

INNOVATIV & INTERNATIONAL

REPORT PLANSPIEL

„MEHR AUSTAUSCH UND BEGEGNUNG – JUGEND
GESTALTET INFORMATION UND BERATUNG“



INNOVATIONSFONDS IM KINDER- UND JUGENDPLAN DES BUNDES
INTERNATIONALE JUGENDARBEIT 2017–2019

Impressum

Herausgeber:



Fachstelle für Internationale Jugendarbeit
der Bundesrepublik Deutschland e.V.

Godesberger Allee 142-148
53175 Bonn
E-Mail: info@ijab.de
www.ijab.de

Verantwortlich:

Marie-Luise Dreber

Redaktion:

Christoph Bruners
Christian Herrmann
Jan Schröder

Fotos:

Cover, Rawpixel.com / Fotolia.com
S. 6 – S. 29, S. 35 & S. 40, Christian Herrmann
S. 31, S. 34, S. 37 & S. 42, Bettina Ausserhofer
S. 33 & S. 38, Christoph Bruners

Illustrationen:

Derek Roczen

Gestaltung:

Britta Zuschlag / blickpunkt.de

Sommer 2020



Inhaltsverzeichnis

01 Einleitung	4
01.01 Vorbemerkung zum Report	5
01.02 Die wichtigsten Ergebnisse	6
01.03 Erste Erkenntnisse	7
02 Der Weg zu zielgruppengerechter Information und Beratung	8
02.01 Primäre Herausforderungen	9
Design Challenge 1: Jugendgerechte mediale Kommunikation	10
Design Challenge 2: Integration in den Alltag	10
Design Challenge 3: Befähigung von Mittler*innen	11
Design Challenge 4: Engagement mit Mehrwert und Beteiligung für Peers	12
Design Challenge 5: Politische Aufmerksamkeit	13
02.02 Erkenntnisse, Anforderungen und Potentialfelder	14
Design Challenge 1: Jugendgerechte mediale Kommunikation	14
Design Challenge 2: Integration in den Alltag	16
Design Challenge 3: Befähigung von Mittler*innen	17
Design Challenge 4: Engagement mit Mehrwert und Beteiligung für Peers	19
Design Challenge 5: Politische Aufmerksamkeit	20
03 Prototypen für eine zielgruppengerechte Information und Beratung	22
03.01 Die entwickelten Prototypen	23
Servicestelle Social Media für Internationale Jugendarbeit	23
#reallife – Mit Herz und Verstand, digital und persönlich	25
Search – Burn – Share – Support	26
„Volunteer-Wallet“	27
„Welcome to the Jungle“	28
04 Weitere Empfehlungen für eine zielgruppengerechte Information und Beratung	30
04.01 Rahmenbedingungen	31
04.02 Zentrale Aufgabenfelder	32
04.03 Bestehende Ansätze und Anknüpfungspunkte	34
05 Hintergrundinformationen	36
05.01 Herausforderungen und Entwicklungen der Internationalen Jugendarbeit	37
05.02 Der Innovationsfonds im Kinder- und Jugendplan des Bundes:	
Die 14 Projekte des Handlungsfelds Internationale Jugendarbeit 2017–2019	39
05.03 Der genutzte Ansatz – Design Thinking	41
05.04 Statements zum Innovationsfonds	43

01 Einleitung



01.01 Vorbemerkung zum Report

Unter dem Thema „Mehr Austausch und Begegnung – Jugend gestaltet Information und Beratung“ haben sich Anfang 2017 im Rahmen des Innovationsfonds im Kinder- und Jugendplan des Bundes (KJP) 14 Träger auf den Weg gemacht Projekte zu entwickeln, um Jugendliche an die Angebote Internationaler Jugendarbeit heranzuführen und ihnen Erfahrungen grenzüberschreitender Mobilität zu ermöglichen¹. Die 14 Projekte wurden aus 95 Bewerbungen im Rahmen eines Interessenbekundungsverfahrens vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) ausgewählt. Von zentraler Bedeutung hierbei: Die Jugendlichen nahmen nicht nur an den Projekten teil, sie waren auch maßgeblich an ihrer Konzeption und Durchführung beteiligt. Gleichzeitig wurden mit ihrer Umsetzung folgende Ziele verfolgt:

- Die Etablierung neuer Formen von Information und Beratung, mit der Jugendliche dort erreicht werden, wo sie sich aufhalten.
- Die Verdeutlichung des Mehrwerts von internationalem Austausch und internationaler Begegnung unter Einsatz digitaler und anderer Medien.
- Der Aufbau von Netzwerken jugendlicher Mobilitätsbotschafter*innen.
- Die Entwicklung neuer Trainingsstrategien von und für Jugendliche.
- Die Erreichung neuer Zielgruppen in Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Akteuren, Medien und Wirtschaft.
- Die Förderung von Initiativen junger Menschen, die sich im Rahmen bi- oder multilateraler Projekte gegen Fremdenfeindlichkeit und Rechtsextremismus und für die Zusammenarbeit in Europa und der Welt engagieren.

IJAB – Fachstelle für Internationale Jugendarbeit der Bundesrepublik Deutschland e.V. begleitete die durch den Innovationsfonds geförderten Projekte aus dem Handlungsfeld Internationale Jugendarbeit zwischen 2017 und 2019, um den fachlichen Austausch der Projekte untereinander zu fördern, Vernetzung ermöglichen und den Rahmen zu schaffen, die innovativen Impulse der Projekte herauszuarbeiten.

Vor diesem Hintergrund kamen im Herbst 2019 die beteiligten Akteure zu einer Abschlussveranstaltung zusammen. Das Ziel war, in Form eines Planspiels, das in den Projekten gesammelte Wissen zusammenzuführen und gemeinsam über neue Wege für Information und Beratung nachzudenken. Zur Umsetzung wurde der Ansatz des „Design Thinking“ gewählt. Ein Ansatz, der zum Lösen von Problemen und zur Entwicklung neuer Ideen führt und dabei den Nutzer – im Fall von Internationaler Jugendarbeit: die Jugendlichen – und seine Bedürfnisse in das Zentrum der Betrachtung stellt. Entstanden sind während des 3-tägigen Planspiels fünf Prototypen. Der vorliegende Reader dokumentiert die Prototypen sowie den Prozess, der zur ihrer Entwicklung geführt hat. Er stellt die gewonnenen Erkenntnisse dar und zeigt exemplarisch unterschiedliche Ansätze, wie junge Menschen für die Angebote Internationaler Jugendarbeit begeistert werden können.

Design Thinking wird zum Beispiel als Problemlösungsansatz für die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen genutzt. In die Konzeption und Durchführung des Planspiels wurde minds & makers, eine Agentur für „Service Design“ und „Design Thinking“, eingebunden. Sie hat die Akteure während des Planspiels bei der Entwicklung neuartiger und nützlicher Lösungen unterstützt. Diese externe Unterstützung und der damit verbundene Input spiegelt sich sowohl in der Darstellung der Erkenntnisse und Lösungsansätze als auch an einigen Stellen in der sprachlichen Form in dieser Publikation wieder.

Die Inhalte dieser Veröffentlichung richten sich an haupt- und ehrenamtliche Fachkräfte sowie jugendpolitisch Interessierte, die die Ideen als Impuls und Anregung für die eigene Arbeit nutzen und weiterentwickeln möchten.

Die aktuellen Entwicklungen und Einschränkungen rund um das Coronavirus stellen die Internationale Jugendarbeit vor große Herausforderungen und haben beträchtlichen Einfluss auf die Arbeit innerhalb des Handlungsfelds. Vor diesem Hintergrund konnte auch dieser Reader erst mit einer zeitlichen Verzögerung finalisiert und veröffentlicht werden. Ein noch anstehender Fachtag wird die erarbeiteten Lösungsansätze und Anregungen des Planspiels aufgreifen, Ideen weiterentwickeln sowie bestehende Ansätze und Anknüpfungspunkte beleuchten. Die innovativen Ideen und Erfahrungen der Projekte bleiben somit über ihre jeweilige Projektlaufzeit hinaus nutzbar und tragen dazu bei, Information und Beratung in der Internationalen Jugendarbeit kontinuierlich weiterzuentwickeln.

¹ Weiterführende Informationen zum Innovationsfonds im Kinder- und Jugendplan des Bundes (KJP) sind abrufbar unter:
<https://innovationsfonds.jugendgerecht.de/>
<https://ijab.de/projekte/fachliche-begleitung-innovationsfonds>

01.02 Die wichtigsten Ergebnisse

Vorbereitend auf das Planspiel wurden basierend auf den in den Projekten des Innovationsfonds gesammelten Erfahrungen und Erkenntnisse fünf Bereiche mit zentralen Herausforderungen und dahinterstehenden Fragestellungen identifiziert, die ein jugendgerechtes Informations- und Beratungssystem lösen soll:

Jugendgerechte mediale Kommunikation

Wie können Jugendliche über die von ihnen genutzten medialen Kanäle erreicht werden, um ihnen den Mehrwert von Jugendarbeit zu vermitteln und sie zu einer Teilnahme zu bewegen?

Integration in den Alltag

Wie lässt sich Jugendaustausch mit anderen Interessen und Tätigkeiten von Jugendlichen verknüpfen, um das Thema in ihren Alltag einfließen zu lassen?

Befähigung von Mittler*innen

Wie kann Lehrer*innen, Eltern und Fachkräften das notwendige Wissen über Jugendarbeit und internationalen Austausch vermittelt werden, damit sie Jugendliche zu einer Teilnahme motivieren können?

Engagement mit Mehrwert und Beteiligung für Peers

Wie lassen sich größere Mehrwerte für Engagement und Beteiligungsmöglichkeiten bieten, um engagierte Jugendliche stärker zu motivieren sich für Internationale Jugendarbeit einzusetzen?

Politische Aufmerksamkeit

Wie kann eine größere Aufmerksamkeit bei politischen Akteuren und finanzierenden Institutionen erreicht werden, um den Stellenwert von Jugendarbeit zu verbessern?



01.03 Erste Erkenntnisse

Während des Planspiels wurden gemeinsam mit den Projektakteuren mögliche Antworten auf die Herausforderungen diskutiert. Sie zeigen aus einer Expert*innenperspektive die Bedürfnisse und Probleme der Zielgruppe und Stakeholder eines jugendgerechten Informations- und Beratungssystems auf. Gemeinsam wurden deshalb Lösungen in Form von Prototypen erarbeitet. Diese Konzepte zeigen klar welche Bandbreite an innovativen Möglichkeiten für ein jugendgerechtes Informations- und Beratungssystem denkbar sind und geben direkte Anknüpfungsmöglichkeiten, um die im Vorfeld erarbeiteten Herausforderungen konkret anzugehen:

Servicestelle Social Media

Eine Servicestelle, die Projekte der Internationalen Jugendarbeit dabei unterstützt Social Media effektiv und zielgruppengerecht zu nutzen.

#Reallife

Ein Programm, das Projekte internationaler Jugendarbeit jugendgerechter plant und durchführt und diese so stärker in den Alltag von Jugendlichen integriert.

Search – Burn – Share – Support

Ein Programm, das Jugendlichen und Mittler*innen einen einfachen Einstieg in die Internationale Jugendarbeit über niederschwellige Angebote bietet und neue Orte und Kontexte erschließt, um Jugendliche in ihrem Alltag zu erreichen.

„Volunteer-Wallet“

Eine Plattform, die Badges als Ehrenamts-Währung nutzt und Jugendlichen so ermöglicht erlangte Badges in individuelle Vorteile und Vergünstigungen umzuwandeln, um direkt von ihrem Engagement zu profitieren.

Welcome to the Jungle

Ein Exzellenz-Programm für junge Abgeordnete in dem sie zu Expert*innen für Internationale Jugendarbeit ausgebildet werden, um als Mentor*innen und Influencer*innen der Internationalen Jugendarbeit zu fungieren.

Peers kommt eine besondere Rolle zu, wenn es darum geht Jugendliche für den internationalen Austausch zu begeistern. Sie können ihren Altersgenossen die Bedenken nehmen, die oft einer Teilnahme an einem Angebot der Internationalen Jugendarbeit im Weg stehen. Diese Mittlerinnen und Mittler müssen durch Qualifizierung unterstützt und zu einem langfristigen Engagement motiviert werden, um optimal informieren und beraten zu können.

Information und Beratung sollten Teil eines internationalen Projekts selbst sein, bedürfen jedoch zugleich auch einer unabhängigen, professionellen Infrastruktur. Darüber hinaus gibt es Bereiche, in denen sich Träger gegenseitig bei Information und Beratung unterstützen können.

Um für Internationale Jugendarbeit politische Unterstützung einzuwerben, ist es sinnvoll Mentor*innen im politischen Bereich aufzubauen, damit diese sich für die Belange des Arbeitsfeldes einsetzen.



02

Der Weg zu zielgruppengerechter Information und Beratung



02.01 Primäre Herausforderungen

Wie die 2019 erschienene Zugangsstudie belegt, erreichen organisierte Auslandsaufenthalte mittlerweile bereits zwei Drittel der jungen Menschen in Deutschland: 57% haben bereits ein Angebot im Kontext formaler Bildung genutzt (z. B. Auslandsfahrt mit der Schulklasse, Schüleraustausch), 42% ein Angebot der non-formalen Bildung (z. B. Jugendfreizeit im Ausland, internationale Jugendbegegnung, internationaler Freiwilligendienst). Etliche Jugendliche haben beide Grundformen genutzt, auf der anderen Seite stehen 32%, die bislang weder mit der Schule noch mit der Jugendarbeit im Ausland unterwegs waren. Die Zugangsstudie zeigt, dass bei den meisten der bislang nicht Teilnehmenden ein Interesse an solchen Aufenthalten vorhanden ist, und zwar in allen Lebenswelten.² Jungen Menschen ohne Austausch Erfahrung fehlt es entsprechend nicht an Motivation und Interesse, sondern eher an Information und Beratung über entsprechende Möglichkeiten. Die Studie empfiehlt deshalb, an die bestehende Motivation anzuknüpfen und passende Angebote für die interessierten jungen Menschen bereitzustellen. Dabei sollten die Angebote und Formate mehr mit den Jugendlichen und nach deren Bedarfen und Interessen gestaltet werden.

Die Ergebnisse der Zugangsstudie unterstreichen das Vorgehen der 14 Innovationsfondsprojekte: Verbinden sich hier die Forderung nach besserer Information und Beratung mit einer direkten Beteiligung junger Menschen, um so – ganz im Sinne der Eigenständigen Jugendpolitik – möglichst vielen Jugendlichen den Zugang zu Maßnahmen europäischer und internationaler Jugendarbeit zu ermöglichen und sie und die Gesellschaft damit von deren Vorteilen profitieren zu lassen.

