

**KINDER + JUGEND  
FÖRDERUNG  
WIRKT!**

**okaj**  
zürich

## **Kinder- und Jugendförderung wirkt! – 90 Jahre im Kanton Zürich**

Abschlussbericht der Jubiläumskampagne



Zürich, 28. Juni 2016

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einführung und Bericht</b> .....	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Umsetzung</b> .....	<b>3</b>
2.1	Geplante Elemente der Kampagne .....	3
2.1.1	Signet „Kinder- und Jugendförderung wirkt!“ .....	3
2.1.2	Multimedia-Bus .....	6
2.1.3	Wanderausstellung/Roadshow .....	7
2.1.4	Opening-Event und Jubiläumsfest .....	7
2.1.5	Landingpage/Kampagnenwebseite .....	8
2.1.6	Medienpartnerschaft Kinder- und Jugendförderung wirkt! .....	8
2.2	Zusätzlich realisierte Elemente der Jubiläumskampagne .....	10
2.2.1	Plakatkampagne .....	10
2.2.2	Projektelevaluation .....	10
<b>3</b>	<b>Ziele</b> .....	<b>11</b>
3.1	Leistungsziele .....	11
3.1.1	Verbreitung der 90-jährigen Geschichte der Kinder- und Jugendarbeit im Kanton Zürich durch eine Informationstour/Roadshow .....	11
3.1.2	Öffentlichkeitsarbeit: Initiierung der Veröffentlichung thematischer Beiträge der Geschichte und Zukunft der Kinder- und Jugendförderung .....	12
3.1.3	Das Signet „Kinder- und Jugendförderung wirkt!“ und die Kernbotschaften werden von lokalen und regionalen Kinder- und Jugendorganisationen eingesetzt. ....	12
3.2	Wirkungsziele .....	13
3.2.1	Die Medienbeiträge thematisieren die Vielfalt der Kinder- und Jugendförderung .....	13
3.2.2	Die Kampagnenwebsite wird als Informationsplattform genutzt. ....	13
3.2.3	An den Standorten der Kampagne ist die lokale Vielfalt der Kinder- und Jugendförderung sichtbar. ....	13
<b>4</b>	<b>Kommunikation</b> .....	<b>13</b>
<b>5</b>	<b>Lessons Learned</b> .....	<b>15</b>
<b>6</b>	<b>Ausblick</b> .....	<b>15</b>
6.1	Weiterführung bei der okay zürich .....	15
6.2	Weiterführung und Ausweitung auf nationaler Ebene .....	16
<b>7</b>	<b>Kontakt</b> .....	<b>16</b>

# 1 Einführung und Bericht

Im Kanton Zürich gibt es ein breites, professionelles Angebot an Kinder- und Jugendförderung. Die konkreten Angebote der verschiedenen Akteure haben viele positive Auswirkungen auf die Gesellschaft. Kinder und Jugendliche werden durch sie in ihren Ressourcen und Potenzialen gestärkt und gefördert. So trägt sie unter anderem auch zur Chancengleichheit und zur gesellschaftlichen Kohäsion bei. Die Vielfalt der Akteure und ihrer Angebote ebenso wie ihre positiven Auswirkungen sind politischen Entscheidungsträgern und der allgemeinen Öffentlichkeit jedoch noch unzureichend bekannt.

Hier setzte die Kampagne „Kinder- und Jugendförderung wirkt!“ an. Anlässlich ihres 90-jährigen Jubiläums im Jahr 2015 beleuchtete die okaj zürich als Dachverband und Fachstelle der Kantonalen Kinder- und Jugendförderung die Geschichte, Gegenwart und Zukunft der Kinder- und Jugendförderung anhand ihrer Jubiläumskampagne „Kinder- und Jugendförderung wirkt! – 90 Jahre im Kanton Zürich“. Mit Hilfe verschiedener Massnahmen sollten Akteure mit ihren vielfältigen Angeboten und den positiven Auswirkungen ihrer Arbeit auf die gesamte Gesellschaft in den Fokus rücken und sichtbar werden. Letztlich sollte die Position der Kinder- und Jugendförderung und insbesondere der Aspekt der „Förderung“ gestärkt und somit langfristig die Chancen für eine gesetzliche Verankerung erhöht werden.

## 2 Umsetzung

### 2.1 Geplante Elemente der Kampagne

#### 2.1.1 Signet „Kinder- und Jugendförderung wirkt!“

Das Signet „Kinder- und Jugendförderung wirkt!“ wurde in Zusammenarbeit mit der Konferenz der Kantonalen Jugendbeauftragten KKJ 2014 entwickelt und im Vorfeld der Jubiläumskampagne Ende 2014 lanciert. Es orientiert sich am Slogan des Jubiläumsjahres und steht allen Akteuren der Kinder- und Jugendförderung zur Verfügung, um ihre Aktivitäten einheitlich kennzeichnen zu können. Zeitgleich wurde eine Hauptbotschaft formuliert, welche durch mehrere Kernbotschaften begründet wird. Sie können je nach lokalen Gegebenheiten individuell angepasst werden.



