

No. 55
08/2022



INFO

animation

**LOBBYING ET
RELATIONS PUBLIQUES
DANS L'ANIMATION
SOCIOCULTURELLE
ENFANCE ET JEUNESSE**

**LOBBYING E
RELAZIONI
PUBBLICHE
NELL'ANIMAZIONE
SOCIOCULTURALE
INFANZIA E GIOVENTÙ**

**LOBBYING UND
ÖFFENTLICHKEITS-
ARBEIT IN DER
OFFENEN KINDER-
UND JUGENDARBEIT**



INHALTSVERZEICHNIS

3	Editorial
4-5	Erfolgreiches Lobbying für die OKJA in der Gemeinde <i>Philipp Kutter</i>
8-9	«Wir wollen den Jugendlichen mit Instagram Live Gehör verschaffen» Interview <i>Endrit Sadiku</i>
10	Kurzfassung Verbindung zu Politik aufbauen <i>Michael Schweizer</i>
11	Kinder- und jugendpolitische Konzeptentwicklung als Chance <i>Julia Gerodetti, Martina Gerngross und Manuel Fuchs</i>
12	Öffentlichkeitsarbeit für Fundraising: leicht gemacht? <i>Björn Niggemann</i>
13	Kurzfassung Ein Film für mehr Sichtbarkeit <i>Marielle Ghinet-Nicod und Amaya Lacabe</i>
15-16	Wie partizipativ ist die Offene Kinder- und Jugendarbeit? <i>Manuel Fuchs, Julia Gerodetti und Martina Gerngross</i>
21	DOJ/AFAJ intern
22	Nachruf Markus Gander

TABLE DES MATIÈRES

3	Éditorial
6	Résumé Lobbying réussi au niveau communal <i>Philipp Kutter</i>
7	Le lien avec le politique – un travail créatif <i>Michael Schweizer</i>
9	Résumé « Donner la parole aux jeunes via Instagram » <i>Extraits de l'interview avec Endrit Sadiku</i>
10	Résumé Nouveau guide utile pour les relations publiques <i>Julia Gerodetti, Martina Gerngross et Manuel Fuchs</i>
13	Résumé Travail de relations publiques pour trouver des fonds ? <i>Björn Niggemann</i>
14	Un film comme outil précieux pour les relations publiques <i>Marielle Ghinet-Nicod et Amaya Lacabe</i>
17-18	Dans quelle mesure l'animation socioculturelle enfance et jeunesse est-elle participative ? <i>Manuel Fuchs, Julia Gerodetti et Martina Gerngross</i>
19-20	Quanto è partecipativa l'animazione socioculturale infanzia e gioventù? <i>Manuel Fuchs, Julia Gerodetti e Martina Gerngross</i>
22	Nécrologie Markus Gander
23	Necrologio di Markus Gander



QUALITOOL

Qualität in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit. Praxisnahes Online-Instrument für Fachpersonen und Auftraggebende.
quali-tool.ch

Qualité de l'animation socioculturelle enfance et jeunesse. Instrument en ligne pour les professionnel-le-s et les responsables.
quali-too.ch/fr

Qualità nell'animazione socioculturale dell'infanzia et della gioventù. Strumento online per i professionisti e i responsabili.
quali-too.ch/it

EDITORIAL

Liebe Leser*innen

Mehr Sichtbarkeit und Anerkennung für die Offene Kinder- und Jugendarbeit (OKJA) und damit stärkerer Einbezug, bessere Rahmenbedingungen und mehr Ressourcen – dies ist seit Jahren Ziel des DOJ und seiner Kollektivmitglieder. Hier und dort wird lobbyiert und vom Wirken der OKJA berichtet, mehr Mut und auch Wille ist aber auf allen Ebenen nötig, um spürbare Veränderungen zu bewirken.

In der Strategie 2021-2023 des DOJ ist daher die Stärkung der Kollektivmitglieder *der* zentrale Punkt. Eines der Ziele dazu betrifft die Förderung von Öffentlichkeitsarbeit und politische Einflussnahme. Ergänzend zur kantonalen und nationalen Ebene ist für eine Wertschätzung und Gehör für die OKJA vor allem das Engagement unserer Anschlussmitglieder auf kommunaler Ebene wichtig.

Dieses Heft bietet dazu Anhaltspunkte und Anregungen. Es beinhaltet unter anderem Tipps von einem Politiker und PR-Profi, gibt Einblicke in konkrete Aktivitäten von Fachstellen und anderen Akteur*innen und beleuchtet das kinder- und jugendpolitische Konzept als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit. Möge der Funken springen und dieses Heft zu aktivem Handeln und kreativem und mutigem Ausprobieren animieren.

Viel Lesevergnügen!

Marcus Casutt
Geschäftsleiter DOJ



ÉDITORIAL

Chères lectrices, chers lecteurs,

Davantage de visibilité et de reconnaissance pour l'animation socioculturelle (ASC) enfance et jeunesse et donc une plus grande implication, de meilleures conditions cadres et plus de ressources – tel est l'objectif que l'AFAJ et ses membres collectifs poursuivent depuis des années. Ici et là, on fait du lobbying et on parle de l'impact de l'ASC enfance et jeunesse, mais pour apporter des changements tangibles il faut davantage de courage et de volonté à tous les niveaux.

C'est pourquoi rendre les membres collectifs plus forts est le point central de la stratégie 2021–2023 de l'AFAJ. L'un des objectifs à cet égard concerne la promotion du lobbying et du travail de relations publiques. En complément à ce qui se fait aux niveaux cantonal et national, l'engagement de nos membres affiliés au niveau communal est particulièrement important pour que l'ASC enfance et jeunesse soit appréciée et entendue.

Ce numéro d'InfoAnimation offre des points de repère et des suggestions à cet égard. Il contient entre autres des conseils d'un politicien et professionnel des relations publiques, donne un aperçu des activités concrètes de services spécialisés et d'autres acteurs et actrices et présente l'élaboration d'un concept de politique de l'enfance et de la jeunesse comme instrument pour le travail de relations publiques. Que cette édition vous inspire et vous incite à passer à l'action et à expérimenter de façon créative et courageuse.

Bonne lecture !

Marcus Casutt
Directeur de l'AFAJ

ERFOLGREICHES LOBBYING FÜR DIE OKJA IN DER GEMEINDE

Philipp Kutter, Vorstandsmitglied DOJ, Nationalrat Die Mitte, Stadtpräsident Wädenswil

Das Lobbyieren hat einen schlechten Ruf. Zu Unrecht, denn ohne geht es nicht. Auch die Offene Kinder- und Jugendarbeit (OKJA) braucht eine Lobby. Hier einige konkrete Tipps, wie sich Fachpersonen und politisch Interessierte in der Gemeinde für eine starke OKJA einsetzen können.

Wer sich für ein politisches Anliegen einsetzt, lobbyiert. Ich lobbyiere schon 25 Jahre für die OKJA, seit ich in der Jugendkommission der Stadt Wädenswil mein erstes politisches Amt antrat. Hier fasse ich meine Erfahrung spezifisch auf die OKJA zugeschnitten zusammen.

1. Stellung und Umfeld analysieren

Es lohnt sich für OKJA-Fachpersonen, sich die Zeit zu nehmen, um die Stellung der OKJA in der Gemeindeorganisation zu reflektieren. Wie lautet ihr Auftrag? Ist er klar formuliert? Welche Kompetenzen hat die OKJA? Welche Ressourcen stehen zur Verfügung? Passen diese drei Elemente zusammen? Ist die OKJA organisatorisch an der richtigen Stelle verortet? Wie wird sie geführt? Und wie beurteilt das Umfeld die Arbeit der OKJA? Sind nämlich Partnerorganisationen, Gemeindeverwaltung und politische Behörden der OKJA gegenüber eher kritisch eingestellt, müssen die Fachpersonen die Überzeugungsarbeit anders angehen, als wenn die OKJA von den Bewohnenden der Gemeinde und den Behörden grundsätzlich wohlwollend wahrgenommen wird.

2. Verbündete kennen

In jedem Fall gilt es Verbündete zu identifizieren, die als Fürsprecher*innen wirken. Dies können Behördenmitglieder oder Fachpersonen sein, die mit der OKJA zusammenarbeiten und ihren Wert im beruflichen Alltag erfahren. Spricht die Schulleiterin oder der Polizeichef positiv über die OKJA, ist dies von grossem Wert. Es lohnt sich auch hier etwas Zeit einzusetzen. Erfahrungsgemäss sind es mehr Verbündete, als die Fachpersonen im ersten Moment denken. Allerdings gilt auch hier: Beziehungen müssen gepflegt werden, sonst lebt man sich auseinander. Regelmässige Kontakte im Alltag sorgen dafür, dass die Verbündeten ideell in Verbindung bleiben. Der Gold-Standard sind natürlich geteilte Erfahrungen im beruflichen Alltag, zum Beispiel dank gemeinsamen Projekten. Grundlegend sind zudem eine offene Kommunikation und ein wertschätzender Umgang bei Konflikten.

3. Netzwerk stärken

Die Summe der Verbündeten bildet das Netzwerk der OKJA. Dieses zu stärken ist ein wesentliches Element von erfolgreichem Lobbying. Im Idealfall geschieht dies nicht im Zusammenhang mit einer konkreten politischen Absicht, sondern aus der Motivation heraus, jedes einzelne Mitglied des Netzes durch die Verbindung mit den anderen zu stärken. Ein Netzwerk soll in erster Linie Spass machen, dank den persönlichen Kontakten und dem fachlichen Austausch.

Eine effektive Strategie, um das OKJA-Netzwerk zu stärken, sind Begegnungen. Dazu zählt der informelle Austausch beim Kaffee ebenso wie formalisierte Zusammenkünfte in Gremien. Je nach Lage kann die OKJA selbst eine solche Plattform schaffen und dies mit Wissenstransfer verknüpfen, indem sie zu einem Apéro einlädt, zu einem Suppenessen mit Kurzreferaten oder zum Jugend-Znüni. Ein stabiles Netzwerk, die Verankerung in der Gemeindeverwaltung und gute Kontakte zu den Mitgliedern der kommunalen Behörden sind wesentlich für die Erfüllung der Aufgaben und für die politische Abstützung.

4. Positive Wahrnehmung fördern

Die Akzeptanz der OKJA wird unterstützt, wenn ihre Arbeit in der Öffentlichkeit wahrgenommen wird. Damit werden auch Verbündete gestärkt, die sich für die OKJA einsetzen. Fachpersonen der OKJA sollen sich daher Gedanken machen, wie sie sich und ihre Aktivitäten sichtbar machen, beispielsweise durch Präsenz im Quartier, natürlich im Jugendhaus, am Dorffest und in Gremien oder durch Auftreten in den Medien (Social Media, Plakate, Lokalzeitung, Webseite).

5. Mehrwert formulieren

Die OKJA erbringt wertvolle Dienste für die Gesellschaft. Doch welche sind das und welche Wirkung haben sie? Den Fachpersonen ist das wohl klar, aber wissen Auftraggebende, welchen «Mehrwert» die Arbeit der OKJA hat? Es ist für die OKJA wichtig, dies verständlich und anschaulich zu benennen. Eine gute Plattform dafür ist der Jahres- oder Geschäftsbericht oder die jährliche Berichterstattung im Rahmen eines Leistungsauftrags. Doch auch ohne eine Verpflichtung dazu, lohnt sich eine solche Berichterstattung – und es muss nicht eine Hochglanzbroschüre sein. Einmal erstellt lässt sich der Leistungsausweis vielfach nutzen, auch im Lobbying. Je griffiger die OKJA belegen kann, was sie leistet, desto mehr Gewicht hat ihr Wort in der politischen Debatte.