Alle 14 geförderten Projekte setzten bei der Umsetzung ihrer Projektidee auf einen Peer-to-Peer Ansatz, bei dem die Jugendlichen selbst als Expert*innen für ihre Lebenswelt angesehen werden und mit ihren Kompetenzen und Fähigkeiten maßgeblich die Gestaltung und Durchführung von Projekten übernehmen. Wesentlich waren hierbei folgende Kriterien:

- Projekte, die aus der Perspektive von Jugendlichen und mit Jugendlichen gemeinsam geplant und durchgeführt werden,
- Projekte, bei denen Jugendlichen sehen, dass sie mit dem Projekt etwas nachhaltig verändern oder bewirken können,
- Projekte, bei denen Jugendliche unmittelbar auf die Gestaltung ihrer Lebenswelt Einfluss nehmen können,
- Projekte, die junge Menschen über internationalen Austausch und Begegnung informieren, sie beraten und diejenigen motivieren, die bisher kaum erreicht wurden.

Neben diesen Kriterien zeigten alle geförderten Projekte mit ihren Ansätzen Weiterentwicklungspotenziale für die Internationale Jugendarbeit auf. Sie erprobten neue Ansätze von direkter Jugendbeteiligung, in dem sie junge Menschen an der Konzeption, Planung und Durchführung ihrer Projekte beteiligten. Gleichzeitig stellten sie die Interessen junger Menschen in den Vordergrund ihrer Aktivitäten.

Vor dem Hintergrund dieser Kriterien und den in den Projekten gesammelten Erfahrungen und Erkenntnissen konnten im Vorfeld des Planspiels zentrale Herausforderungen formuliert werden. Diese zentralen Herausforderungen wurden zu fünf Design Challenges – einer Form von Unteraufgaben – verdichtet, die im Hinblick auf die Erarbeitung eines ganzheitlichen jugendgerechten Informations- und Beratungssystems für Internationale Jugendarbeit während des Planspiels in Kleingruppen zu lösen waren.

² Becker, Helle / Thimmel, Andreas (Hg.) (2019): Die Zugangsstudie zum internationalen Jugendaustausch. Zugänge und Barrieren. Schwalbach: Wochenschau 38f. 66f.

Design Challenge 1:

Jugendgerechte mediale Kommunikation

In den medialen Welten von jungen Menschen kommt Jugendarbeit häufig nicht vor, da nicht die von den Jugendlichen präferierten Kanäle und Orte für die Weitergabe von Information zu Angeboten der Internationalen Jugendarbeit genutzt werden. Unter anderem werden oft die Potentiale von Social Media nicht genügend ausschöpfen, um Jugendliche zu erreichen.



Zentrale Fragestellung der Design Challenge 1:

Wie können Jugendliche über die von ihnen präferierten medialen Kanäle erreicht werden, um ihnen den Mehrwert von Jugendarbeit zu vermitteln und sie zu einer Teilnahme internationalen Begegnungs- und Aufenthaltsformaten zu bewegen?

Ansätze der geförderten Innovationsfondsprojekte:

Die Naturfreunde Jugend Deutschlands hat in ihrem Projekt *#JugendGrenzenlos* eine Handreichung für die Nutzung sozialer Medien für internationale Begegnungen entwickelt. Die zentrale Fragestellung die hinter der Entwicklung stand war, wie Instagram, Facebook, Youtube und Co dabei helfen können, junge Menschen für internationalen Austausch zu begeistern? Die Handreichung gibt Hinweise, Tipps und Methoden für die Social Media Arbeit: von der Ansprache über die Bewerbung einer internationalen Begegnung bis hin zu der medienpädagogischen Arbeit vor Ort.

GOEUROPE! Sachsen-Anhalt Europäisches Jugend Kompetenz Zentrum konzipierte mit dem Projekt *Mobilitätskonto* einen digitalen Zugang zu individueller Mobilitätsberatung für junge Menschen. Dazu melden sich interessierte Jugendliche auf der Mobilitätskontoseite an, geben Wünsche an und finden spezifische Angebote für Auslandsaufenthalte für sich.



Design Challenge 2:

Integration in den Alltag

Eine Beratung zu Jugendaustausch findet nicht da statt, wo sich die Jugendlichen aufhalten. Junge Menschen müssen sich oft eigeninitiativ mit den Angeboten Internationaler Jugendarbeit beschäftigen, da sie dem Thema nicht in ihrem Alltag begegnen. Es fehlen Verknüpfungen mit anderen Themen, die Jugendliche interessieren. In Bereichen in denen junge Menschen sich ohnehin jugendkulturell betätigen, wird Jugendaustausch zudem oft nicht ausreichend thematisiert. Darüber hinaus fehlt eine niederschwellige Ansprache für Jugendliche aus unterschiedlichen Milieus und Zugänge zu Jugendarbeit und internationalem Austausch für Jugendliche im ländlichen Raum. Erschwerend kommt hinzu, dass private Anbieter ein anderes Bild von Jugendaustausch vermitteln als öffentliche Organisationen.



Zentrale Fragestellung der Design Challenge 2:

Wie lässt sich Jugendaustausch mit anderen Interessen und Tätigkeiten von Jugendlichen verknüpfen, um das Thema in ihren Alltag einfließen zu lassen?



Design Challenge 3:

Befähigung von Mittler*innen

Generell fehlt das Wissen bei potentiellen Mittler*innen wie Eltern, Lehrer*innen und Fachkräften, um Jugendliche für Jugendarbeit und internationalem Austausch zu motivieren. Es gibt keine spezialisierte Ausbildung und Sensibilisierung von Mittler*innen für andere Milieus, um zielgruppengerechte Ansprache benachteiligter Jugendlicher zu erreichen. In vielen Schulen existiert keine bedarfsgerechte Ansprache von Jugendlichen und es fehlt darüber hinaus manchmal das Verständnis und die Unterstützung von interessierten Jugendlichen durch die Lehrer*innen.



Zentrale Fragestellung der Design Challenge 3:

Wie kann Lehrer*innen, Eltern und Fachkräften das notwendige Wissen über Jugendarbeit und internationalem Austausch vermittelt werden, damit sie Jugendliche zur Teilnahme motivieren können?

Ansätze der geförderten Innovationsfondsprojekte:

Die Arbeitsgemeinschaft Jugendfreizeitstätten Sachsen e.V. hat innerhalb ihres Projekts *International Scouts* in Chemnitz ein internationales Skate-, BMX- und Inline-Camp unter dem Titel „United by Skate“ durchgeführt. Gemeinsam war allen teilnehmenden Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus Chemnitz, Spanien, Mazedonien, Österreich, Italien und der Tschechischen Republik das Interesse am Skateboard-, BMX- und Inlinefahren und an der mit diesen Sportarten in Verbindung stehenden Jugendkultur.

Das Projekt *Social entrepreneurship education* von ACHT e.V. richtete sich an Schüler*innen der Oberstufe, die sich für das Thema nachhaltige Entwicklung interessieren. An 5 Berliner Schulen wurden im Projektverlauf nachhaltige Schüler*innenfirmen gegründet, über die den teilnehmenden Jugendlichen globale Zusammenhänge und das Thema „Fair Trade“ anhand des Peer-to-Peer Ansatzes näher gebracht wurde. Dabei kooperierten die Jugendlichen mit Kakao-Produzenten in Peru und Herstellern fair produzierter Kleidung in Indien.

Über den Ort Schule fand auch das Projekt *wir weit weg* von der Kindervereinigung Leipzig Zugang zu Jugendlichen. Das besondere war hier, dass vor allem Schülerinnen und Schüler angesprochen wurden, die nicht das Abitur anstreben. Begleitet und unterstützt von ehrenamtlich arbeitenden Coaches, organisierten die Teilnehmenden ihre eigene internationale Jugendbegegnung und wurden dadurch für Internationale Jugendarbeit begeistert.

Ansätze der geförderten Innovationsfondsprojekte:

Mit Hilfe von Peer-to-Peer Ansätzen etablierten Projekte neue Formen von Information und Beratung. Dabei wurden Jugendliche dort erreicht, wo sie sich aufhalten. Das geschieht in der Schule, bei Freizeitaktivitäten, im Jugendzentrum, beim Sport oder im Jugendverband. Über das Projekt *Wir sind Europa* von LeISA gGmbH / Soziokulturelles Zentrum Die VILLA wurden beispielsweise Jugendliche und Eltern von jungen Teamer*innen an Schulen in kurzen Workshops und mit interaktiven Methoden zu „Europa und grenzüberschreitender Mobilität“ informiert und beraten.

Einen ähnlichen Weg ist das Projekt *Peer-to-Peer Jugendmobilitätslose* vom aktuellen forum aus Gelsenkirchen gegangen: Über Seminare mit und für Jugendliche und junge Erwachsene wurden dort Fernwehlots*innen ausgebildet, die damit in die Lage versetzt wurden ihre Peers zu den vielfältigen Möglichkeiten grenzüberschreitender Mobilität zu beraten.

Das gleiche Konzept verfolgte das Projekt *Wie geht „Raus von Zuhause“?* vom Märkischen Kreis. Dort wurden ebenfalls



Jugendliche, die bereits selber Auslandserfahrung gesammelt hatten, zu Peer-Berater*innen für die Internationale Jugendarbeit und ihre Angebote ausgebildet, um andere Jugendliche zur Teilnahme an internationalem Austausch zu motivieren.

Einen etwas anderen Weg ging das Projekt *Trialog 4.0* der Solidaritätsjugend Deutschlands: Über ein trilaterales Netzwerk der Jugendarbeit in Bayern, Slowenien und dem Kosovo wurden Erfahrungen und Selbstverständnis von Jugendarbeit in allen drei Ländern jeweils für die anderen Länder und für Aktive aus der Jugendarbeit erfahrbar gemacht. Dazu wurden Angebote zu Hospitationen und Praktika geschaffen und in eigens eingerichteten Infozentren das Wissen über Möglichkeiten der Internationalen Jugendarbeit vermittelt und weitergegeben.

Design Challenge 4:

Engagement mit Mehrwert und Beteiligung für Peers

Oftmals ist der Mehrwert ihres Engagements in der Jugendarbeit für Jugendliche schwer greifbar und auch schlichtweg zu gering. Es fehlt Anerkennung, um Selbstbewusstsein und Motivation zu steigern und das Engagement wirkt sich oft nicht direkt positiv auf die Lebensrealität der Jugendlichen (z. B. auf ihre Karrierechancen) aus. Andere Jugendliche zu motivieren und zu beraten (Peer-Ansatz), kann sich wiederum positiv auf die eigene Motivation auswirken, jedoch fehlt es hier an Formaten und der Vermittlung von entsprechenden Fähigkeiten. Darüber hinaus brauchen Jugendliche mehr Beteiligung / Partizipation, um eine stärkere Bindung an die Angebote zu erzeugen.



Zentrale Fragestellung der Design Challenge 4:

Wie können größere Mehrwerte für Engagement und Beteiligungsmöglichkeiten angeboten werden, um engagierte Jugendliche stärker zu motivieren sich für Internationale Jugendarbeit einzusetzen?

Ansätze der geförderten Innovationsfondsprojekte:

Vor dem Hintergrund, dass Jugendliche nur selten in die Planung und Durchführung der Maßnahmen eingebunden werden, die sich an sie wenden, hat das Internationale Bildungs- und Begegnungswerk das Projekt *ewoca – young perspectives* entwickelt. Über die Organisation und Durchführung von Workcamps wurden junge Menschen dabei auf allen Ebenen in die Internationale Jugendarbeit konsequent eingebunden: Drei Organisationen aus drei Ländern arbeiteten zusammen, um internationale Workcamps zu planen und durchzuführen. Die Begegnungen wurden gemeinsam von einer Gruppe von Jugendlichen aus den beteiligten Ländern geplant, geleitet und abschließend auch selbstständig reflektiert. Damit wurde für die Jugendlichen Internationale Jugendarbeit nicht nur zu einem punktuellen Erlebnis in den Ferien, sondern führt zu einem nachhaltigen Engagement.

Jugendkulturarbeit e. V. aus Oldenburg baute das *Youth Office International +* auf, das an das Internationale Büro des Vereins angedockt wurde. Das Büro wurde als Anlaufstelle für Jugendliche konzipiert, die im Bereich der außerschulischen Jugendbildung nach Mitstreiter*innen und Hilfe bei der Umsetzung ihrer Ideen und Projekte suchen. Die Jugendlichen kommen dadurch mit den Angeboten der Internationalen Jugendarbeit in Berührung und werden an Planung, Organisation, Werbung und Durchführung von internationalen Maßnahmen beteiligt. Die Jugendlichen werden dadurch zu Ideenverwirklicher*innen und erfahren in Folge dessen ihre Wirkung auf Engagement und Beteiligung.

Jugendliche an ein gesellschaftliches Engagement heranzuführen und zu Botschafterinnen und Botschaftern des internationalen Gedankens und Miteinanders zu befähigen war eines der Ziele des Projekts *Exchange Connects* des Stadtjugendring Buxtehude. Durch ihre positiven Erfahrungen und Erlebnisse bei einem Jugendleiter*innen-Austausch mit Israel und einem Multinationalen Jugendcamp in Russland wurden die teilnehmenden Jugendlichen und Fachkräfte dazu animiert, selbst positiv in die Gesellschaft hinein zu wirken.

Design Challenge 5:

Politische Aufmerksamkeit

Generell fehlen eine ausreichende Anerkennung und die entsprechenden Unterstützungsstrukturen für Internationale Jugendarbeit durch politische Akteure und finanzierende Institutionen. Das liegt darin begründet, dass wichtigen Akteuren aus Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Politik der individuelle und gesamtgesellschaftliche Mehrwert von Jugendarbeit nicht bewusst ist. Das Wissen der Entscheider*innen über Jugendarbeit beschränkt sich oft auf persönliche Berührungspunkte wie zum Beispiel die Erfahrungen der eigenen Kinder.



Zentrale Fragestellung der Design Challenge 5:

Wie kann eine größere Aufmerksamkeit bei politischen Akteuren und finanzierenden Institutionen erreicht werden, um den Stellenwert von Jugendarbeit zu verbessern?

Ansätze der geförderten Innovationsfondsprojekte:

Im Projekt *meinungsmacher.in international* vom Jugendbund djo-Deutscher Regenbogen, Landesverband Berlin e.V. lernten die Jugendliche verschiedene Angebote der Internationalen Jugendarbeit kennen und konnten selbst dazu beitragen, dass internationaler Austausch in seiner Bedeutung für junge Menschen und die Gesellschaft gleichermaßen gestärkt wird. Gemeinsam wurden verschiedene internationale Jugendbegegnungen organisiert und Informationsmaterialien rund um internationalen Jugendaustausch entwickelt. Darüber hinaus haben die Jugendlichen das Gespräch mit Politik und Verwaltung gesucht, um sie für die Potenziale der Internationalen Jugendarbeit zu sensibilisieren. Damit flossen die Perspektiven der Jugendlichen direkt in politisches und verwaltungstechnisches Handeln ein.

Einen ähnlichen Weg ging das Kreisjugendamt Steinfurt mit dem Projekt *Die Karawane zieht weiter ... Europa lebt!*: Zu Europa- und Mobilitätsexpert*innen ausgebildete Jugendliche konnten über die Planung und Umsetzung eigener Projektideen unterschiedlichste Erfahrungen sammeln. Im direkten Austausch mit Politiker*innen auf kommunaler Ebene konnten sie im Anschluss die Interessen junger Menschen einbringen. Mit Blick auf die Zukunft ermöglicht diese Rückkopplung den relevanten Akteuren in den Kommunen sowie öffentlichen Institutionen bedarfsgerechtere Angebote für Jugendliche zu entwickeln.

