



# Endbericht zur Verbreitung der Projekterfahrungen und Ergebnisse

*Der Endbericht ist als kurzes zusammenfassendes Projektprodukt für den Transfer der Lernerfahrungen zu sehen. Er dient dem FGÖ einerseits zur abschließenden Bewertung des Projekts. Vor allem aber richtet sich der Bericht an Umsetzer/innen zukünftiger Projekte und dient dazu, Projekterfahrungen und bewährte Aktivitäten und Methoden weiter zu verbreiten. Da in Fehlern zumeist das höchste Lernpotenzial steckt, ist es wichtig auch Dinge zu beschreiben, die sich nicht bewährt haben und Änderungen zwischen ursprünglichen Plänen und der realen Umsetzung nachvollziehbar zu machen.*

*Der Endbericht ist – nach Freigabe durch Fördernehmer/in und FGÖ – zur Veröffentlichung bestimmt und kann über die Website des FGÖ von allen interessierten Personen abgerufen werden.*

<b>Projektnummer</b>	3309
<b>Projekttitle</b>	Inside: Social- Media- Empowerment im Kontext Gesundheit für Jugendliche
<b>Projektträger/in</b>	FH JOANNEUM Ges. m. b. H.
<b>Projektlaufzeit, Projektdauer in Monaten</b>	1.1.2022–31.12.2023; 24 Monate
<b>Schwerpunktzielgruppe/n</b>	Jugendliche; Multiplikator:innen, die mit Jugendlichen arbeiten
<b>Erreichte Zielgruppengröße</b>	Direkt erreicht wurden: 98 Multiplikatorinnen (online Kurs), ca. je 120 Jugendliche (Podcasts 1 bzw. 2), 4 Peers ausgebildet;
<b>Zentrale Kooperationspartner/innen</b>	JAM/Mafalda (Mädchenberatungsstelle), Logo Jugendmanagement, Frauengesundheitszentrum Graz.
<b>Autoren/Autorinnen</b>	Manuela Konrad

<b>Emailadresse/n Ansprechpartner/innen</b>	Manuela.konrad@fh-joanneum.at
<b>Weblink/Homepage</b>	<a href="https://www.fh-joanneum.at/online-kurs-podcast-zu-social-media-ernaehrung">Online-Kurs &amp; Podcast zu Social Media &amp; Ernährung » FH JO- ANNEUM (fh-joanneum.at)</a> (Zugriff am 23.11.2023)
<b>Datum</b>	15. Jänner 2024

## 1. Kurzzusammenfassung

Stellen Sie Ihr Projekt im Umfang von maximal 2.200 Zeichen (inkl. Leerzeichen), gegliedert in zwei Abschnitte, dar:

- Projektbeschreibung (Projektbegründung, Zielsetzung, Setting/s und Zielgruppe/n, Geplante Aktivitäten und Methoden, Laufzeit, Zentrale Kooperationspartner/innen)
- Ergebnisse, Lernerfahrungen und Empfehlungen

### **Projektbegründung**

Soziale Medien werden als identitätsstiftend aufgefasst und können für junge Menschen von großer Bedeutung sein. Viele Forschungsergebnisse zeigen negative Auswirkungen auf das Körperbild durch soziale Medien und haben eine Bedeutung in Zusammenhang mit Körperbild- und Essproblemen. Durch die häufige Nutzung von sozialen Medien, sowie die Möglichkeit der Interaktion von Gleichaltrigen kann die Körperunzufriedenheit, insbesondere von Mädchen, verstärkt werden.

### **Zielsetzung**

Es sollen in einem Mädchenzentrum zum Thema „Empowerment Social Media“ Workshops angeboten und Peers ausgebildet werden. In weiterer Folge soll für Multiplikator:innen aus der Offenen Jugendarbeit, ein Onlinekurs zum Thema „Social Media/Körperstigmatisierung/Body neutrality“ als Weiterbildungsangebot erstellt und österreichweit angeboten werden. Ziele sind die Steigerung der Gesundheitskompetenz mit Fokus Social Media für Jugendliche als auch eine entsprechende Sensibilisierung für die Multiplikator:innen.

### **Settings und Zielgruppen**

Wir fokussieren auf 2 direkte Personengruppen: Junge Frauen zwischen 12-21 Jahre (ca. 90% Migrationshintergrund) als auch Multiplikator:innen die in der Offenen Jugendarbeit mit Jugendlichen arbeiten. Als indirekte Zielgruppe arbeiten wir mit Jugendlichen aller Geschlechter.

### **Aktivitäten und Methoden**

Durchgeführt wurden Bedarfs-/Bedürfnisanalysen mittels Fokusgruppen und das Anbieten von fachspezifischen Workshops für Mädchen, die Ausbildung der Peers als auch die Erstellung von interaktivem Lernmaterial für den Online-Kurs der Multiplikator:innen.

### **Laufzeit**

24 Monate

### **Zentrale Kooperationspartnerinnen des Projekts**

Mafalda Mädchenzentrum; Frauengesundheitszentrum Graz; Logo Jugendmanagement.

### **Ergebnisse und Lernerfahrungen**

- Bedarfs- und Bedürfnisanalysen in beiden Zielgruppen umgesetzt
- Ausbildung von 4 Peers abgeschlossen (Juli 2022)
- Online-Kurs seit März 2023 verfügbar
- Fortsetzungsaktivitäten mit den Peers umgesetzt (Podcast, Diskussionen...)
- Weitläufige Projektdissemination

Kommunikation mit Zielgruppe im Mädchenzentrum zeitintensiv  
Hohe positive Resonanz zum Thema in allen Personengruppen  
Kontinuierliche Partizipation und Flexibilität erforderlich

## 2. Projektkonzept

Beschreiben Sie

- welche Überlegungen zum Projekt geführt haben, welche Organisationen bzw. Partner/innen das Projekt entwickelt haben, ob und welche Anleihen Sie an allfälligen Vorbildprojekten oder Vorläuferprojekten genommen haben.
- Probleme, auf die das Projekt abgezielt und an welchen Gesundheitsdeterminanten (Einflussfaktoren auf Gesundheit) das Projekt angesetzt hat.
- das/die Setting/s in dem das Projekt abgewickelt wurde und welche Ausgangslage dort gegeben war.
- die Zielgruppe/n des Projekts (allfällige Differenzierung in primäre und sekundäre Zielgruppen – Multiplikatoren/Multiplikatorinnen etc.).
- die Zielsetzungen des Projekts - angestrebte Veränderungen, Wirkungen, strukturelle Verankerung.