6. Bedürfnisse der Auftraggebenden berücksichtigen

Die OKJA gewinnt an Rückhalt, wenn sie die Bedürfnisse der Auftraggebenden berücksichtigt. Das mag selbstverständlich klingen, ist es aber nicht. Dies geschieht bestenfalls wiederkehrend, kann im informellen Austausch stattfinden oder formalisiert, etwa bei der Formulierung von Jahreszielen im Gespräch mit der vorgesetzten Stelle. Die Bedürfnisse der politischen Vorgesetzten mögen vielleicht aus fachlicher Sicht unpräzise sein und schwierig umzusetzen. Meine Empfehlung ist, sich davon nicht abschrecken zu lassen, das Anliegen (trotzdem) entgegenzunehmen und so einzubauen, dass es zur Fachlichkeit der OKJA passt. Aus langjähriger Erfahrung kann ich sagen, dass Politiker*innen es sehr schätzen, wenn eine Fachperson «Wir kümmern uns darum» oder auch nur «Wir nehmen das auf» sagt.

7. Auftrag definieren

Sind die Bedürfnisse der Auftraggebenden bekannt, so ist es bis zum ausformulierten Leistungsauftrag nur noch ein kleiner Schritt. Mit diesem werden gleichzeitig die Erwartungen an die OKJA geklärt. Vielerorts wird die öffentliche Verwaltung über Leistungsaufträge geführt und ist mit Globalbudgets ausgestattet. Diese Form der Verwaltungsführung, die ihre Wurzeln im New Public Management (NPM) der 1990er Jahre hat, lässt sich auch in der OKJA anwenden. Hierbei wird definiert, welche Leistungen die OKJA anbieten soll: Umfang der Treffpunktarbeit im Jugendhaus und der Aufsuchenden Jugendarbeit, Anzahl Projekte pro Jahr, Umfang der Einzelfallbetreuung, thematische Schwerpunkte, Vernetzung, und so weiter. Nicht alles lässt sich präzise erfassen. Gleichwohl wird im Leistungsauftrag festgelegt und damit sichtbar gemacht, was die OKJA alles tut oder tun kann. Damit lassen sich zugleich die Erwartungen steuern.

8. Führung zulassen und einfordern

Ob Leistungsauftrag und Jahresziele erfüllt wurden, prüft die vorgesetzte Verwaltungsstelle oder politische Behörde. Sowohl Auftraggebende als auch Fachstellenleitende der OKJA sollten Interesse daran haben, regelmässig über Zielerreichung und aktuelle Herausforderungen zu diskutieren. Für die OKJA-Verantwortlichen bietet sich hierbei die Chance, beim politischen Gegenüber das Verständnis für die Dienstleistung zu stärken und es gegebenenfalls für bevorstehende politische Entscheide zu gewinnen.

9. Ein «gesetzlicher» Auftrag

Es geschieht selten, dass eine Gemeinde oder eine Stadt die OKJA in einem kommunalen «Gesetz» (Verordnung, Reglement) verankert. Das liegt wohl daran, dass dies ein aufwändiger Weg ist. Für kommunale «Gesetze» braucht es den Beschluss der Gemeindeversammlung oder des Gemeindeparlaments. Weiter verbreitet sind andere Instrumente, die einfacher zu installieren sind und einen ähnlichen Zweck erfüllen. Die OKJA lässt sich beispielsweise den Auftrag geben ein Leitbild zu formulieren, mit dem die Kinder- und Jugendpolitik der Gemeinde für die nächsten Jahre definiert wird. In die Erarbeitung kann die Bevölkerung einbezogen werden, das Ergebnis wird von der kommunalen Exekutive verabschiedet.

Fazit

Lobbying ist Überzeugungsarbeit. Überzeugen kann am besten, wer selbst überzeugt ist. Deshalb ist es wichtig, dass die Fachpersonen der OKJA sich selbst bewusst sind, was sie zu bieten haben und was ihre Tätigkeit einzigartig macht. Diese Profilierung kann in der OKJA noch geschärft werden, ich sehe darin grosse Chancen. Anders als viele andere öffentliche Dienste geht die OKJA zu den Menschen. Sie arbeitet in Netzwerken und ist kompetent, auch in unübersichtlichen Situationen einen Weg zu finden. Und sie arbeitet mit jungen Menschen – und damit für die Zukunft.



RÉSUMÉ LOBBYING RÉUSSI AU NIVEAU COMMUNAL

Philipp Kutter, membre du comité de l'AFAJ, conseiller national Le Centre, maire de Wädenswil

Le lobbying est mal vu. À tort, car on ne peut pas s'en passer. Comment donc s'engager avec succès au niveau communal en faveur de l'animation socio-culturelle (ASC) enfance et jeunesse ? Voici neuf aspects classiques d'un lobbying réussi, avec des conseils concrets pour l'ASC enfance et jeunesse.

1. Analyser sa position et son environnement

Il vaut la peine de prendre le temps de réfléchir à la position de l'ASC enfance et jeunesse dans la commune. Le mandat, les compétences et les ressources de l'ASC enfance et jeunesse sont-ils compatibles ? L'ASC enfance et jeunesse est-elle rattachée au bon dicastère ? Comment l'environnement évalue-t-il son travail ?

2. Connaître ses allié-e-s

L'ASC enfance et jeunesse doit identifier ses allié-e-s. Il peut s'agir de membres des autorités ou de professionnel-le-s qui collaborent avec l'ASC enfance et jeunesse et qui connaissent son impact sociétal. Les relations avec ces allié-e-s doivent être entretenues, idéalement en partageant des expériences, par exemple dans le cadre de projets communs.

3. Renforcer le réseau

La somme de ses allié-e-s constitue le réseau de l'ASC enfance et jeunesse. Renforcer ce dernier est essentiel. Dans l'idéal, cela ne se fait pas avec une intention politique concrète, mais avec la motivation de renforcer chaque membre du réseau en le reliant aux autres. Une stratégie efficace consiste à organiser des rencontres, informelles ou formelles.

4. Promouvoir une image positive

Il existe différentes manières de donner de la visibilité aux activités de l'ASC enfance et jeunesse. Cela peut passer par une présence dans le quartier, à la fête du village, dans des commissions, mais aussi par une présence dans les différents médias.

5. Mettre en évidence la valeur ajoutée

Un rapport annuel constitue un bon moyen pour mettre en évidence le travail réalisé et son impact. Une fois rédigé, le rapport peut être utilisé à de nombreuses occasions, notamment pour le lobbying. Plus l'ASC enfance et jeunesse peut montrer de manière efficace

ce qu'elle accomplit, plus sa parole a de poids dans le débat politique.

6. Prendre en compte les besoins des mandant-e-s

L'ASC enfance et jeunesse gagne à connaître les besoins des mandant-e-s et à en tenir compte, que ce soit à travers un échange informel ou de manière formalisée, par exemple lors de la formulation des objectifs annuels.

7. Définir le mandat

Une fois les besoins des mandant-e-s connus, il ne reste plus qu'à formuler un mandat de prestations qui clarifie les attentes à l'égard de l'ASC enfance et jeunesse.

8. Permettre et exiger un leadership

Le service administratif compétent ou l'autorité politique doit vérifier si le mandat de prestations et les objectifs annuels ont été remplis. Discuter régulièrement de la réalisation des objectifs et des défis actuels est l'occasion pour l'ASC enfance et jeunesse de mieux faire comprendre à son partenaire politique l'enjeu de son travail et, le cas échéant, de le gagner à sa cause pour les décisions politiques à venir.

9. Un mandat officiel

Il est rare qu'une commune ancre l'ASC enfance et jeunesse dans une « loi » communale (ordonnance, règlement), sans doute parce qu'il s'agit d'une procédure complexe, qui nécessite une décision de l'assemblée municipale ou du conseil communal. D'autres instruments, plus faciles à mettre en place et qui remplissent un objectif similaire, existent : l'ASC enfance et jeunesse peut par exemple se faire confier le mandat de formuler une charte définissant la politique de l'enfance et de la jeunesse de la commune pour les prochaines années, la population peut être impliquée dans l'élaboration et le résultat être adopté par l'exécutif communal.

Conclusion

Le lobbying est un travail de persuasion. Le meilleur moyen de convaincre étant d'être soi-même convaincu-e, il est central que les professionnel-le-s de l'ASC enfance et jeunesse soient conscient-e-s de la richesse de ce qu'ils et elles ont à offrir.

LE LIEN AVEC LE POLITIQUE – UN TRAVAIL CRÉATIF

Michael Schweizer, responsable du secteur de l'animation socioculturelle, REPER

Les centres d'animation socioculturelle (ASC) de la ville de Fribourg existent depuis plus de 40 ans. Actuellement, ils sont gérés par l'association REPER, qui a fourni au fil des années un important travail de conscientisation auprès de la commune et a su, par son travail de relations publiques et de mise en réseau, gagner sa confiance et être dorénavant considérée comme une partenaire.

Depuis dix ans, les centres d'ASC de Fribourg, avec un mandat renégocié tous les quatre ans avec la ville, ont pratiquement doublé leur volume d'activité. Actuellement, REPER développe ses actions à partir de quatre centres et d'un jardin partagé.

Évolution en trois phases

Pour faire court, quitte à être un peu caricatural, je distingue trois phases qui jalonnent notre histoire en lien avec le politique de la ville de Fribourg.

- Une première phase que je résumerais par « occupez-vous de ces jeunes pour qu'ils ne dérangent pas », « vous n'avez qu'à faire des activités avec eux ».
- Une deuxième phase de conscientisation active auprès des politiques par rapport aux enjeux sociaux qui traversent notre action. Et parallèlement une extension de l'offre à un public intergénérationnel.
- Une troisième phase où l'association REPER est passée du statut d'exécutante d'une politique communale à celui de partenaire de cette dernière. Notre partenariat est désormais activé dès le début des réflexions qui concernent nos domaines d'activité et nous permet d'être une force de constat et de proposition.

Deux lignes d'action politique

Deux lignes fortes, émanations de notre action d'ASC, peuvent être mises en avant pour décrire notre façon d'être en lien avec le politique.

1. Créativité et expertise

Durant les 15 dernières années, les animatrices et animateurs socioculturels sont montés en puissance quant à leur expertise sur divers sujets (participation, intégration, urbanisme, précarité, discrimination, développement durable, etc.). Cette expertise a été acquise par des formations et, surtout, par une ouverture à de nouveaux enjeux. Celle-ci s'est concrétisée par la mise en place de projets, souvent de façon expérientielle,

dans des contextes de proximité où nous pouvons exercer une influence visible et concrète. Ces expériences ont été rendues possibles grâce à un mandat qui laisse passablement de marge de manœuvre, par la disponibilité des animatrices et animateurs à prendre des responsabilités et par l'apport de financements hors mandat (fondation, commune, canton, confédération, etc.). En retour, les projets pilotes mis en place ont donné de la crédibilité à notre pouvoir d'action face aux politiques et ont pu, dans bien des cas, être repris dans notre mandat pérenne.

2. Création d'espaces comme un essentiel

Un des enjeux principaux du travail de l'ASC comme instigatrice de liens et de médiation, y compris en ce qui concerne le lien avec le politique, se décline dans la nécessité de travailler à la mise en place d'espaces physiques et symboliques qui permettent la relation, le partage des opinions, l'expression des ressentis et la modélisation d'actions communes.