### **Die Hauptbotschaft**

Kinder- und Jugendförderung ist eine Querschnittsaufgabe. Sie besteht aus einer Vielzahl an Angeboten für alle Kinder und Jugendlichen. Von den positiven Auswirkungen ihrer Tätigkeiten profitiert die gesamte Gesellschaft. Der Förderungsaspekt sollte längerfristig stärker in der Gesetzgebung verankert werden. Die Hauptbotschaft wird mit folgenden Kernbotschaften begründet:

#### *Kinder- und Jugendförderung bildet*

Bildungsprozesse in der Kinder- und Jugendförderung sind sehr vielfältig (non-formal) und haben zum Ziel, die Kinder und Jugendlichen im Entwicklungsprozess zum selbstbewussten und selbstbestimmungsfähigen Menschen zu begleiten. Sie setzen an den Bedürfnissen und Interessen der Kinder und Jugendlichen an und unterstützen damit ihre Suche nach einem ihnen angemessenen Leben und einer gelingenden Lebensführung.

#### *Kinder- und Jugendförderung beteiligt*

Jugendliche werden motiviert, sich bei der Gestaltung ihres Umfelds einzubringen und bei der Umsetzung ihre Anliegen, Wünsche und Ideen unterstützt. Beteiligte Jugendliche übernehmen Verantwortung und tragen Sorge zu ihrem direkten Umfeld. Durch die Möglichkeit mitzugestalten, entwickeln Jugendliche gesellschaftliche Identifikation.

#### *Kinder- und Jugendförderung stärkt Kompetenzen und Ressourcen der Jugendlichen*

Jugendliche nehmen eigene Fähigkeiten und Potenziale wahr und entwickeln diese in den vielfältigsten Angeboten der Kinder- und Jugendförderung weiter. Mit jeder positiven Erfahrung steigen ihr Selbstvertrauen und ihr Selbstwertgefühl. Die Angebote fördern die Fähigkeit der Jugendlichen zu Kooperation und Selbstorganisation und unterstützen ihre Konfliktfähigkeit.

#### *Kinder- und Jugendförderung trägt zur Chancengerechtigkeit und zur gesellschaftlichen Kohäsion bei*

Ihre niederschweligen und kostenlosen Angebote ermöglichen auch Kindern und Jugendlichen von Eltern mit sehr knappen finanziellen und zeitlichen Ressourcen ein vielfältiges Freizeitangebot sowie Hilfe und Förderung im schulischen Bereich u.a. in Kooperation mit der Schulsozialarbeit. Sie begegnet damit Ausgrenzung und fördert die gesellschaftliche Identifikation.

#### *Kinder- und Jugendförderung erkennt und reagiert frühzeitig*

Mit ihren niederschweligen, lebensweltorientierten und aufsuchenden Angeboten sind in der Kinder- und Jugendförderung Tätige unmittelbar mit Trends und Entwicklungen im Jugendbereich konfrontiert. Sie nehmen Probleme einzelner sowie problematische Entwicklungen innerhalb des Gemeinwesens wahr, analysieren diese permanent und können pragmatische Massnahmen vorschlagen und umsetzen. Sie sind wichtige gesellschaftliche Pulsnehmer.

*Kinder- und Jugendförderung integriert*

Jugendarbeitende und andere mit Kindern und Jugendlichen Tätige sind Ansprechpersonen für alle Lebensbereiche der Jugendlichen und unterstützen sie im stetigen Austausch auf dem Weg ins Erwachsenenleben (auch ins Berufsleben). Sie fungieren als Reflexionspartner/innen und/oder Vorbilder. Zudem profitieren viele Kinder und Jugendliche mit Migrationshintergrund, indem sie in Gesprächen über kulturelle und gesellschaftliche Themen und über Werte und Normen einen Umgang mit dem eigenem Kulturhintergrund finden können.

*Kinder- und Jugendförderung trägt zur Gesundheit bei*

Sie macht sich eine aktive und kreative Freizeitgestaltung zur Aufgabe, hält Jugendliche in Spiel und Sport auf Trab, fördert gesunde Ernährung, wirkt präventiv gegen Missbrauch von Suchtmitteln, gegen Gewalt und gegen psychosoziale Störungen.

*Kinder- und Jugendförderung fördert freiwilliges Engagement*

Weil in der Kinder- und Jugendförderung ohne die Initiative und Mitarbeit der Kinder und Jugendlichen nichts läuft, lebt Kinder- und Jugendförderung von hunderten von Stunden Freiwilligenarbeit, in der die freiwillig engagierte selbst am meisten profitieren.

*Kinder- und Jugendförderung stärkt den Jugendschutz*

Als ausserschulische und ausserfamiliäre Bezugspersonen begleiten in der Kinder- und Jugendförderung Tätige die Kinder und Jugendlichen durch Krisen und vermitteln weiterführende Hilfsangebote (Triage). Prävention, Früherkennung und der Schutz der physischen, psychischen und sexuellen Integrität sind dabei ein wichtiger Bestandteil.