Soziale Medien werden als identitätsstiftend aufgefasst und können im Aufwachsen junger Menschen von großer Bedeutung sein (Schorb 2014). Die Frage nach Anerkennung und Vulnerabilitäten rückt dabei in den Fokus. Eine mediale Auseinandersetzung mit Fragen wie „Wer bin ich? Wie sehen mich andere?“ ist also notwendig, da Medien ubiquitär, komplex und dynamisch sind (Iske 2016). Neben der Social-Media-Nutzung zum Zweck des Kontakthaltens spielen insbesondere bei Instagram inszenierte, schöne Bilderwelten eine zentrale Rolle (Jugend-Internet-Monitor, 2021).

Das Posten und Betrachten von Fotos wurde hier als besonders bedeutend in Zusammenhang mit Körperbild- und Essproblemen identifiziert (Tiggemann & Anderberg 2019). Durch die häufige Nutzung von sozialen Medien sowie die Möglichkeit der Interaktion/Rückmeldungen von Gleichaltrigen kann die Körperunzufriedenheit, insb. von Mädchen, verstärkt werden (Götz & Prommer 2020). Die Nutzung von Sozialen Medien geht somit nachweislich mit höherer Körperunzufriedenheit, mehr Diäten, einem höheren Konsum von gesunden Lebensmitteln, aber auch mit Überessen einher (Rounsefell, 2019). Es konnte außerdem gezeigt werden, dass nach dem Konsum von Facebook unter den Proband:innen eine negativere Stimmung im Vergleich zur Kontrollgruppe herrschte und die persönliche Einstellung zu Haut, Haaren und Gesicht negativ beeinflusst wurde (Fardouly, 2014).

Während Body Positivity den Ansatz verfolgt, die Definition von Schönheit in unserer Gesellschaft zu verändern, indem sie die Akzeptanz und Anerkennung aller Körperformen und -größen fordert, geht es bei Body Neutrality darum, den Stellenwert von Schönheit in der Gesellschaft zu verändern. Die Botschaft ist: „Du bist mehr als dein Aussehen“ (Cohen et al. 2020). Diese Bewegung, die Body Positivity allerdings noch lange nicht abgelöst hat, ist in jedem Fall positiver zu bewerten, da sie nicht den Körper und das Aussehen in den Vordergrund stellt und auch Frauen und Mädchen abholt, die ihren Körper nur schwer akzeptieren und erst recht nicht freizügig präsentieren wollen.

In der Entwicklung des Projekts wurde eine umfangreiche Recherche zu bestehenden Projekten/Fortbildungen gemacht und dabei sind wir beispielsweise auf FEM Süd gestoßen, die thematisch relevante Workshops anbieten, eine Kollegin von uns hat auch einmal daran teilgenommen.

In der Praxis zeigt sich, dass Mädchen und jungen Frauen in vielen Fällen durchaus bewusst ist, dass sie in Bezug auf ihr Körperbild durch Medien, Werbung, Social Media etc. in eine belastende Richtung manipuliert werden. Sie können sich dieser aber oft nicht entziehen, weil der Druck durch die Peers enorm ist und der Wunsch nach Zugehörigkeit zu den als erstrebenswert wahrgenommenen Gruppen ein starkes Bedürfnis in der Phase der Adoleszenz darstellt (Leitung JAM Mädchenzentrum, Hofstadler Birgit, 2021). Was Gesundheitsdeterminanten angeht, adressierten wir primär an soziale und persönliche Faktoren im Mädchenzentrum direkt bzw. indirekt über die Multiplikator:innenschulung im online-Kurs.

#### SETTINGS:

Das Projektvorhaben findet in zwei verschiedenen Settings mit unterschiedlichen (direkten) Zielgruppen statt

**Mafalda/JA.M. Mädchenzentrum** ist ein gemeinnütziger Verein mit feministischer Grundhaltung. Die Mitarbeiterinnen verfügen über ein breites Spektrum an fachlichen Qualifikationen, zeichnen sich durch Kommunikations- und Teamfähigkeit aus und identifizieren sich mit ihren Aufgabengebieten. Sie sind dazu bereit, sich laufend weiterzubilden und handeln eigenverantwortlich. Die unterschiedlichen Ausbildungsschwerpunkte und Persönlichkeiten unserer Mitarbeiterinnen bieten den Vorteil verschiedener Andockmöglichkeiten für die Kundinnen. Die Kundinnen haben zu ca. 90 % Migrationshintergrund, sprechen allerdings durchwegs (sehr) gutes Deutsch, d. h. es ist auch die Arbeitssprache bei Mafalda. Mädchen und junge Frauen werden individuell in Bezug auf Selbstbestimmung, gleichberechtigten Zugang zu gesellschaftlichen Ressourcen sowie gesellschaftliche Teilhabe unterstützt.

Im erweiterten Sinne ist auch das **Online-Medium Moodle** als Setting zu betrachten: es hat sich schon vor der COVID-19-Pandemie eine Tendenz zu Online-Fortbildungen abgezeichnet, aktuell ist diese Entwicklung nochmals ausgeprägter. Für Personen aus der offenen Jugendarbeit ist es kein Novum, online Fortbildungen zu genießen und sich in Eigenreflexion dem Thema zu nähern.

LOGO Jugendinfo fungiert bereits seit über 25 Jahren als Informationsdrehscheibe in der steirischen Jugendarbeit und ist Teil unterschiedlicher Netzwerke, wie etwa dem steirischen Fachstellennetzwerk, den verschiedenen regionalen Jugendkreisen und -netzwerken oder den Grazer Sozialraum-Treffen. Im Bereich der Gesundheitsförderung ist LOGO außerdem unter anderem Mitglied der Österreichischen Plattform Gesundheitskompetenz, Teil des boJA-Netzwerks Gesundheitskompetente Jugendarbeit und der ÖGK-Projektgruppe „Gesunde Schule“. Seit einigen Jahren werden unterschiedliche Online-Fortbildungsangebote und Online-Kurse zu verschiedenen Themen (Bsp. „Gesundheitskompetenz“) für Pädagog:innen.

## ZIELGRUPPEN

Wir arbeiten mit **2 direkten Zielgruppen**:

A) Mädchen und junge Frauen (geschlechtsspezifisch, da Mafalda unsere Kooperationspartnerin ist).