Ces deux dernières années, les centres d'ASC ont été confrontés, comme l'intégralité de notre société, à une remise en question fondamentale des espaces de liberté. Ce phénomène n'est pas nouveau, mais il est certainement l'enjeu le plus important de la crise sanitaire, politique et démocratique qui nous touche. Sachant que c'est un préalable nécessaire à toute forme d'action, REPER se bat, à travers ses échanges avec le politique, pour le maintien des espaces de liberté et de dialogue.

Terrain d'entente

Dans le lien avec le politique, c'est une philosophie de travail qui vient compléter notre côté militant et qui nous permet d'être dans des désaccords tout en trouvant, souvent par la mise en place d'actions expérientielles évaluables et perfectibles, un terrain d'entente qui tient compte des contraintes, des objectifs et des envies propres à nos partenaires politiques. Plutôt que d'être sur un registre du « oui/non » ou du « juste/faux », nous mettons en avant le « essayons, observons, réajustons ».

reper-fr.ch

«WIR WOLLEN DEN JUGENDLICHEN MIT INSTAGRAM LIVE GEHÖR VERSCHAFFEN»

Dieses Interview mit Endrit Sadiku, Jugendarbeiter im Jugendzentrum Chillout von JuAr Basel, zum #JugendLiveTalk auf Instagram Live zeigt, wie die Offene Kinder- und Jugendarbeit (OKJA) Kanäle wie Instagram für die Kinder- und Jugendförderung nutzen und als Instrumente für Öffentlichkeitsarbeit einsetzen kann.

InfoAnimation: Herr Sadiku, was ist der #JugendLiveTalk?

Endrit Sadiku: Der #JugendLiveTalk ist ein niederschwelliges Angebot der Jugendzentren Kleinhüningen (Chillout) und Dreirosen von JuAr Basel für Jugendliche. Ziel ist es, Themen bei den Jugendlichen zu filtern, die entsprechenden Gesprächspartner*innen anzufragen und durch Instagram Live-Gespräche Anliegen der Jugendlichen direkt an Fachexpert*innen wie Politiker*innen, Behörden, Mitarbeitende von Fachstellen, Musiker*innen oder Influencern heranzutragen. Das Angebot entstand inmitten der zweiten Schliessung der Jugendzentren Anfang 2021, in einer Zeit, als wir praktisch keinen physischen Kontakt mehr zu den Jugendlichen hatten. Die ganze Kommunikation mit ihnen spielte sich zwangsläufig im digitalen Raum ab. So sind wir gestartet, sozusagen aus der Not heraus. Mittlerweile haben wir 45 solche Talks gedreht, die Prozessabläufe optimiert und das Projekt letztes Jahr ins fixe Angebot überführt. Zu Beginn ging es darum, die Jugend in Basel Kleinhüningen zu erreichen. Aktuell sind es Jugendliche aus der ganzen Stadt Basel, die Fragen einbringen, an Gewinnspielen teilnehmen, Talkgäste sowie Themen vorschlagen und sich für die Moderation eines Talks begeistern. Aber auch ein erwachsenes Publikum interessiert sich zunehmend für den #JugendLiveTalk.

IA: Was soll der #JugendLiveTalk bewirken?

ES: Einerseits erhoffen wir uns, dass die Jugendlichen unkompliziert erfahren, wie sie an Hilfe kommen. Viele Beratungsstellen haben sich bei uns schon vorgestellt. Andererseits möchten wir den Jugendlichen weiterhin Gehör verschaffen zu Themen, die sie beschäftigen. Nirgends in der Schweiz können Jugendliche zurzeit via die OKJA so schnell mit Entscheidungsträger*innen in Kontakt treten, mittels eines Mediums, in dem sie sich schon zu Hause fühlen, nämlich auf Instagram. Auch verschiedene Medienkompetenzen, wie richtige Fragetechniken im Interview anwenden, Moderation, Umgang und Wirkung von Sozialen Medien thematisieren wir mit den Jugendlichen, die im #JugendLiveTalk mitwirken.

IA: Bei mehreren #JugendLiveTalk-Gesprächen war eine Person aus dem Regierungsrat zu Gast. Wie haben Sie diese Gespräche erlebt?

ES: Gerade unser dritter Talk, letztes Jahr mit Regierungsrat Lukas Engelberger, war ein früher Höhepunkt unserer Arbeit – nicht zuletzt, da unser Gast nationale Bekanntheit erlangte als Vorsteher der Konferenz der kantonalen Gesundheitsdirektorinnen und -direktoren und die Corona-Politik des Bundes im Kanton Basel-Stadt vertrat. Die Corona-Massnahmen waren in dieser Zeit für die Jugendlichen ein heisses Thema mit vielen Fragen, denen sich der Regierungsrat stellte. Das direkte 1:1-Live-Gespräch zwischen ihm und den Jugendlichen war sehr eindrücklich für mich. Zudem war bei dieser Aufzeichnung das SRF mit *Schweiz Aktuell* bei uns und schaute uns bei der Arbeit zu. Nicht gerade alltäglich! Die Gespräche mit den Regierungsräten Lukas Engelberger und Conradin Cramer habe ich als wertvollen Austausch empfunden. Sie waren beide sehr offen, nahmen sich Zeit für die Jugendlichen, zeigten grosses Interesse für deren Anliegen in Basel und konnten auch ein Stück weit erfahren, was OKJA ist – nämlich nicht nur Ping-Pong spielen, wie es das Klischee vermittelt.

IA: Inwiefern wird der #JugendLiveTalk als Instrument für die Öffentlichkeitsarbeit genutzt?

ES: Als Produktionsteam nutzen wir den #JugendLiveTalk sehr bewusst als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit. Unsere wöchentlich produzierten Talks teilen wir als Kurzvideos breit in den sozialen Netzwerken und haben eine Bibliothek auf YouTube und auf unserer Homepage eingerichtet, wo alle Videos nachgeschaut werden können. Ziel ist auch hier, dass unsere Arbeit von aussen gesehen und wahrgenommen wird. Durch die Vernetzung mit verschiedenen Gästen werden unsere Inhalte und Angebote auch einem breiteren Publikum bekannt.

IA: Was wünschen Sie sich für die künftige Entwicklung des Lobbyings und der Öffentlichkeitsarbeit für und von der OKJA?

ES: OKJA passiert in der Freizeit und wird als Unterhaltungsangebot wahrgenommen, aber sie ist auch Prävention und Bildung! Mit einer aktiven und kreativen Öffentlichkeitsarbeit wünsche ich mir, dass auch diese Aspekte in den Vordergrund rücken. Ich bin ausserhalb meiner Tätigkeit in der OKJA politisch engagiert und setze mich immer wieder in politischen Gremien oder

Diskussionen für die Anliegen der Jugendlichen ein. Gerade beschäftigt uns in Kleinhüningen das knappe Raumangebot für Jugendliche. Unser Jugendzentrum ist in einem Provisorium untergebracht und eine definitive Lösung zeichnet sich seit bald zwei Jahren Betrieb immer noch nicht ab. Hier merke ich, wie wichtig eine Vernetzung zu politischen Entscheidungsträger*innen ist, um sich Gehör zu verschaffen. Die Profession Soziale Arbeit beziehungsweise OKJA braucht in meinen Augen dringend ein professionelles politisches Mandat – das private Engagement ist nicht ausreichend.

IA: Analog zu Ihrer traditionellen #JugendLiveTalk-Abschlussfrage: Was möchten Sie den Fachpersonen der OKJA mit auf den Weg geben?

ES: Ich wünsche mir, dass die OKJA-Fachpersonen mutig und innovativ sind und neue Kanäle ausprobieren – digitale Jugendarbeit ist sehr vielseitig und eröffnet neue Möglichkeiten. Wir als Jugendzentrum Chillout sind auf TikTok in der Region Basel die einzigen, welche regelmässig Inhalte für Jugendliche produzieren. Und das mit nicht zu unterschätzender Reichweite: Im Jahr 2021 erreichten wir weit über 100'000 Personen. Nutzen wir also in der OKJA gemeinsam diese Tools zu unseren Gunsten!

jugi-chillout.ch/jugendlivetalk

Interview (schriftlich): Marilène Broglie

RÉSUMÉ

« DONNER LA PAROLE AUX JEUNES VIA INSTAGRAM »

Extraits de l'interview avec Endrit Sadiku, animateur dans le centre jeunesse Jugendzentrum Chillout de JuAr Basel à propos du #JugendLiveTalk

InfoAnimation : Monsieur Sadiku, qu'est-ce que le #JugendLiveTalk ?

Endrit Sadiku : Le #JugendLiveTalk sur Instagram Live est une offre à bas seuil de deux centres de jeunesse de Bâle permettant aux jeunes de faire part de leurs préoccupations à des expert-e-s. Le projet est né début 2021, alors que le centre jeunesse était fermé. Depuis, nous avons organisé 45 entretiens, optimisé le déroulement des processus et intégré le projet dans notre offre fixe.

IA : Comment avez-vous vécu les entretiens #JugendLiveTalk avec une personnalité du milieu politique ?

ES : Ces entretiens ont été des moments d'échanges précieux. Les politiciens invités se sont montrés très ouverts, ont pris le temps d'écouter les jeunes et de répondre à leurs questions et ont également pu découvrir un peu ce qu'est l'animation socioculturelle enfance et jeunesse – à savoir plus que juste jouer au ping-pong, comme le veut le cliché. Notre entretien, l'année dernière, avec le conseiller d'État Lukas Engelberger a été un point fort – notamment parce qu'en tant que chef de la Conférence des directrices et directeurs cantonaux de la santé il a acquis une notoriété nationale et qu'il a dû défendre la politique de la Confédération en lien avec le coronavirus – un sujet brûlant pour les jeunes.

IA : Quel est l'objectif du #JugendLiveTalk ?

ES : D'une part, nous espérons que les jeunes apprennent où chercher de l'aide : de nombreux services de conseil se sont déjà présentés dans notre live. D'autre part, nous souhaitons également que les jeunes puissent se faire entendre sur des sujets qui les préoccupent. Nulle part ailleurs en Suisse les jeunes ne peuvent entrer en contact aussi rapidement avec les décideurs dans un espace où ils se sentent déjà chez eux, à savoir Instagram. En tant qu'équipe de production, nous utilisons très consciemment le #JugendLiveTalk comme un instrument de relations publiques.

jugi-chillout.ch/jugendlivetalk

Interview (par écrit) : Marilène Broglie

VERBINDUNG ZU POLITIK AUFBAUEN

Michael Schweizer, Verantwortlicher Bereich Soziokulturelle Animation, Verein REPER

Die Zentren für Soziokulturelle Animation (SKA) in der Stadt Freiburg bestehen seit über 40 Jahren. Derzeit werden sie vom Verein REPER verwaltet, der im Laufe der Jahre wichtige Sensibilisierungsarbeit bei der Gemeinde geleistet hat und durch Öffentlichkeits- und Vernetzungsarbeit das Vertrauen der Behörden gewinnen konnte. Heute wird der Verein von diesen als Partner angesehen. Diese Entwicklung verlief in drei Phasen:

1. Die erste Phase war geprägt durch eine Haltung, die man zusammenfassen könnte mit dem Spruch «Kümmert euch um diese Jugendlichen, damit sie nicht stören».
2. In der zweiten Phase stand aktive Sensibilisierungsarbeit bei den Politiker*innen in Bezug auf die sozialen Herausforderungen, welche die Arbeit von REPER betreffen, im Zentrum. Parallel dazu weitete der Verein sein Angebot auf ein generationenübergreifendes Zielpublikum aus.
3. In der dritten und aktuellen Phase fungiert der Verein REPER nicht mehr nur als Ausführer der kommunalen Politik, sondern wird von den Behörden als Partner dieser Politik anerkannt. Bei Überlegungen, die seine Tätigkeitsbereiche betreffen, wird REPER nun von Anfang an einbezogen.

