



Handbuch zur Jugendvertretung

Entwickelt von WeLearn

CULTURAL BRIDGES

Engaging Young People and Youth Workers to develop their Cultural Intelligence for Diverse Online Communities



Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	2
Einleitung	5
Erste Schritte: Schlüsselbegriffe und Konzepte in der Jugendvertretung	6
Wichtige Begriffe, die Sie kennen sollten.....	6
Ethische Leitlinien für Digital Advocacy	8
Die Macht der digitalen Interessenvertretung und die Rolle von Jugendarbeitern verstehen.....	9
In die Praxis umsetzen: Wie Jugendarbeiter*innen und junge Menschen durchstarten können.....	11
Für Jugendarbeiter.....	11
Für junge Leute.....	11
Kapitel 1: Fazit	12
Kapitel 2: Mobilisierung von Unterstützern und Aufbau einer Online-Community	13
Einleitung	13
Wo digitale Interessenvertretung stattfindet.....	14
Warum digitale Interessenvertretung effektiv ist	15
Aufbau einer wertebasierten Online-Community	15
Tools und Techniken zur Steigerung des Engagements	16
Online-Communities, die einen Unterschied machen.....	18
1. Kinder für eine bessere Welt	19
2. WeStopHate	19
Warum diese Communities funktionieren.....	19
Checkliste: Aufbau einer integrativen und wirkungsvollen Online-Community	20
Kapitel 2: Fazit	22
Kapitel 3: Aufrechterhaltung Ihrer Interessenvertretung durch geeignete Strategien und Kooperationen	23



Einleitung	23
Ziele setzen und eine Advocacy-Strategie erstellen	24
Aufbau sinnvoller Partnerschaften und Kooperationen.....	26
Checkliste für die Bereitschaft zur Zusammenarbeit	27
Schwung aufrechterhalten und Burnout vermeiden	28
Checkliste für Selbstfürsorge und Nachhaltigkeit.....	29
Kapitel 3: Fazit	30
Kapitel 4: Fallstudien und Erfolgsgeschichten.....	31
Einleitung	31
Fallstudie 1: #FridaysForFuture	32
Überblick:	32
Hauptmerkmale:.....	33
Fallstudie 2: #IAmRemarkable (Google-Initiative)	33
Überblick:	33
Hauptmerkmale:.....	33
Vergleichende Analysetabelle	34
Schlussfolgerung.....	36
Einleitung	36
Eine neue Morgendämmerung für die Interessenvertretung.....	36
Ihre Stimme zählt.....	37
Blick in die Zukunft.....	38
Bibliographie	38
Anhänge.....	42
Kapitel 1 Anhänge	42
Anhang I: Arbeitsblatt zur Reflexion der Jugendanwaltschaft.....	42
Kapitel 2 Anhänge	45
Anhang I: Reflektierendes Arbeitsblatt.....	45



Anhang II: Kalender für die Content-Planung.....	47
Anhang III: Engagement-Tracker.....	47
Kapitel 3 Anhänge	48
Anhang I: Handout für SMART-Ziele.....	48
Anhang II: Vorlage für die Planung einer Advocacy-Strategie	49
Anhang III: Vorlage für Outreach-Nachrichten	51
Anhang IV: Burnout-Reflexionstool.....	51

Einleitung

Dieses Handbuch zur Interessenvertretung von Jugendlichen wurde im Rahmen des Projekts Cultural Bridges entwickelt, um junge Menschen und Jugendarbeiter dabei zu unterstützen, aktive, informierte und integrative digitale Fürsprecher zu werden. In einer Zeit, in der sich Gespräche über Identität, Vielfalt und Inklusion zunehmend online abspielen, sind digitale Plattformen zu Räumen geworden, in denen junge Menschen ihre Geschichten teilen, Diskriminierung bekämpfen und sich für kulturelle Toleranz einsetzen können. Advocacy beschränkt sich heute nicht mehr nur auf die Straße oder in die Parlamente, sondern findet in den sozialen Medien, in Gruppenchats und durch virale Kampagnen statt. Dieses Handbuch zielt darauf ab, diese Dynamik zu nutzen und die Werkzeuge an die Hand zu geben, um sich sinnvoll und ethisch an der digitalen Interessenvertretung zu beteiligen.

Das Handbuch richtet sich an zwei Hauptzielgruppen: Jugendarbeiter und junge Menschen im Alter von 15 bis 25 Jahren, die sich leidenschaftlich für positive Veränderungen einsetzen. Jugendarbeiterinnen und Jugendarbeiter finden Anleitungen und Ressourcen, um junge Menschen dabei zu unterstützen, Kompetenzen in der Interessenvertretung zu entwickeln, sich auf Online-Plattformen zurechtzufinden und sich sensibel und selbstbewusst am interkulturellen Dialog zu beteiligen. Für junge Menschen bietet das Handbuch einen praktischen Leitfaden für den Start ihrer eigenen digitalen Kampagnen, die Mobilisierung von Online-Communities und die Nutzung ihrer Stimmen, um kulturelle Intelligenz (CQ) und soziale Inklusion in verschiedenen digitalen Räumen und Plattformen zu fördern.

Im gesamten Handbuch werden die Leser die Kernprinzipien der digitalen Interessenvertretung erkunden, einschließlich der Mobilisierung von Unterstützern, des Aufbaus inklusiver Online-Communities, der Entwicklung strategischer Kampagnen und der Aufrechterhaltung der Dynamik durch Zusammenarbeit und Selbstfürsorge. Dieses Handbuch enthält auch Erfolgsgeschichten aus dem wirklichen Leben von von Jugendlichen geführten Kampagnen, die auf lokaler und internationaler Ebene Wirkung gezeigt haben. Durch die Lektüre und Nutzung dieses Handbuchs gehen wir davon aus, dass Jugendarbeiter*innen und junge Fürsprecher*innen am Ende ein tieferes Verständnis dafür erlangen werden, welche Rolle digitale

Interessenvertretung bei der Überbrückung kultureller Gräben spielen kann und wie sie dieses Wissen nutzen können, um einen dauerhaften, inklusiven Wandel in ihren Gemeinschaften herbeizuführen – sowohl lokal als auch online.

Erste Schritte: Schlüsselbegriffe und Konzepte in der Jugendvertretung

Bevor wir uns mit der Erstellung und Aufrechterhaltung wirkungsvoller digitaler Advocacy-Kampagnen befassen, ist es wichtig, einige der Schlüsselbegriffe und Ideen zu verstehen, die in diesem Handbuch vorkommen werden. Diese Konzepte bilden die Grundlage der Jugendvertretung im digitalen Zeitalter und werden Ihnen helfen, sich in den kommenden Kapiteln sicherer zu fühlen.

Advocacy bedeutet, Ihre Stimme und Ihre Taten zu nutzen, um sich für etwas einzusetzen, das wichtig ist. Für junge Menschen geschieht dies heute oft online. Ob es sich um ein kurzes Video, einen Social-Media-Post, einen Podcast oder ein digitales Kunstwerk handelt, bei der Interessenvertretung geht es darum, das Bewusstsein zu schärfen, Veränderungen herbeizuführen und andere zum Handeln zu ermutigen. Wenn wir über digitale Interessenvertretung sprechen, beziehen wir uns speziell darauf, wie diese Botschaften mithilfe von Online-Tools und -Plattformen verbreitet werden, um eine Dynamik aufzubauen und ein breiteres Publikum zu erreichen.

Im folgenden Glossar werden wichtige Begriffe vorgestellt, die Ihnen beim Lesen dieses Handbuchs helfen werden. Das Verstehen dieser Worte wird nicht nur Ihr Lernen unterstützen, sondern wir hoffen, dass es auch Ihre Fähigkeit stärkt, als Verfechter von kultureller Intelligenz und Inklusion klar und selbstbewusst zu kommunizieren.

Wichtige Begriffe, die Sie kennen sollten

- **Advocacy:** Maßnahmen ergreifen, um eine Sache, eine Idee oder eine Gruppe zu unterstützen, um positive Veränderungen herbeizuführen. Die Interessenvertretung kann persönlich, gemeinschaftsbasiert oder global sein.



- **Digitale Interessenvertretung:** Nutzung von Online-Plattformen wie sozialen Medien, Blogs oder Video-Sharing-Websites, um das Bewusstsein zu schärfen und andere zu einem Thema zu beeinflussen, das Ihnen wichtig ist.
- **Kampagne:** Eine geplante Reihe von Aktionen, die darauf abzielen, ein bestimmtes Ziel zu erreichen. In der Interessenvertretung enthalten Kampagnen oft Botschaften, Bilder, Videos und Handlungsaufforderungen.
- **Kulturelle Intelligenz (oder kurz "CQ"):** Die Fähigkeit, Menschen mit unterschiedlichem kulturellem Hintergrund zu verstehen, zu schätzen und effektiv mit ihnen zusammenzuarbeiten. Es geht darum, sich seiner eigenen kulturellen Perspektive bewusst zu sein und offen dafür zu sein, von anderen zu lernen.
- **Inklusion:** Schaffung von Räumen, sowohl online als auch offline, in denen sich jeder wertgeschätzt, respektiert und in der Lage fühlt, sich zu beteiligen, unabhängig von seinem Hintergrund oder seiner Identität.
- **Hashtag-Aktivismus:** Die Verwendung von Hashtags in sozialen Medien, um auf ein Problem aufmerksam zu machen, das Bewusstsein zu schärfen und Menschen mit einer gemeinsamen Sache (z. B. #EndRacism #PrideMonth) zu verbinden.
- **Verbündeter:** Jemand, der eine Gemeinschaft oder eine Sache unterstützt, der er vielleicht nicht persönlich angehört, indem er zuhört, lernt und respektvoll handelt.
- **Call to Action (CTA):** Eine klare Botschaft, die andere einlädt, etwas Bestimmtes zu tun, z. B. eine Petition zu unterzeichnen, an einer Veranstaltung teilzunehmen, einen Beitrag zu teilen oder mehr über das Thema Advocacy zu erfahren.

Ethische Leitlinien für Digital Advocacy

Bevor Sie mit der Planung Ihrer Kampagne beginnen, ist es wichtig, zunächst innezuhalten und die ethischen Implikationen Ihrer Advocacy-Arbeit zu berücksichtigen. Es ist auch wichtig, sich daran zu erinnern, dass es bei der Interessenvertretung nicht nur darum geht, *was* wir sagen, sondern auch darum, *wie* wir es sagen. Wenn wir digitale Werkzeuge nutzen, um unsere Stimme zu erheben, haben wir die Macht, andere zu beeinflussen, wichtige Geschichten zu teilen und Bewegungen aufzubauen. Aber mit dieser Macht kommt auch Verantwortung. Diese ethischen Richtlinien sollen Ihnen helfen – egal ob Sie ein junger Mensch oder ein Jugendarbeiter sind – sich mit Sorgfalt, Integrität und Wirkung in der digitalen Interessenvertretung zurechtzufinden.