02.02 Erkenntnisse, Anforderungen und Potentialfelder

Jede Design Challenge adressiert spezifische Zielgruppen und Stakeholder. Dabei beschreibt die Zielgruppe die Personengruppe, die unmittelbar von der Herausforderung betroffen ist. So sind beispielsweise Peers die Zielgruppe der Herausforderung „Engagement mit Mehrwert und Beteiligung für Peers“. Stakeholder beschreibt Personengruppen, die neben der Zielgruppe eine zentrale Rolle im Zusammenhang mit der Herausforderung einnehmen (z. B. sind Schulen ein Stakeholder im Zusammenhang mit der Herausforderung „Engagement mit Mehrwert und Beteiligung für Peers“). Um zielgruppenorientierte Lösungen zu gestalten ist es zentral, die Bedürfnisse, Probleme und Wünsche der Zielgruppen und Stakeholder im Vorfeld zu verstehen. Bei den hier dargestellten Bedürfnissen, Problemen und Wünschen handelt es sich um Expert*innen-Einschätzungen und keine Erkenntnisse aus qualitativen oder quantitativen Erhebungen. Daher sind die hier aufgeführten Erkenntnisse als hypothetisch anzusehen und können aber als Orientierung dienen.

Design Challenge 1:

Jugendgerechte mediale Kommunikation

Wie können Jugendliche über die von ihnen genutzten medialen Kanäle erreicht werden, um ihnen den Mehrwert von Jugendarbeit zu vermitteln und sie zur Teilnahme zu bewegen?

Zielgruppen

- Jugendliche aus unterschiedlichen Milieus und in unterschiedlichen Lebenslagen (z. B. Jugendliche in der Orientierungsphase von Schule zu Beruf)
- „austauschferne“ Jugendliche und „austauschnahe“ Jugendliche (z. B. verbandlich organisierte Jugendliche oder Jugendliche in Projekten der Jugendarbeit)
- Eltern der jugendlichen Zielgruppen

Stakeholder

- Träger und ihre Social-Media-Verantwortlichen
- Partnerorganisationen im Ausland
- Multiplikator*innen (engagierte Jugendliche mit Erfahrungen im Jugendaustausch)
- Eurodesk
- Schulen
- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)
- IJAB – Fachstelle für Internationale Jugendarbeit e.V.



Erkenntnisse aus den Projekten des Innovationsfonds

Der Erstkontakt zur Zielgruppe ist ein wichtiger Moment, um diese für die Angebote Internationaler Jugendarbeit zu gewinnen. Wichtig ist dabei, dass die Kommunikation sich in Wort und Visualisierung einer jugendgerechten Sprache bedient.

Erfahrungsberichte können helfen

Erfahrungsberichte von jungen Menschen sind laut der Expert*innen der Innovationsfondsprojekte ein bewährtes Mittel für die Ansprache neuer Zielgruppen. Oftmals kommt jedoch eine solche Berichtserstattung durch die Jugendlichen selber über einzelne Aktivitäten nicht hinaus. Hier fehlen die richtigen Anreize für Jugendliche, die sie dazu motivieren, regelmäßiger über ihre Erfahrungen zu berichten. Es fehlt aber auch an wichtiger fachlicher Unterstützung, die wegen mangelnder Ressourcen auf Seite der Projekte zu kurz kommt. Generell ist es hilfreich, schon früh Jugendliche in Austauschformaten zu identifizieren, die interessiert sind, sich stärker zu engagieren und somit das Potential haben, sich als Multiplikator*in zu engagieren.

Social-Media nutzen

Die Akteure der Internationalen Jugendarbeit (Träger, Partnerorganisationen im Ausland und Schulen) haben die Bedeutung einer medialen Begleitung und den Mehrwert von Social Media erkannt, um junge Menschen für internationale Projekte zu begeistern. Allerdings fehlen ihnen in ihrem Arbeitsalltag oftmals die Expertise und die zeitlichen Ressourcen, um eine professionelle Erstellung und Verbreitung von Inhalten umzusetzen. Potentiale liegen hier vor allem darin, Fähigkeiten bei den Stakeholdern aufzubauen, sie zu entlasten indem schnell und einfach teilbare Inhalte zur Verfügung gestellt wer-

den oder sie unmittelbar bei der medialen Aufbereitung und Bespielung ihrer Social-Media-Kanäle zu unterstützen. In manchen Organisationen der Internationalen Jugendarbeit erschweren mangelnde Ressourcen die Kommunikation über Social-Media.

In den verschiedenen Projekten hat es sich als effektiv erwiesen, existierende digitale Kanäle und Strukturen in den jeweiligen Regionen zu nutzen, um Jugendliche zu erreichen. Darüber hinaus kann eine arbeitsteilige Nutzung von Social-Media zwischen unterschiedlichen Organisationen die Reichweite erhöhen. Durch übergreifende Kampagnen und die Einbindung von Influencer*innen könnte eine breite Öffentlichkeit für das Thema sensibilisiert werden.

Anforderungen an ein zielgruppengerechtes Informations- und Beratungssystem:

- Einfach teilbare Inhalte für Projekte zur Verfügung stellen,
 - Träger und Projekte bei Social-Media operativ unterstützen,
 - Ressourcen in Bezug auf Social-Media bei Trägern erweitern,
 - Existierende regionale Kanäle für Jugendarbeit nutzen,
 - Social-Media-Kampagnen zwischen verschiedenen Projekten und Trägern koordinieren.
- Mehrwert von Jugendaustauschen klar und zielgruppenspezifisch kommunizieren,
 - In Jugendsprache der jeweiligen Sub-Zielgruppe kommunizieren,
 - Jugendlichen Anreize & Unterstützung für das Teilen von Auslandserfahrungen bieten,
 - Jugendliche, die sich als Multiplikatoren eignen, früh identifizieren,
 - Prozesse von der Entscheidung bis zum Jugendaustausch einfach und unbürokratisch gestalten,
 - Fachliche Fähigkeiten im Bereich Social-Media bei Trägern und Projekten ausbauen,

Potentialfelder für die Entwicklung eines zielgruppengerechten Informations- und Beratungssystems:

- Wie können Jugendliche über jugendgerechte Kanäle zur Teilnahme an Austauschformaten motiviert werden?
- Wie können positive Auslandserfahrungen von Teilnehmenden sichtbar gemacht werden?
- Wie können Stakeholder dabei unterstützt werden mediale Inhalte zu erstellen und zu teilen?

Design Challenge 2:

Integration in den Alltag

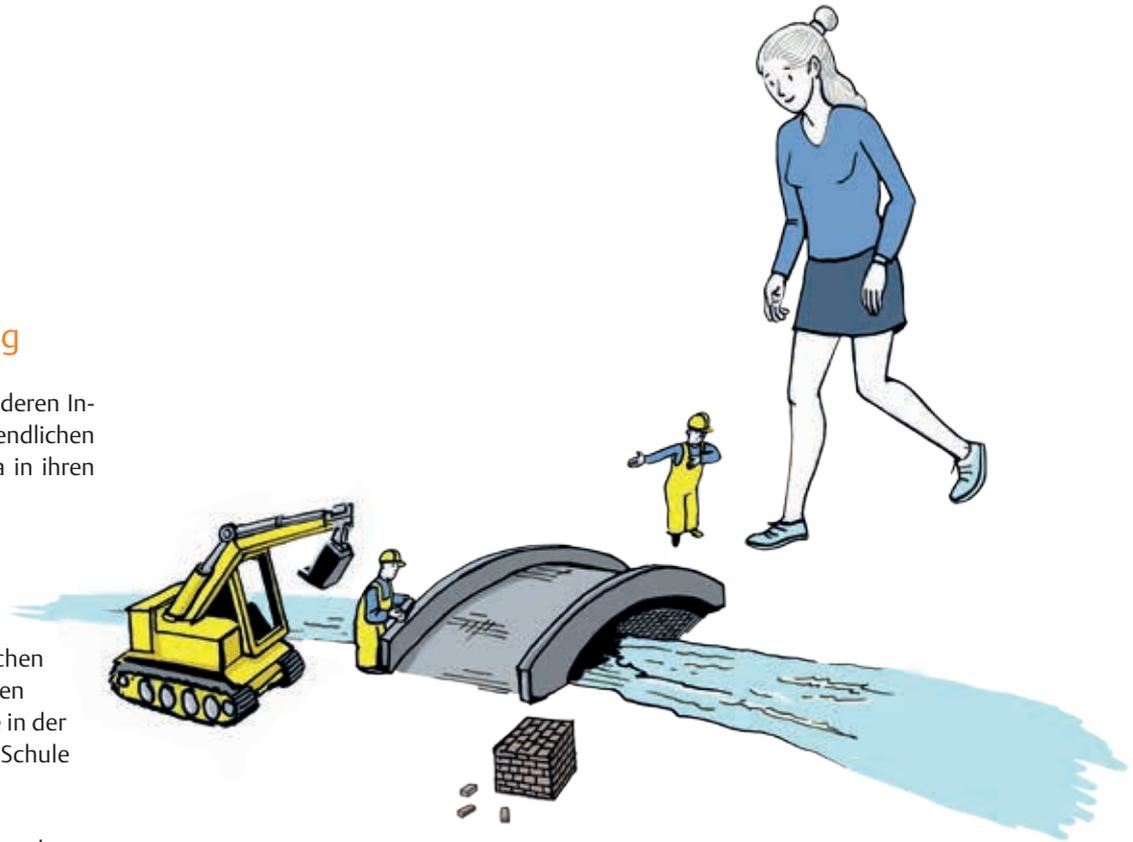
Wie kann Jugendaustausch mit anderen Interessen und Tätigkeiten von Jugendlichen verknüpft werden, um das Thema in ihren Alltag einfließen zu lassen?

Zielgruppe

- Jugendliche aus unterschiedlichen Milieus und in unterschiedlichen Lebenslagen (z. B. Jugendliche in der Orientierungsphase zwischen Schule und Beruf)
- „austauschferne“ Jugendliche und „austauschnahe“ Jugendliche (z. B. verbandlich organisierte Jugendliche oder Jugendliche in Projekten der Jugendarbeit)

Stakeholder

- Eltern
- Schule als Ort, an dem sich junge Menschen täglich aufhalten
- Jugendeinrichtungen, Verbände, Vereine & ähnliche Institutionen (und ihre Fachkräfte). Dort halten sich Jugendliche in Ihrer Freizeit auf, begegnen sich und anderen Menschen.
- Junge Menschen (Peers)
- Promis, Influencer*innen, Serien, Internet etc. Diese Stakeholder inspirieren die jungen Menschen, sie bieten Gesprächsstoff und dienen der Unterhaltung. Die Vermutung liegt nahe, dass junge Menschen bei dieser Stakeholder-Gruppe teilweise Orientierung finden.
- Politik – kommunal, regional (eher ein sekundärer Stakeholder)



Erkenntnisse aus den Projekten des Innovationsfonds

Der Alltag von vielen Jugendlichen ist bestimmt von Schule, Ausbildung und Hobbys. Oftmals ist zwischen diesen Aktivitäten nur sehr wenig Zeit für zusätzliche Interessen. Allerdings zeigen die Beobachtung der Expert*innen, dass junge Menschen, die einmal an einer internationalen Aktivität teilgenommen haben, sie sich mit hoher Wahrscheinlichkeit auch an weiteren Aktivitäten beteiligen. Es liegt also nahe, Jugendlichen in ihrem alltäglichen Umfeld (Schule, Hobbys, Familie) mit möglichst niederschweligen Angeboten erste Erfahrungen mit Internationaler Jugendarbeit zu ermöglichen. Als sehr erfolgreich wurden Interventionen, Events, Ausstellungen und Teilnahme an politischen Abenden identifiziert, vor allem wenn junge Menschen dort über ihre eignen Erfahrungen sprechen können.

Hürden abbauen

Eine Vorbereitung auf den Auslandsaufenthalt, beispielsweise durch Camps, wurde sehr positiv von den Jugendlichen aufgenommen. Die Vorbereitungscamps bauen Befürchtungen und Ängste ab, sie erzeugen Neugier

und Vorfreude auf den Austausch. Die aktive Einbindung der Jugendlichen in die Gestaltung und Planung der Auslandsaufenthalte führt zur Identifikation mit den Angeboten, erhöht die Wahrscheinlichkeit einer weiteren Teilnahme und begünstigt ihr Engagement. Ausschlaggebend ist auch, dass der Prozess vom Entschluss bis zum tatsächlichen Jugendaustausch möglichst einfach gestaltet ist und es möglichst geringe bürokratische Hürden gibt, damit die Jugendlichen nicht wieder das Interesse verlieren.

Peers können Nutzen verdeutlichen

Wie auch schon in der Design Challenge „jungendgerechte mediale Kommunikation“ erwähnt, fühlen sich Jugendliche generell nicht ausreichend über die Möglichkeiten des internationalen Jugendaustauschs informiert. Die Mehrwerte eines Jugendaustauschs werden entweder nicht klar formuliert oder nicht verständlich vermittelt. Eine Peer-to-Peer-Kommunikation hat in den Innovationsfondsprojekten deutliche Erfolge gezeigt, da sich Jugendliche von gleichaltrigen angesprochen und in ihren Bedürfnissen verstanden fühlen. Jugendliche nutzen hierfür vor allem die sozialen Netzwerke (z. B. Instagram) um über ihr Erlebtes zu berichten.



Anforderungen an ein zielgruppen-gerechten Informations- und Beratungssystem:

- Niederschwellige und aufwandsarmer Formate (Interventionen, Events, Ausstellungen, politische Abende etc.) in Schulen, Sportvereinen und außerschulischen Bildungsstätten anbieten, um Jugendliche erste Erfahrungen mit Internationaler Jugendarbeit machen zu lassen
- Jugendlichen Vorbereitungscamps anbieten, um Befürchtungen und Ängste abzubauen und Neugier und Vorfreude auf den Austausch zu erzeugen
- Prozesse von der Entscheidung bis zum Jugendaustausch einfach und unbürokratisch gestalten
- Aktive Einbindung von Jugendlichen in die Gestaltung- und Planung von Auslandsaufenthalten
- Mehrwert von Jugendaustauschen klar und zielgruppenspezifisch kommunizieren
- Peer-to-Peer Kommunikation nutzen um Jugendliche von Internationaler Jugendarbeit zu überzeugen

Potentialfelder für die Entwicklung eines zielgruppengerechten Informations- und Beratungssystems:

- Wie können Angebote der Internationalen Jugendarbeit entschleunigt und an den Bedürfnissen der Jugendlichen ausgerichtet werden?
- Wie können nachhaltige und bedürfnisorientierte Förderrichtlinien implementiert werden?
- Wie können Medien und Öffentlichkeitsarbeit effektiv genutzt werden, um Jugendliche für Jugendbegegnungen zu begeistern?

Design Challenge 3:

Befähigung von Mittler*innen

Wie kann Lehrer*innen, Eltern und Fachkräften das notwendige Wissen über Jugendarbeit und internationalen Austausch vermittelt werden, damit sie Jugendliche zur Teilnahme motivieren können?