In den letzten zwei Jahren wurden in Zusammenhang mit Corona die Zentren der SKA, wie auch die gesamte Gesellschaft, mit einer grundlegenden Gefährdung der Freiräume konfrontiert. Im Bewusstsein, dass diese Freiräume eine Voraussetzung für jede Form von Handeln sind, setzt sich REPER im Austausch mit Politiker*innen für die Aufrechterhaltung der Freiräume und der Orte des Dialogs ein. Dies macht REPER mit einer Arbeitsphilosophie und mit evaluierbaren erfahrungsbasierten Aktivitäten, welche Meinungsverschiedenheiten zulassen und es gleichzeitig ermöglichen, einen gemeinsamen Nenner zu finden und die Bedingungen, Ziele und Wünsche der politischen Partner*innen zu berücksichtigen. Anstelle von «ja oder nein», «richtig oder falsch» setzt REPER in der Zusammenarbeit mit der Gemeinde auf «ausprobieren, beobachten, anpassen».

reper-fr.ch/de

RÉSUMÉ NOUVEAU GUIDE UTILE POUR LES RELATIONS PUBLIQUES

Julia Gerodetti, Martina Gerngross et Manuel Fuchs,
Hochschule für Soziale Arbeit FHNW

Dans le cadre d'un projet de la Hochschule für Soziale Arbeit FHNW, de l'Association faîtière suisse pour l'animation socioculturelle enfance et jeunesse (AFAJ) et d'autres partenaires de terrain, un « Guide de la politique communale de l'enfance et de la jeunesse » est actuellement développé et testé dans quatre communes pilotes. Il vise à soutenir ces dernières dans l'élaboration d'un concept de politique de l'enfance et de la jeunesse. En été 2023, un site internet mettra gratuitement à disposition, outre le guide, de nombreux modèles et outils.

Dans le guide, l'élaboration d'un concept est comprise comme un processus participatif, circulaire, orienté vers l'avenir et la négociation, qui prend en compte les besoins et les intérêts des enfants et des jeunes, des professionnel-le-s et des actrices et acteurs politiques au niveau communal. Cela permet de lancer un processus public de négociation qui focalise l'attention au niveau de la commune sur les conditions dans lesquelles grandissent les enfants et des jeunes. L'utilisation du guide représente pour l'ASC enfance et jeunesse une occasion de se positionner publiquement en tant qu'instance spécialisée et experte dans la commune – vis-à-vis de la population résidente mais aussi du politique – et d'attirer l'attention sur les préoccupations et les points de vue des enfants et des jeunes. Un tel processus peut être utilisé stratégiquement par l'ASC pour un travail de relations publiques qui place les préoccupations des enfants et des jeunes au centre de l'attention tout en rendant visibles l'accompagnement et le soutien professionnels qu'elle-même propose.

Source : Gerodetti, Julia, Gerngross, Martina, Fuchs, Manuel, Heeg, Rahel (en cours d'élaboration). *Guide de la politique communale de l'enfance et de la jeunesse*. Muttenz : Hochschule für Soziale Arbeit, Fachhochschule Nordwestschweiz.

KINDER- UND JUGENDPOLITISCHE KONZEPTENTWICKLUNG ALS CHANCE

Julia Gerodetti, Martina Gerngross und Manuel Fuchs, Hochschule für Soziale Arbeit FHNW

Dieser Artikel präsentiert den «Leitfaden kommunale Kinder- und Jugendpolitik» und zeigt sein Potential für ein öffentlichkeitswirksames Auftreten der Offenen Kinder- und Jugendarbeit (OKJA) auf.

Im Rahmen eines kooperativen Entwicklungsprojekts vom Wissenschaftspartner Hochschule für Soziale Arbeit FHNW, dem Dachverband Offene Kinder- und Jugendarbeit Schweiz (DOJ) und weiteren Praxispartner*innen wird derzeit ein «Leitfaden kommunale Kinder- und Jugendpolitik» entwickelt und in vier Pilotgemeinden erprobt. Dieser hat zum Ziel, Gemeinden bei der Entwicklung ihres kinder- und jugendpolitischen Konzepts zu unterstützen. Er beschreibt in aufeinander aufbauenden Projektphasen (vgl. Abbildung) konkrete Arbeitsschritte. Nach Projektende im Sommer 2023 werden auf einer mehrsprachigen Internetseite nebst dem Leitfaden auch zahlreiche Vorlagen, Instrumente, Beispiele und Hinweise kostenlos zur Verfügung stehen. Der Leitfaden richtet sich an Personen, die in den Gemeinden eine kinder- und jugendpolitische Konzeptentwicklung starten wollen oder diese derzeit umsetzen. Je nach lokalen Bedingungen und Strukturen kann dies auch Aufgabe der OKJA sein.

Öffentlicher Aushandlungsprozess

Die Konzeptentwicklung wird im Leitfaden unter anderem als partizipativer, zirkulärer, zukunfts- und aushandlungsorientierter Prozess verstanden, der in diesem Sinne die Bedürfnisse und Interessen von Kindern und Jugendlichen, Fachpersonen und kommunalpolitischen Akteur*innen zusammenbringt. Dadurch wird ein öffentlicher Aushandlungsprozess angestossen, welcher die Aufmerksamkeit in der Gemeinde auf die Aufwuchsbedingungen der Kinder

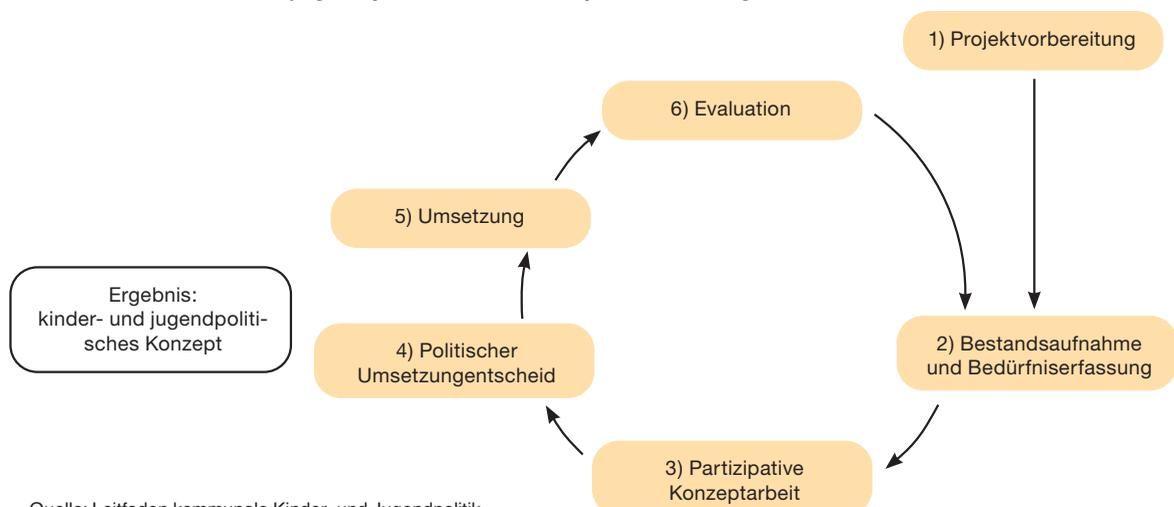
und Jugendlichen und die daran beteiligten Angebote und Akteur*innen sowie Strukturen und Prozesse lenkt. Dieser öffentliche Austausch führt zu einem gemeinsamen Verständnis und einer Stossrichtung für die zukünftige kommunale Kinder- und Jugendpolitik. Die OKJA ist, sofern in Gemeinden vorhanden, als fixer Bestandteil der kommunalen Kinder- und Jugendpolitik zu verstehen. Als solches kann sie in unterschiedlichen Rollen (z. B. Projektleitung, operative Mitarbeit, Fachexpert*innen für Beteiligungsfragen) im Prozess der kinder- und jugendpolitischen Konzeptentwicklung beteiligt sein. Sie wirkt in jedem Fall als wichtige Fachinstanz mit.

OKJA sichtbar machen

Der Leitfaden bietet der OKJA die Möglichkeit, als Fachinstanz in der Gemeinde beispielsweise gegenüber der Wohnbevölkerung aber auch der Politik selbstbewusst in Erscheinung zu treten, sich mit ihrer Expertise öffentlich zu positionieren und gemeinsam mit Kindern und Jugendlichen auf deren Anliegen und Sichtweisen aufmerksam zu machen. Für die OKJA ergeben sich in einem solchen Prozess somit vielfältige Gelegenheiten, öffentlichkeitswirksam in Erscheinung zu treten und dies strategisch für eine Öffentlichkeitsarbeit zu nutzen, welche die Anliegen der Kinder und Jugendlichen ins Zentrum der Aufmerksamkeit stellt und gleichzeitig die professionelle Begleitung und Unterstützung durch die OKJA sichtbar macht.

Quelle: Gerodetti, Julia, Gerngross, Martina, Fuchs, Manuel, Heeg, Rahel (in Entwicklung). *Leitfaden kommunale Kinder- und Jugendpolitik*. Muttenz: Hochschule für Soziale Arbeit, Fachhochschule Nordwestschweiz. Weitere Informationen siehe: <https://irf.fhnw.ch/handle/11654/29886>

Phasen einer kinder- und jugendpolitischen Konzeptentwicklung



Quelle: Leitfaden kommunale Kinder- und Jugendpolitik

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT FÜR FUNDRAISING: LEICHT GEMACHT?

Björn Niggemann, Vorstandsmitglied sozialwerk.LGBT+

Wie kann eine Non-Profit-Organisation Öffentlichkeitsarbeit einsetzen, um finanzielle Unterstützung für ihre Aktivitäten zu bekommen? Dieser Erfahrungsbericht eines Vereins im Bereich queere Jugendliche vermittelt einige Tipps und Hinweise.

Der Verein sozialwerk.LGBT+ wurde im Februar 2020 gegründet, mit dem Ziel, queeres Leben in der Ostschweiz zu fördern und sichtbar zu machen. Wir betreiben dazu drei Webseiten und sind besonders in den sozialen Medien aktiv, mit zwei Instagram-Kanälen, einem TikTok-Kanal sowie einer Facebook-Gruppe. Ausserdem nutzen wir in WhatsApp die Broadcast-Funktion und informieren derzeit etwa 200 Menschen einmal pro Woche über Termine in der Folgewoche. Am erfolgreichsten sind wir auf TikTok, denn Videos werden häufig geschaut und geliked. Unser Online-Forum für queere junge Menschen sowie die Blogs auf den Webseiten hingegen zeigen wenig Resonanz. Darüber hinaus waren wir im Jahr 2021 etwa 80 Mal in Printmedien, Fernsehen und Radio vertreten, mit Interviews, Medienmitteilungen, Leser*innenbriefen und so weiter. Mit Printmedien erreichen wir Menschen unter 30 Jahren jedoch kaum oder gar nicht. Dafür verwenden wir Aufkleber, die rege in den Städten aufgeklebt werden und junge LGBT+ Menschen zu unseren Angeboten führen.