- **Seien Sie ehrlich und überprüfen Sie Ihre Fakten:** Bevor Sie einen Beitrag teilen oder auf ein Problem hinweisen, stellen Sie sicher, dass Ihre Informationen korrekt sind. Falsche oder irreführende Inhalte können Ihre Glaubwürdigkeit schädigen und der Sache schaden, die Ihnen wichtig ist. Überprüfen Sie immer Ihre Quellen, und wenn Sie einen Fehler machen, korrigieren Sie ihn offen.
- **Kritisch denken, freundlich handeln:** Digitale Interessenvertretung kann emotional werden, insbesondere bei schwierigen Themen. Es ist in Ordnung, sich für dein Thema oder deine Sache zu begeistern, aber vermeide es, Hass, Scham oder Fehlinformationen zu verbreiten. Nutzen Sie Ihre Stimme, um zu bilden und zu inspirieren, nicht um anzugreifen. Fragen Sie immer: "Ist das fair? Ist das hilfreich?"
- **Schutz der Privatsphäre und Einwilligung:** Geben Sie niemals die Geschichte, das Foto oder die persönlichen Daten einer Person ohne deren ausdrückliche Erlaubnis weiter. Wenn du deine eigene Geschichte erzählst, denke darüber nach, was du gerne öffentlich machst. Was online geht, kann auch online bleiben. Respektieren Sie Ihre eigenen Grenzen und die anderer Grenzen.
- **Seien Sie inklusiv und zugänglich:** Gestalten Sie Ihre Inhalte für alle einladend. Vermeiden Sie Fachjargon, verwenden Sie Bildbeschreibungen (Alt-Text) und denken Sie darüber nach, wie Menschen mit unterschiedlichen



Hintergründen, Kulturen oder Fähigkeiten Ihre Botschaft erleben werden. Advocacy sollte vielfältige Stimmen erheben, nicht sie zum Schweigen bringen.

- **Geben Sie Anerkennung und bauen Sie eine Gemeinschaft auf:** Wenn Sie die Arbeit einer anderen Person teilen, geben Sie ihr Anerkennung und denken Sie daran, die Zusammenarbeit über den Wettbewerb zu stellen. Digitale Interessenvertretung funktioniert am besten, wenn sich die Menschen gegenseitig aufrichten und gemeinsam aufbauen. Ihre Plattform kann ein Rampenlicht sein, nicht nur für Ihre Stimme, sondern auch für andere.
- **Bleiben Sie sicher und setzen Sie Grenzen:** Sie müssen nicht alles teilen und können Pausen einlegen. Sie können schädliche Inhalte auch blockieren oder melden. Ihre psychische Gesundheit ist wichtiger als jeder Online-Trend. Denken Sie also daran, sich sicher zu äußern und Raum für Ruhe zu schaffen, wenn Sie ihn brauchen. Mehr dazu finden Sie in Kapitel 3 unten.

Die Macht der digitalen Interessenvertretung und die Rolle von Jugendarbeitern verstehen

Unsere digitale Gesellschaft bedeutet heute, dass Menschen jeden Alters mehr denn je online sind. Die Plattformen, die einst zur Unterhaltung und zum Kontakt mit Freunden genutzt wurden, wurden nun von einigen jungen Influencern in digitale Räume verwandelt, in denen politische Beeinflussung und Gestaltung stattfindet. Soziale Medien, Podcasts, Blogs, Videokanäle und andere digitale Tools ermöglichen es, dass Nachrichten schneller und weiter verbreitet werden als je zuvor. Für die Generation Z, die mit Technologie in den Händen aufgewachsen ist und in die digitale Kultur eingetaucht ist, kann sich die Befürwortung über diese Kanäle völlig natürlich anfühlen. Viele junge Menschen melden sich bereits online zu Wort, machen auf Ungerechtigkeit aufmerksam, feiern Vielfalt, hinterfragen schädliche Narrative und bauen Gemeinschaften der Fürsorge und des Widerstands auf.

Bei der digitalen Interessenvertretung geht es um den strategischen Einsatz von Online-Tools, um das Bewusstsein zu schärfen, die öffentliche Meinung zu formen, Entscheidungsträger zu beeinflussen und zum Handeln anzuregen. Dies kann zwar hochkarätige Kampagnen mit Tausenden von Followern umfassen, aber auch

so einfach und wirkungsvoll sein wie das Teilen einer persönlichen Geschichte, das erneute Posten einer nützlichen Ressource oder das Starten eines Gesprächs in einer kleinen Online-Community. Was zählt, ist die Absicht: positive, sinnvolle Veränderungen zu schaffen. Digital Advocacy bedeutet im Rahmen des Projekts Cultural Bridges auch, diese Werkzeuge zu nutzen, um kulturelle Intelligenz (CQ) zu fördern, sich gegen Diskriminierung einzusetzen und Brücken zwischen verschiedenen Gemeinschaften zu bauen.

Jugendarbeiterinnen und Jugendarbeiter spielen in diesem Bereich eine Schlüsselrolle. Als vertrauenswürdige Führer und Mentoren sind Jugendbetreuer einzigartig positioniert, um jungen Menschen zu helfen, sich selbstbewusst und zielgerichtet in der digitalen Welt zurechtzufinden. Sie können jungen Menschen helfen, ihre Werte zu erforschen, ihre Stimme zu finden und die Fähigkeiten zu entwickeln, sich online effektiv für sie einzusetzen. Dazu gehört die Unterstützung junger Menschen dabei:

- Kulturelle Unterschiede mit Offenheit und Empathie verstehen und reflektieren
- Entwickeln Sie digitale Inhalte, die ethisch, inklusiv und wirkungsvoll sind
- Erkennen Sie das Potenzial und die Risiken von Online-Plattformen
- Arbeiten Sie mit anderen zusammen und führen Sie Kampagnen für kulturelle Verständigung durch

Das Projekt "Kulturelle Brücken" stellt Jugendarbeitern praktische Werkzeuge, Bildungsressourcen und Reflexionsübungen zur Verfügung, um diese Arbeit zu erleichtern. Durch die Förderung kultureller Intelligenz und die Unterstützung junger Menschen bei der Entwicklung ihrer eigenen digitalen Advocacy-Kampagnen können Jugendarbeiter*innen dabei unterstützt werden, Mitgestalter inklusiver Online-Räume zu werden. Diese Räume haben das Potenzial, Stereotype in Frage zu stellen, Barrieren abzubauen und die vielfältigen Stimmen junger Menschen in ganz Europa zu fördern.



In die Praxis umsetzen: Wie Jugendarbeiter*innen und junge Menschen durchstarten können

Das Verständnis der digitalen Interessenvertretung ist der erste Schritt, und mit der Umsetzung in die Tat beginnt die eigentliche Wirkung. Egal, ob Sie ein Jugendarbeiter sind, der junge Menschen unterstützt, oder ein junger Mensch, der in Ihre Rolle als digitaler Changemaker einsteigt, hier sind einige praktische Möglichkeiten, um damit zu beginnen:

Für Jugendarbeiter

- Schaffen Sie Raum für Dialog und ermöglichen Sie offene, urteilsfreie Gespräche über gesellschaftliche Themen, die für junge Menschen wichtig sind, einschließlich Kultur, Identität, Diskriminierung und Zugehörigkeit.
- Führen Sie Schlüsselkonzepte wie CQ ein und helfen Sie jungen Menschen, kulturelle Intelligenz durch Aktivitäten, Geschichten und Beispiele aus dem wirklichen Leben zu verstehen. Nutzen Sie dies als Grundlage für die Interessenvertretung.
- Unterstützung des Kompetenzaufbaus und Bereitstellung von Schulungen oder Workshops zu den Themen Erstellung digitaler Inhalte, Online-Sicherheit, Medienkompetenz und verantwortungsvolles Online-Verhalten.
- Fördern Sie die Führung und lassen Sie junge Menschen die Führung bei der Gestaltung von Advocacy-Aktionen übernehmen. Bieten Sie Anleitung an, aber treten Sie einen Schritt zurück, um die Verantwortung zuzulassen.
- Seien Sie ein Mentor und demonstrieren Sie integrative Kommunikation, aktives Zuhören und ethische Entscheidungsfindung in Ihrer eigenen Online-Präsenz.

Für junge Leute

- Finden Sie Ihren Fokus und denken Sie über die Themen nach, die Ihnen am wichtigsten sind - etwas, das Sie inspiriert, frustriert oder hoffnungsvoll macht. Dies ist Ihr Ausgangspunkt.
- Fangen Sie klein an; Sie brauchen keine große Fangemeinde, um etwas zu bewirken. Das Teilen eines Beitrags, das Starten einer Unterhaltung oder das



Erstellen einer einfachen Kampagne in Ihrer Schule oder Gemeinde kann viel bewirken.

- Nutzen Sie Ihre Stärken; Egal, ob Sie gerne schreiben, entwerfen, sprechen oder Videos erstellen, es gibt eine Möglichkeit, Ihre Talente in der Interessenvertretung einzusetzen.
- Arbeiten Sie mit anderen zusammen und vernetzen Sie sich mit Freunden, Klassenkameraden, Jugendgruppen oder sogar Menschen aus anderen Ländern. Kollektive Stimmen sind lauter.
- Bleiben Sie sicher und respektvoll und denken Sie darüber nach, was Sie teilen, wie Sie auf Meinungsverschiedenheiten reagieren und wie Sie Ihr emotionales und geistiges Wohlbefinden online schützen können.

Kapitel 1: Fazit

Bei der digitalen Interessenvertretung geht es nicht nur darum, andere zu beeinflussen, sondern auch darum, die eigene Stimme zu entdecken und sie zielgerichtet zu nutzen. Für junge Menschen kann dies eine Chance sein, Gespräche zu führen, die wichtig sind. Für Jugendarbeiter könnte dies bedeuten, die Führungsrolle junger Menschen mit Fürsorge und Ermutigung zu unterstützen. Dieses Handbuch wird Sie Schritt für Schritt durch diese Reise führen.

Reflektierende Fragen

Wenn Sie sich Zeit zum Nachdenken nehmen, können Sie Ihr Verständnis vertiefen und Ihren Ansatz für die Interessenvertretung gestalten. Diese Fragen können auch im Handout in Kapitel 1 Anhänge, Anhang 1 am Ende dieses Handbuchs ausgefüllt werden.

Für Jugendarbeiter

- Welche Themen liegen den jungen Menschen, mit denen ich arbeite, am Herzen?
- Wie kann ich ihre Interessenvertretung unterstützen, ohne den Prozess zu übernehmen oder zu leiten?
- Bin ich zuversichtlich, wenn es darum geht, über kulturelle Intelligenz, Inklusion und sozialen Wandel zu sprechen? Wenn nicht, welche Schulungen oder Ressourcen benötige ich?
- Wie inklusiv ist der Raum, den ich für junge Menschen schaffe, um sich auszudrücken?
- Lebe ich in meinen eigenen Online-Aktivitäten respektvolles digitales Verhalten vor?



Kapitel 2: Mobilisierung von Unterstützern und Aufbau einer Online-Community

Einleitung

Jede einflussreiche Bewegung, ob online oder offline, beginnt mit einer Art Verbindung. Advocacy ist kein Einzelakt; Vielmehr ist es das Ergebnis gemeinsamer Werte, gegenseitigen Respekts und der Unterstützung der Gemeinschaft. Einer der spannendsten Aspekte der digitalen Interessenvertretung ist, wie sie es jungen Menschen ermöglicht, andere zu erreichen, die sich für die gleichen Themen interessieren, egal wo sie leben. Durch den Aufbau einer engagierten und integrativen Online-Community können junge Befürworter das Bewusstsein schärfen, zum Handeln anregen und auf lokaler, nationaler oder sogar globaler Ebene echte Veränderungen bewirken.