B) Multiplikator:innen aus der offenen Jugendarbeit (alle Geschlechter – Online-Kurs ebenso für alle Geschlechter)

Zu Zielgruppe A)

Das sind Mädchen und junge Frauen zwischen 12–21 Jahren die bei Mafalda/JA.M. im Rahmen der Offenen Jugendarbeit bei der Bewältigung ihrer alterstypischen Entwicklungsphasen Unterstützung finden. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf dem Aufwachsen in einer Migrationsgesellschaft, zumal der Migrationsanteil der Mädchen und jungen Frauen dort bei 90 % liegt. Geografisch liegt Mafalda im 5. Grazer Bezirk, Gries, ein Bezirk mit historisch gewachsenem hohem Migrationsanteil und mehreren Brennpunktschulen. Sozioökonomisch benachteiligte Personen sind insbesondere von gesundheitlichen Problemen betroffen, was den Fokus auf diese Zielgruppe bestätigt. „Schönheit und Ernährung“ im weiteren Sinne sind oftmals Thema bei Mafalda (Hofstadler, 2021), das Interesse am Thema ist also da und beschäftigt die Zielgruppe ganz besonders.

Zu Zielgruppe B) Multiplikator:innen aus der offenen Jugendarbeit

Das sind Personen, die in der offenen Jugendarbeit österreichweit tätig sind. Hierbei spielt die unmittelbare gesundheitliche Chancengerechtigkeit nur eine untergeordnete Rolle. Die Multiplikator:innen machen die Weiterbildung auf freiwilliger Basis und möchten sich mit diesem Thema beschäftigen.

Beispielhafte Berufe und Kooperationen der Multiplikator:innen: Jugendhilfe, Sozialarbeit, Arbeitsmarktintegrative Maßnahmen, Lehrlingshäuser, Dachverband der offenen Jugendarbeit, diverse Vereine, außerschulische Jugendarbeit, schulische Jugendarbeit, Streetworker. Durch diese breite Streuung ist die Arbeit mit einer facettenreichen (für das Projekt indirekten) Zielgruppe möglich, die oftmals Migrationshintergrund oder Migrationserfahrung haben und es auch oft um Personen handelt, die von NEET (not in Education, Employment or Training) betroffen sind.

## INDIREKTE ZIELGRUPPEN

ad A) Mitarbeiterinnen von Mafalda= Multiplikatorinnen aus der offenen Jugendarbeit;

ad B) Mitarbeiter:innen von Logo Jugendmanagement, Frauengesundheitszentrum und FHJ, die in das Projekt involviert sind und daran mitarbeiten (Konzeption, Gestaltung, technische Umsetzung, Kommunikation) und Jugendliche beiderlei Geschlechts, die entweder Klient:innen der Multiplikator:innen aus der offenen Jugendarbeit sind oder Jugendliche beiderlei Geschlechts die im Wirkungskreis der Peers sind.

ZUSÄTZLICH: Personen, primär Multiplikator:innen, die wir über die Dissemination (Workshop, Vorträge, etc.) erreicht haben.

## ZIELE

### Für die direkte Zielgruppe a)

Zielsetzungen für Mädchen und junge Frauen die im Mädchenzentrum JAM von Mafalda zu Peers ausgebildet werden bzw. die Workshops besucht haben (ohne im Anschluss auch als Peer tätig zu sein):

- sie erkennen Stigmata, mit denen Menschen mit Über- (und Unter-)gewicht bewusst und unbewusst konfrontiert werden
- sie kennen Beispiele wie Gewichtsdiskriminierung im Kontext von gesundheitsfördernder Ernährung entstehen kann, insbesondere auch durch Social Media
- sie können Stigmata bzgl. „gesunder“ und „ungesunder“ Ernährung sowie Body Shaming, Fat Shaming, Skinny Shaming unter Berücksichtigung von Gender-Aspekten hinterfragen
- sie reflektieren die Komplexität des eigenen Ernährungsverhaltens/Genussfähigkeit
- sie reflektieren die Auswirkungen von (sozialen) Medien auf die Eigen- und Fremdwahrnehmung in Bezug auf Körper und Ernährung
- sie setzen sich mit der Bedeutung von „Body Neutrality“ auseinander und leben diese

Peers- spezifische Ziele:

- fühlen sich befähigt, als Botschafterinnen gegen (Gewichts-)stigmata und für Body Neutrality zu wirken
- kennen konstruktive und positive Beispiele (z. B. Influencerinnen) und Kommunikationsstrategien und können diese benennen/anwenden
- werden als Expertinnen wahrgenommen, bringen Wissen zu ihrer (virtuellen) Lebenswelt ein und tragen dieses Wissen an das Projektteam und an Personen aus der offenen Jugendarbeit weiter

### Für die direkte Zielgruppe b)

- haben Hintergrundwissen und Werkzeuge/Methoden, um zum Thema „Social Media und Body Neutrality“ mit Klient:innen zu arbeiten
- erweitern das Wissen im Bereich „Gesundheitsförderliche Ernährung“
- haben Kenntnis über die (virtuelle) Lebenswelt von jungen Frauen
- profitieren in ihrer täglichen Arbeit mit Jugendlichen und wenden ihr erlangtes Wissen an

**Für die indirekte Zielgruppe** (alle Geschlechter, sekundär durch Peers und Multiplikator:innen erreicht)

- profitieren von Inhalten und Beispielen, die Peers und Multiplikator:innen zu Gewichtsdiskriminierung an sie herantragen
- reflektieren den Einfluss von Social Media auf Körperwahrnehmung und Ernährung durch die Gespräche mit Peers und Multiplikator:innen aus der offenen Jugendarbeit

Zur strukturellen Verankerung:

Im Mädchenzentrum JAM gibt es seit Projektbeginn eine Inside-Pinnwand. Diese steht symbolisch für die Präsenz des Themas, dort können Ideen, Fragen, Gedanken, angebracht werden die dann auch bearbeitet werden. Diese Pinnwand wird es auch künftig geben und durch daraus entstandene Produkte (wie die beiden Podcasts) kann das Thema von den Mitarbeiterinnen dort auch immer wieder ins Programm aufgenommen werden. Neben der Pinnwand gibt es ein Regal in einem Kasten, wo Postkarten, Sticker, Buttons und Infos für die Mädchen frei zugänglich sind. Der online - Kurs für Multiplikator:innen wird weitehin von Logo Jugendmanagement gehostet und beworben. Logo ersetzt den spezifischen Evaluationsfragebogen der externen Evaluationsstelle durch den logo-internen um auch hier regelmäßig die Rückmeldungen der Teilnehmenden zu erfassen.

### 3. Projektdurchführung

Beschreiben Sie

- welche Aktivitäten und Methoden in welchem zeitlichen Ablauf umgesetzt wurden.
- die Projektgremien/-strukturen und die Rollenverteilung im Projekt.
- umgesetzte Vernetzungen und Kooperationen.
- allfällige Veränderungen/Anpassungen des Projektkonzeptes, der Projektstruktur und des Projektablaufes inkl. Begründung.