Unterstützung durch öffentliche Hand

Den Schwerpunkt unserer Arbeit haben wir von Beginn an auf den Bereich der Offenen Jugendarbeit gelegt. So wandten wir uns mit grosser Erwartung und voller Hoffnung an den Kanton Graubünden und die Stadt Chur mit der Anfrage um finanzielle Unterstützung. Leider nur mit mässigem Erfolg. Aufgrund der fehlenden kantonalen gesetzlichen Grundlage für Kinder- und Jugendförderung mit Schwerpunkt LGBTIAQ+ wurden uns hier nur kleine Beträge zugesprochen.

Stiftungen professionell angehen

Da wir unser Jugendangebot professionalisieren wollen, sind wir auf weitere finanzielle Mittel angewiesen. Deshalb sind wir auf Stiftungen und Unternehmen zugegangen. Grundsätzlich ist das Beantragen von Beiträgen für kleinere Projekte bei diesen Geldgebenden relativ einfach. Grössere Förderbeträge zu bekommen, ist allerdings sehr aufwändig und gerade ohne oder mit wenig Erfahrung schwieriger zu erreichen. Wichtig ist, im Vorfeld die Förderbedingungen der Stiftung genau

zu studieren und die richtigen Unterlagen mit dem Antrag einzureichen. Hier ist unser Tipp, allenfalls auch professionelle Unterstützung von Externen (Treuhand*innen, Stiftungsrät*innen anderer Stiftungen usw.) einzuholen und nach Empfehlungen zu fragen. Das schafft Vertrauen. Wenn erst einmal eine Stiftung einen Beitrag gesprochen hat, ziehen weitere leichter nach.

Reputation aufbauen, Beziehungen knüpfen

Was gemeinnützigen Organisationen oft fehlt, sind Bekanntheit und Fürsprecher*innen. Diese versucht der Verein sozialwerk.LGBT+ mit Netzwerkaktivitäten, Kontakten zu Gremien, Mitgliedschaft in kantonalen und regionalen Verbänden sowie in Dachverbänden und Arbeitsgruppen und mit persönlicher Vernetzung zu erreichen. Hier ist uns weiter ein gutes Netzwerk mit Vertreter*innen aus Medien, Politik, Wirtschaft und anderen Organisationen wichtig. Deshalb versenden wir Newsletter und nutzen Versammlungen und Weiterbildungen, um Beziehungen zu knüpfen. Das ist gerade im Aufbau unserer noch jungen Organisation eine Herausforderung. Ergänzt durch Medien- und Öffentlichkeitsarbeit, hoffen wir so längerfristig die nötigen finanziellen Ressourcen zu finden, um unsere Arbeit professionalisieren zu können.

treff.lgbt

Lesetipps zu erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit

Handbuch praktische Öffentlichkeitsarbeit in der Kinder- und Jugendhilfe, herausgegeben von der Bundesarbeitsgemeinschaft Landesjugendämter bagl.jae.de -> [Broschüren und Materialien](#)

Kleines Handbuch Öffentlichkeitsarbeit für soziale Einrichtungen, herausgegeben von KORAX KOMMUNIKATION korax.de/kleines-handbuch-oeffentlichkeitsarbeit

RÉSUMÉ

TRAVAIL DE RELATIONS PUBLIQUES POUR TROUVER DES FONDS ?

Björn Niggemann, membre du comité de sozialwerk.LGBT+

Notre association sozialwerk.LGBT+ a été fondée en février 2020 dans le but de promouvoir la vie queer dans l'est de la Suisse et de lui donner plus de visibilité. Pour ce faire, nous sommes très présent-e-s dans les réseaux sociaux, gérons trois sites internet, deux comptes Instagram, un groupe Facebook ainsi qu'un compte TikTok (le plus apprécié de nos canaux de communication) et utilisons les listes de diffusion sur WhatsApp. En 2021, nous avons été présent-e-s environ 80 fois dans les médias, avec des interviews, des communiqués de presse, des courriers de lecteurs et lectrices, etc. Et pour atteindre un public plus jeune, nous collons régulièrement des autocollants dans les villes.

Comme nous voulons professionnaliser notre offre, nous avons besoin de moyens financiers conséquents. C'est pourquoi nous nous sommes tourné-e-s vers des fondations et des entreprises. Pour augmenter les chances de succès, il est important de bien étudier au préalable les conditions de soutien de la fondation et de demander éventuellement un soutien professionnel à des personnes externes (fiduciaires, conseil de fondation d'autres fondations, etc.)

Ce qui manque souvent aux jeunes associations, c'est une certaine notoriété et une bonne réputation. Il est important de construire un bon réseau en créant des liens avec des représentant-e-s des médias, du politique, de l'économie et d'autres organisations. C'est pourquoi nous sommes présent-e-s dans plusieurs associations faitières et groupes de travail, et profitons des assemblées et des formations continues pour nouer des relations. Associé à un bon travail de relations publiques, nous espérons ainsi trouver à long terme les ressources financières nécessaires pour pouvoir professionnaliser notre travail.

KURZFASSUNG

EIN FILM FÜR MEHR SICHTBARKEIT

Marielle Ghinet-Nicod und Amaya Lacabe, Soziokulturelle Animatorinnen, Collectif InteRob

Die neun Genfer Robinson- und Abenteuerspielplätze sind Angebote der Offenen Arbeit mit Kindern, die auf den Grundsätzen der Freiwilligkeit und der Bewegungsfreiheit beruhen: Die Kinder können selbst entscheiden, was sie tun möchte. In einer Gesellschaft, die dazu neigt, die Freizeit der Kinder durchzuplanen und zu kontrollieren, weckt diese offene Form der Begleitung oft Ängste. Die Behörden haben ihrerseits Schwierigkeiten, sie zu verstehen, und tendieren dazu, andere Betreuungsformen zu bevorzugen.

Vor diesem Hintergrund hat das aus den Fachpersonen der Genfer Robinson- und Abenteuerspielplätze bestehende Collectif InteRob 2012 eine Broschüre erstellt, welche die Prinzipien dieser Spielplätze einfach aber umfassend beschreibt. Überzeugt, dass die Sichtbarkeit dieser Arbeit und der Offenheit als deren spezifisches Merkmal eine Herausforderung für das Verständnis der Anwohner*innen und der Behörden darstellt, entschied das Collectif InteRob, die Aktivitäten an seinen Standorten zusätzlich zur Broschüre in bewegten Bildern sichtbar zu machen. So entstand der Film «L'accueil libre en Jardins Robinson et Terrains d'aventures», der die Vielfalt der Erfahrungen, Beziehungen und Lernprozesse, die sich in diesen Freiräumen entwickeln, spürbar werden lässt. Weiter zeigt er die Haltung und Arbeitsprinzipien der Fachpersonen auf.

Der Film wird als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit bei Begegnungen, Gesprächen und Verhandlungen mit Familien, Partner*innen und Behörden eingesetzt, mit dem Ziel, das Bewusstsein für die Wichtigkeit der Robinson- und Abenteuerspielplätze zu schärfen. Wenn beispielsweise ein Grundstück umgestaltet werden soll, ist die Bedeutung von Brachflächen, die dem Kind die Möglichkeit geben, den Raum zu beleben, den Entscheidungsträger*innen nach dem Ansehen des Films meist deutlich bewusster. Indem es den Dialog mit den Bewohner*innen, den Behörden und den Geldgebenden erleichtert, eröffnet dieses Kommunikationsmittel neue Perspektiven für die Zukunft der Robinson- und Abenteuerspielplätze.

UN FILM COMME OUTIL PRÉCIEUX POUR LES RELATIONS PUBLIQUES

Marielle Ghinet-Nicod et Amaya Lacabe, animatrices socioculturelles, Collectif InteRob

Alors que les possibilités de circuler et de jouer de façon autonome ne cessent de diminuer pour les enfants dans nos villes, le Collectif InteRob a réalisé un film afin de donner à voir toute la pertinence des espaces de liberté dédiés à l'enfance que sont les Jardins Robinson et Terrains d'Aventure (JR&TA).

De nos jours, avec la densification des villes, l'évolution vers une société plus sécuritaire et l'importance des écrans dans le quotidien, la question de la place occupée par les enfants dans la ville est plus que jamais d'actualité. L'existence même des JR&TA au sein de l'espace urbain pose cette question, et la nécessité de la mettre au cœur du débat public nous a poussé-e-s à imaginer de nouvelles formes de communication.

Neuf JR&TA existent à Genève. Ce sont des lieux d'accueil libre, fondés sur les principes de libre adhésion et libre circulation permettant à l'enfant de trouver sa place en choisissant ce qu'il veut y faire. Les JR&TA se veulent des lieux d'apprentissage par l'expérience, favorisant le développement de l'autonomie et la responsabilisation de l'enfant.

Cette forme d'accueil suscite souvent des craintes au sein d'une société qui tend à cadrer au maximum le temps libre des enfants. Les collectivités publiques ont quant à elles des difficultés à l'appréhender et ont tendance à privilégier un accueil plus orienté vers la prise en charge.

Promouvoir les JR&TA

Constitué dans le but d'échanger sur la pratique spécifique de l'accueil libre en JR&TA, le Collectif InteRob est arrivé à la conclusion que donner de la visibilité à cette pratique est un enjeu majeur s'il veut faire tomber certaines résistances et faire reconnaître la pertinence de l'accueil libre en JR&TA dans le contexte actuel. Dans cette perspective, une brochure décrivant la philosophie et le fonctionnement des JR&TA a été réalisée. Le collectif a perçu le besoin de mettre en images vivantes ce qui se passe dans ces lieux, afin de donner à ces derniers une visibilité plus émotionnelle. Il a donc mandaté Grégory Suatton, qui de par son statut d'animateur socioculturel en Jardin Robinson était idéalement placé pour en capter l'esprit, pour réaliser ce film.

Grâce à des images émouvantes de la vie quotidienne dans les JR&TA, le film « L'accueil libre en Jardins Robinson et Terrains d'aventures » fait ressentir la diversité des expériences, des relations et des apprentissages qui se développent dans ces espaces de liberté. À travers la parole des enfants, d'une mère, d'une animatrice socioculturelle et de la directrice de la HETS genevoise, le film donne à voir la posture des équipes d'animation, ainsi que les orientations pédagogiques qui sous-tendent leur travail.

Support pour négociations

Aujourd'hui, ce film constitue un outil de communication précieux à même de toucher les spectateurs et spectatrices en les replongeant dans leur enfance le temps d'une projection. Il permet des moments d'échange avec les familles, le voisinage, et les partenaires associatifs. Il est aussi un excellent support pour les professionnel-le-s et les membres de comités pour sensibiliser les autorités publiques lors de négociations en vue d'un aménagement ou de la création d'un nouveau lieu. Par exemple, lorsqu'un terrain est sujet à des transformations, l'importance d'y prévoir des zones de friches laissant la possibilité à l'enfant d'agir sur l'espace est mieux comprise après le visionnage du film par les acteurs et actrices qui vont décider des futurs contours du terrain.

Le Collectif InteRob mesure à quel point ce film met en valeur les richesses et la diversité des JR&TA, réaffirme leur pertinence dans le contexte contemporain et ouvre aux JR&TA de nouvelles perspectives pour l'avenir, notamment en facilitant le dialogue avec les habitant-e-s des quartiers, les autorités et les bailleurs de fonds.

Pour plus d'informations, contacter le Jardin Robinson de Meyrin : jrmeyrin.ch

WIE PARTIZIPATIV IST DIE OFFENE KINDER- UND JUGENDARBEIT?