Zielgruppen

- Lehrer*innen und Schulsozialarbeiter*innen
- Fachkräfte der Jugendarbeit
- Eltern
- Peers

Stakeholder

- Schulen (Schulleiter*innen, Schüler*innenvertretung, Elternbeiräte und -verbände, Schulbehörden)

- Kooperationspartner*innen und Partnerorganisationen im Ausland
- Jugendverbände
- Hochschulen
- Jobcenter
- Wirtschaftsunternehmen als Arbeitgeber
- Kommunen
- Geldgeber, Förderer
- Öffentlichkeit

Erkenntnisse aus den Projekten des Innovationsfonds

Lehrer*innen, Fachkräften der Jugendarbeit, Eltern und anderen möglichen Mittler*innen

ist oft wenig über die Möglichkeiten des Engagements in Angeboten der Internationalen Jugendarbeit bekannt. Neben mas-sentauglichen Kanälen wie Flyer, Webauf-tritte und Social-Media haben sich vor allem Formate zur persönlichen Ansprache wie E-Mails und Anrufe bewährt, um potentielle Mittler*innen individuell zu informieren und zu beraten. Für die Zielgruppe der Eltern stellten Elternabende in den Innovations-fondsprojekten ein wirkungsvolles Informa-tionsangebot dar. Neben der reinen Informa-tionsvermittlung sind aber auch eigene Erfahrungen mit internationalen Angeboten wichtig, um Mittler*innen zu überzeugen. Solche niederschweligen Angebote können vor Ort und in den Partnerländern angebo-ten werden.

Mittler*innen langfristig gewinnen

Für die Träger der Internationalen Jugend-arbeit ist vor allem ein langfristiges Engage-ment von Mittler*innen wichtig, das über die Beteiligung an Einzelveranstaltungen oder punktuelle Initiativen hinausgeht. Um potentielle Mittler*innen für ein langfristi-ges Engagement zu motivieren, müssen klare Mehrwerte angeboten werden. Laut der Expert*innen stellen hier neben einer reinen Aufwandsentschädigung (monetär oder über Sachwerte) ideelle Werte ein großes Potential dar. Ein Beispiel dafür ist die Mög-lichkeit eigene Interessen einzubringen und sich als Expert*in zu positionieren. Auch ein regelmäßiger Austausch mit bestehenden Mittler*innen oder das Zusammenführen von Mittler*innen mit verschiedenen Per-spektiven (z. B. Eltern und Fachkräfte), um voneinander zu lernen, wirkt sich förderlich auf das Engagement aus.

Die richtigen Ansprechpartner*innen finden

Bei der Ansprache von Schulen, Organisati-onen der Jugendarbeit und Förderern ist es

manchmal schwer, Ansprechpartner*innen für das Thema Internationale Jugendarbeit zu finden. In einigen Fällen liegt die Verant-wortung für das Thema bei einer Person, die damit überlastet ist oder zu wenig über die Thematik weiß. In anderen Fällen sind Teilverantwortungen auf unterschiedliche Abteilungen und Personen verstreut, sodass es schwierig ist, eine Ansprechperson mit klarem Mandat zu identifizieren. Hier fehlt es laut den Expert*innen an einer entsprechen- den Institutionalisierung, um klare Rollen und Prozesse in den jeweiligen Organisatio-nen zu etablieren.

Internationale Jugendarbeit lebendig vermitteln

Eine wichtige Grundvoraussetzung für eine Kooperation mit Fachkräften der Jugendar-beit ist, diese von den Mehrwerten von In-ternationaler Jugendarbeit zu überzeugen. Hierbei hilft es laut den Expert*innen mit überzeugenden und konkreten Inhalten auf die Fachkräfte zuzugehen, über die anschau-lich und lebendig vermittelt wird, worum es bei der Internationalen Jugendarbeit geht und welche Rolle der Mittler*innen dabei einnehmen. Hierbei stellen auch bestehen- de wissenschaftliche Erkenntnisse ein über-zeugendes Argument dar. Haben sich Ko-operationen etabliert, hat es sich bewährt über die Projekte hinaus einen regelmäßi- gen fest institutionalisierten Austausch mit allen Akteur*innen zu pflegen.

Anforderungen an ein zielgruppen-gerechten Informations- und Bera-tungssystem:

- Ansprache von potentiellen Mittler*-innen durch persönliche E-Mails oder Telefonate, um diese über Internatio-nale Jugendarbeit und Möglichkeiten des Engagements zu informieren

- Ansprache von Eltern über Elternabende
- Niederschwellige Angebote der Internationalen Jugendarbeit für Mittler*innen, um ihnen eigene Er-fahrungen zu ermöglichen und sie für Engagement zu begeistern
- Regelmäßiger Austausch zwischen Mittler*innen, um voneinander zu lernen und Engagement zu fördern
- Mittler*innen klare und vielseitige Mehrwerte über reine Aufwandsent-schädigung hinaus bieten
- Ansprechpersonen für Internationale Jugendarbeit bei Schulen, Organisati-onen der Jugendarbeit und Förderern etablieren und ausbilden
- Fachkräfte durch konkrete, lebendige Beispiele von Internationaler Jugendar-beit überzeugen
- Fachkräfte durch wissenschaftliche Erkenntnisse von Internationaler Jugendarbeit überzeugen

Potentialfelder für die Entwicklung eines zielgruppengerechten Infor-mations- und Beratungssystems:

- Wie kann Zugang zu potenziellen Mittler*innen aus und in unterschiedli-chen Institutionen erlangt werden?
- Wie können Mittler*innen motiviert, begeistert und informiert werden?
- Wie kann eine Mittler*innenstruktur geschaffen und den Mittler*innen eine nachhaltige Tätigkeit ermöglicht werden?

Design Challenge 4:

Engagement mit Mehrwert und Beteiligung für Peers

Wie können größere Mehrwerte für Engagement und Beteiligungsmöglichkeiten angeboten werden, um engagierte Jugendliche stärker zu motivieren sich für Internationale Jugendarbeit einzusetzen?

Zielgruppe

- Jugendliche und junge Erwachsene mit eigenen Erfahrungen in der Internationalen Jugendarbeit
- Ehrenamtler*innen in der Internationalen Jugendarbeit, die als Peers und Multiplikatoren fungieren
- Ehrenamtler*innen, die noch nicht stark im Bereich der Internationalen Jugendarbeit etabliert sind

Stakeholder

- Träger
- Politik und Verwaltung
- Schulen
- Eltern
- Wirtschaft

Erkenntnisse aus den Projekten des Innovationsfonds

Generell liegen laut den Expert*innen der Innovationsfondsprojekte dem tieferen Engagement im Bereich der Internationalen Jugendarbeit ähnliche Motive zu Grunde, wie bei der reinen Teilnahme an Formaten der Internationalen Jugendarbeit. So sind Jugendliche dafür zu motivieren, dass ihnen eine Möglichkeit geboten wird, aus ihrem Alltag auszubrechen, etwas Neues und neue Leute kennenzulernen. Motivation entsteht vor allem wenn die Projekte sich positiv auf die eigene Lebenswelt (sowohl



im beruflichen wie auch privaten Sinne) auswirken.

Die Bereitschaft der Jugendlichen ist da

Die Erfahrung in den Innovationsfondsprojekten hat gezeigt, dass es generell eine große Bereitschaft bei Jugendlichen gibt, sich stärker in Projekten der Internationalen Jugendarbeit einzubringen und als sogenannte Peers anderen Jugendlichen die Mehrwerte von internationalem Jugendaustausch nahe zu bringen und sie zu beraten. Um Jugendliche für ein langfristiges Engagement zu motivieren wurden von den Expert*innen verschiedene Aspekte benannt. Jedoch fehlt hier ausreichendes Wissen darüber, welche Rahmenbedingungen für welche Jugendlichen motivierend wirken.

Anerkennung ist wichtig

Anerkennung ist ein wichtiger Aspekt für Jugendliche, um sie zu langfristigem Engagement zu motivieren. Allerdings wird nicht im-

mer die für die Jugendlichen relevante Form der Anerkennung gewählt. Laut den Experten geht es hier nicht so sehr um formelle Formen der Anerkennung (wie z.B. Auszeichnungen, Ehrungen etc.) sondern vielmehr um die Wertschätzung innerhalb der Projekte und Trägerorganisationen. So wird von einer „fehlenden Kultur der Anerkennung“ gesprochen. Was die Incentivierung angeht haben die Projekte gute Erfahrungen mit digitalen Learning Badges (GOEUROPE!) und Gutschein-Systemen gemacht.

Positive Erfahrungen mit digitalen Learning Badges

Für Jugendliche wirkt es motivierend, wenn sich ihr Engagement positiv auf ihren beruflichen Werdegang auswirkt. Dabei spielen unter anderem Zertifikate eine wichtige Rolle. Hier liegt auch ein Potential im Ausbau der digitalen Learning Badges, da diese in anderen europäischen Ländern mittlerweile auch als Nachweise bei Berufsbewerbungen akzep-

tiert werden. Auch aktive Alumni-Netzwerke können sich unterstützend auf die Entwicklung auswirken und bieten engagierten Jugendlichen darüber hinaus eine zusätzliche Möglichkeit neue Leute kennenzulernen.

Junge Menschen wollen Verantwortung übernehmen

Die aktive Einbindung von Jugendlichen in die Gestaltungs- und Entscheidungsprozesse der Projekte führt zu einer höheren Verbundenheit und begünstigt so ein stärkeres Engagement. Jugendliche können ihre Erfahrungen und Erlebnisse mit internationalem Jugendaustausch einbringen. Manchmal behindern die Hierarchien im Ehrenamt der Trägerorganisationen eine gleichberechtigte Zusammenarbeit auf Augenhöhe. Jugendliche wünschen sich eine vertrauensvolle Zusammenarbeit bei der sie auch Bereiche selbst verantworten können. Eine solche Kultur wirkt sich generell in Organisationen positiv auf das Engagement aus.

Jugendarbeit braucht Zeit

Um sich in Projekten der Internationalen Jugendarbeit zu engagieren brauchen Jugendliche Zeit. Da manchmal die Aktivitäten und Veranstaltungen während der regulären Schulzeit stattfinden ist es wichtig, dass Schulen bereit sind, die notwendigen Freiräume zu schaffen. Vor allem bei Schulen, denen ein Bezug zur Internationalen Jugendarbeit fehlt ist diese Bereitschaft oftmals nicht vorhanden.

Angebote machen

Generell ist es wichtig engagierten Jugendlichen klare Angebote für weiteres Engagement zu kommunizieren. Dies sollte in den einzelnen Angeboten mitgedacht werden. So können Jugendliche über Reflexion, Anschlussveranstaltungen, Weiterbildungen etc. Schritt für Schritt an das Engagement herangeführt werden. Oft sind kleine Momente (sogenannte Transfermomente) ausschlaggebend, um das Engagement zu fördern.

Anforderungen an ein zielgruppengerechtes Informations- und Beratungssystem:

- Mehrwert von Engagement klar und zielgruppenspezifisch kommunizieren

- Projekten und Trägern Zugang zu Wissen über motivierende Rahmenbedingungen für Engagement zur Verfügung stellen
- Jugendlichen relevante zielgruppengerechte Incentivierung für Engagement anbieten
- Anerkennung und Wertschätzung von Engagement innerhalb der Projekte und Trägerorganisationen leben
- Erfahrungen und Engagement für den beruflichen Werdegang der Jugendlichen nutzbar machen
- Engagierten Jugendlichen weiterführende Möglichkeiten zur Vernetzung anbieten
- Aktive Einbindung von Jugendlichen in die Gestaltung von Projekten
- Notwendige Freiräume für Engagement innerhalb von Schulen schaffen
- Jugendlichen klare Angebote und nächste Schritte für Engagement im richtigen Moment kommunizieren

Potentialfelder für die Entwicklung eines zielgruppengerechten Informations- und Beratungssystems:

- Wie kann man Anerkennungsformen für verschiedene Engagement-Typen definieren und etablieren?
- Wie kann eine Kultur der Partizipation bei Akteuren der Internationalen Jugendarbeit gefördert werden?
- Wie kann ein vertrauensvoller Umgang auf Augenhöhe zwischen engagierten Jugendlichen und Fachkräften der Internationalen Jugendarbeit etabliert werden?
- Wie können während und nach Austauschereferenzen im richtigen Moment passende Angebote für weiteres Engagement gefördert werden?

Design Challenge 5:

Politische Aufmerksamkeit

Wie kann eine größere Aufmerksamkeit bei politischen Akteuren und finanzierenden Institutionen erreicht werden, um den Stellenwert von Jugendarbeit zu verbessern?

Zielgruppe

- Junge Abgeordnete politischer Fraktionen auf unterschiedlichen politischen Ebenen

Stakeholder

- Jugendinitiativen
- Jugendpolitische Organisationen
- Schüler*innenvertretungen
- Vertreter*innen aus der Wirtschaft
- Vertreter*innen aus Stiftungen
- Auslandsvertreter*innen
- Massenmedien
- Eltern
- Städtepartnerschaften



Erkenntnisse aus den Projekten des Innovationsfonds

Auf politische Ebene fehlt es an Sichtbarkeit für Internationale Jugendarbeit. Projekte einzelner Akteure auf lokaler Ebene erzeugen zu wenig Aufmerksamkeit und den Akteuren fehlt die Erfahrung mit politischer Lobbyarbeit, um Themen zu platzieren. Das Potential der Internationalen Jugendarbeit bleibt für Politiker unerkannt. Um Internationale Jugendarbeit auf die politische Agenda zu bringen identifizieren die Expert*innen eine Reihe von Ansätzen.

Die ganze Bandbreite der Kommunikation nutzen

Zunächst geht es darum Aufmerksamkeit bei politischen Akteuren für das Thema zu erzeugen. Hier werden neben klassischen Kampagnen auch Formate wie Awards oder Austauschformate mit der Politik (z. B. parlamentarische Abende) als sinnvoll angesehen. Dabei sollte aber auch in Betracht gezogen werden, wie man Themen der internationalen Jugendarbeit in die Massenmedien (Fernsehen, Radio, Zeitungen etc.) bringen könnte. In authentischen Erfahrungsberichten verschiedener Stakeholder wird großes Potential gesehen, vor allem dann, wenn für die Politik relevante Stakeholder – wie zum Beispiel Wirtschaftsunternehmen – darüber berichten, wie sie von Internationaler Jugendarbeit profitieren.

Existierende jugendpolitische Strukturen und Jugendbeteiligungsformate (Jugendparlamente, Kindertage etc.) sowie die Eigenständige Jugendpolitik stellen einen weiteren politischen Kanal dar, um Internationale Jugendarbeit zu thematisieren.

Es geht auch um die Anerkennung non-formaler Bildung

Mit einem sichtbaren Mehrwert der Internationalen Jugendarbeit auf politischer Ebene sehen Expert*innen auch die Möglichkeit die Rolle und Wirkung von non-formaler Bildung in der Debatte um die Qualität von Bildung zu verankern. Auch hier würde es sich anbieten diese Wirkung über wissenschaftliche Erkenntnisse zu kommunizieren. Ein Ziel könnte es dabei sein non-formaler Bildung auch in etablierten Instrumenten wie dem Bildungsmonitoring einen höheren Stellenwert zuzuschreiben.