Dieses Kapitel enthält einige wichtige Informationen über die digitalen Räume, in denen Advocacy stattfindet, und warum diese Plattformen für junge Menschen so effektiv sind. Kapitel 2 befasst sich auch mit der Frage, wie man mit dem Aufbau einer starken, wertebasierten Gemeinschaft rund um die Anliegen beginnen kann, die für junge Menschen und Jugendarbeiter am wichtigsten sind.

Egal, ob Sie eine Kampagne starten, das Bewusstsein für kulturelle Intelligenz schärfen oder einfach nur gelebte Erfahrungen teilen, um anderen das Gefühl zu geben, gesehen zu werden – digitale Interessenvertretung beginnt damit, andere zu erreichen und Raum zu schaffen, sich Ihnen anzuschließen.

Wo digitale Interessenvertretung stattfindet

Digitale Interessenvertretung findet auf einer Vielzahl von Plattformen statt, jede mit ihrem eigenen Stil, ihrem eigenen Publikum und ihren eigenen Stärken. Social-Media-Kanäle wie Instagram, TikTok, X (ehemals Twitter) und YouTube gehören zu den beliebtesten Räumen für die Interessenvertretung, da sie es ermöglichen, Inhalte schnell und kreativ zu teilen. Diese Plattformen unterstützen Videos, Fotos, Infografiken und persönliche Geschichten, die alle leistungsstarke Werkzeuge sind, um das Bewusstsein zu schärfen und sich mit anderen zu verbinden. Podcasts, Blogs und sogar Livestreams auf Plattformen wie Twitch oder Facebook Live werden ebenfalls zu beliebten Formaten, um Erkenntnisse zu teilen und neue Zielgruppen zu erreichen. Was all diese Räume verbindet, ist ihre Zugänglichkeit: Die meisten jungen Menschen nutzen sie bereits in ihrem Alltag, was sie zu natürlichen Räumen macht, um Gespräche zu beginnen und Bewegungen zu entfachen.

Einige Formen der digitalen Interessenvertretung sind sehr sichtbar und umfassen virale Hashtags, öffentliche Kampagnen oder Online-Petitionen. während andere ruhiger und gemeinschaftsbasierter sind. Ein privater Gruppenchat oder sogar ein moderierter Kommentarbereich können als Advocacy-Raum fungieren, wenn er Empathie, Bildung und kollektives Handeln fördert. Diese Mikro-Communities bieten oft mehr Sicherheit und Vertrauen, insbesondere wenn es um heikle Themen wie Diskriminierung, Identität oder persönliche Ausgrenzungserfahrungen geht. Das Wichtigste ist, dass der Raum die Werte der Advocacy-Arbeit widerspiegelt: Inklusion, Respekt, Zusammenarbeit und Neugierde.

Warum digitale Interessenvertretung effektiv ist

Digitale Interessenvertretung ist für junge Menschen besonders effektiv, weil sie sie dort abholt, wo sie bereits sind. Anstatt auf den Zugang zu formellen Entscheidungsräumen wie Regierungsgremien, Vorstandsetagen oder politischen Foren zu warten, können junge Menschen in Echtzeit und von ihren eigenen Geräten aus aktiv werden. Dadurch werden viele traditionelle Hindernisse für die Teilhabe beseitigt, insbesondere für diejenigen, die geografisch isoliert sind, Diskriminierung erleben oder mit anderen strukturellen Herausforderungen konfrontiert sind. Es gibt jungen Menschen auch die Kontrolle über ihre Botschaft und ermöglicht es ihnen, ihre Perspektive mit ihrer eigenen Stimme zu teilen, mit Kreativität, Humor, Emotionen oder einem anderen Stil, der am besten zu ihrer Gemeinschaft passt.

Die Geschwindigkeit, Reichweite und Sichtbarkeit digitaler Plattformen machen sie zum perfekten Ort, um Dynamik aufzubauen und Unterstützer zu gewinnen. Ein einziger Beitrag kann internationale Diskussionen auslösen. Ein TikTok kann Tausende von Aufrufen generieren. Eine gemeinsame Geschichte kann anderen helfen, sich weniger allein zu fühlen. Vor allem aber ermöglicht die digitale Interessenvertretung jungen Menschen, sich mit anderen zu vernetzen, die sich um sie kümmern. Diese Verbindung ist es, die Resilienz aufbaut, Bewegungen aufrechterhält und den Fokus auf kollektive Wirkung statt auf individuelle Anstrengung legt.

Aufbau einer wertebasierten Online-Community

Der Aufbau einer digitalen Community rund um Ihre Advocacy-Arbeit bedeutet mehr als nur Follower zu gewinnen oder viral zu gehen. Vielmehr geht es darum, Menschen zusammenzubringen, die Ihre Vision für Veränderung teilen. Ganz gleich, ob Sie sich auf die Förderung kultureller Toleranz, die Bekämpfung von Diskriminierung oder einfach nur auf die Aufnahme von Gesprächen über Vielfalt und Identität konzentrieren, es ist so wichtig, eine Gemeinschaft aufzubauen, die auf gemeinsamen Werten basiert. Diese Werte wie Inklusion, Empathie, Ehrlichkeit und Respekt bestimmen den Ton Ihrer Inhalte, die Art und Weise, wie Sie mit anderen interagieren, und die Art von Raum, den Sie online schaffen möchten.

Damit Ihre Botschaft von Anfang an authentisch ist, sollten Sie damit beginnen, die Werte zu definieren, die für Sie und Ihre Advocacy-Ziele am wichtigsten sind. Dazu gehören die Offenheit für unterschiedliche Perspektiven, das Zelebrieren von Vielfalt oder das Bekenntnis zu Nichtdiskriminierung und respektvollem Dialog. Machen Sie diese Werte sichtbar. Sie können sie in Ihrer Biografie teilen, sie in Ihren Beiträgen erwähnen oder eine einfache "Community-Vereinbarung" entwerfen, die den Ton dafür angibt, wie Menschen mit Ihren Inhalten und miteinander interagieren. Wenn Sie sich über Ihre Werte im Klaren sind, können Sie Vertrauen aufbauen, insbesondere für Menschen, die sich Ihrer Gemeinschaft anschließen und unterschiedliche Hintergründe und Erfahrungen haben.

Wenn Ihre Community wächst, ist es wichtig, Möglichkeiten zur Interaktion und Zugehörigkeit zu schaffen. Um dieses Engagement zu fördern, nutzen Sie Ihre Plattform, um Fragen zu stellen, Menschen einzuladen, ihre Geschichten zu teilen, auf Kommentare mit Bedacht zu antworten und die Beiträge anderer zu würdigen, und wenn möglich, arbeiten Sie mit anderen Jugendvertretern oder -schöpfern zusammen, die Ihre Werte teilen. Der wichtigste Ratschlag, den wir Ihnen zu diesem Zeitpunkt im Zusammenhang mit dem Aufbau Ihrer Online-Community geben können, ist, dass Sie **konsequent sein sollten**. Starke Communitys wachsen, wenn sich Mitglieder und Follower sicher, willkommen und einbezogen fühlen. Das bedeutet, schädliche Kommentare zu moderieren, Fehler mit Bescheidenheit anzugehen und sicherzustellen, dass Ihr Raum für das Lernen offen bleibt. In einer wertebasierten Gemeinschaft geht es nicht nur darum, wofür Sie stehen, sondern auch darum, wie Sie jeden Tag auftreten, um diese Werte in die Praxis umzusetzen.

Tools und Techniken zur Steigerung des Engagements

Um Ihre Online-Community aktiv und engagiert zu halten, müssen Sie kreative Wege finden, um mit Menschen in Kontakt zu treten, ihr Interesse zu wecken und sie zu ermutigen, sich an Ihrer Advocacy-Reise zu beteiligen. Glücklicherweise gibt es viele kostenlose und einfach zu bedienende Tools, die Ihnen dabei helfen können, egal ob Sie eine Kampagne durchführen, eine kleine Community aufbauen oder

Bildungsinhalte über kulturelle Intelligenz teilen. Die Wahl der richtigen Tools und Techniken hängt von Ihrer Botschaft, Ihrem Publikum und der Art und Weise ab, wie Sie möchten, dass die Menschen interagieren.

Eine der effektivsten Techniken ist die Diversifizierung Ihrer Inhaltsformate. Verwenden Sie eine Mischung aus Bildern, kurzen Videos, Infografiken, Karussells und interaktiven Geschichten:

- Tools wie [Canva](#) machen es einfach, professionell aussehende Grafiken und lehrreiche Beiträge zu entwerfen, selbst wenn du es noch nie zuvor getan hast.
- Apps wie [CapCut](#) oder [InShot](#) ermöglichen es Ihnen, Videos für Instagram oder TikTok zu bearbeiten.
- Probieren Sie zum Storytelling Plattformen wie [Medium aus](#), wenn Sie längere Beiträge oder Reflexionen schreiben möchten.

Wenn Sie Ihr Inhaltsformat ändern, bleibt es nicht nur interessant, sondern stellt auch sicher, dass Sie Menschen erreichen, die auf unterschiedliche Weise lernen und sich engagieren.

Eine weitere wichtige Strategie ist die Verwendung plattformspezifischer Funktionen, um die Interaktion zu fördern. Zum Beispiel:

- Nutzen Sie Instagram Stories, um Fragen zu stellen, Umfragen durchzuführen oder Ihre Follower zu befragen.
- Gehen Sie live auf TikTok, YouTube oder Instagram, um sich in Echtzeit zu verbinden, Fragen zu beantworten oder eine Kampagne zu starten.
- Verwenden Sie Hashtags, um an breiteren Unterhaltungen teilzunehmen oder Ihre eigenen zu starten. Machen Sie sie einfach, einprägsam und bedeutungsvoll.
- Erstellen Sie einen Link in der Biografie mit Tools wie [Linktree](#), um Ressourcen, Petitionen, Videos und bevorstehende Veranstaltungen an einem Ort zu teilen.

Und schließlich sind Zusammenarbeit und Förderung starke Booster für das Engagement. Arbeite mit anderen Jugendvertretern, Künstlern oder Organisationen zusammen, die deine Werte teilen. Cross-Posting, Tagging und Shout-Outs können Ihnen helfen, neue Zielgruppen zu erreichen und unterstützende Beziehungen aufzubauen. Du kannst auch Gastbeiträge veröffentlichen oder Veranstaltungen, Herausforderungen oder Fragerunden mit anderen in deiner Community veranstalten. Zusammenarbeit erhöht nicht nur die Reichweite, sondern kann auch die Solidarität stärken und dazu beitragen, dass sich Ihre Interessenvertretung integrativer und partizipativer anfühlt.

Online-Communities, die einen Unterschied machen

Der Aufbau einer Online-Community mag auf den ersten Blick überwältigend erscheinen, aber viele junge Menschen haben es bereits getan und ihre Geschichten zeigen, dass eine echte Wirkung möglich ist. Auf der ganzen Welt nutzen von Jugendlichen geführte Initiativen digitale Plattformen, um Gleichgesinnte miteinander zu verbinden, wichtige Botschaften auszutauschen und zum Handeln anzuregen. Diese Communities können klein anfangen mit einem einzelnen Beitrag, einem kurzen Video, einem Gruppenchat usw.; Aber mit Zielstrebigkeit, Kreativität und Fürsorge können sie zu kraftvollen Räumen der Interessenvertretung, des Lernens und der Zugehörigkeit heranwachsen.