#### Phase 1 – Bestandsaufnahme: Analyse und Bedarfserhebung

Allem vorweg wurden eine Projekt- Emailadresse und ein MS Teams Kanal zur Optimierung der Kommunikation eingerichtet, eine Projektwebsite gestaltet (<https://www.fh-joanneum.at/projekt/inside/>) als auch Logos und Infomaterial entwickelt, um weitgehend ein einheitliches Design zu haben:

In der ersten Phase wurde eine Social-Media-Analyse durchgeführt sowie Influencer:innen identifiziert. Dadurch wird aktuelles Material gesammelt, das derzeit auf diversen Social-Media-Kanälen verfügbar ist, welches wiederum als Basis für die weiteren Projektschritte dient. Da es kein Gegenstand der Bedarfs- und Bedürfnisanalyse war, wurden keine Influencerinnen als Referentin eingeladen.

Um die Zielgruppe aktiv in den Prozess mit einzubinden und alle weiteren Schritte an die deren Bedürfnisse anzupassen, wurde am 23.2.2022 von 15.-17 Uhr, eine Bedarfs- und Bedürfnisanalyse mit 4 interessierten, freiwilligen Teilnehmerinnen bei Mafalda durchgeführt werden. Über diese Bedarfs- und Bedürfnisanalyse soll bereits der Kontakt zu potenziellen Interessentinnen für die Workshops bzw. die Peer-Ausbildung hergestellt werden. Erreicht werden die Teilnehmerinnen über das JAM wo Plakate aufgehängt wurde, über die Social Media Kanäle und über eine eigens eingerichtete whatsapp Gruppe, wo die es dann Erinnerungen für die Termine gibt. Über die Bedarfs- und Bedürfnisanalyse hinaus wurde auch eine „Themenbox“ aufgestellt bei Mafalda, wo Personen, die nicht dabei waren, auch Themen auf Papier festhalten und dann positionieren konnten (siehe rechtes Foto).

Die Ergebnisse wurden ausgewertet und in ein Konzeptpapier gegossen, dass das Augenmerk auf die herausgefilterten, inhaltlichen Schwerpunkte legt. Finalisiert im März 2022.

#### Phase 2 – Workshops: Grundsensibilisierung und Stärkung sowie Peer-Training

Zu Beginn der Phase 2 wurden Best-Practice-Beispiele und Methoden gesammelt, um lebendige und interaktive Workshops zu gestalten und zugleich stark auf die Ergebnisse der Phase 1 zurückgegriffen. Angelehnt an das Konzeptpapier der Phase 1 werden insgesamt sechs Workshops konzeptioniert und durchgeführt, wobei der Übergang von Phase 2 zu 3 fließend ist. Vier Workshops mit jeweils den Inhalten Social Media und Ernährung dienen zur Grundsensibilisierung der Teilnehmerinnen. Zwei weitere Workshops fungieren als tiefergehendes Peer-Training. 3 der vier „Basisworkshops“ mussten wiederholt werden, da es den Teilnehmerinnen nicht möglich war zu kommen, das Interesse aber groß war bzw. eine Peerausbildung angestrebt wurde.

Die Workshops haben circa zwei Stunden in Anspruch nehmen und finden in den Räumlichkeiten des Mädchenzentrums JAM bei Mafalda statt. Es hat sich dabei gezeigt, dass es nicht möglich war, pünktlich zu beginnen, die Zielgruppe ist hochgradig volatil.

Den Ergebnissen der Bedarfs- und Bedürfnisanalyse gemäß und aus den Ergebnissen der Ideenbox:

##### Workshop 1

„Diäten im Check – Go oder No-Go?“

03.05.22; 3 teilnehmende Mädchen, eine Mitarbeiterin vom JAM. Durchführung: Anna Lena Aufschneider.  
Themen: Bedeutung von Gesundheit, Sammeln von Ideen auf Kärtchen „Wenn ich an Diäten denke, denke ich an...“; Relevanz von Diäten. Erstellen von „Checkliste für seriöse Schlankheitsdiäten“ auf Plakat, wurde im JAM aufgehängt.

### Workshop 2

„Zwischen Ess-Genuss und Ess-Störung“ 12.5.2022, 6 Mädchen, 1 Mitarbeiterin vom JAM. Durchführung: Anna Lena Aufschneider.

- Erklärungen zu Essstörungen, gestörtem Essverhalten und auch binge-eating.
- Vorurteile besprechen zu Über- und Untergewicht
- Thema Genuss. Methode: „Interview mit der Liebesspeise“
- Rosinenreise. Wahrnehmung aller Sinne. Welcher Sinn wird öfter mal „vergessen“?
- Zettelchen für daheim: „Auf diesen Sinn achte ich in Zukunft ganz besonders.“

### Workshop 3

Was ist fake? „Schöne“ Körper auf Instagram & Co. 17. Mai 2022. 5 Mädchen, 2 Mitarbeiterinnen vom JAM. Durchführung: Eva Goldgruber.

### Workshop 4

Hass & Bodyshaming – wie gehen wir damit um? 31. Mai 2022. Durchführung: Sonja Radkohl.

Genereller Fokus auf: Wie spreche ich über die Themen Body-Shaming und/oder Hass im Netz.

- Wie kann ich Betroffene unterstützen? Inwiefern kann ich ein positives Beispiel sein? Wie kann ich andere bestärken?
- Kann das Konzept „Body Neutrality“ auf Social Media funktionieren?
- Beleidigende, ausgrenzende Kommentare im Zusammenhang mit Ernährung, Schönheit, Gewicht, Körper
- Reaktionen und Rückmeldung zur eigenen Darstellung
- Social-media-basiertes Body-Shaming (und wie kann ich dagegen vorgehen)
- Hass im Netz (und wie kann ich dagegen vorgehen)

Lösungsorientierter Ansatz: Eigeninitiative anregen und mögliche Lösungen zeigen

Als Meilenstein und Abschluss dieser Phase 2 gilt die Durchführung und der erfolgreiche Abschluss der Workshops (inkl. Einholen von online-Feedbackbögen) im Juni 2022 (Projektmonat 6). Zu den online-Feedbackbögen gab es kaum Rückmeldungen.