*Kinder- und Jugendförderung ermöglicht jugendgerechte Kommunikation*

Die Beziehungsarbeit die durch permanenten, (meist niederschweligen) Kontakt und Austausch zu Jugendlichen und deren Cliquen entsteht und das freiwillige Setting, machen die in der Kinder- und Jugendförderung Tätigen zu Experten in jugendgerechter Kommunikation. Will man die Jugendlichen erreichen, sind dieses Wissen und der ungezwungene Austausch mit Jugendlichen unabdingbar: z.B. für kommunale Partizipationsprozesse und Prävention.

*Kinder- und Jugendförderung macht gesellschafts- und demokratiefähig*

Kinder- und Jugendförderung fördert freiwilliges Engagement, Teamarbeit, Eigeninitiative und Selbstverantwortung. Sie ermutigt Kinder und Jugendliche mitzudenken, mitzugestalten und ihre Ideen, Ansichten und Bedürfnisse zu formulieren. Damit leistet sie einen beträchtlichen Beitrag zur Sozialkompetenz und Demokratiefähigkeit von Kindern und Jugendlichen.

*Kinder und Jugendförderung zahlt sich aus / ist ihr Geld wert*

Kinder- und Jugendförderung reagiert nicht nur frühzeitig auf Probleme, sondern hilft präventiv, diese zu verhindern. Sie kommt allen zugute, denn eine starke, aktive Jugend

entlastet das Jugendhilfesystem und ist die Basis der sozioökonomischen Stabilität eines Gemeinwesens.

### *Kinder- und Jugendförderung braucht eine gesetzliche Verankerung*

Damit die Angebote und Leistungen der Kinder- und Jugendförderung langfristig allen Kindern und Jugendlichen im Kanton Zürich zur Verfügung stehen, sollte sie gesetzlich verankert werden.

Ziel ist, dass möglichst viele Akteure das Signet und die Botschaften für sich und ihre Angebote einsetzen und ein Wiedererkennungseffekt entsteht. Durch die breite Verwendung soll die ganze Bandbreite der verschiedenen Akteure und ihrer Angebote der Kinder- und Jugendförderung sichtbar werden. Die Grafik-Datei des Signets steht den Akteuren zur freien Verfügung und kann in vielen Kommunikationsmitteln (Online, Print etc.) eingesetzt werden. Das Signet wurde zudem auf eigens produzierten Werbemitteln platziert, welche als visuelle Wiedererkennungselemente dienen. Banner, Beachflags und aufblasbare Sitzmöbel markierten an den Standorten Präsenz und konnten/können ausgeliehen werden. T-Shirts, Säckli, Kleber und Pins wurden kostenlos abgegeben.



### **2.1.2 Multimedia-Bus**

Ein umgebautes Fahrzeug (Opel Blitz von 1975) diente als Ausstellungsplattform für die Wanderausstellung „Kinder- und Jugendförderung wirkt! – 90 Jahre im Kanton Zürich“. Mit professionellen Partnern wurden ausgewählte Inhalte aus dem reichen historischen Fundus der okaj zürich aufbereitet und visuell dargestellt. Die Ausstellungseinrichtung war dem Haltestellendesign der Verkehrsbetriebe Zürich VBZ nachempfunden. Sechs Informationstafeln informierten über wichtige Epochen und Entwicklungen der Kinder- und Jugendförderung. Integrierte Bildschirme (iPads) zeigten Archivmaterial (Bildmaterial und



Videoausschnitte) sowie Interviews mit Zeitzeugen und Persönlichkeiten der Kinder- und Jugendförderung. Ein Animationsfilm erläuterte anschaulich Ziele und Methoden der Kinder- und Jugendförderung. Als interaktives Element lud eine Videobox (ausserhalb des Ausstellungsbuses) die Besucher dazu ein, mit ihren Erinnerungen, Kommentaren und Zukunftserwartungen einen eigenen Beitrag zur Ausstellung zu leisten. Aufzeichnungen der Videobox wurden innerhalb des Abschlussfilms zu einem Gesamtwerk über die Jubiläumskampagne kombiniert und an der Jubiläumsfeier am 28. November 2015 gezeigt.



### 2.1.3 Wanderausstellung/Roadshow

Von Frühling bis Herbst 2015 führte die okaj zürich mit dem Ausstellungsfahrzeug (Multimedia-Bus) eine interaktive Roadshow über die Wirkung der Kinder- und Jugendförderung durch. Die Roadshow (mit Ausstellungsfahrzeug) stoppte an 11 Standorten im Kanton Zürich. Standorte und Daten wurden in Zusammenarbeit mit lokalen und regionalen Jugendarbeitenden ausgewählt. Um ein möglichst breites Publikum zu erreichen waren viele Standorte eingebunden in lokale/regionale Anlässe der Partner vor Ort (Dorffäscht o.ä.). Die lokalen Partner waren eingeladen, das Fahrzeug für die Präsentation und Sichtbarmachung ihrer eigenen Arbeit zu nutzen, z.B. als Performance-Bühne, Sirup-Bar oder Ausstellungsfläche ihrer eigenen Aktivitäten. Aufgrund der grossen Nachfrage wurden weitere 13 Standorte mit Ausstellungselementen (ohne Ausstellungsfahrzeug) ins Programm aufgenommen (Details siehe auch 3.1.).