Manuel Fuchs, Julia Gerodetti und Martina Gerngross, Hochschule für Soziale Arbeit FHNW



Die Partizipation der Kinder und Jugendlichen stellt in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit (OKJA) seit jeher ein wichtiges Grundprinzip dar und ist in vielen Einrichtungskonzepten als auch im Grundlagenpapier des DOJ verankert. Doch löst die Praxis dies ein? Ein Blick auf die Ergebnisse der ersten schweizweiten Umfrage in der OKJA zeigt, wie es tatsächlich um die Partizipation steht.¹

Als ausserschulischer Bildungsort bietet die OKJA aufgrund ihrer konstitutiven Merkmale wie Freiwilligkeit, Offenheit und Diskursivität ideale Bedingungen für «echte» Partizipation von Kindern und Jugendlichen. Dies setzt voraus, dass Fachpersonen nicht nur adäquate Methoden für partizipative Prozesse gezielt einsetzen, sondern stets offen gegenüber den Themen und Anliegen der Kinder und Jugendlichen bleiben. Dabei ist es wichtig anzuerkennen, dass letztlich die Fachpersonen in der Praxis darüber entscheiden, welche Partizipationsgelegenheiten sie zur Verfügung stellen und wieviel Definitionsmacht sie an die Kinder und Jugendliche abgeben wollen oder können (DOJ 2018: 9–10; Moser 2010; Zinser 2005).

Möglichkeiten der Partizipation

Die erste schweizweite Studie zur OKJA (n = 620) zeigt, welche Partizipationsmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche in welcher Häufigkeit von den befragten Einrichtungen angegeben wurden: Gespräch mit Fachpersonen (87 %), Anliegen und Meinungen über Social Media (z. B. Facebook) einbringen (63 %), Mitsprache mittels Befragung der Besucher*innen (50 %), Ideenwände/Gästebücher (43 %), über die Internetseite (38 %), organisierte Gesprächsrunden (30 %) und Meckerkasten (23 %). Weniger häufig sind regelmässige (Voll-)Versammlungen der Besucher*innen (18 %), Zukunftswerkstätte (15 %) und stellvertretende Formen der Partizipation wie gewählte Vertretungen (z. B. Hausrat). Im Durchschnitt gaben die befragten Einrichtungen vier verschiedene dieser Partizipationsmöglichkeiten an (Gerodetti et al. 2021: 44).

Insgesamt zeigt sich, dass nichtformalisierte Beteiligungsformen (u. a. Gespräche mit Fachperson, Social Media) eher und formalisierte (Umfragen, Ideenwände, Versammlungen) deutlich weniger häufig angeboten werden (Gerodetti et al. 2021: 50).

¹ Hinweise zum methodischen Vorgehen und zum Sample findet sich in der Publikation Gerodetti et al. 2021, herunterladbar unter: seismoverlag.ch/de/daten/offene-kinder-und-jugendarbeit.

Themenbereiche der Partizipation

Aufschlussreich sind auch die verschiedenen Themenbereiche, in denen Kindern und Jugendliche in den Einrichtungen Mitsprache ermöglicht wird. Genannt wurden: Programm/Angebot (88 %), aktive Mitarbeit in Projekten (84 %), Planung und Durchführung eigener Projekte/Veranstaltungen (Discos, Konzerte, Kochen usw.) (83 %), Raumgestaltung (78 %), Mitarbeit bei Alltagsaufgaben (z. B. beim Barbetrieb) (74 %), Anschaffungen (z. B. Möbel oder Infrastruktur) (68 %), Festlegen von Regeln und Verboten (60 %), Öffnungszeiten, respektive Aufsuchzeiten (52 %), Bedarfsermittlungen (49 %), Öffentlichkeitsarbeit der Einrichtung (z. B. Präsentationen von Projekten) (43 %), Auswahl neuer Mitarbeitenden (14 %) und weitere Bereiche (7 %) (Gerodetti et al. 2021: 45).

Überblickend betrachtet weisen einige Themenbereiche (z. B. Regeln und Verbote, Öffnungszeiten, resp. Aufsuchzeiten, Öffentlichkeitsarbeit, Auswahl von neuen Mitarbeitenden) vergleichsweise niedrige Werte auf, was auf einen Entwicklungsbedarf hinweist. Dies wird auch in den Selbsteinschätzungen der befragten Fachpersonen sichtbar. Denn in 27 % der Einrichtungen der OKJA sind diese der Ansicht, dass Kinder und Jugendliche in ihren Angeboten (eher) zu wenig bei den sie betreffenden Entscheiden beteiligt werden und 48 % der Fachpersonen sagen aus, dass die Kinder und Jugendlichen in den Einrichtungen Beteiligung (eher) nicht einfordern (Gerodetti et al. 2021: 51).

Möglichkeiten zur Weiterentwicklung

Die Studienergebnisse legen nahe, dass die Partizipation von Kindern und Jugendlichen den Alltag der OKJA in der Schweiz zwar in einem gewissen Masse, aber nicht so intensiv durchzieht, wie dies derzeit als Selbstanspruch von der Praxis definiert und im theoretisch-konzeptionellen Fachdiskurs gefordert wird (DOJ 2018, 9–10; Sturzenhecker 2015, Zinser 2005). Gefragt ist demnach eine kontinuierliche fachliche Auseinandersetzung und eine angemessene Unterstützung der Fachpersonen in der Praxis der OKJA, damit diese die Möglichkeiten der Einflussnahme der Kinder und Jugendlichen reflektieren und eine Vielfalt an informellen und institutionellen Partizipationsgelegenheiten ermöglichen. Denn aktuelle Forschungsbefunde zeigen, dass vielfältige und unterschiedliche Partizipationsmöglichkeiten in der OKJA eher dazu führen, dass Kinder und Jugendliche diese auch nutzen und sich aktiv einbringen (Seckinger et al. 2016: 232–233).

Somit hängt eine qualitativ hochstehende Kinder- und Jugendpartizipation in den Einrichtungen der OKJA nicht zuletzt auch von der Vielfalt der durch die Fachpersonen zur Verfügung gestellten Partizipationsgelegenheiten ab. Um eine solche kontinuierliche und reflektierte Alltagspartizipation in der OKJA zu fördern und zu initiieren, bietet beispielsweise der praxisnahe Fachbeitrag von Sturzenhecker und Schwerthelm (2015) eine hilfreiche Grundlage.

Literatur

Dachverband Offene Kinder- und Jugendarbeit Schweiz (DOJ) (2018): *Offene Kinder- und Jugendarbeit in der Schweiz. Grundlagen für Entscheidungsträger*innen und Fachpersonen*. Bern.

Gerodetti, Julia, Fuchs, Manuel, Fellmann, Lukas, Gerngross, Martina, und Steiner, Olivier (2021): *Offene Kinder- und Jugendarbeit. Ergebnisse der ersten schweizweiten Umfrage*. Zürich: Seismo.

Moser, Sonja (2010): *Beteiligt sein. Partizipation aus der Sicht von Jugendlichen*. Wiesbaden: VS Verlag.

Seckinger Mike, Pluto, Liane, Peucker, Christian und Van Santen, Eric (2016): *Einrichtungen der offenen Kinder- und Jugendarbeit. Eine empirische Bestandsaufnahme*. Weinheim und Basel: Beltz Juventa.

Sturzenhecker, Benedikt (2015): *Gesellschaftliches Engagement von Benachteiligten fördern – Band 1. Konzeptionelle Grundlagen für die Offene Kinder- und Jugendarbeit*. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung.

Sturzenhecker, Benedikt und Schwerthelm, Moritz (2015): *Gesellschaftliches Engagement von Benachteiligten fördern – Band 2. Methodische Anregungen und Praxisbeispiele für die Offene Kinder- und Jugendarbeit*. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung.

Zinser, Claudia (2005): Partizipation erproben und Lebenswelten gestalten. In Ulrich Deinet und Benedikt Sturzenhecker (Hrsg.). *Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit* (S. 157–166). Wiesbaden: VS Verlag.

DANS QUELLE MESURE L'ANIMATION SOCIOCULTURELLE ENFANCE ET JEUNESSE EST-ELLE PARTICIPATIVE ?

Manuel Fuchs, Julia Gerodetti et Martina Gerngross, Hochschule für Soziale Arbeit FHNW

La participation des enfants et des jeunes est un principe de base important dans l'animation socio-culturelle (ASC) enfance et jeunesse et est ancrée dans de nombreux concepts de centres d'animation ainsi que dans les bases de réflexion publiées par l'AFAJ. Mais qu'en est-il dans la pratique ? Un coup d'œil sur les résultats de la première enquête sur l'ASC enfance et jeunesse en Suisse montre ce qu'il en est réellement.¹

En tant que lieu d'éducation et de socialisation extra-scolaire, l'ASC enfance et jeunesse, en raison de ses caractéristiques constitutives telles que la participation volontaire, l'accueil libre et le goût du dialogue, offre des conditions idéales pour une participation « véritable » des enfants et des jeunes. Cela présuppose que les professionnel-le-s utilisent non seulement des méthodes adéquates pour les processus participatifs, mais restent toujours à l'écoute des préoccupations des enfants et des jeunes. Il est important de reconnaître qu'en fin de compte, ce sont les professionnel-le-s sur le terrain qui décident des occasions de participation qu'ils et elles mettent à disposition et du pouvoir de décision qu'ils et elles veulent ou peuvent céder aux enfants et aux jeunes (AFAJ 2018 : 9–10 ; Moser 2010 ; Zinser 2005).

Possibilités de participation

Les résultats de la première enquête à l'échelle suisse sur l'ASC enfance et jeunesse (n = 620) montrent quelles possibilités de participation pour les enfants et les jeunes ont été indiquées par les centres d'animation interrogés et à quelle fréquence : entretien avec des professionnel-le-s (87 %), possibilité de faire part de ses préoccupations et opinions via les médias sociaux (p. ex. Facebook) (63 %), possibilité de s'exprimer par le biais d'enquêtes (50 %), tableaux pour suggestions/livres d'or (43 %), possibilité de s'exprimer via le site internet (38 %), séances de discussion organisées (30 %) et boîte à suggestions/boîte à idées (23 %). Les assemblées régulières de bénéficiaires (ou les assemblées plénières) (18 %), les ateliers de l'avenir (15 %) et les formes de participation par le biais de représentant-e-s élu-e-s (p. ex. conseil de maison) sont moins fréquentes. En moyenne, les centres d'animation interrogés ont indiqué quatre de ces possibilités de participation (Gerodetti et al. 2021 : 44).

Dans l'ensemble, il apparaît que les formes de participation non formalisées (notamment entretien avec des professionnel-le-s, médias sociaux) sont davantage proposées et que les formes formalisées (enquêtes, tableaux pour suggestions, assemblées) le sont nettement moins (Gerodetti et al. 2021 : 50).

Domaines thématiques de la participation

Les différents domaines thématiques dans lesquels les enfants et les jeunes ont la possibilité de s'exprimer dans les centres d'animation sont également révélateurs. Voici ceux qui ont été cités : programme/offre (88 %), collaboration active dans des projets (84 %), planification et mise en œuvre de propres projets/événements (discos, concerts, cuisine, etc.) (83 %), aménagement des locaux (78 %), collaboration et prise de responsabilité dans des tâches quotidiennes (p. ex. exploitation du bar) (74 %), acquisitions (p. ex. meubles ou infrastructure) (68 %), définition de règles et d'interdictions (60 %), heures d'ouverture ou horaire du travail social hors murs (52 %), évaluation des besoins (49 %), travail de relations publiques du centre d'animation (p. ex. présentations de projets) (43 %), sélection de nouveaux collaborateurs et collaboratrices (14 %) et autres domaines (7 %) (Gerodetti et al. 2021 : 45).