### Phase 3 – Begleitung von Peers

In der Phase 3 werden parallel zu Phase 2 mögliche Peers identifiziert und ausgebildet, die Interesse an einer tiefergehenden Beschäftigung mit der Thematik haben, bspw. aus den Teilnehmerinnen der Sensibilisierungs-Workshops. Dabei sollen mindestens drei bis fünf, wenn der Wunsch besteht auch mehr, Peers ausgewählt werden. Letztendlich haben sich 4 Mädchen und junge Frau als Peer herauskristallisiert. Mit diesen hat das FGZ zwei Workshops im Rahmen des Peer-Trainings (siehe Phase 2) durchgeführt (23. Juni und 29. Juni 2022). Dabei liegt das Ziel auf einer kritischen, tiefergehenden Auseinandersetzung mit den Auswirkungen von Social Media auf Selbstbewusstsein, Körperbewusstsein und das eigene Verständnis von Schönheit. Die auszubildenden Peers lernen somit einen bewussten Umgang mit Sozialen Medien in Bezug auf sich selbst, aber vor allem auch in Bezug auf andere, um anderen Jugendliche stärkend zur

Seite zu stehen. Die Peers werden im Rahmen des JAM durch Mafalda zu den üblichen Öffnungszeiten begleitet. Teilnehmerinnen: je 4 Mädchen und junge Frauen.

Mit den ausgebildeten Peers wird in weiterer Folge bei Mafalda weitergearbeitet bzw. werden sie dort die Möglichkeit haben, selbst als Peers zu fungieren. Ihr Expertinnenwissen aus der eigenen Erfahrung, der Social-Media-Lebenswelt und die kritische Reflexion und Erweiterung durch Fachwissen bilden die Grundlage der Tätigkeit als Peer. Dabei soll das Ziel sein, dass sie selbst als Expertinnen und Role Models für Body Neutrality stehen. Des Weiteren haben sie die Möglichkeit, ihre eigenen Ideen im weiteren Verlauf des Projekts einzubringen und z.B. zukünftiges Material mitzuentwickeln. Dabei hat sich schon bei der allerersten Bedarfs- und Bedürfnisanalyse und dann vermehrt in den Workshops und den Peer- Workshops die Idee herauskristallisiert einen Podcast zu gestalten. Diese wird technisch von LOGO Jugendmanagement umgesetzt und auch gehostet (Podcast: „Na logo“). Der Podcast wird bereits geplant und spätestens mit ersten Quartal 2023 fertiggestellt sein.

Als Meilenstein und Abschluss dieser Phase 3 gilt die feierliche Zertifikatsverleihung für die abgeschlossene Peer-Ausbildung am 7. Juli 2022 an der FH JOANNEUM statt. Ein Peer konnte leider nicht anwesend sein bei der Übergabe der Zertifikate.

#### **Phase 4 – Bedarfs-/Bedürfnisanalyse offene Jugendarbeit**

Das Ziel der Phase 4 ist es, die Grobplanung für die Erstellung eines Online-Kurses für die offene Jugendarbeit zu erarbeiten. Diesem Meilenstein voraus geht die Vorbereitung und Durchführung einer Fokusgruppe, in der die Bedürfnisse jener Personen erhoben werden sollen, die in der offenen Jugendarbeit tätig sind. Die Fokusgruppe fand am 28.4.2022 via Online Tool MS Team statt. Dauer: 2 h, 20 min. Teilnehmende: 11 Personen aus der Offenen Jugendarbeit (steiermarkweit) und Samantha Jeschko (Mitarbeiterin LOGO Jugendinfo). Durchführung: Bianca Fuchs-Neuhold und Anna Lena Aufschnaiter. Die Besprechung wurde nach Einholung des mündlichen Einverständnisses aufgezeichnet und im Anschluss transkribiert.

Geklärt wurde im Rahmen der Fokusgruppe, welche Methoden sich die Zielgruppe für die Fortbildung wünscht, sodass sie Anklang unter Berufskolleg:innen findet.

Die Daten der Fokusgruppe wurden ausgewertet und folglich ein Konzeptpapier erstellt, das die Ergebnisse der Teilnehmenden übersichtlich clustert.

Abschluss: 30. Juni 2022

#### **Phase 5 – Erstellung Online-Kurs**

Im Rahmen des Projekts soll im nächsten Schritt eine Fortbildung für Fachkräfte, die mit Jugendlichen arbeiten, final konzipiert und aufbereitet werden. In der Phase 5 werden daher die Inhalte und Materialien für den Online-Kurs erstellt. Der Online-Kurs soll Personen aus der offenen Jugendarbeit dabei unterstützen, als mögliche Ansprechpartner:innen von Jugendlichen eine kritisch-reflektierte Haltung zum Themenkomplex Schönheit, Ernährung und Körper mit Fokus auf Social Media einzunehmen. Es wird hilfreiches Hintergrundwissen zu Ernährung und digitaler Lebenswelt der Jugendlichen vermittelt und die Wechselwirkungen mit Bildern auf Plattformen wie Instagram & Co. und Körper- und Schönheitsidealen thematisiert. Dabei wird frei verfügbares Material mit im Projekt erarbeiteten Inhalten kombiniert und als Online-Kurs mit interaktiven Elementen aufbereitet. Methodisches Wissen, Werkzeuge und Beispiele, wie mit Jugendlichen gemeinsam das Thema Schönheit, Ernährung, Körper und Soziale Medien bearbeitet werden kann, sollen auch als Grundlage für Einzelgespräche & Gruppensettings mit Jugendlichen dienen.

Das Format eines Online-Kurses bietet eine niederschwellige Fortbildungsmöglichkeit, die zeit- und vor allem ortsunabhängig von der Zielgruppe in Anspruch genommen werden kann. Dabei wird weitgehend Barrierefreiheit sichergestellt, in Bezug auf die technische Umsetzung und Wartung auf ein bereits vorhandenes System zurückgegriffen.

Genutzt wird dafür die Online-Weiterbildungsplattform „LOGOversity“ von LOGO jugendmanagement gmbH. Hier finden bereits in regelmäßigen Abständen neue Weiterbildungen statt (Online auf [digi-ges.stmk.gv.at](https://digi-ges.stmk.gv.at)). Ernährung ist dabei einer von sechs angebotenen Themenbereichen. Angepasst an die bestehenden Angebote der Online-Weiterbildungsplattform wird auch dieser Kurs mit einer Dauer von 3 Stunden erstellt. Außerdem ist geplant, darüber hinaus auch Bonuslektionen (z.B. den neu entwickelten Podcast als auch Literatur) zur Verfügung zu stellen.

Als Meilenstein dieser Phase 5 wird der Online-Kurs „Social Media und Body Neutrality“ (Arbeitstitel) fertiggestellt. Ab Anfang März 2023 ist der Kurs finalisiert und geht online.

#### **Phase 6 – Bewerbung des online-Fortbildung**

Ab 07. März 2023 wird der Kurs intensiv von allen Projektpartnerinnen über diverse Veranstaltungen, persönlich, über Newsletter und Social Media beworben. Im Oktober folgt noch eine Kampagne, die Logo Jugendmanagement durchführt, die auch ein Gewinnspiel inkludiert und sich diese Maßnahme nochmals in der Teilnehmendenzahl widerspiegelt.