### 2.1.4 Opening-Event und Jubiläumsfest

Der Opening-Event – die Lancierung der Kampagne – fand am 6. Mai 2015 am Geschäftssitz der okaj zürich statt, zeitgleich ging auch die Kampagnenwebseite online. Der Abschlussevent (Jubiläumsfest) fand am 28. November 2015 im Jugendkulturhaus Dynamo in Zürich statt. Das gesamte Gebäude stand für Workshops, die Finissage der Ausstellung, Apéro und abendliche Konzerte junger Schweizer Künstler zur Verfügung. Für die Finissage



wurde die Ausstellung um interessante Elemente zu Gegenwart und Zukunft erweitert. Während der offiziellen Eröffnung zeigten Gäste, wie der Filmregisseur This Lüscher, welche persönliche Verbindung sie zu konkreten Angeboten der Kinder- und Jugendförderung haben. Rolf Steiner, SP und aktuell Kantonsratspräsident, würdigte als ehemaliger Präsident der Vereinigung Ferien und Freizeit VFF (Vorgängerorganisation der okaj zürich) das 90-jährige Engagement für Kinder und Jugendliche. Ein eigens produzierter Abschlussfilm fasste das Jubiläumsjahr auf unterhaltsame Weise zusammen. Die Zahl der Gäste am Abendprogramm betrug 60-80 Personen. Ausserdem nahmen 40 Jugendliche an den 6 kostenlosen Workshops am Nachmittag teil.



### 2.1.5 Landingpage/Kampagnenwebseite

Auf der Kampagnenwebseite [www.kinder-und-jugendfoerderung-wirkt.ch](http://www.kinder-und-jugendfoerderung-wirkt.ch) wurde und wird das Jubiläumsprojekt umfassend dargestellt. Sie präsentiert einerseits Inhalte der Wanderausstellung (geschichtliche Epochen, Animationsfilm), Informationen zu den einzelnen Standorten der Wanderausstellung (Programm), Informationen und Beispiele der verschiedenen Akteure der Kinder- und Jugendförderung und ihrer Angebote, Informationen und Unterlagen zum Signet „Kinder- und Jugendförderung wirkt!“ und den Begleit-Botschaften sowie eine Liste mit Partnerakteuren, welche sie bereits verwenden, Übersicht und Bezugsmöglichkeiten von Werbematerialien zur Kampagne, eine Zusammenstellung über erschienene Medienberichte und Informationen für Medienschaffende. Auf den ursprünglich geplanten Einbau von interaktiven Elementen – angedacht war u.a. ein Blog – wurde auf Rat der umsetzenden Fachperson (Webseite) verzichtet. Bisherige Erfahrungen haben gezeigt, dass es extrem viel Aufwand auf Seiten der okaj zürich benötigt, Inhalte aktiv einzuholen. Akteure der Kinder- und Jugendförderung wie auch andere Personen können jedoch eigene Zitate zur Bedeutung der Kinder- und Jugendförderung sowie zum Signet einreichen, welche aufgeschaltet und wechselseitig eingeblendet werden.

### 2.1.6 Medienpartnerschaft Kinder- und Jugendförderung wirkt!

Geplant war die Begleitung der Jubiläumsaktivitäten durch eine Medienpartnerschaft mit einem oder mehreren führenden Medien aus der Region Zürich. Über ein Jahr verteilt, sollten so ca. 10 Beiträge zu Themen der Jugendarbeit sowie zu den Highlights des Jubiläums publiziert werden. Es zeichnete sich jedoch relativ früh ab, dass eine Medienpartnerschaft nicht zustande kommen würde. Nachdem die Zusammenarbeit mit der Kommunikationsagentur INM AG aufgrund von Differenzen bei der Herangehensweise beendet wurde, übernahm die Kommunikationsverantwortliche der okaj zürich die Medienarbeit für die Jubiläumskampagne. Im Kontext der



Kampagne „Kinder- und Jugendförderung wirkt!“ erschienen im Jahr 2015 insgesamt 51 Beiträge in Print- (41 Beiträge) und Onlinemedien (10 Beiträge). Es wurden keine Radio- oder TV-Beiträge ausgestrahlt.

Die begleitende Öffentlichkeitsarbeit zur Wanderausstellung fokussierte sich auf regionale und lokale Medien der besuchten Standorte. Sie erfolgte in enger Abstimmung mit den lokalen Partnern vor Ort. Einzelne Beiträge in nationalen Medien und Fachpresse ergänzten die Öffentlichkeitskampagne. Lancierung und Zweck des Signets waren ebenfalls Elemente der Öffentlichkeitsarbeit. Insgesamt gab es eine starke lokale Präsenz: 41 Beiträge erschienen in Printmedien – vorwiegend in lokalen und regionalen Medien, Stadt-Anzeigern und Gemeindeblättern, diese nehmen eine wichtige Orientierungsfunktion für die Leser/innen ein.