Darüber hinaus halten es die Expert*innen der Innovationsfondsprojekte für sinnvoll, junge Politiker*innen als Mentor*innen für die Internationale Jugendarbeit auszubilden und so Fürsprecher in der Politik zu erzeugen. Ein wichtiger Faktor dabei ist es, Jugendliche direkt in die Ausbildung der Mentor*innen einzubeziehen. Um ein solches Ausbildungsprogramm attraktiv zu machen, geht es im ersten Schritt darum, die Zielgruppe von Internationaler Jugendarbeit als wichtige Säule der non-formalen Bildung zu überzeugen.

Anforderungen an ein zielgruppen-gerechten Informations- und Beratungssystem:

- Klare Erfolgskriterien für die Bewertung von Projekten der Internationalen Jugendarbeit etablieren
- Neben klassischen Kampagnenformate wie Preisverleihungen (z. B. Award für non-formale Bildung) oder Austauschformate mit der Politik (z. B. parlamentarische Abende) durchführen
- Stärkere Thematisierung von Internationaler Jugendarbeit in Massenmedien wie Fernsehen, Radio, Zeitungen
- Authentische Erlebnisberichte politisch relevanter Stakeholder (z. B. Wirtschaft) nutzen
- Existierende jugendpolitische Strukturen für die Thematisierung der Internationalen Jugendarbeit nutzen
- Wirkungsmessung für non-formale Bildung aufbauen und in existierende Reporting-Strukturen (z. B. Bildungsmonitoring) integrieren
- Ausbildung von jungen Abgeordneten zu Mentor*innen für Internationale Jugendarbeit
- Einbindung von Jugendlichen in das Ausbildungsprogramm für Mentor*innen

Potentialfelder für die Entwicklung eines zielgruppengerechten Informations- und Beratungssystems:

- Wie kann man Internationale Jugendarbeit als Erfolgsgeschichte erzählen?
- Wie kann man junge Menschen in die Ausbildung der Mentor*innen / Influencer*innen einbeziehen?
- Wie kann man den Mehrwert von non-formaler Bildung vermitteln?
- Wie kann man eine Mentor*innen/ Influencer*innen-Ausbildung ausgestalten?

03

Prototypen für eine zielgruppengerechte Information und Beratung



03.01 Die entwickelten Prototypen

Nachdem die Bedürfnisse, Probleme und Wünsche der Zielgruppen und Stakeholder identifiziert sind, geht es im nächsten Schritt darum Lösungskonzepte zu erarbeiten. Dabei ist es wichtig immer wieder den Rückbezug der Lösung zu den Bedürfnissen, Problemen und Wünschen der Zielgruppe zu gewährleisten, damit auch nur Probleme gelöst werden, die wirklich existieren. Für jede Design Challenge wurde in der Abschlussveranstaltung eine Lösung in Form eines ersten Prototypen ausgestellt. Die erarbeiteten und hier aufgeführten Prototypen sind als ein möglicher Ansatz zu verstehen, um die entsprechende Design Challenge zu lösen. Die Prototypen stellen somit ein Element eines ganzheitlichen jugendgerechten Informations- und Beratungssystems dar.



Servicestelle Social Media für Internationale Jugendarbeit

Design Challenge 1: Jugendgerechte mediale Kommunikation

Teamname:

Story of likes

Mission:

Wir gestalten einen optimalen Redaktionsprozess für die Ansprache unserer Zielgruppen über Social Media

Prototype:

Servicestelle Social Media für Internationale Jugendarbeit

Zielgruppe

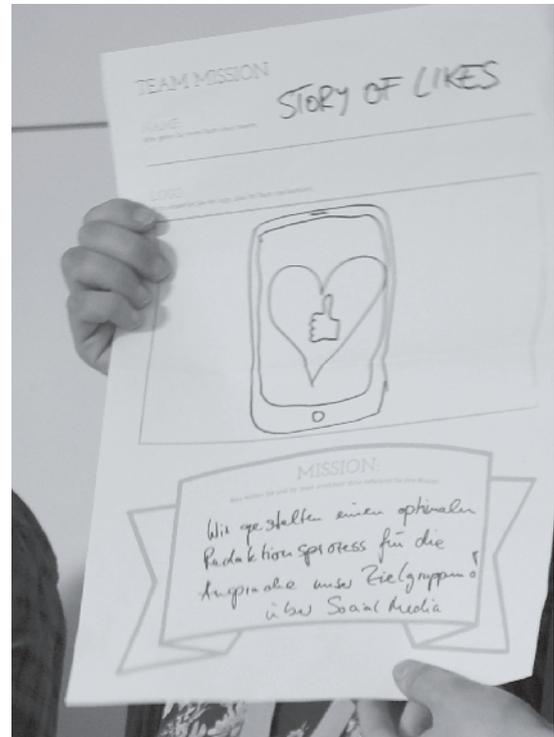
Fachkräfte und Ehrenamtler*innen von Organisationen der Internationalen Jugendarbeit

Kernproblem

Aufgrund fehlender Ressourcen und Fähigkeiten können es Projekte der Internationalen Jugendarbeit oft nicht leisten Social Media effektiv und zielgruppengerecht zu nutzen.

Konzeptbeschreibung

Die Servicestelle Social Media für Internationale Jugendarbeit ist das neue Herz für digitale Sichtbarkeit von Austausch und Begegnung. Die Social Media Expert*innen der Servicestelle unterstützen Organisationen und Projekte der Internationalen Jugendarbeit dabei Social Media effektiv und zielgruppengerecht zu nutzen. Diese Unterstützung der Servicestelle umfasst ein breites Angebot an Dienstleistungen. Ein Leitfaden für Social Media Nutzung in Projekten der Internationalen Jugendarbeit gibt Akteuren wichtige Hilfestellungen an die Hand. Organisationen und Projekte können sich von den Expert*innen der Servicestelle bezüglich ihrer Social Media Strategie



beraten lassen. Über Trainingsprogramme können Organisationen ihre Fachkräfte und Ehrenamtler*innen selber zu Social Media Expert*innen ausbilden. Netzwerk-Veranstaltungen für Interessierte, ehemaligen Teilnehmende und Influencer*innen fördern den Austausch zwischen den verschiedenen Akteuren. Darüber hinaus erhalten Organisationen durch die Servicestelle Social Media auch direkte Unterstützung in ihren Projekten. Die Servicestelle produziert zum einen generellen Content der von den Projekten genutzt werden kann, zum anderen unterstützt sie die Projekte bei der Produktion von Inhalten durch die Bereitstellung finanzieller und personeller Ressourcen.

Mehrwerte für Zielgruppe

- Entlastung bezüglich Social Media PR im Arbeitsalltag
- Aufbau von internen Social Media Fähigkeiten
- Höhere Sichtbarkeit der Projekte und Aktivitäten der Organisation im Bereich Internationale Jugendarbeit bei der Zielgruppe

Wirkung für internationale Jugendarbeit

- Zielgruppengerechte Ansprache von Jugendlichen erzeugt Interesse für internationale Jugendarbeit
- Einsparung von Ressourcen durch effektiveren und koordinierten Einsatz von Social Media in Projekten

#reallife –

Mit Herz und Verstand,
digital und persönlich

Design Challenge 2:
Integration in den Alltag



Teamname:

#reallife

Mission:

Internationale Jugendarbeit in den Alltag junger Menschen integrieren und mit deren Interessen im alltäglichen Leben verknüpfen!

Prototype:

#reallife – Mit Herz und Verstand, digital und persönlich

Zielgruppe

Jugendliche aus unterschiedlichen Milieus und in unterschiedlichen Lebenslagen

Kernproblem

In den medialen Welten der Jugendlichen kommt Jugendarbeit nicht vor, da nicht die von den Jugendlichen präferierten Kanäle und Orte für Information genutzt werden.

Konzeptbeschreibung

“#reallife” ist ein Programm, das Projekte internationaler Jugendarbeit jugendgerechter plant und durchführt und diese so stärker in den Alltag von Jugendlichen integriert. Ein grundlegendes Prinzip des Programms ist es, Jugendliche intensiv in die Planung, Durchführung und Nachbereitung der Jugendbegegnungen zu involvieren, damit sie eigene Themen setzen und die Aktivitäten so gestalten können, dass diese ihren Bedürfnissen entsprechen. Das Programm besteht aus mehreren Begegnungen für die gemeinsam mit den Jugendlichen ein thematisches Konzept (roter Faden) im Vorfeld erarbeitet wird. Zentral für das Programm ist die Kombination aus persönlichen Treffen und digitaler Kommunikation über Social Media. Indem bestimmte Elemente der Bedarfsabfrage, Entscheidungsfindung, Pro-

jektkommunikation und Berichterstattung direkt über Social Media Kanäle stattfindet wird kontinuierlich nach innen und außen kommuniziert.

1 | Bedarfsermittlung – Umfrage und Abstimmung auf Instagram um zu verstehen was Jugendliche interessiert, was sie in Projekten gerne tun wollen und was sie lernen möchten.

2 | Planungs-Treffen – Interessierte Jugendliche treffen sich, um einen Plan für das Projekt zu erarbeiten der zu ihren Bedürfnissen passt.

3 | Projektdurchführung – Nach Abstimmung des Plans startet das Projekt. Teile der Projektkommunikation und die Berichterstattung finden direkt über Social Media Kanäle statt.

4 | Nachbereitung – Die Ergebnisse und Erlebnisse rund um das Projekt werden ebenfalls von den Teilnehmenden und Teamern über Social Media Kanäle geteilt

Mehrwerte für Zielgruppe

- Durch die kontinuierliche Kommunikation über Social Media Kanäle wie Instagram werden Jugendliche zielgruppengerecht angesprochen
- Jugendliche können das Austauschprogramm durch direkte Involvement nach ihren Vorstellungen gestalten
- Jugendliche können mitbestimmen wie über das Projekt kommuniziert wird und ihre eigenen Erlebnisse und Erfahrungen einbringen

Wirkung für internationale Jugendarbeit

- Zielgruppengerechte Ansprache von Jugendlichen erzeugt Interesse für internationale Jugendarbeit
- Attraktive Formate für Internationale Jugendarbeit durch direkte Involvement von Jugendlichen in Planung, Durchführung und Kommunikation
- Die Kommunikation und Information wird in die Projektarbeit integriert

Search – Burn – Share – Support

Design Challenge 3: Befähigung von Mittler*innen

Teamname:

#feuerentfachen

Mission:

Netzwerke mit Mittler*innen aufbauen und institutionalisieren

Prototype:

Search – Burn – Share – Support

Zielgruppe

Mittler*innen (Lehrer*innen, Fachkräfte der Jugendarbeit, Eltern) und Jugendliche aus unterschiedlichen Milieus und in unterschiedlichen Lebenslagen (z. B. Jugendliche in der Orientierungsphase von Schule zu Beruf)

Kernproblem

- Jugendliche müssen sich oft eigeninitiativ mit Jugendaustausch beschäftigen, da sie dem Thema nicht in ihrem Alltag begegnen. Es fehlen Verknüpfungen von Jugendaustausch mit anderen Themen die jugendliche interessieren.
- Formate der Internationalen Jugendarbeit sind oft aufwändig. Es fehlt an niederschweligen und aufwandsarmen Formaten.
- Mittler*innen fehlt die Möglichkeit selber Erfahrungen mit Internationaler Jugendarbeit zu sammeln.



Konzeptbeschreibung

„Search – Burn – Share – Support“ bietet Jugendlichen und Mittler*innen einen einfachen Einstieg in die internationale Jugendarbeit über niederschwellige Angebote. Um Jugendliche in ihrem Alltag zu erreichen werden neue Orte und Kontexte erschlossen, um die Zielgruppe über diese Angebote zu informieren. So werden z. B. Informationsformate in Zusammenhang mit Musik- oder Kochkursen angeboten oder Volksfeste, Festivals oder Sozialzentren aufgesucht. Die Ausprobier-Angebote sind so konzipiert, dass sie unaufwändig sind und nicht lange dauern. Dabei handelt es sich um Formate die in Deutschland stattfinden aber internationalen Charakter haben oder kurzzeitige Auslandsformate. Die Angebote umfassen ebenfalls Freiplätze für mögliche Mittler*innen (Eltern, Lehrer, Schulleitung, Fachkräfte), um sie über eigene Erfahrungen von internationaler Jugendarbeit zu überzeugen. Ziel ist, durch kurze Maßnahmen Lust zu schaffen für die Formate der Internationalen Jugendarbeit. Über peer-to-peer Ansätze und Formate können Jugendliche und Mittler*innen eigene Erfahrung und eigene Begeisterung weitergeben (z. B. Schüler und Lehrer werben gemeinsam für

das Format). Über Zertifikate und individuelle Auszeichnungen erhalten Jugendliche Anerkennung, die sie für ihren beruflichen Werdegang nutzen können.

Mehrwerte für Zielgruppe

- Zielgruppengerechtere Informationsformate, die sich stärker am Alltag der Jugendlichen orientieren
- Einfacher Einstieg über niederschwellige Angebote für Jugendliche und Mittler*innen

Wirkung für internationale Jugendarbeit

- Wirkungsvollere Ansprache von „austauschfernen“ Zielgruppen durch Informationsformate, die sich stärker am Alltag der Zielgruppe orientiert
- Motivation von Mittler*innen zum intensiveren Engagement

„Volunteer-Wallet“

Design Challenge 4: Engagement mit Mehrwert und Beteiligung für Peers

Team

$E = M \times P2^*$

*E = Engagement / M = Mehrwert für alle Beteiligten / P2 = Durch mehr Peer-Beteiligung

Mission:

Akteure und Handlungsfelder identifizieren. Faktoren, die für Engagement gegeben sein sollten sammeln. Eine breite gesellschaftliche Diskussion, die zu einer positiven Haltung dem Ehrenamt gegenüber führt anstoßen.