### Phase 7- Projektmanagement

Das Projektmanagement inkludiert unter anderem die Terminkoordinationen, SAP, Controlling, Kommunikation mit den Fördergebern und innerhalb vom Team, Initiative im Bereich Dissemination, Vernetzungsarbeit und Kommunikation mit den Projektpartnerinnen.

### Phase 8 – Dissemination

Die Projektdissemination inkludieren unter anderem:

- eine breite Streuung des Projektverlaufs/der Aktivitäten über Social Media (Kanäle vom Institut für Diätologie - FHJ, Institut für Journalismus und digitale Medien - FHJ, JAM Mädchenzentrum, LOGO Jugendmanagement, Frauengesundheitszentrum Graz).
- Verfassen des Fachartikels „Body Neutrality in der Ernährungsberatung“ im Diätologen-Journal Österreichs DIALOG 3/22.
- Gewinnen des DIAETAWARD des Verbands für Diätologen, März 2023, Kategorie: INNOVATIVE DIAETOLOGISCHE PRAXIS.
- Projektpräsentation beim 20. Vernetzungstreffen Essprobleme, 30.09.2022, Graz. Veranstalterin: Frauengesundheitszentrum Graz.
- Vortrag bei der 6. Fachtagung der Plattform Prävention, 11. Oktober 2023, Klagenfurt.
- Vortrag bei der 8. Konferenz der Österreichischen Plattform Gesundheitskompetenz, 11. Oktober 2023, Wien.
- Presseaussendung der FHJ (08.07.2022), Beitrag in der Kleinen Zeitung (24.2.2022), Etwas außergewöhnlich, aber: Beitrag in der Frauenzeitschrift „Miss, 2022“ (Print), online: [He-roin Chic: Warum sein Comeback so problematisch ist \(miss.at\)](https://www.miss.at/roin-chic-warum-sein-comeback-so-problematisch-ist),
- Beitrag in der Kinder-Kleinen Zeitung, 27.08.2022.
- Workshop Klagenfurt, Verein Equaliz, Titel: Körperwahrnehmung, Ernährung und Social Media: Best-Practice-Projekt INSIDE. 21.11.2023
- Internationaler Mädchentag, Freitag, 11. Oktober 2023. Inside-Öffentlichkeitsarbeit-Aktion in Graz. Veranstalter: JAM, Gestaltung der Materialien von Peers bzw. teilnehmenden interessierten Mädchen im JAM. Ca. 80 goodie-bags zur Bewusstseinsmachung „Körperbild“ werden verteilt.

## 4. Evaluationskonzept

Wenn Sie eine Evaluation beauftragt/umgesetzt haben, beschreiben Sie kurz

- welche Evaluationsform (Selbstevaluation/externe Evaluation) gewählt wurde und warum.
- das Evaluationskonzept (Fragestellungen, Methoden, Ablauf)
- wie sich die Evaluation aus Projektsicht bewährt hat:
  - Waren Fragestellung, Methoden und Art der Durchführung angemessen und hilfreich für die Steuerung und Umsetzung des Projektes?
  - Konnte die Evaluation beim Projektumsetzungsprozess unterstützen (z.B. wesentliche Informationen für Änderungsbedarf liefern)?
  - Konnte die Evaluation nützliche Befunde für die Zielerreichung und die Bewertung der Projektergebnisse liefern?

Es wurde eine externe Evaluation gewählt, weil wir eingangs davon ausgegangen sind, dass bei diesem Projektvolumen eine externe Evaluation stattfinden muss.

Die Fragestellungen bzw. vielmehr die Methoden der externen Evaluation (Styriavitalis) mussten gleich eingangs adaptiert werden: vorgesehen war eine teilnehmende Beobachtung bei den Workshops, die Mitarbeiterinnen vom JAM habe davon aber abgeraten um die Intimität des Workshops zu bewahren und die Offenheit der Mädchen aufgrund der Beobachtung negativ zu beeinflussen. In einem 2. Schritt mussten auch die Wissensfragen von Styriavitalis reduziert werden, weil die Teilnehmerinnen das Gefühl hatten „wie in der Schule bei einer Prüfung zu sein“ (Zitat), was dem Evaluationsprozess auch nicht dienlich war. Letztendlich war es ein kurzer Online-Fragebogen, der über einen QR Code abrufbar war und das was dann auch die finale Lösung, die umsetzbar war und akzeptiert wurde.

In relativ regelmäßigen Abständen stand die Projektleitung mit Styriavitalis im Austausch um den Prozessverlauf zu besprechen, und etwaige Veränderungen zu kommunizieren. Zu zeitlichen Verschiebungen der Meilensteine kam es nicht. Dementsprechend gab es – abgesehen von den anfänglichen Adaptierungen – kaum mehr Veränderungen der Evaluation. Der abschließende Workshop im November war sehr fruchtbringend und für alle Beteiligten wohlthuend sich über den Prozess nochmals auszutauschen und uns gegenseitig zu stärken und – ja- auch zu loben und die Wertschätzung auszudrücken.

Der Evaluationsbericht brachte an sich keine Überraschungen der Ergebnisse, zumal im Verlauf die Themen sehr transparent kommuniziert wurden. Lediglich die Ergebnisse des online-Kurses bekamen wir nie zu Gesicht, diese wurden direkt vom Moodlekurs an Styriavitalis weitergeleitet. Diese Ergebnisse haben wir mit Freude erst aus dem Bericht zur Kenntnis genommen.

## 5. Projekt- und Evaluationsergebnisse

Bitte stellen Sie die Projektergebnisse sowie die Ergebnisse der Reflexion/Selbstevaluation und/oder externen Evaluation ZUSAMMENFASSEND dar.

Stellen Sie insbesondere dar

- welche Projektergebnisse vorliegen und welche Wirkungen mit dem Projekt erzielt werden konnten.
- welche Projektergebnisse als positiv und welche als negativ zu bewerten sind bzw. welche davon geplant und ungeplant waren.
- inwieweit bzw. mit welcher Strategie das Projekt zur Förderung gesundheitlicher Chancengerechtigkeit beigetragen hat und was sich in Hinblick darauf gut oder weniger gut bewährt hat.
- welche Aktivitäten und Methoden sich insgesamt gut oder weniger gut bewährt haben.
- inwieweit sich die Schwerpunktzielgruppen und Entscheidungsträger/innen im Projekt beteiligen konnten und welche Faktoren für die Beteiligung förderlich/hinderlich waren.
- ob bzw. inwieweit die Projektziele erreicht werden konnten.
- ob bzw. inwieweit die Zielgruppe(n) erreicht werden konnten.
- ob aus jetziger Sicht im Zuge des Projektes etablierte Strukturen, Prozesse und Aktivitäten sowie erzielte Wirkungen weiterbestehen werden.
- ob das Projekt auch an anderen Orten/in ähnlichen Settings umgesetzt werden kann (Transferierbarkeit) und wenn ja an welchen.
- welche Maßnahmen zur Sicherung der Nachhaltigkeit aus jetziger Sicht erfolgversprechend scheinen.