Themen:

- 30 Beiträge thematisierten das 90-jährige Jubiläum der okay zürich
- 29 Beiträge thematisierten die Wanderausstellung
- 24 Beiträge thematisierten Geschichte, Gegenwart und Zukunft der Kinder- und Jugendförderung
- 16 Beiträge thematisierten Vielfalt und Professionalisierung der Kinder- und Jugendförderung
- Die okay zürich wurde oft als zentraler Akteur genannt, aber auch die lokalen Akteure der Kinder- und Jugendförderung spielen eine wichtige Rolle



Graphische Darstellung Themenfokus der Medienberichte - Quelle: Evaluationsbericht ZHAW

### Highlights:

Die Fachzeitschrift SozialAktuell berichtete über die Lancierung des Signets „Kinder- und Jugendförderung wirkt!“ und über die damit verbundenen Botschaften. Im halbseitigen Artikel (inkl. Bild) der NZZ fasste der Autor die 90-jährige Geschichte der okaj zürich resp. des VFF zusammen und gab einen Einblick in den Winterthurer Stadtteil, in dem das Sternen Open-Air stattfand, in welches die Wanderausstellung eingebettet war. Weitere längere Artikel (Interviews) erschienen in den Fachzeitschriften „Punktum“ und „Kommunalmagazin“.

## 2.2 Zusätzlich realisierte Elemente der Jubiläumskampagne

### 2.2.1 Plakatkampagne

In jeder Gemeinde/Stadt, in der die Wanderausstellung zu Gast war, hingen vor und während des Anlasses grosse Plakate (F4/Weltformat) an offiziellen Plakatstellen. Vier unterschiedliche Sujets illustrierten stellvertretend Leistungen der offenen, verbandlichen, kirchlichen und weiteren Kinder- und Jugendförderung. Ein zusätzliches Sujet lud im November 2015 zur Abschlussfeier des Jubiläumsjahres ins Zürcher Jugendhaus Dynamo ein.



### 2.2.2 Projektevaluation

Die gesamte Jubiläumskampagne wurde durch die ZHAW (Bereiche Soziale Arbeit, Institut für Kindheit, Jugend und Familie/ Angewandte Linguistik, Institut für Angewandte Medienwissenschaft) fortlaufend begleitet und innerhalb einer Zwischen- sowie Abschlussevaluation ausgewertet. Innerhalb der Evaluationsphase fanden insgesamt 8 Austauschtreffen zwischen der ZHAW und der okaj zürich statt. Die ZHAW führte als Pretest zur Erstellung des Online-Fragebogens persönliche Interviews mit Akteuren der Kinder- und Jugendförderung und politischen Entscheidungsträgern durch. Die Einladung zur Teilnahme am Online-Fragebogen wurde anschliessend gezielt an zuständige Politiker/innen und Akteure der Kinder- und Jugendförderung im Kanton Zürich verschickt. Ausserdem führte die ZHAW eine Medienresonanzanalyse sowie einen Workshop mit den Kommunalen Kinder- und Jugendbeauftragten des Kantons Zürich KKJ durch.

## 3 Ziele

Das Hauptziel der Jubiläumskampagne bestand darin, die Tätigkeiten und Wirkungen der vielfältigen Angebote der Kinder- und Jugendförderung aufzuzeigen und sichtbar zu machen. Gleichzeitig sollte die Kampagne verdeutlichen, wie wichtig der Aspekt der „Förderung“ innerhalb der Kinder- und Jugendpolitik ist. Langfristig sollen auf diese Weise die Voraussetzungen geschaffen werden, den Förderungsaspekt stärker gesetzlich zu verankern.

### 3.1 Leistungsziele

Gemeinsam mit der ZHAW sowie der Stiftung Mercator Schweiz wurden im Vorfeld der Kampagne (weitere) konkrete Leistungs- und Wirkungsziele formuliert. Die Auswertung der Zielerreichung erfolgte via die Projektevaluation der ZHAW sowie die interne Evaluation der okay zürich. Im folgenden werden ausgewählte Ergebnisse vorgestellt. Der Evaluationsbericht der ZHAW ist einsehbar auf der Kampagnen-Website [www.kinder-und-jugendfoerderung-wirkt.ch](http://www.kinder-und-jugendfoerderung-wirkt.ch).

#### 3.1.1 Verbreitung der 90-jährigen Geschichte der Kinder- und Jugendarbeit im Kanton Zürich durch eine Informationstour/Roadshow

**Roadshow an 10 regionalen Standorten, in 2 Städten und eine anlässlich der „Aktion 72 Stunden“,**

##### *Zielerreichung*

Roadshow an 24 Standorten der Wanderausstellung (17 regionale, 6 Standorte in 4 Städten und eine anlässlich der „Aktion 72 Stunden“. 11 Standorte mit Fahrzeug, 13 Standorte mit Ausstellungselementen.

Die Nachfrage nach Stationen der Wanderausstellung war so gross, dass wir weitere Standorte in das Programm aufnahmen. Aus bestehenden und neu konzipierten Materialien erarbeiteten wir eine abgewandelte Ausstellungsversion (Ausstellung light). Diese zeichnete sich durch grössere Flexibilität aus und konnte mit geringeren personellen Ressourcen auch an kleineren Anlässen und in geschlossenen Räumen eingesetzt werden. (Gesamtes Programm unter [www.kinder-und-jugendfoerderung-wirkt.ch/standorte](http://www.kinder-und-jugendfoerderung-wirkt.ch/standorte)).