Prototype:

„Volunteer-Wallet“

Zielgruppe

Jugendliche mit Erfahrung im internationalen Jugendaustausch, die Interesse haben sich stärker im Bereich Internationale Jugendarbeit zu engagieren und zu sogenannten „Peers“ zu werden

Kernproblem

- Jugendlichen fehlen klare, zielgruppengerechte Anreizsysteme, um sich langfristig zu engagieren

- Jugendliche fühlen sich nicht ausreichend über Projekte und Engagementmöglichkeiten informiert

Konzeptbeschreibung:

„Volunteer-Wallet“ ist eine Weiterentwicklung der bereits bestehenden mobilen Applikation „Badge Wallet“. Weiterhin können Jugendliche hier digitale Badges für ihre Erfahrungen und ihr Engagement in der Internationalen Jugendarbeit sammeln. Die Badges werden durch „Volunteer-Wallet“ zu einer Art Ehrenamts-Währung, da Jugendliche diese in individuelle Vorteile (z. B. 20% Rabatt im Kletterpark, Museum, o.ä.) umwandeln können und so von ihrem Engagement direkt profitieren. Darüber hinaus stellt „Volunteer-Wallet“ eine Plattform dar, in der Projekte der Internationalen Jugendarbeit gelistet sind und die es Jugendlichen ermöglicht über eine einfache Suchfunktion die Projekte zu finden, die zu ihnen passen. Hier finden Jugendliche auch Erfahrungsberichte und Ansprechpartner aus den Projekten, um

sich umfassend zu informieren. Darüber hinaus können Jugendlichen über „Volunteer-Wallet“ selber konkrete Rollen in der Internationalen Jugendarbeit einnehmen und so ihr Engagement starten und Schritt für Schritt ausbauen. Sie können selber eigene Erfahrungsberichte verfassen und teilen, als Botschafter*in können sie auch direkt mit anderen Jugendlichen in Veranstaltungen über ihre Erfahrungen sprechen oder sogar eine Patenschaft (Peer-to-Peer Pate) übernehmen, um andere Jugendliche persönlich zu beraten und den Einstieg in Projekte der Internationalen Jugendarbeit zu erleichtern.

Mehrwerte für Zielgruppe

- Anerkennung und Mehrwert von Ehrenamt werden durch Badges sichtbar
- Ehrenamtler werden über individuelle Vergünstigungen für ihr Engagement belohnt
- Ein Register aller Projekte macht es einfacher sich in den vielfältigen Engagement-Möglichkeiten zu orientieren
- Durch konkrete Rollen kann die Zielgruppe Schritt für Schritt an das Ehrenamt herangeführt werden und immer mehr Verantwortung übernehmen

Wirkung für internationale Jugendarbeit:

- Langfristige Motivation von Jugendlichen sich intensiver in der Internationalen Jugendarbeit zu engagieren und konkrete Rollen zu übernehmen



„Welcome to the Jungle“

Design Challenge 5: Politische Aufmerksamkeit

Teamname:

Welcome to the Jungle

Mission:

Ausbildung von (politischen) Entscheidungsträgern zu Mentor*innen (Influencer*innen) von Internationaler Jugendarbeit

Prototyp:

„Welcome to the Jungle“

Zielgruppe

Junge Abgeordnete politischer Fraktionen auf unterschiedlichen politischen Ebenen

Kernproblem

Es fehlt eine ausreichende Anerkennung und die entsprechenden Unterstützungsstrukturen für internationale Jugendarbeit durch politische Akteure und finanzierende Institutionen

Konzeptbeschreibung

„Welcome to the Jungle“ ist ein Exzellenzprogramm für junge Abgeordnete in dem sie zu Experten für Internationalen Jugendarbeit ausgebildet werden, um als Mentor*innen und Influencer*innen der internationalen Jugendarbeit zu fungieren. Bei dem Programm handelt es sich um eine 3-jährige duale Ausbildung die Theorie und Praxis optimal verknüpft. Ein wichtiger Bestandteil ist unter anderem die direkte Erfahrung von Internationaler Jugendarbeit und der Austausch mit Jugendlichen. Der Zielgruppe wird so ermög-



licht ihr politisches Profil durch Weiterqualifizierung zu einem Experten in einem politischen Feld zu stärken und sich persönlich weiterzuentwickeln. Darüber hinaus erhalten die Teilnehmenden die Möglichkeit sich mit den anderen Teilnehmenden und weiteren Partnern aus In- und Ausland zu vernetzen und profitieren von der hohen nationalen und internationalen Aufmerksamkeit des Programms. So können junge Abgeordnete ihre Karrierechancen verbessern und sich für einen besseren Stellenwert von Internationaler Jugendarbeit in der Politik einsetzen.

Mehrwerte für Zielgruppe

- Schärfung des politischen Profils durch Weiterqualifizierung zu einem Experten in einem politischen Feld
- Hohe mediale Aufmerksamkeit
- Vernetzung mit Partner*innen im In- und Ausland
- Persönliche Bereicherung durch Erfahrungen im In- und Ausland
- Verbesserung der Karrierechancen

Wirkung für internationale Jugendarbeit

- Höhere politische Relevanz von Internationaler Jugendarbeit durch interne Mentor*innen und Influencer*innen
- Intensiver Austausch zwischen Akteuren der Internationalen Jugendarbeit und Politik, um das gegenseitige Verständnis zu verbessern

04

Weitere Empfehlungen für eine zielgruppengerechte Information und Beratung



04.01 Rahmenbedingungen

Jugendgerechte Information und Beratung in der Internationalen Jugendarbeit ist vielschichtig, wie schon die erarbeiteten Design Challenges zeigen. Social Media spielt bei der Kommunikation mit Jugendlichen eine wichtige Rolle. Erlebnisberichte von und Beratung durch Peers sind wichtige und vor allem glaubwürdige Informationsquellen. Mittler*innen haben ebenfalls einen großen Einfluss auf die Zielgruppe. Lobbyarbeit ist ein wichtiger Aspekt, um die Unterstützung durch die Politik, egal ob durch Fördermittel oder andere Ressourcen, sicherzustellen. Grundlegend für Information und Beratung ist aber vor allem, dass die Begegnungs- und Austauschformate so gestaltet sind, dass sie für die Jugendlichen Sinn machen und ihnen darüber hinaus der Mehrwert klar kommuniziert werden kann. Hierfür haben sich durch die in den Innovationsfondsprojekten gesammelten Erfahrungen und Erkenntnisse folgende Faktoren als wichtig erwiesen:

Beteiligung

Die Jugendlichen werden intensiv in die Planung, Durchführung und Nachbereitung der Jugendbegegnungen eingebunden, um eigene Themen setzen zu können und die Aktivitäten so zu gestalten, dass sie ihren Bedürfnissen entsprechen.

Niederschwellige Einstiegsmöglichkeiten

Den Jugendlichen (insbesondere schwer erreichbaren Jugendlichen) werden einfache, unaufwändige Formate angeboten, um einen niederschweligen Einstieg zu bieten und sie vom Mehrwert Internationaler Jugendarbeit zu überzeugen.

Jugendgerechte Kommunikationsmöglichkeiten

Social Media ist nicht nur ein wichtiger Kanal um Aufmerksamkeit bei Jugendlichen zu erzeugen, sondern wird auch in den Projekten selber für die Kommunikation untereinander und nach außen genutzt. So wird hier der Kanal genutzt, den die Jugendlichen auch sonst in ihren Lebenswelten nutzen.



Flexible Zeitstrukturen

Ein wichtiger Faktor für Projekte der Internationalen Jugendarbeit ist Zeit. Die Zeitbudgets von Jugendlichen und Teamer*innen werden berücksichtigt, um ihnen die Teilnahme zu ermöglichen.

Sinnhaftigkeit

Die einzelnen Aktivitäten einer internationalen Begegnung oder eines Austauschs folgen einem thematischen Schwerpunkt. Das Thema und die Bedeutung hinter dem Thema werden den Jugendlichen kontinuierlich kommuniziert, um ihnen zu vermitteln warum sie teilnehmen sollen.

04.02 Zentrale Aufgabenfelder



Information und Beratung muss integriert in die Projekte und Maßnahmen der Internationalen Jugendarbeit gedacht werden. Das bedeutet, zum Teil findet die Information und Beratung durch und in den Projekten selber statt, zum Teil können und müssen Bereiche der Information und Beratung ausgelagert werden um die Projekte zu unterstützen und zu entlasten und die Kommunikation und Beratung zu professionalisieren. Um ein ganzheitliches Informations- und Beratungssystem umzusetzen, müssen bestimmte Aufgaben von den Organisationen und Akteuren erfüllt werden. Für eine bessere Übersicht wurden die wichtigsten Aufgaben in 5 Arbeitsbereiche gegliedert. Im Folgenden werden die Aufgaben in den einzelnen Arbeitsbereichen und die in den Innovationsfondsprojekten und dem Abschluss-Event diskutierten ersten Maßnahmen dargestellt:

A – Kommunikation

Steuerung und Verantwortung der Kommunikationskanäle und -formate für jugendgerechte Information und Beratung: Über welche Medien und Kanäle wird kommuniziert, welche Zielgruppen werden durch welche Maßnahmen angesprochen, welches Bild von Internationaler Jugendarbeit wird vermittelt?

Aufgaben:

- Kampagnenmanagement, um eine generelle Aufmerksamkeit bei interessierten Jugendlichen, Peers und Mittler*innen zu erzeugen
- Social Media und Öffentlichkeitsarbeit, um interessierte Jugendliche zu gewinnen
- Kommunikation von Ergebnissen und Erlebnissen aus den Projekten
- Einbezug und Beteiligung von Peers und Mittler*innen in die Kommunikation

Beispiele für Maßnahmen:

- Übergreifende Kampagne, um generelle Aufmerksamkeit bei Jugendlichen zu erzeugen
- Social Media-Servicestelle, um Projekte bei der Social Media-Kommunikation zu unterstützen
- Niederschwellige Begegnungsformate, um erste Erfahrungen für interessierte Jugendliche und Mittler*innen zu ermöglichen

B – Personal Management

Steuerung, Planung und Verwaltung aller Personalangelegenheiten für jugendgerechte Information und Beratung: Welche Rollen und Fähigkeiten werden benötigt, welche Mitarbeiter*innen sollen eingestellt werden, wie wird rekrutiert, wie soll zusammengearbeitet werden, wie können sich Mitarbeiter*innen weiterentwickeln?

Aufgaben:

- Personalmarketing, um Ehrenamtler*innen und Peers für Internationale Jugendarbeit zu begeistern
- Aufsetzen von divers aufgestellten Projektteams, die auch die Zielgruppe umfassen
- Formate zur Befähigung von Peers und Mittler*innen
- Schaffen eines wertschätzenden Arbeitsumfelds, um Ehrenamtler*innen und Peers zu motivieren

Beispiele für Maßnahmen:

- Spezielle Betreuer*innen für Ehrenamtler*innen und Peers
- Aufbau von Peer-Teams, für die Kommunikation mit interessierten Jugendlichen

C – Partner*innen Management

Entwicklung und Steuerung des gesamten Stakeholder- und Partner*innen-Management für jugendgerechte Information und Beratung: Wer sind wichtige Kooperationspartner*innen, welche Partner*innen und Stakeholder müssen involviert werden, wie erfolgt die Zusammenarbeit im Netzwerk?

Aufgaben:

- Aufbau von persönlichen Kontakten und Netzwerken von Mittler*innen und Kooperationspartner*innen in Schule, Universitäten, Jugendzentren, Gewerkschaften, Jobcenter etc.
- Erschließung neuer Mittler*innen, wie Sportvereine, Musik und Kunstschulen, lokale soziale Organisationen etc., die Einfluss insbesondere auf schwer zu erreichende Jugendliche haben
- Organisation von Austausch und Begegnung mit Mittler*innen und Kooperationspartner*innen
- Zugang zu Informationen über Mittler*innen und Kooperationspartner*innen schaffen
- Lobbyarbeit mit politischen Akteuren

Beispiele für Maßnahmen:

- Exzellenzprogramm, um junge Abgeordnete zu Mentor*innen für Internationale Jugendarbeit auszubilden
- Aufbau einer Datenbank, um Informationen für Mittler*innen und Kooperationspartner*innen zugänglich zu machen

D – Forschung und Produktentwicklung

Entwicklung neuer Lösungen für jugendgerechte Information & Beratung: Welche Potentiale für neue Lösungen gibt es, welche Lösungen werden entwickelt und angeboten, welche Infrastruktur wird für die Entwicklung benötigt, welche Wirkung entfalten die umgesetzten Lösungen?

Aufgaben:

- Entwicklung von (digitalen) Produkten
- Unterstützung und Befähigung von nutzerzentrierten Innovationsprojekten
- Technische Infrastrukturen wie Datenbanken und Intranets aufbauen und managen
- Analyse von Bedürfnissen, Problemen und Wünschen der Zielgruppe und der Stakeholder
- Wirkungsanalyse von Projekten durchführen

Beispiele für Maßnahmen:

- Eine Plattform für Ehrenamts-Währung, die es Jugendlichen ermöglicht erlangte Badges in individuelle Vorteile und Vergünstigungen umzuwandeln, um direkt von ihrem Engagement zu profitieren
- Eine zentrale Plattform mit Informationen über aktuelle Projekte und Engagement-Möglichkeiten
- Wirkungsmessung für non-formale Bildung aufbauen und in existierende Reporting-Strukturen (z. B. Bildungsmonitoring) integrieren

E – Finanzierung

Steuerung und Planung der notwendigen Finanzströme für jugendgerechte Information und Beratung: Wo wird investiert, wie werden Einnahmen erzielt, wie wird mit Budgets umgegangen, wie und wo können Fördermittel und andere Quellen genutzt werden?

Aufgaben:

- Recherche und Beantragung von Fördermitteln
- Aufbau und Pflege von Kontakten zu finanzierenden Institutionen (Bund, Länder, Kommunen, Stiftungen, Vereine, private Unternehmen)
- Erschließung neuer Formen der Finanzierung (z. B. Crowdfunding, Drittmittel, Verkauf von Beratung und Produkten)
- Definition von Werten und Richtlinien für Finanzierung, um die Unabhängigkeit und Gemeinnützigkeit von Internationaler Jugendarbeit zu gewährleisten.

Beispiele für Maßnahmen:

- Eine zentrale Plattform / Datenbank mit Informationen zu Fördermitteln und finanzierende Institutionen
- Entwicklung eines Handouts zu neuen Formen der Finanzierung

04.03 Bestehende Ansätze und Anknüpfungspunkte



Um über die Projektlaufzeit hinaus sowohl die erarbeiteten Lösungsansätze des Planspiels, als auch die innovativen Ideen und Erfahrungen der Projekte für eine jugendgerechte Information und Beratung zu nutzen und weiterzuentwickeln, gibt es für die Projektträger unterschiedlichste Anknüpfungspunkte zu bestehenden Ansätzen und Strukturen. Einige verstehen sich dabei als Plattform für Austausch und Vernetzung verschiedenster Akteure, andere bieten den Zusammenschluss zu trägerübergreifenden Kampagnen oder öffnen den Raum für neue Ideen im Bereich von jugendgerechter Information und Beratung.

Vor dem Hintergrund der hier dargestellten Ergebnisse des Planspiels werden im Folgenden exemplarisch einige Ansätze skizziert, in denen sich auch die bereits dargestellten Rahmenbedingungen und Aufgabenfelder wiederfinden. Sie geben dabei einen kleinen Eindruck der vielfältigen Möglichkeiten im Rahmen der Information und Beratung, die es im Feld der Internationalen Jugendarbeit gibt. Das Spektrum von unterschiedlichen trägerspezifischen sowie trägerübergreifenden Formaten ist sehr groß und beinhaltet eine Vielzahl von Kampagnen, Initiativen, Netzwerken und Projekten. Die Beispiele verdeutlichen jedoch, dass trägerübergreifende Netzwerke und Kooperationen eine Grundlage dafür bieten,

Synergien effektiv zu nutzen, Aufgaben untereinander besser zu verteilen und Ideen gemeinsam weiterzuentwickeln.