Die folgenden beiden Fallstudien zeigen Beispiele aus der Praxis für Online-Communities, die heute wachsen. Beide wurden von jungen Menschen wie Ihnen gegründet und zeigen, was möglich ist, wenn digitale Tools mit Absicht eingesetzt werden und Werte wie Inklusion, Empathie und Zusammenarbeit in den Mittelpunkt der Arbeit gestellt werden.

Wenn Sie diese Beispiele lesen, denken Sie darüber nach, was sie effektiv macht. Und denken Sie auch über Folgendes nach:

- Welche Tools verwenden sie?
- Wie binden sie andere ein?
- Wofür stehen sie und wie kommunizieren sie das online?



Diese Geschichten sollen Sie nicht nur informieren, sondern Sie auch dazu inspirieren, Ihren nächsten Schritt als digitaler Fürsprecher zu machen.

1. Kinder für eine bessere Welt

Diese von Jugendlichen geleitete Plattform wurde 2016 von dem Teenager Sagarika Sriram in Dubai gegründet und bringt fast 100.000 junge Menschen aus der ganzen Welt zusammen, um sich über umweltfreundliche Aktionen und Klimabildung auszutauschen. Sie kombinieren digitales Engagement, wie wöchentliche Videos und soziale Herausforderungen, mit realen Aktivitäten wie Strandsäuberungen.

Verknüpfung: <https://www.k4bworld.com>

2. WeStopHate

Diese gemeinnützige Organisation wurde 2010 von Emily-Anne Rigal in der High School gegründet und bekämpft Cybermobbing auf YouTube, Facebook und Twitter (X). Ihre Online-Kampagne "Bully Button" ermöglicht es Teenagern, Online-Missbrauch zu melden, während ihr YouTube-Kanal Geschichten von Gleichaltrigen enthält und eine unterstützende Community aufbaut.

Verknüpfung: <https://www.evidencelive.org/westophate/>

Warum diese Communities funktionieren

Erfolgselement	Wie es angezeigt wird
Werteorientierte Botschaften	Beide Projekte begannen mit einem klaren, positiven Ziel (Umwelt und Demokratie).
Plattform-versierte Inhalte	Sie verwendeten plattformnative Tools – TikTok-Memes, Instagram-Visuals.
Action in der realen Welt	Digitales Engagement wird durch Offline-Aktionen – Aufräumaktionen und Abstimmungen – ergänzt.



Community-zentriertes Wachstum	Sie befähigen andere, sich anzuschließen, mitzugestalten und die Mission zu teilen - der Community das Gefühl zu geben, dass sie besessen und geschätzt wird.
--------------------------------	---

Checkliste: Aufbau einer integrativen und wirkungsvollen Online-Community

Wie in diesem Fallbeispiel zu sehen ist, ist digitale Interessenvertretung erfolgreich, wenn sie ein Gemeinschaftsgefühl aufbaut, und in der Regel beginnt die Mobilisierung neuer Unterstützer für Ihre Interessenvertretung mit Storytelling und gemeinsamen Werten.

Verwenden Sie diese Checkliste, um die Planung, den Aufbau und das Wachstum eines wertebasierten Online-Advocacy-Netzwerks zu unterstützen. Unabhängig davon, ob Sie unabhängig arbeiten oder andere unterstützen, können diese Schritte dazu beitragen, dass Ihr digitaler Aktivismus strategisch, inklusiv und gemeinschaftsorientiert ist.

1. Definieren Sie Ihr Anliegen

- Ich habe das Thema, das mir wichtig ist, klar identifiziert.
- Ich kann erklären, warum dieses Thema für mich und für andere wichtig ist.
- Ich habe eine persönliche Geschichte geteilt (oder plane, sie zu teilen), um Menschen zu helfen, sich mit meiner Sache zu verbinden.

2. Identifizieren Sie Ihre Zielgruppe

- Ich weiß, wen ich erreichen möchte (z. B. Freunde, Lehrer, lokale Gruppen, politische Entscheidungsträger).



- Ich habe die Sprache und den Ton meiner Botschaft an mein Publikum angepasst.
- Ich habe darüber nachgedacht, wie ich meine Inhalte zuordenbar und relevant machen kann.

3. Verwenden Sie die richtigen Plattformen

- Ich habe Social-Media-Plattformen ausgewählt, die zu meinen Inhalten und meiner Botschaft passen.
- Ich verstehe, wie jede Plattform funktioniert und welche Art von Inhalten am besten funktioniert.
- Ich habe einen grundlegenden Inhaltsplan oder Zeitplan erstellt, um konsistent zu bleiben.

4. Beziehungen aufbauen

- Ich verfolge, unterstütze und interagiere mit anderen Accounts, die ähnliche Werte teilen.
- Ich verwende Hashtags mit Bedacht, um an Online-Gesprächen teilzunehmen oder diese zu führen.
- Ich antworte aktiv auf Kommentare, stelle Fragen und teile die Inhalte anderer mit Credit.

5. Seien Sie inklusiv

- Ich Sorge dafür, dass meine Community unterschiedliche Stimmen und Perspektiven reflektiert und respektiert.
- Ich freue mich über Feedback und bin offen dafür, von anderen zu lernen.
- Mein Ziel ist es, einen sicheren, respektvollen Raum für Dialog und Unterstützung zu schaffen.



Kapitel 2: Fazit

Digitale Interessenvertretung kann mit einer einzigen Stimme beginnen, aber sie wächst durch die Gemeinschaft. In diesem Kapitel haben wir behandelt, wie man diese Community zielgerichtet aufbaut, indem man zugängliche Tools, Storytelling und gemeinsame Werte verwendet. Wir haben uns angesehen, wo Advocacy stattfindet, warum sie effektiv ist und wie man die Menschen im Laufe der Zeit bei der Stange halten kann. Egal, ob Sie gerade erst anfangen oder bereits Ihre eigene Kampagne führen, denken Sie daran, dass echte Veränderung in der Verbindung verwurzelt ist. Eine starke Online-Community wird nicht an Followern oder Likes gemessen, sondern es geht um die Tiefe des Engagements, die Qualität der Beziehungen und das gemeinsame Engagement für eine bessere, integrativere Welt. Wenn Sie in das nächste Kapitel einsteigen, sollten Sie Ihre digitale Präsenz nicht nur als Plattform betrachten, sondern als einen Raum, den Sie kuratieren und in dem sich andere willkommen, gehört und befähigt fühlen, sich Ihnen anzuschließen.

Kapitel 3: Aufrechterhaltung Ihrer Interessenvertretung durch geeignete Strategien und Kooperationen

Einleitung

Eine wirkungsvolle Botschaft zu erstellen und eine engagierte Online-Community aufzubauen, ist eine aufregende Leistung, aber die wahre Wirkung der Interessenvertretung liegt in ihrer Fähigkeit, im Laufe der Zeit zu wachsen, sich anzupassen und sich selbst zu erhalten. Viele von Jugendlichen geführte Initiativen starten stark, aber ohne klare Richtung, Partnerschaften oder Selbstfürsorgestrategien kann es schwierig sein, die Dynamik aufrechtzuerhalten. In diesem Kapitel erfahren Sie, wie Sie Ihre Interessenvertretung über die anfängliche Kampagnenphase hinaus ausbauen und Ansätze entwickeln können, die strategisch, kollaborativ und langfristig sind.

Die Aufrechterhaltung Ihrer Interessenvertretung beginnt mit der Absicht. In diesem Teil Ihrer Strategie geht es darum, realistische Ziele zu setzen, vorausschauend zu planen und sich regelmäßig mit den Bedürfnissen Ihrer Community zu befassen. In diesem Kapitel erfahren Sie, wie Sie Ihre langfristige Vision definieren, flexible und dennoch fokussierte Strategien entwickeln und Reflexion einsetzen, um Ihre Arbeit zielgerichtet zu gestalten. In Kapitel 3 wird auch die Bedeutung von Partnerschaften vorgestellt und erläutert, wie die Zusammenarbeit mit Verbündeten, Organisationen und Netzwerken Ihre Reichweite erweitern, neue Ideen einbringen und die Last der laufenden Arbeit teilen kann.

Ein weiterer Schwerpunkt dieses Kapitels liegt auf der Balance. Digitale Interessenvertretung ist sinnvoll, kann aber auch anspruchsvoll sein. Um Energie und Enthusiasmus aufrechtzuerhalten, muss man sich um sein eigenes Wohlbefinden kümmern und die Bedeutung von Ruhe, Grenzen und gegenseitiger Unterstützung erkennen. Indem sie Advocacy als einen gemeinsamen, sich entwickelnden Prozess und nicht als ein kurzfristiges Projekt betrachten, können junge Menschen und Jugendarbeiter weiterhin Veränderungen auf nachhaltige und befähigende Weise bewirken.

In diesem Kapitel finden Sie Strategien, Tools und Beispiele aus der Praxis, die zeigen, wie Sie Ihre Advocacy-Arbeit im Laufe der Zeit stärken können, damit Ihre Botschaft nicht nur heute Wirkung zeigt, sondern auch in Zukunft positive Veränderungen bewirkt.

Ziele setzen und eine Advocacy-Strategie erstellen

Eine wirkungsvolle Kampagne beginnt mit einem klaren Ziel, aber um sie aufrechtzuerhalten, bedarf es eines Plans. Eine Advocacy-Strategie hilft Ihnen, fokussiert zu bleiben, sich an Herausforderungen anzupassen und Ihren Fortschritt im Laufe der Zeit zu messen. Diese Strategie muss nicht kompliziert oder formell sein, aber sie sollte Ihnen einen Fahrplan geben, an dem Sie Ihre Entscheidungen und Handlungen leiten können. Eine gute Strategie beantwortet die wichtigsten Fragen:

- Was versuchen wir zu ändern?
- Wen wollen wir erreichen?
- Wie kommen wir dorthin?
- Und woher wissen wir, dass es funktioniert?

Beginnen Sie damit, realistische, sinnvolle Ziele zu setzen. Dazu gehören beispielsweise die Sensibilisierung für ein bestimmtes Problem, die Beeinflussung der Einstellung in Ihrer Schule oder Gemeinde, die Förderung politischer Veränderungen

oder die Unterstützung anderer beim Ergreifen von Maßnahmen. Verwenden des SMART-Zielrahmens

SMART steht für:

- **Spezifisch**
- **Messbar**
- **Erreichbar**
- **Einschlägig**
- **Zeitgebunden**

Das Setzen von SMART-Zielen kann Ihnen helfen, Ihre Ziele zu gestalten. Zum Beispiel: *"Wir wollen in vier Wochen 1.000 Aufrufe unseres Videos zur kulturellen Sensibilisierung erreichen"* oder *"Wir wollen bis Ende des Jahres mit drei Jugendgruppen zusammenarbeiten."* Ziele wie diese helfen Ihnen, Ihre Energie zu bündeln und Fortschritte zu feiern, auch wenn Veränderungen Zeit brauchen.

Nehmen Sie sich jetzt etwas Zeit, um Ihre ersten SMART-Ziele für Ihre Advocacy-Kampagne festzulegen, indem Sie den Anhang I von Kapitel 3 verwenden, um Ihre Planung zu leiten.