**Pro Standort durchschnittlich 150 Besucher/innen von denen 50 die Wanderausstellung aktiv aufsuchen**

##### *Zielerreichung*

Pro Standort durchschnittlich 140 Besuche, von denen 30 die Wanderausstellung aktiv aufsuchten.

Unser gesetztes Ziel konnte nicht ganz erreicht werden. Es gelang uns jedoch, die allgemeine Besucherzahl nach den Erfahrungen der ersten Standorte durch gesteigerte Bemühungen (konkrete Ausschilderung als Ausstellung, aktives Zugehen auf Besucher/innen) zu erhöhen. Die Zahl der aktiven Besucher/innen konnte jedoch im Verlauf der Kampagne nicht gesteigert werden. Hier ist zu erwähnen, dass die Ausstellungsfläche mit Fahrzeug häufig stark in lokale Anlässe der Jugendarbeit eingebunden (Bühne, Sirup-Bar etc.) war und dann auch als solche wahrgenommen wurde, d.h. der Ausstellungseffekt geriet in den Hintergrund. Dieses „positive Bild gegen aussen“ deckte sich allerdings gleichermassen mit unseren Zielen.

### **20 Beiträge pro Standort bei den interaktiven Installationen (Videobox)**

#### *Zielerreichung*

Die Videobox als interaktive Installation wurde gut angenommen und von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen genutzt. Durchschnittlich erhielten wir 30 Beiträge in der Videobox pro Standort.

### **3.1.2 Öffentlichkeitsarbeit: Initiierung der Veröffentlichung thematischer Beiträge der Geschichte und Zukunft der Kinder- und Jugendförderung**

Insgesamt 24 Beiträge im Jubiläumsjahr in nationalen und regionalen Medien (Print, Online, Audio und TV) im Jubiläumsjahr

#### *Zielerreichung*

Im Kontext der Kampagne „Kinder- und Jugendförderung wirkt!“ erschienen im Jahr 2015 insgesamt 51 Beiträge in Print- (41 Beiträge) und Onlinemedien (10 Beiträge). Es wurden keine Radio- oder TV-Beiträge ausgestrahlt.

### **3.1.3 Das Signet „Kinder- und Jugendförderung wirkt!“ und die Kernbotschaften werden von lokalen und regionalen Kinder- und Jugendorganisationen eingesetzt.**

**Einsatz bei 30 Kinder- und Jugendorganisationen**

#### *Zielerreichung*

Signet (seit der Lancierung Ende 2014): Einsatz bei 80 lokalen und regionalen Kinder- und Jugendorganisationen, 5 nationalen und einer internationalen Kinder- und Jugendorganisation. Unter den Akteuren hat vor allem die offene Kinder- und Jugendarbeit das Signet verwendet, seltener verbandliche und kaum kirchliche Akteure. (Liste der Partner welche das Signet verwenden: [www.kinder-und-jugendfoerderung-wirkt.ch/signet](http://www.kinder-und-jugendfoerderung-wirkt.ch/signet)).

Die Kernbotschaften wurden z.T. auf den Webseiten oder innerhalb von Medienmitteilungen von Partnern gesichtet – ihre Verwendung wurde jedoch nicht systematisch erhoben. Gemäss den Befragungsergebnissen (im Rahmen der Projekt-Evaluation der ZHAW) war vielen Akteuren der Verwendungszweck der Botschaften nicht klar. Dieses Resultat ist auch ein Hinweis auf die grosse Relevanz funktionierender Kommunikationskanäle – siehe auch Punkt 5.

## 3.2 Wirkungsziele

### 3.2.1 Die Medienbeiträge thematisieren die Vielfalt der Kinder- und Jugendförderung

In 30% der Beiträge wird auf die Vielfalt der Angebote hingewiesen (Akteure der offenen, verbandlichen, kirchlichen und Vereinsjugendarbeit).

#### *Zielerreichung*

Neben der okaj zürich als zentraler Akteur wurden die lokalen Akteure der Kinder- und Jugendförderung häufig in Artikeln erwähnt. In knapp 30% der Beiträge (16 von 51) wurde auf die Vielfalt der Angebote hingewiesen.

### 3.2.2 Die Kampagnenwebsite wird als Informationsplattform genutzt.

Die Kampagnenwebsite wird 1'500 mal pro Monat besucht

#### *Zielerreichung*

Die Webseite verzeichnete von Mai (Lancierung) bis November 2015 durchschnittlich 762 Besuche pro Monat. Die durchschnittliche Besuchsrates der Kampagnenwebseite konnte nach den ersten Monaten zwar leicht gesteigert werden; dennoch musste das anfangs gesetzte Ziel als zu ambitioniert eingeordnet werden.