Projektziele, Interventionsmaßnahmen und Evaluationsfragen

Projektziel	Interventionsmaßnahmen im Projekt	Evaluationsfragen und Evaluationsmaßnahmen
<b>Für Mädchen und junge Frauen im Mädchenzentrum von Mafalda</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mädchen zwischen 12 und 20 Jahren fühlen sich befähigt, sich reflektiert mit der Social-Media-Community in Bezug auf Body Neutrality auseinanderzusetzen.</li> <li>• Mädchen reflektieren das eigene Ernährungsverhalten und ihre Genussfähigkeit.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Konzeption und Durchführung von 4 Sensibilisierungsworkshops (2 zu Social Media, 2 zu Genussfähigkeit)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sind die Workshops geeignet, um die Mädchen zu sensibilisieren?</li> <li>▪ Können die Mädchen Social-Media-Inhalte bewerten und kritisch hinterfragen?</li> <li>▪ <b>Lime Survey-Befragung am Ende der Workshops</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Peer-System ist partizipativ konzipiert und im Mädchenzentrum Mafalda umgesetzt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fokusgruppen zur Bedarfs- und Bedürfniserhebung für Peer-Workshops</li> <li>▪ Partizipative Konzeption der Peer-Workshops (voraussichtlich FGZ)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sind die Inhalte der Peerworkshops hinsichtlich Methode, Inhalt und Umfang geeignet, um Peers auf ihre Tätigkeit vorzubereiten?</li> <li>▪ Wurden die Inhalte der Peer-Workshops partizipativ entwickelt?</li> <li>▪ <b>Fokusgruppe mit den Peers</b></li> <li>▪ <b>Teilnehmende Beobachtung bei einem Workshop</b></li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mädchen sind zu Peers ausgebildet.</li> <li>• Die Peers kennen konstruktive und positive Beispiele (z. B. Influencerinnen) und Kommunikationsstrategien und können diese benennen/anwenden.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Durchführung von 2 Peer-Workshops</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Finden sich 2-3 Mädchen, die als Peers 3 der 4 Workshops besuchen und weiterführend als Peers tätig sein wollen?</li> <li>▪ Fokusgruppe mit den Peers</li> <li>▪ Teilnehmende Beobachtung bei einem Workshop</li> <li>▪ Check der Teilnehmerinnenlisten</li> </ul>
<b>Für MultiplikatorInnen aus dem Bereich der offenen Jugendarbeit</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der entwickelte Online-Kurs wird von MultiplikatorInnen in Anspruch genommen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bedarfs-/Bedürfnisanalyse der MultiplikatorInnen</li> <li>▪ Erstellung eines Moodle-basierten Online-Kurses für MultiplikatorInnen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nehmen die MultiplikatorInnen den Kurs in Anspruch?</li> <li>▪ Online-Befragung</li> <li>▪ 100 ausgestellte Teilnahmezertifikate bis Ende November 2023</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• MultiplikatorInnen haben Hintergrundwissen und Werkzeuge/Methoden, um zum Thema „Social Media und Body Neutrality“ mit KlientInnen zu arbeiten.</li> <li>• MultiplikatorInnen haben Kenntnis über die virtuelle Lebenswelt von Jugendlichen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bereitstellung des Online-Kurses</li> <li>▪ Nutzung österreichweiter Netzwerke zur Bewerbung des Kurses</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sind die Inhalte des Online-Kurses hinsichtlich Methode, Inhalt und Umfang geeignet um den Ansatz „Body Neutrality“ in die Jugendarbeit einfließen zu lassen?</li> <li>▪ Wissen die MultiplikatorInnen, wie sich Jugendliche in der virtuellen Welt bewegen? Entwickeln sie eine sensibilisierte Haltung für die virtuelle Lebenswelt, ohne Social Media, InfluencerInnen etc. generell abzuwerten?</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Online-Befragung</b></p>

Rückmeldungen aus den Workshops, um das Peerzertifikat zu bekommen:

Zusammenfassend kann aus der Fragebogenerhebung herausgelesen werden, dass die Mädchen sehr zufrieden mit der Workshopumsetzung und den ReferentInnen waren und auch inhaltlich Neues erfahren haben. Mehrmals wurden die Diskussionsrunden und der Austausch wertschätzend erwähnt. Grundsätzlich hat sich eine Online-Fragebogenerhebung als nicht geeignetes Tool in diesem Zusammenhang erwiesen. Es können somit keine grundlegenden Aussagen zur themenspezifischen Sensibilisierung durch die Workshops nachgewiesen werden, jedoch liegt die Vermutung aufgrund der Fragebogenrückmeldungen nahe, dass eine Sensibilisierung stattgefunden hat.

Nach Absprache mit der Projektleitung wurden kompensatorisch noch Telefoninterviews mit den Referentinnen und einer Mitarbeiterin des Mädchenzentrums durchgeführt.

Teilnehmende Beobachtung der Peers nach Erstellung der Podcasts:

Die fünf anwesenden Mädchen waren sehr engagiert, selbstbewusst und motiviert bei der Sache und gestalteten ihren Podcast eigenständig. Die nachhaltige Verankerung des Themas mittels Podcast war für die Mädchen wichtig.

Fokusgruppe Peergroup:

Der offene Austausch untereinander wurde als sehr wertschätzend wahrgenommen. Zudem wurde die flexible Terminkoordination und das individuelle Nachholen von Workshopinhalten, damit die Mädchen auch zu Peers ausgebildet werden können, wurden positiv hervorgehoben.

Online Befragung der Moodle- Kurs Teilnehmenden:

Insgesamt haben 98 Personen den Kurs absolviert, davon haben 32 Personen den Evaluationsbogen im Anschluss ausgefüllt.