Mit der *Jugendkampagne für den internationalen Jugendaustausch* (<https://ijab.de/jugendkampagne-fuer-den-internationalen-jugendaustausch>) sollen jene Jugendlichen erreicht werden, die grundsätzliches Interesse an einem internationalen Jugendaustausch haben, aber aufgrund von fehlenden Informationen, falschen Wahrnehmungen oder einer falschen zielgruppengerechten Ansprache nicht an Austauschprogrammen teilnehmen. Die Kampagne wendet sich direkt an die Jugendlichen und informiert und berät über unterschiedliche Aktionsformate über Auslandsaufenthalte, Internationale Jugendarbeit, internationalen Austausch und Begegnungen. Die jungen Menschen werden dabei sowohl online über soziale Medien und digitale Kommunikationskanäle erreicht, aber auch offline mit öffentlichkeitswirksamen Aktionsformaten vor Ort, wie beispielsweise Informationsstände auf Festivals, erreicht. Die Kampagne setzt für eine große Reichweite auf die Kooperation mit Trägern und Organisationen. Die Beteiligungsmöglichkeiten reichen dabei von der reinen Multiplikation von Materialien der Kampagne bis hin zur Kooperation für die Durchführung von unterschiedlichsten Aktionsformaten vor Ort. Gleichzeitig können

Partner, die selbst Austauschprogramme anbieten, ihre Angebote auf der Kampagnenseite und/oder auf Materialien der Kampagne sichtbar machen.

Auch die *Aktionswoche #internationalheart* (<https://ijab.de/projekte/internationalheart>) ist eine trägerübergreifende Initiative, die auf die Kooperation von Verbänden und Organisationen der Internationalen Jugendarbeit setzt: Dafür besuchen Träger, (ehemalige) Teilnehmende, Aktive und Unterstützer/-innen internationaler Austauschprojekte bundesweit Abgeordnete in ihrem Wahlkreis, um über die Angebote Internationaler Jugendarbeit zu informieren und Wünsche und Forderungen für die Zukunft des Internationalen Jugendaustausches zu diskutieren. Dadurch werden Abgeordnete als Partner*innen gewonnen. Gleichzeitig wird der Hashtag #internationalheart zur Visualisierung in den Social Media-Kanälen (Instagram, Twitter, Facebook, usw.) der beteiligten Akteure genutzt, wodurch das Thema präsent gehalten und für mehr Sichtbarkeit und Anerkennung des Arbeitsfeldes gesorgt wird.

Kommune goes international (KGI) (<https://ijab.de/projekte/kommune-goes-international>) ist eine jugendpolitische Initiative zur Stärkung der Internationalen Jugendarbeit in der Kommune. Das Netzwerk ist die Anlaufstelle für Kommunen, die gezielt Angebote Internationaler Jugendarbeit lokal aus- und aufbauen möchten. Explizites Ziel ist es dabei Rahmenbedingungen vor Ort zu schaffen, die es allen jungen Menschen ermöglichen, grenzüberschreitende Mobilitätsverfahren zu machen. KGI Kommunen haben ein kommunales Netzwerk, welches aus lokalen Organisationen besteht. Gemeinsam mit ihrem Netzwerk bauen sie unter anderem ihre Maßnahmen zur Förderung von Jugendaustausch vor Ort aus. Ein Schwerpunkt ist dabei das Einrichten von lokalen Servicestellen zur Beratung und Unterstützung von Jugendlichen und die Entwicklung von Angeboten für Jugendliche, die mit derzeitigen Informations- und Beratungsangeboten nicht erreicht werden.



Die Kernaufgabe des Jugendinformationsnetzwerks Eurodesk ist die trägerübergreifende Information und Beratung junger Menschen zu unterschiedlichen Formaten von Auslandsaufenthalten. Daneben bietet das Netzwerk aber auch Qualifizierungen für Multiplikator*innen und Mittler*innen an. Das Ziel ist dabei Fachkräfte, die mit Jugendlichen in Kontakt stehen und regelmäßig mit Fragen zu Beruf, Schule, Ausbildung, Karriere und Freizeitgestaltung konfrontiert werden, zu Mobilitätslots*innen und Auslandsberater*innen auszubilden. Über die Qualifizierung werden sie dazu befähigt, Jugendlichen einen einfachen Zugang zu Informationen über die unterschiedlichen Formate Internationaler Jugendarbeit zu geben sowie neutral und trägerübergreifend zu beraten. Gleichzeitig versucht das Eurodesk-Netzwerk über die europaweite Kampagne *Time to Move* (<https://timetomove.eurodesk.eu>) junge Menschen direkt anzusprechen und für grenzüberschreitende Mobilität zu werben: Über unterschiedliche online und offline Aktivitäten wird jugend- und zielgruppengerecht zu Möglichkeiten, an unterschiedlichen Angeboten der Internationalen Jugendarbeit teilzunehmen; informiert und beraten. Auch hier sollen dabei die Jugendlichen erreicht werden, die die bisherigen Informationsangebote zu Auslandsaufenthalten bisher nicht erreicht haben.

Die unterschiedlichen Informationen, Materialien und Fortbildungsangebote von Eurodesk werden gebündelt und im Netzwerk geteilt. Aber auch außerhalb des Netzwerks stehende interessierte Träger und Organisationen haben die Möglichkeit auf das Kompetenzwissen zu zugreifen und es zu nutzen.

05 Hintergrundinformationen



05.01 Herausforderungen und Entwicklungen der Internationalen Jugendarbeit

Die Welt befindet sich in einem permanenten Wandel. Sie bietet jungen Menschen zahlreiche Möglichkeiten und Chancen, stellt sie aber auch vor neue Herausforderungen in Alltag, Schule und Beruf. Zunehmende Globalisierung, Migrationsbewegungen und die politische und lebensweltliche Bedeutung der Europäischen Union auf der einen Seite, aber auch die Zunahme nationaler Egoismen und die Verschärfung sozialer Gegensätze auf der anderen Seite sind nur einige Aspekte, die Auswirkungen auf Jugendliche haben.³ Vor diesem Hintergrund findet eine „Internationalisierung“ der Lebenswirklichkeit von Jugendlichen statt, die immer mehr ihr Denken und Handeln prägt. Sie bewegen sich zunehmend in sozialen Medien und informieren sich dort über die Themen, die sie interessieren. Sie verfügen über Möglichkeiten grenzüberschreitender Mobilität, machen multikulturelle Erfahrungen und erleben gleichzeitig die Auswirkungen von weltweiten Wirtschafts- und Finanzkrisen, von Krieg und Fluchtbewegungen und ökologischen Katastrophen. Umso wichtiger ist es, jungen Menschen Orientierung zu geben und sie zu befähigen selbstbestimmt ihren eigenen Weg zu finden.

Mit der Entwicklung der Jugendstrategie der Bundesregierung wurde darum ressortübergreifend die Politik für Jugendliche um eine Politik mit und von Jugendlichen ergänzt.⁴ Vor allem im Hinblick auf die Gestaltung von Gegenwart und Zukunft ist dabei die direkte Beteiligung junger Menschen unentbehrlich. Denn nur so können sie auf der einen Seite ihre Interessen und Wünsche einbringen und auf der anderen Seite maßgeblich zu Veränderungen und Innovation innerhalb der Gesellschaft beitragen.

Eine besondere Bedeutung hat europäische und internationale Jugendarbeit vor allem durch ihre nachhaltige Wirkung auf die Persönlichkeitsentwicklung der jungen Menschen. Unterschiedliche Studien haben gezeigt, dass internationale Erfahrungen das Selbstbewusstsein sowie soziale und inter-



kulturelle Kompetenzen steigern.⁵ Gegenseitiges Verständnis, Toleranz und Offenheit werden dabei ebenso gefördert wie Verantwortungsübernahme und bürgerschaftliches Engagement. Damit leistet Internationale Jugendarbeit einen wichtigen Beitrag, jungen Menschen die notwendigen interkulturellen und internationalen Kompetenzen zu vermitteln, um sich in einer globalisierten Welt zurechtzufinden und selbstbestimmt handlungsfähig zu werden.

Die Jugendstrategie der Bundesregierung greift diese Aspekte auf und verdeutlicht, dass in dieser Hinsicht Jugendaustausch auch auf die Gesellschaft als Ganzes wirkt.⁶ Mit Engagement für Europa und das europäische Zusammenwachsen stärken junge Menschen den europäischen Gedanken. Gleichzeitig fördern internationale Jugendbegegnun-

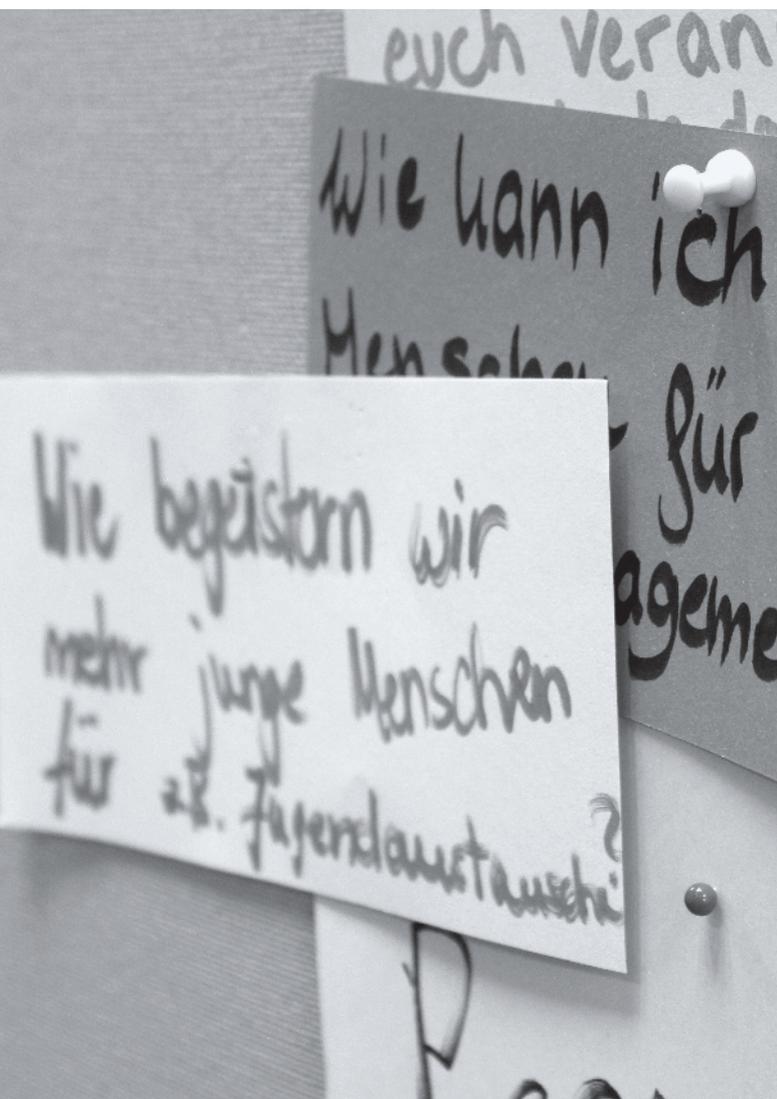
³ Vgl. BMFSFJ: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.): 15. Kinder- und Jugendbericht. Bericht über die Lebenssituation junger Menschen und die Leistungen der Kinder und Jugendhilfe in Deutschland. Stellungnahme der Bundesregierung. S. 5 ff. Berlin 2015.

⁴ Vgl. BMFSFJ: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.): In gemeinsamer Verantwortung: Politik für, mit und von Jugend. Die Jugendstrategie der Bundesregierung. Berlin 2019.

⁵ Vgl. Thomas, A.; Chang, C.; Abt, H.: Erlebnisse, die verändern – Langzeitwirkungen der Teilnahme an internationalen Jugendbegegnungen. Göttingen 2006.

Vgl. Stefan Brunner: WIRKUNGSKOMPENDIUM JUGENDAUSTAUSCH. Eine Übersicht wissenschaftlicher Forschungsergebnisse zur Wirkung von interkulturellem Austausch, Bern 2015.

⁶ Vgl. BMFSFJ: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.): In gemeinsamer Verantwortung: Politik für, mit und von Jugend. Die Jugendstrategie der Bundesregierung. S. 144 ff. Berlin 2019.



gen die Verständigung und Toleranz gegenüber Anderen und Fremden – auch über Europa hinaus. Gerade in Zeiten zunehmender Fremdenfeindlichkeit und Rechtsextremismus ist es von besonderer Bedeutung, Berührungspunkte gegenüber fremden Kulturen abzubauen und gemeinsames Engagement für Europa und in der Welt zu fördern, um einen Gegenpol zu Ressentiments und Vorurteilen zu schaffen. Durch ihre Teilnahme an internationalen Austauschangeboten werden Jugendliche selbst zu Botschafter*innen von Vielfalt, Toleranz und demokratischem Handeln über Grenzen hinweg. Als Multiplikator*innen können sie ihre Peers für Austausch und Begegnung begeistern und damit vielen weiteren Jugendlichen die Erfahrungen grenzüberschreitender Mobilität ermöglichen.

An dieser Stelle setzen die 14 vom BMFSFJ ausgewählten und geförderten Innovationsfondsprojekte Projekte aus dem Innovationsfonds im Kinder- und Jugendplan des Bundes an, denn: Eine große Zahl junger Menschen haben bisher keine Austausch Erfahrungen gemacht! Wie in Kapitel 2 (Der Weg zu zielgruppengerechter Information- und Beratung, Primäre Herausforderungen) bereits erläutert spielen dabei meist mehrere strukturelle und individuelle Gründe eine Rolle. Vor allem sind fehlende Informationen zu passenden Angeboten sowie eine jugendgerechte Ansprache Hinderungsgründe für Jugendliche sich für Internationale Jugendarbeit zu begeistern. Mit den in den Innovationsfondsprojekten entwickelten und erprobten neuen Formaten konnte jedoch jugendgerechte Information und Beratung weiterentwickelt werden, um Jugendliche an die Angebote Internationaler Jugendarbeit heranzuführen und ihnen Erfahrungen grenzüberschreitender Mobilität zu ermöglichen. Die Projektträger konnten damit wertvolle Impulse für die Weiterentwicklung und Gestaltung der Internationalen Jugendarbeit geben.

05.02

Der Innovationsfonds im Kinder- und Jugendplan des Bundes:

Die 14 Projekte des Handlungsfelds Internationale Jugendarbeit 2017 – 2019

Mit dem Innovationsfonds im Kinder- und Jugendplan des Bundes wurden innovative Praxisprojekte zur Förderung der Eigenständigen Jugendpolitik unterstützt. Gefördert wurden zwischen 2017 und 2019 insgesamt 40 Projekte aus den 5 Handlungsfeldern Internationale Jugendarbeit, Jugendsozialarbeit, Kulturelle Bildung, Politische Bildung und Jugendverbandsarbeit. Die einzelnen Bereiche hatten dabei unterschiedliche inhaltliche Schwerpunkte. Unter dem zentralen Thema „Mehr Austausch und Begegnung – Jugend gestaltet Information und Beratung“ wurden 14 Projekte aus dem Handlungsfeld Internationale Jugendarbeit vom BMFSFJ ausgewählt:

international scouts – Neue Wege für die Internationale Jugendarbeit (IJA)

AGJF Sachsen e.V.