Sobald Ihre Ziele klar sind, können Sie mit der Entwicklung Ihrer Advocacy-Strategie beginnen. Dazu gehören die Auswahl Ihrer Kernbotschaften, die Identifizierung Ihrer Zielgruppe, die Auswahl Ihrer Plattformen und die Planung, wie Sie die Menschen ansprechen werden. Ihre Strategie sollte Ihre Werte und Stärken widerspiegeln, unabhängig davon, ob Sie am sichersten mit visuellen Inhalten, öffentlichen Reden, Storytelling oder der Organisation hinter den Kulissen umgehen. Stellen Sie sich Ihre Strategie als ein lebendiges Dokument vor. Sie können es aktualisieren, wenn sich Ihre Kampagne weiterentwickelt, insbesondere wenn Sie Feedback erhalten oder wenn sich die Umstände ändern. Die effektivsten Kampagnen von Jugendlichen sind nicht die größten, aber sie sind diejenigen, die ihrem Ziel treu bleiben und bereit sind, zu lernen, zu wachsen und sich anzupassen. Um Ihnen bei der Planung Ihrer Strategie zu helfen, finden Sie eine Vorlage für die Strategieplanung in Kapitel 3 Anhang II weiter unten.

Aufbau sinnvoller Partnerschaften und Kooperationen

Advocacy ist stärker, wenn sie von einer Gruppe von Unterstützern und Kollaborateuren geteilt wird. Während eine Person ein Gespräch beginnen kann, entsteht eine echte Dynamik durch die Zusammenarbeit kollektiver Stimmen. Der Aufbau von Partnerschaften, sei es mit anderen Jugendlichen, Jugendgruppen, Schulen, Organisationen oder auch Influencern, kann die Reichweite Ihrer Kampagne erhöhen, neue Ideen einbringen und die Arbeitslast verteilen. Noch wichtiger ist, dass es Ihnen helfen kann, eine nachhaltige Wirkung zu erzielen, indem Sie Ihre Botschaft in breitere Netzwerke des Wandels einbetten.

Eine sinnvolle Partnerschaft beginnt mit gemeinsamen Werten. Bevor Sie sich an Ihre Mitarbeiter wenden, sollten Sie sich Zeit nehmen, um darüber nachzudenken, was für Ihre Kampagne am wichtigsten ist. Konzentrieren Sie sich auf Inklusion, kulturelles Verständnis oder lokales Empowerment? Suchen Sie nach Einzelpersonen oder Gruppen, die mit diesen Werten übereinstimmen. Sie müssen nicht die gleichen Ziele haben, aber es sollte genügend Gemeinsamkeiten geben, um in gegenseitigem Respekt zusammenzuarbeiten. Jugendbetreuer können hier eine Schlüsselrolle spielen, indem sie jungen Menschen helfen, potenzielle Partner zu erkunden, sich vorzustellen und gute Praktiken für die Zusammenarbeit zu modellieren.

Wenn Sie sich an potenzielle Partner wenden, sollten Sie sich über Ihre Vision und den Wert der Zusammenarbeit im Klaren sein. Dies kann bedeuten, dass Sie gemeinsam eine Veranstaltung veranstalten, eine gemeinsame Kampagne durchführen oder einfach nur Inhalte austauschen und die Botschaften des anderen bewerben. Eine gute Zusammenarbeit beruht auf Gegenseitigkeit, d.h. beide Seiten sollten davon profitieren, sich gehört fühlen und zum Ergebnis beitragen. Regelmäßige Kommunikation, Flexibilität und die Berücksichtigung unterschiedlicher Arbeitsstile sind der Schlüssel. Nehmen Sie sich Zeit, um Ihre Mitarbeiter kennenzulernen, Vertrauen aufzubauen und Rollen und Erwartungen zu vereinbaren, bevor Sie gemeinsame Aktivitäten starten.



Checkliste für die Bereitschaft zur Zusammenarbeit

Verwenden Sie diese Checkliste, um zu entscheiden, ob eine Partnerschaft gut passt, und um sich auf eine sinnvolle Zusammenarbeit vorzubereiten.

- ✓ Teilen wir ähnliche Werte oder Ziele in Bezug auf Interessenvertretung, Inklusion oder kulturelles Verständnis?
- ✓ Haben wir klar kommuniziert, was wir uns von der Zusammenarbeit erhoffen?
- ✓ Gibt es gegenseitigen Respekt und die Bereitschaft, einander zuzuhören und voneinander zu lernen?
- ✓ Verstehen und respektieren wir die Arbeitsstile und Zeitpläne des anderen?
- ✓ Haben wir uns auf klare Rollen und Verantwortlichkeiten geeinigt?
- ✓ Gibt es einen Plan für regelmäßige Check-ins oder Kommunikation?
- ✓ Sind wir offen für Feedback und flexibel, wenn sich etwas ändern muss?
- ✓ Haben wir beide etwas beizutragen und etwas von dieser Zusammenarbeit zu gewinnen?
- ✓ Sind wir uns einig, wie wir Anerkennung zollen und Erfolge feiern können?

Wenn Sie diese Checkliste ausfüllen können und feststellen, dass die Ergebnisse positiv sind, dann ist es vielleicht an der Zeit, sich an einen potenziellen Mitarbeiter zu wenden, um zu versuchen, Ihre erste Advocacy-Partnerschaft aufzubauen. Um Ihnen dabei zu helfen, finden Sie in Kapitel 3 Anhang III unten eine Vorlage für die Öffentlichkeitsarbeit.

Schwung aufrechterhalten und Burnout vermeiden

Bei der Aufrechterhaltung einer Advocacy-Kampagne geht es nicht nur darum, mehr zu tun, sondern vielmehr darum, dies auf eine Weise zu tun, die Ihre Energie, Ihre Grenzen und Ihr Wohlbefinden bewahrt. Viele junge Menschen beginnen mit Leidenschaft und Enthusiasmus, nur um sich überwältigt, entmutigt oder erschöpft zu fühlen, wenn das Tempo unhaltbar wird oder die Auswirkungen unklar erscheinen. Dies gilt insbesondere, wenn Sie sich für zutiefst persönliche oder emotionale Anliegen einsetzen oder wenn Sie mit Online-Negativität konfrontiert sind. Die gute Nachricht? Mit den richtigen Strategien können Sie engagiert bleiben, ohne auszubrennen.

Der erste Schritt besteht darin, zu lernen, wie Sie Ihre Bemühungen einteilen. Sie müssen nicht jeden Tag online sein oder ständig neue Inhalte produzieren. Finden Sie stattdessen einen Rhythmus, der für Sie funktioniert – zum Beispiel wöchentliche Posts, monatliche Check-ins, kurze Pausen zwischen den Kampagnen. Die Verwendung von Tools zur Inhaltsplanung (wie das in den Anhängen von Kapitel 2) kann Ihnen helfen, organisiert zu bleiben und den Druck zu reduzieren. Es ist auch wichtig, kleine Erfolge zu feiern. Jedes begonnene Gespräch, jeder erhaltene Kommentar und jeder neue Unterstützer ist ein Fortschritt, der es wert ist, anerkannt zu werden. Bei der Interessenvertretung geht es nicht um Perfektion oder sofortige Ergebnisse, sondern darum, konsequent und bewusst zu erscheinen.

Ebenso wichtig ist der Schutz Ihres Wohlbefindens, daher ist es wichtig, regelmäßig Pausen von Ihrem Bildschirm einzulegen. Sie sollten auch darauf achten, Grenzen zu setzen, wenn Sie sich online engagieren, insbesondere wenn Sie sich mit schwierigen Themen befassen oder Inhalte auslösen. Eine weitere gute Idee ist es, mit jemandem zu sprechen, dem du vertraust, einem Freund, Mentor oder Jugendarbeiter, wenn es sich schwer anfühlt. Zögern Sie nicht, schädliche Konten stummzuschalten oder zu blockieren, und denken Sie daran, dass Sie Ihre Kampagne ohne Schuldgefühle pausieren können. Advocacy ist ein Marathon, kein Sprint. Wenn Sie sich um sich selbst kümmern, werden Sie in einer viel besseren Position sein, um sich langfristig um Ihre Botschaft und Ihre Community zu kümmern.

Checkliste für Selbstfürsorge und Nachhaltigkeit

Die Aufrechterhaltung Ihrer Advocacy-Arbeit ist mehr als nur die Entwicklung einer Strategie; Als zentraler Treiber deiner eigenen Advocacy-Arbeit ist es wichtig, dass du auch auf dich und deine Energie achtest. Digitaler Aktivismus kann intensiv, emotional und zeitaufwändig sein. Deshalb ist es so wichtig, Selbstfürsorge und Nachhaltigkeit von Anfang an in Ihre Praxis einzubauen. Egal, ob Sie eine Kampagne leiten oder andere unterstützen, die folgende Checkliste kann Ihnen helfen, geerdet und ausgeglichen zu bleiben.

Sie können diese Liste verwenden, um über Ihren aktuellen Ansatz nachzudenken. Sie müssen nicht jede Woche jedes Kästchen ankreuzen, aber je regelmäßiger Sie einchecken, desto wahrscheinlicher ist es, dass Sie Burnout vermeiden und Ihre Leidenschaft auf lange Sicht aufrechterhalten.

Checkliste für Selbstfürsorge und Nachhaltigkeit

- Ich mache regelmäßig Pausen von Bildschirmen und sozialen Medien.
- Ich setze klare Grenzen, wann und wie ich mich online interagiere.
- Ich reflektiere, wie sich die Advocacy-Arbeit auf meine Emotionen und mein Energieniveau auswirkt.
- Ich bitte um Unterstützung oder Anleitung, wenn sich die Dinge überwältigend anfühlen.
- Ich feiere kleine Erfolge und Momente der Verbundenheit.
- Ich habe gesunde Gewohnheiten entwickelt, die mein geistiges und körperliches Wohlbefinden unterstützen.
- Ich erkundige mich bei Gleichaltrigen oder einem vertrauenswürdigen Erwachsenen, wie die Dinge laufen.



- Ich weiß, dass Zurücktreten oder Innehalten erlaubt ist und eine Stärke sein kann.
- Ich verwende Planungstools (wie Content-Kalender oder Checklisten), um Stress zu reduzieren.
- Ich habe das Burnout Reflection Tool – Kapitel 3 Anhang IV bei Bedarf abgeschlossen.

Kapitel 3: Fazit

In diesem Kapitel haben wir behandelt, wie Sie Ihre Vision in eine Strategie verwandeln können, wie Sie eine starke Zusammenarbeit aufbauen, die auf gegenseitigem Respekt basiert, und wie Sie Ihr Wohlbefinden schützen können, während Sie sinnvolle Arbeit leisten. Advocacy muss nicht ständiges Handeln bedeuten. Es kann bedeuten, zu lernen, zuzuhören, zu planen oder eine nachdenkliche Pause einzulegen. Es ist in Ordnung, die Richtung zu ändern, Pausen einzulegen oder um Hilfe zu bitten. Das Wichtigste ist, der Sache treu zu bleiben, die Sie dazu inspiriert hat, und die Werkzeuge und Netzwerke aufzubauen, die Ihre Botschaft im Laufe der Zeit weitertragen.

Egal, ob Sie ein Jugendarbeiter sind, der andere unterstützt, oder ein junger Mensch, der seine Stimme findet, denken Sie daran: Bei nachhaltiger Interessenvertretung geht es um Absicht, nicht um Intensität. Es geht um Wirkung, die langsam aber sicher wächst.