### 3.2.3 An den Standorten der Kampagne ist die lokale Vielfalt der Kinder- und Jugendförderung sichtbar.

Alle 4 Mitgliedergruppen der okaj zürich (offene, verbandliche, kirchliche und übrige Kinder- und Jugendförderung) sind an 40% der Standorte präsent.

#### *Zielerreichung*

An 3 von 13 Standorten waren 4 Mitgliedergruppen präsent, d.h. an 23% der Standorte. Während viele Anlässe von einem lokalen Akteur organisiert waren zeigten ein paar Standorte, dass es auch gemeinsam geht. An diesen Standorten war dann jeweils eine grosse Bandbreite inkl. Sportvereinen, Suchtpräventionsstellen oder Kinderrat etc. aktiv beteiligt. Z.T. waren jedoch auch mehrere Akteure einer Mitgliedergruppe gemeinsam aktiv. Wahrscheinlich wurde bei der Zielsetzung die Schwierigkeit der planerischen Koordination der verschiedenen Akteure vor Ort unterschätzt.

## 4 Kommunikation

Generell waren wir bestrebt, die Informationen zur Kampagne möglichst breit zu streuen (eigene Post-Mailings, okaj-Newsletter, Informationen via fremde Newsletter und Webseiten, eigene und fremde Informationsanlässe, Medienarbeit etc.). Um möglichst alle Akteursgruppen zu erreichen haben wir Adressen recherchiert und z.B. auch direkt Ortsgruppen von Jugendverbänden angeschrieben (üblicherweise läuft die

Kommunikation über die kantonale Leitung, welche die Informationen weiterleitet). Trotz dieser breiten Palette an Informationskanälen blieb die Hürde bestehen, dass z.T. kein Erstkontakt stattfinden konnte, wenn unsere Informationen via Multiplikatoren nicht zu den Zieladressaten weitergeleitet wurden.

Die Kampagnen-Website besteht nach Ende des Jubiläumsjahres weiter und bietet momentan einen Rückblick über das Jubiläumsjahr. Ausserdem stellt sie das Signet „Kinder- und Jugendförderung wirkt!“ mit den Kernbotschaften vor und lädt dazu ein, diese in der eigenen Arbeit zu verwenden. Daneben wird sie aktuell z.B. für Bestellungen von Werbematerialien der Kampagne genutzt. Künftig ist geplant, sie als Plattform für die nationale Ausweitung der Kampagne zu nutzen (vgl. 7.2 Weiterführung und Ausweitung auf nationaler Ebene). Damit wird auch zukünftig das strategische Ziel der okaj zürich verfolgt, die Kinder- und Jugendförderung stärker gesetzlich zu verankern.

Über das Projekt selbst (Jubiläumskampagne) wurde im Vorfeld sowie fortlaufend via

- Medienmitteilungen der okaj zürich ([www.kinder-und-jugendfoerderung-wirkt.ch/medien](http://www.kinder-und-jugendfoerderung-wirkt.ch/medien)),
- den monatlichen Online-Newsletter (Link zum Archiv via [www.okaj.ch/terminliste/angebote/publikationen/newsletter](http://www.okaj.ch/terminliste/angebote/publikationen/newsletter)),
- die Kampagnenwebsite [www.kinder-und-jugendfoerderung-wirkt.ch](http://www.kinder-und-jugendfoerderung-wirkt.ch),
- die Homepage der okaj zürich [www.okaj.ch](http://www.okaj.ch),
- die Facebook-Seiten von „Kinder- und Jugendförderung wirkt“ und „okaj zürich“,
- 4 grossflächige Mailings (Postversand wie auch E-Mail) an Akteure der Kinder- und Jugendförderung (zu: Lancierung, Suche nach Standorten, Abschlussevent, Umfrage), politische Entscheidungsträger (u.a. Mitglieder des Zürcher Kantonsrates) – 1 weiteres Mailing ist für Ende Juni 2016 geplant,
- Medienarbeit: Aufgleisen von Fachbeiträgen und Interviews in Fachzeitschriften (z.B. SozialAktuell, Kommunalmagazin),
- Netzwerke der okaj zürich [www.okaj.ch/angebote/netzwerke](http://www.okaj.ch/angebote/netzwerke),
- Informationsveranstaltungen und Inputs (eigene): JUGENDarbeitZHMorge, Konferenz Kommunale Jugendbeauftragte KKJ, Schweizer Jugendfilmtage SJFT (im April 2015) und fremde Anlässe,
- Hinweise in Newslettern anderer Akteure, z.B. DOJ, [infoklick.ch](http://infoklick.ch), Zürcher Kantonalverband für Sport ZKS,
- öffentlichem Abschlussevent,
- Plakatkampagne zu den Standorten der Wanderausstellung,
- Animationsfilm und Abschlussfilm (auf der Kampagnenwebseite), Videobeiträge auf [youtube.com](http://youtube.com)

informiert

Für Dritte nutzbar gemacht wurde/wird das Projekt durch

- Abgabe und Verleih von Werbe- und Informationsmaterialien,

- Bereitstellung von Vorlagen und Mustern (Medienmitteilungen, Informationstexten, Bildern, Druckvorlagen z.B. Signet),
- Informationen und Beratung bei ähnlichen Vorhaben (z.B. Produktion von eigenen Werbemitteln mit Signet),
- Information über die Ergebnisse der externen Evaluation (Mailing und okaj-Newsletter - beide geplant auf Ende Juni 2016), an der Delegiertenversammlung der okaj zürich am 2. Juni 2016 wurden sie bereits vorgestellt,
- Inputs an Veranstaltungen anderer Akteure (Fachtalk Dachverband Kinder- und Jugendarbeit Kanton Solothurn 29.10.2015; Delegiertenversammlung DOJ 20.6.2016),
- Beratungen: aktuell Kanton Aargau; die Kantone Schaffhausen und Glarus nutzen bereits Elemente der Jubiläumskampagne