Il ressort que certains domaines thématiques (p. ex. règles et interdictions, heures d'ouverture ou horaire du travail social hors murs, travail de relations publiques, sélection de nouveaux collaborateurs et collaboratrices) présentent des valeurs comparativement faibles, ce qui indique que certains domaines doivent encore être développés. Cela ressort également des auto-évaluations des professionnel-le-s interrogé-e-s. En effet, dans 27 % des centres d'animation, les professionnel-le-s sont (plutôt) d'avis que dans le cadre de leurs offres les enfants et les jeunes sont trop peu intégrés dans les prises de décision qui les concernent et 48 % des professionnel-le-s indiquent que les enfants et les jeunes dans les centres d'animation ne revendiquent (plutôt) pas de possibilités de participation (Gerodetti et al. 2021 : 51).

¹ Des indications sur la démarche méthodologique et l'échantillon se trouvent dans la publication de Gerodetti et al. 2021, téléchargeable sous : seismoverlag.ch/de/daten/animation-socioculturelle-enfance-et-jeunesse.

Possibilités de développement

Les résultats de l'enquête montrent que la participation des enfants et des jeunes caractérise dans une certaine mesure le quotidien de l'animation socioculturelle enfance et jeunesse en Suisse, mais pas de manière aussi intense que cela n'est exigé dans le discours théorique-conceptuel de la profession et que ce qui est défini aujourd'hui comme une auto-exigence du terrain (AFAJ 2018, 9–10 ; Sturzenhecker 2015, Zinser 2005). Un questionnement professionnel permanent et un soutien approprié aux professionnel-le-s dans la pratique de l'animation socioculturelle enfance et jeunesse sont donc requis pour que les professionnel-le-s élargissent les possibilités de prise d'influence des enfants et des jeunes et offrent des opportunités diversifiées de participation informelles et institutionnelles. Car les résultats de recherches récentes montrent que des possibilités de participation diversifiées dans l'ASC enfance et jeunesse conduisent plus facilement les enfants et les jeunes à utiliser ces possibilités et à s'impliquer activement (Seckinger et al. 2016 : 232–233).

Ainsi, dans les centres d'animation, le fait que la participation des enfants et des jeunes soit de qualité dépend également de la diversité des possibilités de participation mises à disposition par les professionnel-le-s. La contribution de Sturzenhecker et Schwerthelm (2015), proche du terrain, offre par exemple une base utile pour promouvoir et initier une participation au quotidien qui soit continue et réfléchie au sein de l'animation socioculturelle enfance et jeunesse.

Bibliographie

Association faîtière suisse pour l'animation socioculturelle enfance et jeunesse (AFAJ) (2018) : *Animation socioculturelle enfance et jeunesse en Suisse. Bases de réflexion pour les décideurs-euses et les professionnel-le-s*. Berne.

Gerodetti, Julia, Fuchs, Manuel, Fellmann, Lukas, Gerngross, Martina, et Steiner, Olivier (2021) : *Animation socioculturelle enfance et jeunesse. Résultats de la première enquête nationale suisse*. Zurich : Seismo.

Moser, Sonja (2010) : *Beteiligt sein. Partizipation aus der Sicht von Jugendlichen*. Wiesbaden : VS Verlag.

Seckinger Mike, Pluto, Liane, Peucker, Christian et Van Santen, Eric (2016) : *Einrichtungen der offenen Kinder- und Jugendarbeit. Eine empirische Bestandsaufnahme*. Weinheim et Bâle : Beltz Juventa.

Sturzenhecker, Benedikt (2015) : *Gesellschaftliches Engagement von Benachteiligten fördern – Band 1. Konzeptionelle Grundlagen für die Offene Kinder- und Jugendarbeit*. Gütersloh : Verlag Bertelsmann Stiftung.

Sturzenhecker, Benedikt et Schwerthelm, Moritz (2015) : *Gesellschaftliches Engagement von Benachteiligten fördern – Band 2. Methodische Anregungen und Praxisbeispiele für die Offene Kinder- und Jugendarbeit*. Gütersloh : Verlag Bertelsmann Stiftung.

Zinser, Claudia (2005) : Partizipation erproben und Lebenswelten gestalten. In Ulrich Deinet et Benedikt Sturzenhecker (éd.). *Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit* (pp. 157–166). Wiesbaden : VS Verlag.



QUANTO È PARTECIPATIVA L'ANIMAZIONE SOCIOCULTURALE INFANZIA E GIOVENTÙ?

Manuel Fuchs, Julia Gerodetti e Martina Gerngross, Hochschule für Soziale Arbeit FHNW



La partecipazione dell'infanzia e della gioventù rappresenta un importante principio di base dell'animazione socioculturale infanzia e gioventù ed è ancorata in molti piani strategici delle strutture e nel documento di base del DOJ. Ma la pratica ne è davvero all'altezza? Uno sguardo ai risultati del primo sondaggio nazionale dell'animazione socioculturale infanzia e gioventù illustra la situazione attuale¹.

Come luogo d'educazione extrascolastica, l'animazione socioculturale offre le condizioni ideali per una partecipazione «reale» dell'infanzia e della gioventù, grazie alle sue caratteristiche costitutive quali la volontarietà, l'apertura e l'approccio informale. Ciò richiede che i professionisti e le professioniste utilizzino metodi adeguati per i processi partecipativi e che rimangano sempre aperti ai temi e alle preoccupazioni dell'infanzia e della gioventù. È importante riconoscere che, in ultima analisi, nella pratica sono i professionisti e le professioniste a decidere quali opportunità di partecipazione offrire e quanta libertà sono disposti/e o in grado di cedere a bambini, bambine e giovani di definire con le proprie parole le loro esperienze (DOJ 2018: 9–10; Moser 2010; Zinser 2005).

Opportunità di partecipazione

Il primo studio nazionale sull'animazione socioculturale infanzia e gioventù (n = 620) illustra quali opportunità di partecipazione sono state indicate dalle strutture intervistate e con quale frequenza: parlare con i professionisti e le professioniste (87 %), esprimere interessi e opinioni tramite i social media (ad esempio Facebook) (63 %), avere voce in capitolo tramite inchiesta ai/alle partecipanti (50 %), lavagne o quaderni per idee e suggerimenti (43 %), tramite il sito web (38 %), tavoli di discussione organizzati (30 %) e cassette per i reclami (23 %). Meno frequenti sono le assemblee generali (18 %), i laboratori sulla visione del futuro (15 %) e le forme sostitutive di partecipazione, come l'elezione di rappresentanti (ad esempio per il consiglio di sede). In media, le istituzioni intervistate hanno indicato quattro diverse forme di partecipazione (Gerodetti et al. 2021: 44).

Nel complesso risulta che le forme di partecipazione non formali (ad esempio, discussioni con i professionisti e le professioniste, social media) sono offerte più frequentemente, mentre quelle formali (sondaggi, lavagne per le idee, riunioni) lo sono di meno (Gerodetti et al. 2021: 50).

¹ Informazioni sulla procedura metodologica e sul campione sono contenute nella pubblicazione Gerodetti et al. 2021, scaricabile da: seismoverlag.ch/fr/daten/animazione-socioculturale-dellinfanzia-e-della-gioventu.

Ambiti di partecipazione

Anche le diverse aree tematiche in bambini, bambine e giovani hanno voce in capitolo nelle istituzioni sono rivelatrici. Sono state menzionate le seguenti aree: programma/offerta (88 %), partecipazione attiva ai progetti (84 %), pianificazione e realizzazione di progetti/eventi propri (discoteca, concerti, cucinare, ecc.) (83 %), progettazione degli ambienti (78 %), partecipazione alle attività quotidiane (ad esempio, gestione del bar) (74 %), acquisti (ad esempio, mobili o infrastrutture) (68 %), definizione di regole e divieti (60 %), orari di apertura e di visita (52 %), valutazione dei bisogni (49 %), relazioni pubbliche della struttura (ad esempio, presentazione di progetti) (43 %), selezione di nuovo personale (14 %) e altre aree (7 %) (Gerodetti et al. 2021: 45).

In generale, alcuni argomenti (ad esempio regole e divieti, orari di apertura o di visita, relazioni pubbliche, selezione di nuovo personale) mostrano valori relativamente bassi, il che indica la necessità di uno sviluppo. Ciò è visibile anche nelle autovalutazioni dei professionisti e delle professioniste intervistati/e. Nel 27 % delle strutture dell'animazione socioculturale si ritiene che bambini, bambine e giovani non siano sufficientemente coinvolti/e nelle decisioni che li/le riguardano, e il 48 % dei professionisti e delle professioniste afferma che (tendenzialmente) bambini, bambine e giovani non desiderano partecipare (Gerodetti et al. 2021: 51).

Opportunità per un ulteriore sviluppo

I risultati dello studio suggeriscono che la partecipazione dell'infanzia e della gioventù permea la vita quotidiana dell'animazione socioculturale in Svizzera fino a una certa misura, ma non in modo così intenso come sarebbe attualmente opportuno nella pratica e affermato nel quadro teorico-concettuale della professione (DOJ 2018, 9–10; Sturzenhecker 2015, Zinser 2005). È quindi necessario un dibattito professionale continuo e un supporto adeguato per i professionisti e le professioniste nella pratica dell'animazione socioculturale, in modo che possano riflettere sulle possibilità di coinvolgimento dell'infanzia e della gioventù e consentire una maggiore varietà di opportunità di partecipazione informali e istituzionali. Infatti, gli attuali risultati della ricerca dimostrano che le opportunità di partecipazione numerose e diversificate in seno all'animazione socioculturale hanno maggiori probabilità di utilizzo e di coinvolgimento attivo da parte dell'infanzia e della gioventù (Seckinger et al. 2016: 232–233).

Pertanto, una partecipazione di alto livello qualitativo dell'infanzia e della gioventù nelle strutture dell'animazione socioculturale dipende non da ultimo dalla varietà di opportunità messe a disposizione dai/dalle professionisti/e. Per promuovere e avviare una partecipazione quotidiana, continua e riflessiva in seno all'animazione socioculturale, l'articolo orientato alla pratica di Sturzenhecker e Schwerthelm (2015) fornisce una buona base.

Bibliografia

DOJ/AFAJ, Associazione svizzera animazione socioculturale infanzia e gioventù (2018): *Animazione socioculturale dell'infanzia e della gioventù in Svizzera. Basi di riflessione per i responsabili e i professionisti*.

Gerodetti, Julia, Fuchs, Manuel, Fellmann, Lukas, Gerngross, Martina, e Steiner, Olivier (2021): *Animazione socioculturale dell'infanzia e della gioventù. Risultati del primo sondaggio nazionale svizzero*. Zurigo: Seismo.

Moser, Sonja (2010): *Beteiligt sein. Partizipation aus der Sicht von Jugendlichen*. Wiesbaden: VS Verlag.

Seckinger Mike, Pluto, Liane, Peucker, Christian e Van Santen, Eric (2016): *Einrichtungen der offenen Kinder- und Jugendarbeit. Eine empirische Bestandsaufnahme*. Weinheim e Basilea: Beltz Juventa.

Sturzenhecker, Benedikt (2015): *Gesellschaftliches Engagement von Benachteiligten fördern – Band 1. Konzeptionelle Grundlagen für die Offene Kinder- und Jugendarbeit*. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung.