Kapitel 4: Fallstudien und Erfolgsgeschichten

Einleitung

Manchmal ist die inspirierendste Art zu lernen, zu sehen, was bereits möglich ist. Auf der ganzen Welt haben sich junge Menschen engagiert, um digitale Advocacy-Kampagnen zu leiten, die Veränderungen anstoßen, Denkweisen verändern und integrative Gemeinschaften aufbauen. Dies sind nicht nur "Influencer" oder Prominente, es sind ganz normale Menschen, die ein Problem sahen, Maßnahmen ergriffen und andere einluden, sich ihnen anzuschließen. Ihre Geschichten bieten Inspiration, praktische Einblicke und den Beweis, dass die von Jugendlichen geführte Interessenvertretung einen Unterschied macht.

In diesem Kapitel werden wir Fallstudien aus der Praxis von erfolgreichen digitalen Advocacy-Kampagnen und -Communities hervorheben. Einige begannen in Schulen oder Jugendgruppen, andere wurden von Einzelpersonen über Plattformen wie Instagram, TikTok oder YouTube ins Leben gerufen. Aber alle haben etwas

Wichtiges gemeinsam: Sie sind verwurzelt in persönlicher Leidenschaft, Gemeinschaftswerten und der Überzeugung, dass Veränderung damit beginnt, ihre Stimme zu erheben.

Anhand dieser Fallstudien erfährst du, wie diese jungen Befürworter ihre Plattformen aufgebaut haben, welche Tools sie verwendet haben, wie sie ihre Unterstützer eingebunden haben und wie sie Herausforderungen gemeistert haben. Fragen Sie sich beim Lesen:

- Was kann ich daraus mitnehmen?
- Was würde ich in meiner eigenen Kampagne ähnlich oder anders machen?

Diese Geschichten sind nicht nur hier, um Erfolge zu feiern, sondern auch, um Ihnen Ideen, Selbstvertrauen und praktische Anleitungen für Ihre eigene Advocacy-Reise zu geben.

Fallstudie 1: #FridaysForFuture

Überblick: #FridaysForFuture begann im August 2018, als die damals 15-jährige Greta Thunberg anfang, vor dem schwedischen Parlament zu sitzen und die Schule zu schwänzen, um Klimaschutzmaßnahmen zu fordern. Sie teilte ihren Protest in den sozialen Medien und nutzte den Hashtag #FridaysForFuture, um andere weltweit zu inspirieren.

Diese einfache Tat löste weltweite Studentestreiktage aus: Im März und Mai 2019 nahmen 1 bis 4 Millionen Menschen in mehr als 150 Ländern teil. Bis Oktober 2019 versammelten sich weitere sechs Millionen Menschen an ihrem Klimaaktionstag.

Weitere Informationen finden Sie unter: <https://fridaysforfuture.org/>



Hauptmerkmale:

- **Von Jugendlichen geführt:** Die Stimme eines einzelnen Teenagers löste eine Bewegung aus.
- **Glocal-Strategie:** Gemeinsame Vorlagen wie Plakate und Hashtags ermöglichten es lokalen Gruppen, weltweit Streiks zu organisieren.
- **Plattformbewusst:** Nutzte Instagram und X (ehemals Twitter), um Videos, Updates und visuelle Inhalte zu verbreiten.
- **Auswirkungen:** Beeinflusste die Politik, die Unternehmenspraktiken und die gesellschaftliche Einstellung. Eine Studie ergab, dass Städte unter dem Einfluss der Bewegung neue Maßnahmen zur Klimagerechtigkeit einführten

Fallstudie 2: #IAmRemarkable (Google-Initiative)

Überblick: #IAmRemarkable wurde 2016 von Google ins Leben gerufen und ist eine gefeierte digitale Kampagne und Workshop-Reihe, die Einzelpersonen, insbesondere Frauen und unterrepräsentierte Gruppen, dazu befähigen soll, selbstbewusst über ihre Leistungen zu sprechen und auf Bescheidenheit basierende Stereotypen in Frage zu stellen.

In einem 90-minütigen Workshop-Format entdeckten die Teilnehmenden praktische Werkzeuge, tauschten persönliche Geschichten aus und steigerten ihre Fähigkeiten zur Selbstvermarktung. Bis Ende 2023 haben mehr als 550.000 Menschen in 180 Ländern teilgenommen, unterstützt von über 6.000 freiwilligen Moderatoren.

Weitere Informationen finden Sie unter:
<https://www.rmrkblty.org/iamremarkable>

Hauptmerkmale:

- **Integrativer Ansatz:** Ursprünglich auf Frauen ausgerichtet, später auf alle unterrepräsentierten Gruppen und Verbündeten ausgeweitet.



- **High-Engagement-Workshops:** Strukturierte, praxisorientierte Sitzungen unter Verwendung von Forschung und Peer-Learning.
- **Globales Facilitator-Netzwerk:** Lokale Mentoren leiteten Sitzungen online und offline.
- **Nachhaltigkeit:** Das Open-Source-Modell ermöglicht es den Teilnehmern, ihre eigenen Workshops zu entwerfen und so eine langfristige Wirkung zu erzielen.

Vergleichende Analysetabelle

Merkmal	#FridaysForFuture	#IAmRemarkable
Gegründet von	Greta Thunberg (Jugend)	Google (Organisation)
Jahr der Markteinführung	2018	2016
Kern-Plattform	Instagram, X (ehemals Twitter)	Workshops und Digitales Toolkit
Hauptformat	Hashtags & Strikes	Von Moderatoren geleitete Workshops
Skalierbarkeit und Reichweite	1–6 Millionen bei weltweiten Streiks	550K+ Teilnehmer in 180 Ländern
Community-Modell	Von Studenten geführte lokale Gruppen	Moderatoren und Peer-Learning-Gruppen
Wichtige Tools und Taktiken	Strike Guides, Hashtags, Bildmaterial	Praktische Aktivitäten, forschungsbasierte Übungen
Werte und Botschaft	Klimagerechtigkeit, Stimme der Jugend	Selbstbewusstsein, Inklusion
Ergebnis und Wirkung	Politischer Einfluss, öffentlicher Diskurs	Verstärkte Eigenwerbung, gestärkte Communities



Nachhaltigkeit	Wiederkehrende globale Streiks	Trainthetrainer, Open-Source-Toolkit
-----------------------	--------------------------------	--------------------------------------

Diese beiden Kampagnen zeigen, wie digitale Interessenvertretung viele Formen annehmen kann; Von globalen Schülerstreiks bis hin zu moderierten Vertrauensworkshops und stellen Sie nach wie vor die Stimmen, gemeinsamen Werte und zugänglichen Instrumente der Jugend in den Mittelpunkt.

Weitere Fallstudien finden Sie in den folgenden Fallstudien im Digital and Social Media Advocacy Toolkit, das vom Cultural Bridges-Projekt entwickelt wurde:

- Modul 1 Fallstudie: **Die Expansion von Starbucks nach China**
- Modul 2 Fallstudie: **Die Dolce & Gabbana-Kontroverse in China**
- Modul 3 Fallstudie: **#ShareCulture und #ShareOurHeritage Kampagne der UNESCO**
- Modue 4 Fallstudie: **#GettyMuseumChallenge von J. Paul Getty Museum**
- Modul 5 Case Study: **Der Fall der Online-Kampagne von Fridays for Future**
- Modul 6 Fallstudie: **Der Fall der Online-Kampagne des Malala Fund**

Jede dieser zusätzlichen Fallstudien ist über unsere Online-Lernplattform auf Lettisch, Englisch, Bulgarisch, Tschechisch, Griechisch und Deutsch verfügbar, die unter diesem Link verfügbar ist: <https://culturalbridges.eu/login/>

Schlussfolgerung

Einleitung

In diesem Handbuch haben wir untersucht, wie digitale Interessenvertretung junge Menschen dabei unterstützen kann, ihre Stimmen zu teilen, Gemeinschaften zu mobilisieren und für das einzustehen, was wichtig ist. Von der Definition Ihres Anliegens und dem Aufbau einer Online-Präsenz bis hin zur Aufrechterhaltung der Dynamik und dem Lernen von realen Vorbildern hat jedes Kapitel gezeigt, dass es bei der Interessenvertretung nicht nur darum geht, zu sprechen, sondern auch darum, gehört zu werden, strategisch vorzugehen und unterstützt zu werden.

Während wir uns dem letzten Kapitel nähern, laden wir Sie ein, innezuhalten und nachzudenken, nicht nur über das, was Sie gelernt haben, sondern auch darüber, wohin Sie als nächstes gehen wollen. Die Zukunft der Interessenvertretung wird gerade von jungen Menschen wie Ihnen geschrieben. Und auch wenn sich die Plattformen, Trends und Tools ändern können, bleibt das Herzstück der Interessenvertretung dasselbe: Verbindung, Mut und Gemeinschaft, mit etwas Selbstfürsorge im Mix.

In diesem kurzen abschließenden Kapitel werden wir uns mit der Frage befassen, wie digitale Interessenvertretung in Zukunft aussieht, wie junge Menschen weiterhin führen und inspirieren können und was Jugendarbeiter tun können, um sicherzustellen, dass dieser Weg sicher, nachhaltig und wirkungsvoll ist.

Eine neue Morgendämmerung für die Interessenvertretung

Digitale Interessenvertretung ist ein wichtiger und sich weiterentwickelnder Teil der Art und Weise, wie junge Menschen das Bewusstsein für Themen schärfen, die ihnen

wichtig sind, ihre Stimmen finden und nutzen und die Welt um sie herum gestalten. Von Kampagnen für Klimagerechtigkeit und Bewegungen zur kulturellen Inklusion bis hin zu kreativem Storytelling und viralen Herausforderungen beteiligen sich junge Menschen nicht nur an einem Wandel, sondern führen ihn auch an. In diesem Handbuch wurde untersucht, wie Interessenvertretung online erfolgt, wie Gemeinschaften aufgebaut werden, wie die Dynamik aufrechterhalten wird und wie sich aus einem einzigen Beitrag, Kommentar oder einer Idee eine reale Wirkung ergeben kann.

Die Zukunft der Interessenvertretung liegt in Verbindung, Zusammenarbeit und Fürsorge. Junge Menschen sind heute globaler sensibel, digital versierter und engagieren sich stärker für soziale Gerechtigkeit als je zuvor. Aber um diese Dynamik aufrechtzuerhalten, brauchen wir Unterstützungssysteme: Jugendarbeiter, die anleiten und unterstützen, Instrumente, die die Planung erleichtern, und Räume, sowohl online als auch offline, in denen sich jeder sicher fühlt, zu sprechen und gehört zu werden.

Ihre Stimme zählt

Unabhängig davon, ob Sie gerade erst mit Ihrer Advocacy-Reise beginnen oder bereits eine Kampagne leiten, denken Sie daran: **Ihre Stimme zählt**. Sie brauchen nicht Tausende von Followern, um einen Unterschied zu machen; Oft beginnt echte Veränderung mit dem Mut, sich um etwas zu kümmern, und der Kreativität, diese Botschaft mit anderen zu teilen. Während Sie in Ihrer Interessenvertretung weiter wachsen, denken Sie oft nach, bleiben Sie Ihren Werten treu und haben Sie keine Angst, sich weiterzuentwickeln. Und vor allem; unterstützen Sie sich gegenseitig. Die stärksten Bewegungen bauen nicht auf individuellem Ruhm, sondern auf kollektiver Macht auf. Lernen Sie weiter. Hören Sie weiter zu. Kommen Sie immer wieder.