Details der Online-Befragung: siehe Evaluationsendbericht. Grundsätzlich waren die Rückmeldungen der Online-Evaluierung überaus positiv. Sowohl die fachlichen Inhalte als auch die thematische Sensibilisierung scheint hier gelungen zu sein. MitarbeiterInnen der offenen Jugendarbeit konnten sowohl im Bereich Ernährung als auch im Bereich Körperbilder auf Social Media neue Inputs erfahren und gaben an, diese in ihre Arbeit auch einfließen zu lassen. Das Format einer online Weiterbildung scheint hier geeignet zu sein, um eine große Reichweite zu erzielen, da der Kurs sehr flexibel absolviert werden kann und nicht an zeitliche Vorgaben gebunden ist.

Zentrale Aussagen der Projektergebnisse:

- Die Themenbereiche Körperbilder, Social Media und Ernährung ist bei Mädchen ein zentrales Thema.
- Die Sensibilisierung der Mädchen ist gelungen.
- Zu Beginn war die Erreichbarkeit der Jugendlichen aufgrund der Pandemie noch schwierig.
- Das interdisziplinäre Projektteam profitierte voneinander.
- Flexibilität muss in der offenen Jugendarbeit sowohl inhaltlich als auch methodisch vorhanden sein.
- Sensible Themen können in der offenen Jugendarbeit gut erarbeitet werden.
- Die ReferentInnen brauchen einen großen Methodenpool und ein breites Spektrum an Wissen um flexibel auf die Bedürfnisse der Jugendlichen eingehen zu können.
- Erarbeitete Produkte bleiben auch nach Projektende bestehen und können nachhaltig wirken.

Unter Nachhaltigkeit im konkreten verstehen wir die

- Weiterarbeit der Peers in der Mädchenberatungsstelle nach Projektende
- Weitere Verfügbarkeit und Bewerbung der beiden Podcasts
- Weitere Verfügbarkeit und Bewerbung des online-Kurses über LOGO Jugendmanagement.

Zur Transferierbarkeit: Das Projekt bzw. die Ausbildung der Peers bei Mafalda ist als solche geografisch eingeschränkt und die Ausbildung zwar transferierbar, in diesem Projekt aber noch nicht umsetz- und implementierbar. Die Produkte (also der Podcast für Jugendliche als auch der Moodle Kurs für Multiplikator\*innen) ist in anderen Arbeitsbereichen einsetzbar.

## 6. Zentrale Lernerfahrungen und Empfehlungen

Beschreiben Sie kurz

- die wesentlichen förderlichen und hinderlichen Faktoren für die Erreichung der Projektziele.
- für andere möglicherweise hilfreiche zentrale Lernerfahrungen und Empfehlungen.
- was Sie wieder gleich oder auch anders machen würden, wenn Sie ein solches Projekt neu starten würden.

Die **Förderfaktoren** in diesem Projekt waren zweifelsohne die handelnden Personen. Das Team hat hervorragend zusammengearbeitet, die Schnittstellen haben sich verzahnt, die Kommunikation innerhalb und außerhalb unseres FH Systems hat sehr gut geklappt, sehr viel Engagement und Einsatz der einzelnen Partnerinnen hat dieses Projekt zu einem besonderen gemacht.

Die Zusammenarbeit mit dem FÖG, d.h. einerseits Kommunikation als auch die Ermöglichung der regelmäßigen Vernetzung waren definitiv auch dienlich. Zu den hinderlichen Faktoren gibt es kaum Zuschreibungen, zumal wir die Meilensteine alle erreicht haben. Ob jedes einzelne Projektziel erreicht wurde, das kann nicht zur Gänze verifiziert werden, oftmals können hier nur Beobachtungen angestellt werden, aber keine absoluten Zahlen.

**Für andere hilfreiche Lernerfahrungen:**

Die Zielgruppe ist hoch volatil und es braucht viele Ressourcen, um sie thematisch gut halten zu können und im Austausch zu bleiben. Die Terminvereinbarungen für die inhaltlichen Workshops als auch die Workshops zur Peer-Ausbildung waren eine Herausforderung und wir mussten (nicht geplant) Workshops wiederholen. Das könnte man beim nächsten Mal einplanen. Ohne den Einsatz von Mafalda und das sehr gute Kennen ihrer Zielgruppe wäre es von extern nicht möglich gewesen, diese Themen umzusetzen.

Unsere Grundidee im Projektentwurf beinhaltete „Peers arbeiten als solche weiter“. Die konkrete Idee dazu war völlig offen, es zeichnete sich aber in der Bedarfs- und Bedürfnisanalyse der Wunsch nach einem Podcast ab. Schön war hier, dass wir die Flexibilität (auch finanziell) hatten, das umzusetzen. Lernerfahrung: gut, wenn man auch Spielraum in der Projektumsetzung hat, damit Dinge ihren Lauf gehen können.

#### **Was würden wir gleich/anders machen:**

##### *Gleich:*

Jede einzelne Person im Projekt beibehalten.

Wir würden Frau Hofstadler wieder gerne bei der Peer-Zertifikatsverleihung haben wollen, die dann die Gitarre auspackt und im Zuge der Feier „4 Non Blondes“ mit „What´s up“ zum Besten gibt.

Nach Möglichkeit etwas Spielraum gewähren, wenn Inhalte/Produkte im Laufe des Projekts entwickelt werden sollen.

An den Vernetzungstreffen teilnehmen, daraus haben für uns einige weitere Treffen resultiert, die allesamt wichtig waren.

Festhalten an einer sehr spezifischen, weniger privilegierter Zielgruppe (direkte Zielgruppe 1), auch wenn man numerisch weniger Personen erreicht.

##### *Verändern:*

In der Projektplanung konkret überlegen, wie Peers abgegolten werden können und was für den Fördergeber in Ordnung ist.

## Anhang

Listen Sie Ihre veröffentlichbaren Beilagen zum Bericht auf. Diese sind ebenso wie der Bericht selbst im Projektguide hochzuladen.

- ...
- ...
- ...

*Andere mögliche Beilagen zur Darstellung Ihres Projektes sind z.B.:*

- *Projektablaufplan*
- *Projektrollenplan*
- *Evaluationsendbericht*
- *eingesetzte Erhebungs- und Befragungsinstrumente, Feedbackbögen und Interviewleitfäden*
- *Befragungsergebnisse*
- *erarbeitete Maßnahmenkataloge/-pläne*
- *Seminarpläne, Curricula*
- *Veranstaltungsprogramme und -dokumentationen, Tagungsbände*
- *Druckwerke wie Projektfolder, Einladungen, Plakate etc.*
- *Projektpräsentationen*
- *Projektprodukte wie Handbücher etc.*
- *Pressemeldungen*

**Hinweis:**

Neben dem Hochladen des Berichts ist dieser zusätzlich dem/der für das Projekt zuständigen Mitarbeiter/in des Fonds Gesundes Österreich in gedruckter Version (Papierform) zur Begutachtung und Prüfung zuzusenden.