Das Projekt entwickelte partizipativ jugendgerechte Formate und Zugänge, um möglichst vielen jungen Menschen Erfahrungen in grenzüberschreitenden Aktivitäten zu ermöglichen.

<https://www.agjf-sachsen.de/international-scouts.html>

Wir sind Europa

LeISA gGmbH / Soziokulturelles Zentrum Die VILLA

In kurzen Workshops und mit interaktiven Methoden haben an Schulen junge Teamer*innen Schüler zu „Europa und grenzüberschreitender Mobilität“ informiert und beraten.

<https://www.europa-haus-leipzig.de/bildung/unsere-angebote/junior-team-europa/>

peer-to-peer Jugendmobilitätslotse aktuelles forum e.V.

Das Projekt hat sich zum Ziel gesetzt, junge Menschen zu Fernwehlots*innen auszubilden, die zukünftig junge Menschen über die vielfältigen Auslandsprogramme informieren und beraten.

<https://www.aktuelles-forum.de/>

meinungsmacher.in international

Jugendbund djo-Deutscher Regenbogen, Landesverband Berlin e.V.

Das Projekt bildete junge Menschen zu Motivator*innen für internationales Engagement aus, um Jugendlichen, die noch keinen Zugang zur Internationalen Jugendarbeit haben, eine gleichberechtigte Teilhabe an internationalen Maßnahmen zu ermöglichen.

<https://djo-berlin.de/meinungsmacher-in-international>

Trialog 4.0 – Europäische Jugend im Austausch: Freiwillig & Grenzenlos!

Solidaritätsjugend Deutschlands

Das Projekt nutzte ein trilaterales Netzwerk der Jugendarbeit in Bayern, dem Kosovo und Slowenien, um Erfahrungen und Selbstverständnis von Jugendarbeit in allen drei Ländern jeweils für die anderen Länder und für Aktive aus der Jugendarbeit erfahrbar zu machen.

<https://solijugend.de/>

Jugendbüro International – IJuB+ Jugendkulturarbeit e.V.

Mit dem Modellprojekt wurde innerhalb des Vereins Jugendkulturarbeit ein „Jugendbüro International“ (IJuB+) aufgebaut, das mit Jugendlichen Beteiligungsverfahren für Jugendliche im Bereich internationale Begegnung entwickelte.

<https://www.jugendkulturarbeit.eu/youth-office-international.html>

ewoca3 – Young Perspectives

Internationales Bildungs- und Begegnungswerk e.V.

Jeweils drei Organisationen aus drei Ländern arbeiteten zusammen, um internationale Workcamp-Projekte zu planen und durchzuführen.

<https://ewoca.org/ewoca-young-perspectives/>

**Die Karawane zieht weiter...Europa lebt!
Wie viel Europa steckt in mir & meiner Kommune?
Kreis Steinfurt, Jugendamt / Kinder- und Jugend-
förderung**

Das Projekt organisierte eine kreisweite Tour „Die Karawane zieht weiter...“, bei der qualifizierte junge Mobilitätsexpert*innen zu Angeboten Internationaler Jugendarbeit beraten und informieren.
<https://www.europalebt.de/>

**Social entrepreneurship education in der Jugendarbeit
ACHT e.V.**

In dem Projekt wurden 5 nachhaltige Schülerfirmen an Berliner Schulen gegründet, die Café /Kakao einer peruanischen Kooperative oder Sweatshirts einer indischen, fairen Bekleidungsfirma beziehen und diese Produkte in Deutschland verkaufen.
<https://www.social-entrepreneurship-education.de/>

**Wir weit weg
KINDERVEREINIGUNG LEIPZIG e.V.**

Über internationale Jugendbegegnungen an 4 Oberschulen in Sachsen förderte das Projekt die internationale Mobilität und interkulturelle Kompetenz von Jugendlichen, die nicht das Abitur anstreben.
<https://www.kvleipzig-international.de/wir-weit-weg/>

**„Wie geht ‚Raus von Zuhause‘?“
Jugendförderung des Märkischen Kreises**

Der Projektschwerpunkt lag auf dem Aufbau einer medien-gestützten Peer-Beratung zu den Angeboten der Internatio-

nen Jugendarbeit mit Kooperationspartnern in der Region unter aktiver Einbeziehung von Jugendlichen.
www.märkischer-kreis.de

**Mobilitätskonto
GOEUROPE! Sachsen-Anhalt beim DRK Landesverband
Sachsen-Anhalt e.V.**

Ziel des Projektes war es, jungen Menschen ab 14 Jahren in Sachsen-Anhalt ein Mobilitätskonto anzubieten, um diese an mindestens einer grenzüberschreitenden Lernerfahrung teilhaben zu lassen.
<http://www.goeurope-now.de/>

**#JugendGrenzenlos – Social Media Kampagne für
internationale Jugendmobilität
Naturfreundejugend Deutschlands**

Das Projekt entwickelte mit Jugendlichen eine Strategie, die den Mehrwert internationaler Jugendmobilität unter Einsatz sozialer Medien verdeutlicht.
<https://www.naturfreundejugend.de>

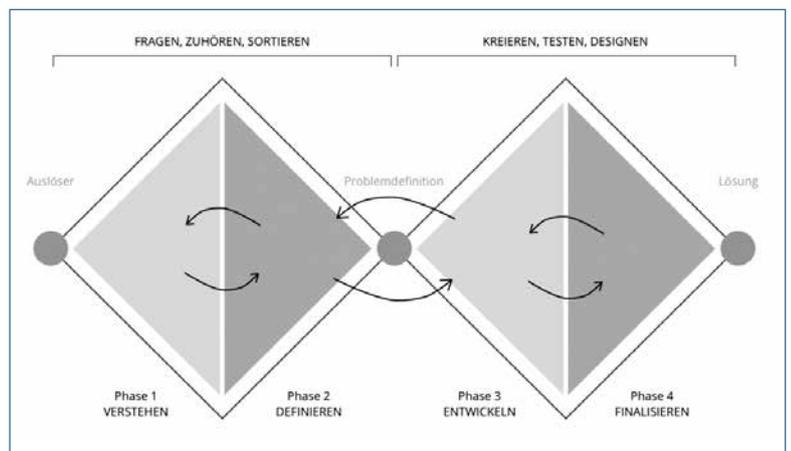
**Exchange Connects – durch internationalen Austausch
befähigt zu gesellschaftlichem Engagement
Stadtjugendring Buxtehude e.V.**

In dem Projekt wurde ein Israel-Austausch durchgeführt, bei dem die teilnehmenden Jugendlichen und Fachkräfte ihre positiven Erfahrungen und Erlebnisse für die Konzeption und Durchführung eines neuen Austauschs nutzten.
<https://www.sjr-buxtehude.de/>



05.03 Der genutzte Ansatz – Design Thinking

Für die in Form eines Planspiels durchgeführte Abschlussveranstaltung der beteiligten Innovationsfondsprojekte wurde die Methode des Design Thinking genutzt. Design Thinking ist ein Ansatz zum nutzerzentrierten Lösen von Problemen und zur Entwicklung neuer Ideen. Der Design Thinking-Prozess startet immer mit einer Herausforderung, oft auch Design Challenge genannt, die es zu lösen gilt. Dabei geht es im ersten Schritt zunächst darum das der Herausforderung zugrundeliegende Problem genau zu definieren. Hierfür ist es wichtig, die Motivation und Bedürfnisse der Menschen zu verstehen. Erst wenn das Problem verstanden und die Bedürfnisse und Motivationen der Zielgruppe und weiterer Stakeholder exploriert sind, werden Lösungen entwickelt. Design Thinking geht davon aus, dass Probleme besser gelöst werden können, wenn Menschen unterschiedlicher Disziplinen in einem kreativitätsfördernden Umfeld und unter Zuhilfenahme entsprechender Methoden zusammenarbeiten. Es geht darum, gemeinsam verschiedene Lösungen zu erarbeiten und diese in Form von Prototypen möglichst früh sichtbar und kommunizierbar zu machen. Die Prototypen werden verbessert, indem sie mit der Zielgruppe getestet und entsprechend dem Feedback angepasst werden. Das frühzeitige Testen der Prototypen ermöglicht es, Fehler dann zu erkennen, wenn diese noch einfach zu korrigieren sind und bevor umfangreiche Ressourcen in die Umsetzung fließen.



Der Double Diamond Prozess für User-centered Design.

Quelle: <https://www.testingtime.com/blog/double-diamond-design-prozess/>

Die Vorgehensweise in einem Design Thinking Prozess ist in vier klar strukturierte Phasen unterteilt.

Verstehen

In der Verstehen-Phase geht es daher darum herauszufinden, was die Probleme und Bedürfnisse von Nutzer*innen sind und welche Lösungen schon existieren. Wichtig ist dabei eine kontinuierliche Nutzerforschung um das Risiko zu minimieren, für die Nutzer*innen unbrauchbare Lösungen zu entwickeln.

Gestalten

Im Anschluss an die Verstehen-Phase folgt die Gestalten-Phase. In dieser werden gemeinsam mit der Zielgruppe und Expert*innen Lösungskonzepte erarbeitet. Die in der Verstehen-Phase erlangten Erkenntnisse über Nutzer*innen, ihre Bedürfnisse, Motivationen und Ziele werden genutzt, um mögliche Lösungsansätze zu inspirieren. Die erarbeiteten Lösungskonzepte werden zu Prototypen weiterentwickelt und getestet.





Entwickeln

Nach einer breiten Exploration mit zahlreichen Prototypen in der Gestalten-Phase wird in der Entwickeln-Phase eine funktionierende Version der Dienstleistung oder des Produktes erstellt. In dieser Phase wird das Angebot zunächst einer kleinen Testgruppe zugänglich gemacht. Dabei steht im Mittelpunkt, das Verhalten bei der Nutzung des Angebots zu analysieren und es basierend darauf kontinuierlich weiter zu verbessern.

Implementieren

In der Implementieren-Phase wird die Dienstleistung oder das Angebot allen Interessierten zur Verfügung gestellt, sozusagen veröffentlicht. Diese Skalierung des Angebots kann je nach Komplexität der Dienstleistung und der für die Erbringung notwendigen Prozesse auch in mehreren Stufen passieren. Auch nach der Veröffentlichung wird weiterhin Feedback berücksichtigt, analytische Daten gesammelt und fortwährende Nutzer*innenforschung betrieben, um die Dienstleistung kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Der Prozess innerhalb des Planspiels wurde bis zur 3. Phase „Entwickeln“ durchgespielt. Die Ergebnisse wurden in den vorangegangenen Kapiteln vorgestellt. Für die 4. Phase „Implementieren“ dienen sie als Impuls und Anregung, sie in bestehenden und / oder neuen Konzepten und Initiativen zu jugendgerechter Information und Beratung aufzugreifen und umzusetzen.

05.04 Statements zum Innovationsfonds

„Der Innovationsfonds ist eine gute Möglichkeit, relativ flexibel internationale Maßnahmen anzuschieben und somit eine bessere regionale und internationale Vernetzung zu ermöglichen.“

Martin Schmidt, AGJF-Sachsen e.V.
international scouts – neue Wege für die Internationale Jugendarbeit

„Der Innovationsfonds ist eine gute Möglichkeit, die Interessen junger Menschen länderübergreifend zu fördern und in sinnvollen Projekten, nachhaltige Kooperationen zu ermöglichen.“ #reallife

Carolina Sachs, Solidaritätsjugend Deutschlands
dialog 4.0

„Der Innovationsfonds ist eine besondere Form der Zuwendung und hat besondere Formate und Projekte erst möglich gemacht. Er initiierte damit etwas, das auch über die Projekte hinaus weiterwirkt.“

Susann Manell, Soziokulturelles Zentrum Die VILLA
Wir sind Europa

„Der Innovationsfonds ist gut dafür geeignet, um neue Jugendliche anzusprechen, mit ihnen gemeinsam attraktive Ansätze der Jugendarbeit zu entwickeln und diese dauerhaft in der regulären Praxis zu verankern. Das internationale Engagement der Jugendgruppe der Meinungsmacher:innen in unserem Verband ist ein gutes Beispiel dafür.“

Johanna Bontzol, Jugendbund djo-Deutscher Regenbogen, Landesverband Berlin e.V.
Meinungsmacher:innen international

„Der Innovationsfonds ist eine Möglichkeit Ideen und Visionen für die Kinder- und Jugendarbeit gemeinsam zu erarbeiten, die es braucht um ‚am Ball‘ zu bleiben und voranzukommen.“

Alexander Siebel, Märkischer Kreis, Fachbereich 5, FD 54
Jugendförderung und Kinderbetreuung
Koordination Kinder- und Jugendarbeit
Wie geht „Raus von Zuhause“?

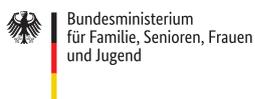
„Der Innovationsfonds bietet die seltene Möglichkeit, kreative neue Ideen von und für junge Menschen, auch über den Tellerrand hinausgedacht, auszuprobieren. Dadurch können neue Ansätze für das Feld der Internationalen Jugendarbeit, wie das Mobilitätskonto oder OpenBadges zur Anerkennung von Lernerfahrungen, angestoßen werden.“

Christian Scharf & Johannes Bergunder, GOEUROPE!
Sachsen-Anhalt beim DRK Landesverband Sachsen-Anhalt e. V.
Mobilitätskonto

Unter dem thematischen Schwerpunkt „Mehr Austausch und Begegnung – Jugend gestaltet Information und Beratung“ entwickelten 14 Innovationsfondsprojekte aus dem Bereich der Internationalen Jugendarbeit zwischen 2017 und 2019 neue Wege, um Jugendliche an die Angebote Internationaler Jugendarbeit heranzuführen und ihnen Erfahrungen grenzüberschreitender Mobilität zu ermöglichen. Von zentraler Bedeutung war hierbei, dass die Jugendlichen nicht nur selbst an den Projekten teilnahmen, sondern auch maßgeblich an ihrer Konzeption und Durchführung beteiligt waren.

IJAB – Fachstelle für Internationale Jugendarbeit der Bundesrepublik Deutschland e.V. begleitete die Projekte, um den fachlichen Austausch untereinander zu fördern, Vernetzung zu ermöglichen und den Rahmen zu schaffen, die innovativen Impulse der Projekte herauszuarbeiten. Am Ende der fachlichen Begleitung stand eine Abschlusstagung in Form eines Planspiels, um das in den Projekten gesammelte Wissen zusammenzuführen und gemeinsam über neue Wege für Information und Beratung nachzudenken. Zur Umsetzung des Planspiels wurde der Ansatz des „Design Thinking“, einem ganzheitlichen Strategieentwicklungs- und Innovationsprozess, gewählt. Der vorliegende Reader dokumentiert die Ergebnisse dieses Planspiels, stellt Hintergrundinformationen dar und gibt Empfehlungen und Impulse für die Weiterentwicklung jugendgerechter Information und Beratung in der Internationalen Jugendarbeit.

Gefördert vom



Ein Projekt von