Blick in die Zukunft

Die Werkzeuge in diesem Handbuch sind nur der Anfang. Nutzen Sie sie, um zu planen, zu kreieren, zusammenzuarbeiten und zu reflektieren. Mit dem Wandel der digitalen Landschaften wird sich auch die Art und Weise, wie wir uns einsetzen, verändern, aber die Kernzutaten bleiben dieselben: Zweck, Menschen und Beharrlichkeit.

Bibliographie

- Bonterra (2020) *Erste Schritte mit digitaler Interessenvertretung: 4 Tipps für gemeinnützige Organisationen*. Verfügbar unter: <https://www.bonterratech.com/blog/digital-advocacy-strategies> [Zugriff: 23. Mai 2025]
- Boston Children's Digital Wellness Lab (2024), *Interessenvertretung und Aktivismus online*. Verfügbar unter: <https://digitalwellnesslab.org/research-briefs/advocacy-and-activism-online/> [Zugriff: 5. Juni 2025]
- Bowen, G. A., et al. (2017), "Advocacy Through Social Media: Exploring Student Engagement in Addressing Social Issues", *Journal of Higher Education Outreach and Engagement*, 21 (3), S. 5-30.
- Boyd, R. (2025), *Das Burnout, das mit Aktivismus einhergeht*. Verfügbar unter: <https://spunout.ie/voices/experiences/burnout-activism/> [Zugriff: 5. Juni 2025]
- Cesaro, I. M., (2024), *Hauptmerkmale, Herausforderungen und Strategien der digitalen Interessenvertretung in öffentlichen Angelegenheiten (und Kommunikation)*. Verfügbar unter: <https://www.linkedin.com/pulse/key-features-challenges-strategies-digital-advocacy-morin-cesaro-izfce/> [Letzter Zugriff: 23. Mai 2025]



- Community Toolbox, (2025), *Abschnitt 19. Nutzung von Social Media für die digitale Interessenvertretung*. Verfügbar unter: <https://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/advocacy/direct-action/electronic-advocacy/main> [Zugriff: 23. Mai 2025]
- Digital Marketing Institute (2025), *Der Wert des Aufbaus einer Social-Media-Community*. Verfügbar unter: https://digitalmarketinginstitute.com/resources/lessons/social-media-marketing-the-value-of-building-a-social-media-community_ehof [Zugriff: 5. Juni 2025]
- Eco-UNESCO (2024), *Youth Climate Advocate Programme: RESSOURCE FÜR JUGENDARBEITER*INNEN, JUGENDLEITER*INNEN UND PÄDAGOG*INNEN*. Verfügbar unter: <https://ecounesco.ie/wp-content/uploads/2024/08/Youth-Climate-Advocate-Resource-Booklet-1.pdf> [Zugriff: 31. Mai 2025]
- Engaging Networks (2023) *14 Möglichkeiten, erfolgreiche digitale Advocacy-Kampagnen zu erstellen*. Verfügbar unter: <https://www.engagingnetworks.net/best-practices/digital-advocacy-best-practices/> [Zugriff: 1. Juni 2025]
- Esfandiari, M., et al. (2025), *Erkundung, wie junge Menschen in der sich entwickelnden Online-Welt im Zeitalter der künstlichen Intelligenz und Fehlinformationen navigieren*, DCU Anti-Bullying Centre. ISBN: 978-1-911669-84-5.
- Europäisches Jugendforum (2025), *Handbuch zur Interessenvertretung*. Erhältlich unter: <https://www.youthforum.org/topics/advocacy-handbook>. [Zugriff: 26. Mai 2025]
- EvidenceLive (2025), *WeStopHate ist jetzt Teil von EvidenceLive*. Verfügbar unter: <https://evidencelive.org/westophate/> [Zugriff: 6. Juni 2025]
- FridaysForFuture (2025), *FridaysForFuture*, Verfügbar unter: <https://fridaysforfuture.org/> [Zugriff: 6. Juni 2025]
- Global Mental Health Action Network (2024), *Advocacy Guide: Von den Internationalen Tagen bis zu den Sensibilisierungswochen - Fürsprache für psychische Gesundheit, wenn die Welt zuschaut*. Verfügbar unter: <https://gmhan.org/news/mental-health-awareness-days-advocacy-guide> [Zugriff: 1. Juni 2025]



- Gudmundsdottir, G. B., et al., (2024) "Talking About Digital Responsibility: Children's and Young People's Voices", in Holmarsdottir, H., Seland, I., Hyggen, C. und Roth, M. (Hrsg.). *Den digitalen Alltag von Kindern und Jugendlichen verstehen*. Cham, Schweiz: Palgrave Macmillan. ISBN 978-3-031-46929-9 (eBook)
- Hemani, S. (2024) *Enthüllung von Advocacy-Burnout: Navigieren durch systemische Wunden und Integration von Wellness in den Aktivismus von vorderster Front*. Verfügbar unter: <https://www.linkedin.com/pulse/unveiling-advocacy-burnout-navigating-systemic-wounds-hemani-ph-d--gvbdc/> [Zugriff: 5. Juni 2025]
- HUMAK University of Applied Sciences, Finnland und Maynooth University, Irland, (2019), *Jugendarbeit in der digitalen Welt: Fokus auf Jugendarbeiter*. Verfügbar unter: <https://www.youthworkandyou.org/wp-content/uploads/2019/08/Mod-5-HU-Unit-2-Focus-on-Digital-Youth-Workers.pdf> [Zugriff: 1. Juni 2025]
- Innoloft, (2025), *Wie man eine Online-Community aufbaut: Der ultimative Leitfaden für 2025*. Verfügbar unter: <https://innoloft.com/blog/how-to-build-an-online-community> [Zugriff: 5. Juni 2025]
- International Alliance of Dermatology Patient Organisations (2023), *EIN KURZER LEITFADEN, DER IHNEN HILFT, ÜBER IHRE NÄCHSTE DIGITALE ADVOCACY-KAMPAGNE NACHZUDENKEN UND DIESE ZU PLANEN*. Verfügbar unter: <https://globalskin.org/doclink/digital-advocacy-toolkit-2023/eyJ0eXAiOiJKV1QiLCJhbGciOiJIUzI1NiJ9.eyJzdWUiOiJkaWdpdGFsLWFKdm9jYWN5LXRvb2xraXQtMjAyMyIsImVudCI6IjE2MTY4MzgzOTQxNCwiZXhwIjoxNjgzOTI1ODE0fQ.e26lSNXfoiFgMV92HgsAhHwSHvVdzhsuCEzMqi325jE> [Zugriff: 26. Mai 2025]
- Irische Kommission für Menschenrechte und Gleichberechtigung (2003), *Identität neu denken: Die Herausforderung der Vielfalt*. Verfügbar unter: [https://www.ihrec.ie/download/pdf/re thinking identity the challenge of diversity.pdf](https://www.ihrec.ie/download/pdf/re%20thinking%20identity%20the%20challenge%20of%20diversity.pdf) [Zugriff: 9. Mai 2025]
- Kinder für eine bessere Welt (2025), *Kinder für eine bessere Welt*. Verfügbar unter: <https://www.k4bworld.com/> [Zugriff: 6. Juni 2025]



- Make Way (2025), *Tool: Leitfaden für sinnvolle Schulungen zur Einbindung junger Menschen*. Erhältlich bei: <https://www.make-way.org/toolkit/meaningful-youth-engagement-training-guide/>. [Zugriff: 31. Mai 2025]
- Media Cause Team (2024), *Die Bausteine einer digitalen Advocacy-Kampagne, Teil 2: Förderung authentischer Beziehungen mit und unter Ihrem Publikum*. Verfügbar unter: <https://mediacauses.com/the-building-blocks-of-a-digital-advocacy-campaign-part-2/> [Zugriff: 1. Juni 2025]
- National Youth Council of Ireland (2024), *WE NEED YOUTH: Young Voices Consultation Report Zyklus 10 des EU-Jugenddialogprozesses zum Europäischen Jugendziel #3 Inklusive Gesellschaften*. Verfügbar unter: <https://www.youth.ie/documents/we-need-youth-young-voices-eu-youth-dialogue-cycle-10/> [Zugriff: 30. Mai 2025]
- National Youth Council of Ireland (2016), *8 Schritte zur inklusiven Jugendarbeit: Förderung der besten inklusiven Praktiken in der Jugendarbeit*. Erhältlich bei: <https://www.youth.ie/wp-content/uploads/2016/09/8-Steps-to-Inclusive-Youth-Work-NYCI-2nd-Ed.pdf>. [Zugriff: 23. Mai 2025]
- National Youth Council of Ireland (2016), *Einsatz von IKT, digitalen und sozialen Medien in der Jugendarbeit: Ein Überblick über Forschungsergebnisse aus Österreich, Dänemark, Finnland, Nordirland und der Republik Irland*. Verfügbar unter: <https://www.youth.ie/wp-content/uploads/2019/03/International-report-final.pdf> [Zugriff: 1. Juni 2025]
- Rmrkblty.org (2025), *#IAmRemarkable*. Verfügbar unter: <https://www.rmrkblty.org/iamremarkable> [Zugriff: 6. Juni 2025]
- Save the Children: Child Rights Resource Centre (2008), *One Step Beyond: Advocacy handbook for young people and children*. Verfügbar unter: <https://resourcecentre.savethechildren.net/document/one-step-beyond-advocacy-handbook-young-people-and-children> [Zugriff: 26. Mai 2025]
- Sustainability Directory, (2025), *Ethische digitale Interessenvertretung*. Verfügbar unter: <https://lifestyle.sustainability-directory.com/term/ethical-digital-advocacy/> [Letzter Zugriff: 23. Mai 2025]
- Sustainability Directory, (2025), *Was sind die ethischen Implikationen der digitalen Interessenvertretung?*. Verfügbar unter: <https://lifestyle.sustainability->



directory.com/question/what-are-the-ethical-implications-of-digital-advocacy/

[Zugriff: 23. Mai 2025]

- Unicef (2022), *UNICEF-Leitfaden für die Jugendvertretung*. Erhältlich bei: <https://www.unicef.org/lac/media/38341/file/ENG-Unicef-youth-advocacy-guide.pdf>. [Zugriff: 26. Mai 2025]
- Unicef (2019), *Toolkit für die Interessenvertretung von Jugendlichen*. Erhältlich bei: <https://www.unicef.org.uk/wp-content/uploads/2019/03/Youth-Advocacy-Toolkit.pdf>. [Abgerufen am 26. Mai 2025]
- Wisdom Wellbeing (2025), *Wie man Burnout vorbeugt*. Verfügbar unter: <https://www.healthassured.org/ie/blog/preventing-burnout/> [Zugriff: 5. Juni 2025]
- YourUnion (2025) *Wohlbefinden als Aktivistin*. Verfügbar unter: <https://www.yourunion.net/support/studentactivismguide/wellbeingasanactivist/> [Zugriff: 5. Juni 2025]
- Jugend und Umwelt Europa (2024), *Wie man eine erfolgreiche digitale Kampagne erstellt*. Verfügbar unter: <https://yeenet.eu/publication/how-to-create-a-successful-digital-campaign-toolkit/> [Zugriff am 30. Mai 2025]

Anhänge

Kapitel 1 Anhänge

Anhang I: Arbeitsblatt zur Reflexion der Jugendanwaltschaft

Dieses Arbeitsblatt ist so konzipiert, dass es den Einführungsteil des Cultural Bridges Youth Advocacy Handbook begleitet. Er enthält praktische Anregungen und Fragen, die Jugendarbeitern und jungen Menschen helfen sollen, über ihre Rolle in der digitalen Interessenvertretung nachzudenken.



