ich für dich tun als Sozialarbeiter*in? Was ist mein Nutzen für dich? Was bringt das Gespräch dem Gegenüber? Ggf. Beziehungen, die exklusiv gepflegt werden
- Eingehen auf unterschiedliche Rollen (z.B. als Frau, die hochdeutsch spricht in Dorfstrukturen): trotzdem authentisch sein und fachlich (aber auch z.B. mitgehen ins Wirtshaus)
- Beziehungspflege häufig versuchen, auch wenn es mal nicht klappt (**kein einmaliges Event, sondern Beziehungspflege**); Lobbyarbeit ist ein Marathon
- Sympathie spielt eine Rolle; nicht alle Personen können mit allen Personen;

Bin ich die richtige Person? Welche Personen gibt es im Netzwerk, die für die Lobbyarbeit geeignet sind?

- Vorgefertigte Sätze helfen nicht immer, auch möglich: mit Problemen auf Person zugehen? Kannst du mir helfen?
- Viele Entscheidungsträger*innen wissen nicht was OJA ist – man muss immer wieder von Null an erklären
- Ggf. in Vorbereitung auf ein Gespräch auf ein Thema konzentrieren (nicht von Fachkräften erwarten, dass sie alle Themen abdecken); Mit Ziel in Gespräche gehen: Heute konzentriere ich mich auf außerschulische Bildung / mit welchem Ziel gehe ich ins Gespräch (Verhandlungstaktik: Wie weit kann ich gehen, wo mache ich nicht mehr mit?)
- Ablehnung bedeutet keine Ablehnung für immer; Überzeugungen können dauern (kann Druck nehmen von den Fachkräften); scheitern gehört dazu; Person kann noch nicht bereit sein für Botschaft
- Reflexionsfragen erarbeiten, die anregen, die eigene Situation zu reflektieren (in welchem Kontext werde ich sein); Denkanstöße (wer ist deine Ansprechperson auf welcher Ebene)
- **Politiker*innen wie Jugendliche sehen**, Sozialarbeitende haben diese Fähigkeiten; auch zweite Chance geben, Zeit zu lernen geben, Politiker*innen auch loben
- Wie traut man sich? Rollenspiel vorschlagen? Wenn ihr merkt, dass es für euch herausfordernd ist, ... → Hinweis auf Fortbildungsmöglichkeit
- Gemeinsamkeiten finden, die man als Konsens nutzen kann
- Womit möchte ich argumentieren und was soll ich dafür nutzen? z.B. für mehr Finanzierung kann ich mit Wirkung xy argumentieren
- Politisches Image von Jugendarbeit bedenken; mit AfD kann man nicht über Demokratiesicherung diskutieren; von konservativen Politiker*innen ist Jugendarbeit gar nicht gewollt

Weitere Themen

- *Anhängen an Dorfaktivitäten mit den Jugendlichen (Sozialarbeiter*in wurde gesehen/ ist präsent im Dorf)*
- *Toolbox könnte erschlagen und Angst machen / überfordern – Menge hinterfragen: was ist zu viel?*
- *Vermittlung von Aushandlungsprozessen zwischen Jugendlichen und anderen Gruppen*

Werkstatt 5: **TRANSFER** der Projektergebnisse in die Praxis

Wie müssen die Inhalte aufbereitet sein, damit sie die Praktiker*innen gut nutzen können?

- Toolkit muss selbsterklärend sein in der Anwendung
- Niederschwellig und einfach anzuwenden
- Druck rausnehmen, spaßig, runtergefahren
- Frage: braucht es Adaptionen für die einzelnen Partnerländer, was Sprache und Begrifflichkeiten betrifft? (zB. soziokulturelle Arbeit, etc.) – ev. pdfs, die noch adaptiert werden können?
- Bilder schaffen (echte Fotos und auch Bilder im Kopf)
- Haltung vermitteln: „Wir sind Expert*innen für die Themen Kindheit und Jugend“, wir haben Fachexpertise und stellen die zur Verfügung
- Zielgruppe in der OJA sind nicht nur die Jugendlichen. Jede Fachkraft der OJA ist Lobbyistin für das Handlungsfeld.
- Bewusstsein schaffen, dass Lobbying zum Job gehört.
- Wording Lobbying hinterfragen – der Begriff triggert ev. Fachkräfte, weil er negativ konnotiert ist, klingt nach Manipulation....
- Interessensvertretung besser?
- In den boJA Wirkungsdimensionen ist eine von 5 Dimensionen die Interessensvertretung.
- Es geht auch um die eigenen Interessen und die eigene Arbeit: Arbeitsbedingungen, Wertschätzung, etc.
- Das Tun sichtbar machen, um Rahmenbedingungen zu sichern.
- Sich zu Partner*innen machen. „Teil der Lösung sein“: was braucht Ihr von uns für Eure Themen?
- Durch Lobbying eigenes berufliches Selbstverständnis finden
- OJA nicht in Abgrenzung zur verbandlichen JA setzen: das schwächt; es gibt kein entweder – oder.

Was braucht es an flankierenden Maßnahmen?

- Bei landesinternen Vernetzungstreffen und Mitgliederversammlungen vorstellen
- Physischer Workshop zu Arbeiten mit dem Toolkit; es ist spürbar, dass Fachkräfte physische Treffen bevorzugen
- Online-Angebot zum Arbeiten mit dem Toolkit (zB. 3x/Jahr)
- Fachgruppen, AGs zu Lobbying innerhalb der Dachverbände
- Vermittlung von Lobbyingpraxen gehören auch zum Onboardingprozess

Kooperationen mit Ausbildungsstätten?

- Themen Lobbying und Kommunikation in die Curricula bringen
- „Wenn man in der Sozialen Arbeit tätig ist, muss man immer seine Arbeit darzustellen wissen.“

Themenideen zur Gestaltung des Toolkits

- Wie erweitere ich mein Netzwerk? Netzwerkkarte machen
- Talentebaum: wer tut sich bei uns im Team leicht mit Lobbying?
- Methode Rollenspiele
- Scribble/Video zu Gespräch mit Politiker*in
- „Abkupfern“ von Good Practice, die leicht zu adaptieren ist
- Models of Good Practice mit Kommentierungen (Sprechblasen)
- Checklisten, die basal und konkret sind; so wie im [OJA Rahmenschutzkonzept](#) zB.
- Wie geht Lobbying? Wo finde ich in meiner Kommune die relevanten Gremien? Wie komme ich da rein? Welche Rolle habe ich dort? Wie halte ich die Beziehung?
- Kommunikationstools
- Argumente für Schule, Politik, etc.
- No Go's: zB. nichts versprechen, was ich dann nicht halten kann
- Gute Zeitpunkte für Lobbying – zB. vor Wahlkämpfen
- Beteiligungsprozesse mit Jugendlichen als Lobbyingmöglichkeit: Jugendliche befähigen ihre Meinung zu vertreten, Begegnungen mit Jugendlichen und Politik schaffen; „über Bande“ spielen; Lobbyingprozesse MIT Jugendlichen
- Anknüpfen an die Erfahrungen der Politiker*innen (zB. an Jugendgruppenerfahrungen in der eigenen Jugend erinnern)
- Impulse geben für Lobbyingaktivitäten