Sturzenhecker, Benedikt e Schwerthelm, Moritz (2015): *Gesellschaftliches Engagement von Benachteiligten fördern – Band 2. Methodische Anregungen und Praxisbeispiele für die Offene Kinder- und Jugendarbeit*. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung.

Zinser, Claudia (2005): Partizipation erproben und Lebenswelten gestalten. In Ulrich Deinet e Benedikt Sturzenhecker (Hrsg.). *Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit* (S. 157–166). Wiesbaden: VS Verlag.

FACHTAGUNG «ALTE, ISCH DAS GAY!»

Antidiskriminierungsarbeit mit Fokus
auf Jugendliche und das Thema Queer

15. September 2022, 8.30 – 17.00 Uhr,
GZ Wollishofen, Zürich

Diese Veranstaltung der DOJ-Fachgruppe Queer bietet Jugendarbeitenden Informationen und Handlungsoptionen für eine antidiskriminierende Jugendarbeit. Die Tagung bietet weiter Einblick in die Welt von queeren Menschen und ihr Engagement für die Community.

Anmelden bis 31. August 2022 auf doj.ch/veranstaltungen
oder via QR-Code.



Foto: Unsplash

JAHRESVERANSTALTUNG KEBAB+ 2022

17. November 2022, 9.30 - 16.30 Uhr, Zürich

**Vielfalt leben, Chancengerechtigkeit fördern –
das Plus von Kebab+**

In Referaten und Workshops beleuchten Expert*innen verschiedene Aspekte von Vielfalt und Chancengerechtigkeit in der Arbeit mit Kindern und Jugendlichen und der Gesundheitsförderung. Zudem zeichnen wir an der Jahresveranstaltung die überzeugendsten von Kebab+ dieses Jahr geförderten Projekte mit dem Kebab+-Award 2022 aus.

Programm und Anmeldung: ab September auf kebabplus.ch.

Kebab+

kochen
essen
begegnen
ausspannen
bewegen

www.kebabplus.ch

Foto: Robinsonsplatz & Jugendarbeit Münchenstein

NACHRUF MARKUS GANDER, PIONIER DER KINDER- UND JUGENDFÖRDERUNG IN DER SCHWEIZ

Ein grosser Verlust bedeutet das unerwartete Ableben von Markus Gander für den Dachverband Offene Kinder- und Jugendarbeit (DOJ) und die Kinder- und Jugendförderung in der Schweiz. Markus Gander war Initiator und Mitbegründer des DOJ, damals vor 20 Jahren. Ohne ihn gäbe es den Dachverband wohl nicht. Auch für weitere Organisationen und viele Initiativen im Bereich Kinder- und Jugendförderung fungierte er als Unterstützer und Geburtshelfer, beispielsweise bei Fanarbeit Schweiz oder beim nationalen Zentrum für Kinder- und Jugendförderung passepartout.ch.

Markus Gander widmete viel Zeit und Energie seines Lebens für die Kinder- und Jugendförderung in der Schweiz. Er *lebte* Kinder- und Jugendförderung. Sein unerschöpfliches Engagement und seine unzähligen Ideen waren und bleiben prägend. Seine Grundhaltung, welche die Ressourcen von jungen Menschen und nicht ihre Probleme in den Vordergrund stellt, leiten den DOJ bis heute.

Geht nicht gibt es nicht – so lautete sein Motto. Wenn Markus Gander etwas nicht wusste oder selbst konnte, so kannte er sicher jemanden, der weiterhalf. Er war in der Schweiz und in den Nachbarländern unglaublich gut vernetzt, immer mit starkem Bezug zur Basis. Welche*r Jugendarbeiter*in kannte ihn nicht oder hatte nicht zumindest von Markus Gander gehört?

Markus Gander trat bescheiden auf, obwohl er mit Vielem Erfolge erlebte. Er blieb authentisch und immer auf die Sache selbst fokussiert. Er lebte ein intensives Leben und teilte seine Erlebnisse gerne; ein faszinierender Geschichtenerzähler. Mit seinem Mut und seiner Überzeugtheit inspirierte und motivierte er viele Menschen. Dabei war er stets interessiert am Gegenüber, vor allem an Jugendlichen, deren Potential er so oft erkannte und deren Engagement er förderte.

Viel zu früh ist Markus Gander von uns gegangen. Eine grosse Lücke hinterlässt er. Wir haben ihm sehr viel zu verdanken und gedenken ihm in grosser Trauer.

Marcus Casutt, Geschäftsleiter DOJ

NÉCROLOGIE MARKUS GANDER, PIONNIER DE LA PROMOTION DE L'ENFANCE ET DE LA JEUNESSE EN SUISSE

Le décès inattendu de Markus Gander représente une grande perte pour l'Association faîtière suisse pour l'animation socioculturelle enfance et jeunesse (AFAJ) et la promotion de l'enfance et de la jeunesse en Suisse. Markus Gander a été l'initiateur et le cofondateur de l'AFAJ, il y a 20 ans. Sans lui, l'association faîtière n'existerait probablement pas. Il a également contribué à la création d'autres organisations et au lancement de nombreuses initiatives dans le domaine de la promotion de l'enfance et de la jeunesse, comme Fanarbeit Schweiz ou le centre national pour la promotion de l'enfance et de la jeunesse passepartout.ch.

Markus Gander a consacré une grande partie de son temps et de son énergie à la promotion de l'enfance et de la jeunesse en Suisse. Il *vivait* la promotion de l'enfance et de la jeunesse. Son engagement infatigable et ses innombrables idées ont été et restent marquants. Son attitude consistant à mettre l'accent sur les ressources des jeunes et non sur leurs problèmes influence l'AFAJ jusqu'à ce jour.

Impossible n'existe pas – telle était sa devise. Lorsque Markus Gander ne savait pas ou ne pouvait pas faire quelque chose lui-même, il connaissait très certainement quelqu'un pouvant apporter son aide. Il disposait d'un incroyable réseau en Suisse et dans les pays voisins et était toujours très proche du terrain. Quelle personne active dans le domaine de l'animation socioculturelle jeunesse ne connaissait pas Markus Gander ou n'avait pas au moins entendu parler de lui ?

Markus Gander est resté modeste, bien qu'il ait connu de nombreux succès. Il est resté authentique et toujours focalisé sur la cause elle-même. Il vivait une vie intense et aimait partager ses expériences ; il était un conteur fascinant. Avec son courage et sa conviction, il a inspiré et motivé de nombreuses personnes. Il s'est toujours montré intéressé par son interlocuteur ou interlocutrice, surtout par les jeunes, dont il a si souvent reconnu le potentiel et encouragé l'engagement.

Markus Gander nous a quitté-e-s bien trop tôt. Il laisse un grand vide derrière lui. Nous lui devons énormément et c'est avec grande tristesse et une profonde reconnaissance que nous évoquons sa mémoire.

Marcus Casutt, directeur de l'AFAJ

NECROLOGIO DI MARKUS GANDER, PIONIERE NEL SOSTEGNO AI BAMBINI E AI GIOVANI IN SVIZZERA

L'inaspettato decesso di Markus Gander rappresenta una grave perdita per l'Associazione svizzera animazione socioculturale infanzia e gioventù (DOJ) e per la promozione dei bambini e dei giovani in Svizzera. Venti anni fa, Markus è stato l'iniziatore e il cofondatore del DOJ, che senza di lui probabilmente non esisterebbe. È stato un fervente sostenitore e co-creatore di altre organizzazioni e iniziative nel campo della promozione dell'infanzia e della gioventù, come Fanarbeit Svizzera o il Centro nazionale per la promozione dell'infanzia e della gioventù passepartout-ch.

Markus ha dedicato la maggior parte del suo tempo e delle sue energie per i bambini e i giovani in Svizzera. Il suo inesauribile impegno e le sue innumerevoli idee e iniziative sono state e resteranno determinanti. Il suo approccio fondamentale, che metteva l'attenzione sulle risorse dei giovani e non sui loro problemi, tuttora orienta il DOJ.

Il suo motto era: «Non c'è niente che non si possa fare». Se Markus non sapeva qualcosa o non poteva farlo da solo, conosceva sicuramente qualcuno in grado di aiutarlo. Aveva un'incredibile rete di contatti in Svizzera e nei paesi limitrofi, tuttavia restando sempre attento ad ogni suo collaboratore e collaboratrice. Nel campo del lavoro con i giovani, chi non lo conosceva o non aveva almeno sentito parlare di lui?

Era modesto, benché avesse grande successo in vari ambiti della vita. Era autentico e sempre focalizzato su ciò che lo impegnava in quel momento. Ha vissuto una vita intensa, condividendo con piacere le sue esperienze: un narratore affascinante. Con il suo coraggio e la sua forza persuasiva ha ispirato e motivato innumerevoli persone. Nel farlo, era sempre interessato all'altro, soprattutto ai giovani, di cui spesso riconosceva il potenziale e incoraggiava l'impegno.

Markus Gander se ne è andato troppo presto, lasciando un grande vuoto. Gli siamo molto grati e lo ricordiamo con grande tristezza.

Marcus Casutt, amministratore delegato DOJ

Die einzelnen Artikel geben die Auffassung der Autor*innen wieder und entsprechen nicht notwendigerweise der Meinung des DOJ/AFAJ.

Les différents articles représentent le point de vue des auteur-e-s et ne correspondent pas forcément à l'avis de l'AFAJ.

Impressum

Redaktion / Rédaction: Marilène Broglie, Noëmi Wertenschlag, Géraldine Bürgy

Übersetzungen / Traduction: Marilène Broglie, Natascha Nota

Gestaltung und Layout / Mise en page: starwish.ch

Druck / Impression: Druckerei Gasser, Belp

InfoAnimation ist die Fachzeitschrift des Dachverbands Offene Kinder- und Jugendarbeit Schweiz DOJ. Sie erscheint dreimal jährlich mit thematischen Ausgaben. Kollektiv- und Anschlussmitglieder des DOJ erhalten die Fachzeitschrift kostenlos. Für alle anderen Empfänger*innen gilt ein Richtpreis von 50.- Franken pro Jahr.

Abonnements und zusätzliche Hefte können per Mail an redaktion@doj.ch bestellt werden.

Alle Ausgaben stehen unter doj.ch/publikationen auch zum Download bereit.

Infos über Inserierungs- und Beilagemöglichkeiten sind via redaktion@doj.ch erhältlich.

InfoAnimation est la revue spécialisée de l'Association faïtière suisse pour l'animation socioculturelle enfance et jeunesse AFAJ. Elle paraît trois fois par année, chaque numéro étant consacré à un sujet particulier. Les membres collectifs et affiliés de l'AFAJ reçoivent InfoAnimation gratuitement. Pour les autres lectrices et lecteurs, le prix indicatif est de 50.- francs par année.

Pour commander des abonnements ou des exemplaires supplémentaires, contactez redaktion@doj.ch. Toutes les revues peuvent être téléchargées sur doj.ch/fr/publications.

Pour insérer une annonce ou joindre un encart, contactez redaktion@doj.ch.

DOJ
Dachverband Offene Kinder- und Jugendarbeit Schweiz
Association faïtière suisse pour l'animation socioculturelle enfance et jeunesse
Associazione svizzera animazione socioculturale infanzia e gioventù
AFAJ

Geschäftsstelle, Pavillonweg 3, 3012 Bern
Tel. 031 300 20 55
infoanimation@doj.ch
doj.ch



BARCAMP #SKAmp22 skamp.ch

Soziokultur und digitaler Wandel

Jetzt anmelden!

5.9.22, Zürich, Karl der Grosse