Für Jugendarbeiter

Reflektieren Sie die folgenden Fragen und schreiben Sie Ihre Gedanken unter jede einzelne:

1. Welche Themen liegen den jungen Menschen, mit denen ich arbeite, am Herzen?

2. Wie kann ich ihre Interessenvertretung unterstützen, ohne den Prozess zu übernehmen oder zu leiten?

3. Bin ich zuversichtlich, wenn es darum geht, über kulturelle Intelligenz, Inklusion und sozialen Wandel zu sprechen? Wenn nicht, welche Schulungen oder Ressourcen benötige ich?

4. Wie inklusiv ist der Raum, den ich für junge Menschen schaffe, um sich auszudrücken?

5. Lebe ich in meinen eigenen Online-Aktivitäten respektvolles digitales Verhalten vor?



Für junge Leute

Reflektieren Sie die folgenden Fragen und schreiben Sie Ihre Gedanken unter jede einzelne:

1. Was bringt mich dazu, meine Stimme zu erheben oder Maßnahmen zu ergreifen?

2. Habe ich schon einmal etwas online geteilt, um das Bewusstsein zu schärfen oder eine Sache zu unterstützen? Welche Resonanz erhielt es?

3. Welche Fähigkeiten habe ich bereits, die ich für die Interessenvertretung einsetzen könnte?

4. Wer inspiriert mich als Aktivistin oder Changemaker und warum?

5. Wie kann ich mich um mein Wohlbefinden kümmern, während ich online aktiv bin?



Kapitel 2 Anhänge

Anhang I: Reflektierendes Arbeitsblatt

Dieses Arbeitsblatt soll sowohl Jugendarbeitern als auch jungen Menschen helfen, über ihre Advocacy-Ziele und Strategien zum Aufbau digitaler Gemeinschaften nachzudenken.

Für Jugendarbeiter

1. Für welche Anliegen engagieren sich die jungen Menschen in Ihrer Gruppe am meisten?

2. Wie können Sie sie dabei unterstützen, ihre Botschaft klar zu definieren und zu kommunizieren?

3. Welche Werte sind am wichtigsten, um sie in der digitalen Community Ihrer Gruppe zu verankern?

4. Welche Plattformen sind für die jungen Menschen, die Sie unterstützen, am relevantesten?

5. Wie können Sie Inklusion und Dialog in digitalen Räumen fördern?



Für junge Leute

1. Welches Thema liegt mir am meisten am Herzen und warum?

2. Wen möchte ich mit meiner Nachricht erreichen?

3. Welche Plattform(en) fühlen sich für meine Advocacy-Arbeit natürlich und effektiv an?

4. Wie kann ich meinen Online-Bereich einladender und inklusiver gestalten?

5. Was motiviert mich, diese Arbeit im Laufe der Zeit fortzusetzen?



Anhang II: Kalender für die Content-Planung

Nutzen Sie diesen Kalender, um Ihre Inhalte zu planen und einen regelmäßigen, ansprechenden Rhythmus für Ihre Advocacy-Kampagne zu gewährleisten.

Woche	Thema oder Thema	Bahnsteig	Art des Inhalts (Beitrag, Video, Story, Meme)	Aufruf zum Handeln	Notizen
Woche 1					
Woche 2					
Woche 3					
Woche 4					

Anhang III: Engagement-Tracker

Verwenden Sie diesen Tracker, um zu überwachen, wie Menschen mit Ihren Beiträgen interagieren und wie Ihre Community wächst.

Datum	Bahnsteig	Geteilte Inhalte	Likes/ Shares/ Kommentare	Neuer Follower (Nr.)	Notizen



Kapitel 3 Anhänge

Anhang I: Handout für SMART-Ziele

Verwenden Sie dieses Handout, um klare und realistische Ziele für die Interessenvertretung zu definieren. SMART-Ziele sind:

- **S** – Spezifisch: Was genau wollen Sie erreichen?
- **M** – Messbar: Wie werden Sie Ihre Fortschritte verfolgen?
- **A** – Erreichbar: Ist Ihr Ziel angesichts Ihrer Zeit und Ihrer Ressourcen realistisch?
- **R** – Relevant: Stimmt Ihr Ziel mit Ihren Werten und Ihrer Mission als Interessenvertretung überein?
- **T** – Zeitgebunden: Bis wann wollen Sie es erreichen?

Zum Beispiel:

- **Ziel:** Sensibilisierung für kulturelle Intelligenz an meiner Schule.
- **SMART-Ziel:** Organisation und Durchführung einer Schulversammlung zum Thema kulturelle Intelligenz mit 3 Schülersprechern bis Ende Oktober.

Versuchen Sie nun, unten Ihr eigenes SMART-Ziel zu schreiben:

S

–

Spezifisch:



M – Messbar: _____

A – Erreichbar: _____

R – Relevant: _____

T – Zeitgebunden: _____

Anhang II: Vorlage für die Planung einer Advocacy-Strategie

Diese Vorlage hilft Ihnen dabei, einen Plan zu entwickeln, der Ihre Advocacy-Kampagne im Laufe der Zeit leitet.

1. Auf welches Thema konzentrieren Sie sich?

2. Welche Veränderung möchten Sie bewirken? (Ziel)

3. Wer ist Ihre Zielgruppe?

4. Welche Kernbotschaft(en) möchten Sie kommunizieren?



5. Welche digitalen Plattformen werden Sie nutzen und warum?

6. Welche Art von Inhalten werden Sie erstellen? (z.B. Videos, Posts, Stories)

7. Wie oft werden Sie online posten oder interagieren?

8. Mit wem könnten Sie zusammenarbeiten oder um Unterstützung bitten?

9. Wie werden Sie Ihren Fortschritt oder Erfolg messen?

10. Vor welchen Herausforderungen stehen Ihnen möglicherweise und wie werden Sie diese angehen?



Anhang III: Vorlage für Outreach-Nachrichten

Verwenden Sie diese Vorlage, um einen potenziellen Partner oder Mitarbeiter zu erreichen. Passen Sie die Sprache an Ihre Stimme und Ihren Kampagnenton an.

Betreff: Kooperationsmöglichkeit – [Kampagnenname oder -thema einfügen]

Hallo [Name],

Mein Name ist [Ihr Name] und ich arbeite an einer digitalen Advocacy-Kampagne, die sich auf [kurz das Problem oder Ziel nennen, z. B. die Förderung der kulturellen Inklusion in Schulen] konzentriert. Ich bewundere die Arbeit, die Sie mit [erwähnen Sie ihr Projekt oder ihre Plattform] leisten, und denke, dass unsere Missionen auf sinnvolle Weise übereinstimmen.

Ich würde gerne die Möglichkeit der Zusammenarbeit erkunden, sei es durch die gemeinsame Ausrichtung einer Veranstaltung, den Austausch von Inhalten der anderen oder die Arbeit an einer gemeinsamen Kampagne.

Lassen Sie es mich wissen, wenn Sie daran interessiert wären, mehr darüber zu erfahren. Ich würde mich freuen, weitere Details mitzuteilen oder einen Gesprächstermin zu vereinbaren.

Vielen Dank für Ihre Zeit und für die Arbeit, die Sie leisten.

Herzliche Wünsche,[Ihr Name / Gruppe / Kontaktinformationen]

Anhang IV: Burnout-Reflexionstool

Dieses Instrument soll jungen Menschen und Jugendarbeitern helfen, über ihre Energie, Motivation und ihr Wohlbefinden während der langfristigen Advocacy-Arbeit nachzudenken. Verwenden Sie es regelmäßig, um sich selbst zu überprüfen und bei Bedarf Anpassungen vorzunehmen.



1. Wie fühle ich mich körperlich und emotional, wenn ich mich in der Interessenvertretung betätige?

2. Welche Teile der Arbeit geben mir Energie? Welche Teile saugen mich aus?

3. Konnte ich in letzter Zeit regelmäßig Pausen oder Zeit offline einlegen?

4. Fühle ich mich unter Druck gesetzt, mit anderen Schritt zu halten, oder erwarte ich Erwartungen, die ich an mich selbst gestellt habe?

5. Mit wem kann ich darüber sprechen, wie ich mich fühle? Habe ich mich an den Support gewandt?

6. Welche Selbstfürsorgepraktiken helfen mir, neue Energie zu tanken, und schaffe ich Raum dafür?

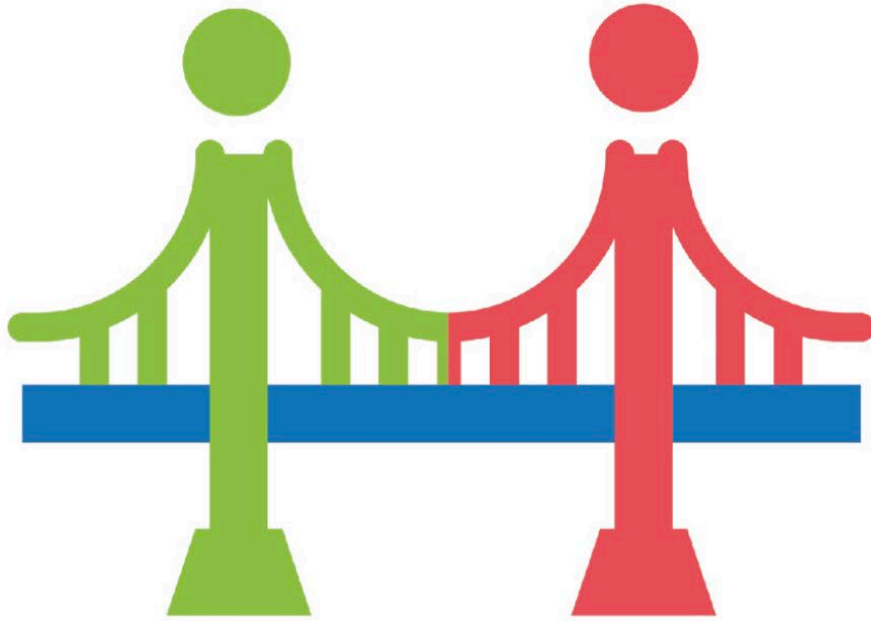


7. Ist mein derzeitiges Tempo der Advocacy-Arbeit für mich im Moment nachhaltig?

8. Was kann ich ändern, reduzieren oder delegieren, um mein Wohlbefinden zu schützen?

9. Habe ich in letzter Zeit kleine Siege oder Momente der Wirkung gefeiert?

10. Was kann ich diese Woche tun, um mich ausgeglichener oder unterstützter zu fühlen?



CULTURAL BRIDGES

Engaging Young People and Youth Workers to develop their Cultural Intelligence for Diverse Online Communities



ZEMGALES
NEVALSTISKO
ORGANIZĀCIJU
CENTRS

AKLUB



JUBUK



ACTA
FOUNDATION



DORNA
EDUCATIONAL INSTITUTE



WeLearn



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project Number: 2023-2-LV02-KA220-YOU-000174659