## 5 Lessons Learned

Höhepunkte der Jubiläumskampagne waren die Verdopplung der Ausstellungs-Standorte aufgrund des grossen Interesses lokaler Akteure, die grosse Medienresonanz sowie (besonders aus Sicht des okaj-Teams und der beteiligten Partner) die Präsentation des Abschlussfilms, welcher Planung und Ereignisse des Jubiläumsjahrs zusammenfasste.

Grosse Herausforderungen lagen bei der Planung der Standorte in der Zusammenarbeit mit lokalen Akteuren und der logistischen Planung der immer wieder unterschiedlichen Anlässe – zu Spitzenzeiten fanden an einem Wochenende 4 Anlässe parallel statt. Schliesslich zeigte sich, dass eine funktionierende Kommunikation zu lokalen Partnern ausschlaggebend für erfolgreiche Anlässe ist und der Aufwand hierfür keinesfalls unterschätzt werden sollte.

## 6 Ausblick

### 6.1 Weiterführung bei der okaj zürich

Das Signet „Kinder- und Jugendförderung wirkt!“ ist weiterhin Bestandteil der Kommunikationsmittel der okaj zürich und wird auf der Homepage der okaj zürich, in ihren E-Mail-Signaturen, in Präsentationen und Briefschaften verwendet. Die Werbe- und Informationsmaterialien zur Kampagne sind bei der okaj zürich verfügbar und können bezogen bzw. ausgeliehen werden. Ausgenommen sind jene Elemente, welche innerhalb der Ausstellung nur gemietet waren. Übersicht der Werbematerialien: [www.kinder-und-jugendfoerderung-wirkt.ch/werbemittel](http://www.kinder-und-jugendfoerderung-wirkt.ch/werbemittel). Die Anfrage eines Einkaufszentrums, die Ausstellung komplett zu zeigen, konnte nicht realisiert werden,

da sie nicht die nötigen Kosten übernehmen wollten. Eine Anpassung der Kampagnenwebseite ist für den Zeitpunkt geplant, an dem die Weiterführung auf nationaler Ebene konkretisiert wird.

## 6.2 Weiterführung und Ausweitung auf nationaler Ebene

Der Dachverband offene Kinder- und Jugendarbeit Schweiz (DOJ) will in Zusammenarbeit mit Partnern das 2015 von der okaj Zürich im Kanton Zürich realisierte Projekt „Kinder- und Jugendförderung wirkt!“ auf die nationale Ebene übertragen, adäquat anpassen und umsetzen. Eine breit aufgestellte strategische Partnerschaft mit den wichtigsten nationalen Akteuren im Bereich der Kinder- und Jugendförderung soll unter der Federführung des DOJ dazu beitragen, dass das Thema Kinder- und Jugendförderung auf nationaler Ebene thematisiert und Informationen darüber verbreitet werden. Gemeinsame Publikationen, punktuelle nationale Anlässe der Trägerschaft und der einzelnen Partner sowie eine zentrale Web-Plattform [www.kinder-und-jugendfoerderung-wirkt.ch](http://www.kinder-und-jugendfoerderung-wirkt.ch) leisten einen Beitrag zur Sensibilisierung und Öffentlichkeitsarbeit.

Parallel dazu sollen interessierte Kantone dabei unterstützt werden, den Begriff der Kinder- und Jugendförderung und die damit zusammenhängenden Akteure und Aktivitäten sowie deren Wirkung auf Kinder und Jugendliche und auf das Gemeinwesen/die Gesellschaft bekannter und sichtbarer zu machen. Die Erfahrungen und Erkenntnisse aus der kantonalen Umsetzung werden hierfür aufbereitet und angepasst sowie im Anschluss für weitere Kantone zugänglich gemacht. Die Umsetzung kann von den Kantonen individuell auf ihre Bedürfnisse, Gegebenheiten und Möglichkeiten angepasst werden.

## 7 Kontakt

### Projektleitung

Kirsten Meier, Stv. Geschäftsführerin  
[kirsten.meier@okaj.ch](mailto:kirsten.meier@okaj.ch)  
044 366 50 14

### Kampagnenwebseite

[www.kinder-und-jugendfoerderung-wirkt.ch](http://www.kinder-und-jugendfoerderung-wirkt.ch)

### okaj zürich – Kantonale Kinder- und Jugendförderung

[www.okaj.ch](http://www.okaj.ch)