



RAHMENBEDINGUNGEN

für Lobbyarbeit in der Schweiz

Erfolgreiches Lobbying in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit (OKJA) ist kein Zufall, sondern das Ergebnis strategischer Überlegungen. In Zeiten knapper Budgets wird der Druck auf Gemeinden zu Einsparungen immer grösser, was die Notwendigkeit für gutes, faktenbasiertes Lobbying erhöht.

Dafür braucht es eine gute Kenntnis der eigenen Arbeit und ein Verständnis für politische Entscheidungsprozesse. Gerade weil die OKJA in der Schweiz sehr unterschiedlich organisiert und finanziert ist, lohnt es sich, die lokalen und kantonalen Rahmenbedingungen genau zu kennen. Nur wer die gesetzlichen Rahmenbedingungen kennt und die Positionen relevanter Akteur*innen richtig einschätzt, kann die eigenen Anliegen wirkungsvoll platzieren und Verbündete gewinnen.

1. Jugendpolitischer Rahmen

Die Kinder- und Jugendpolitik in der Schweiz ist föderal organisiert. Bund, Kantone und Gemeinden übernehmen unterschiedliche Aufgaben. Der Bund setzt mit der Bundesverfassung und dem Kinder- und Jugendförderungsgesetz wichtige Grundlagen und kann die ausserschulische Arbeit mit Kindern und Jugendlichen fördern. Die konkrete Ausgestaltung der Kinder- und Jugendförderung liegt jedoch weitgehend bei Kantonen und Gemeinden.

Zusätzlich bilden die Kinderrechte eine wichtige Grundlage der Kinder- und Jugendpolitik. Die OKJA trägt insbesondere zur Umsetzung der Rechte auf Beteiligung, Förderung, Freizeit und gesellschaftliche Teilhabe von Kindern und Jugendlichen bei. Die Kinderrechtskonvention bietet damit eine wichtige fachliche und politische Legitimation für die Arbeit der OKJA.

Für die OKJA bedeutet dies: Es gibt nicht eine einzige schweizweit gültige Regelung, sondern unterschiedliche kantonale und kommunale Rahmenbedingungen. In manchen Kantonen bestehen gesetzliche Grundlagen, Strategien oder Fachstellen zur Kinder- und Jugendförderung. In anderen ist die OKJA stärker über kommunale Leistungsaufträge, Trägerschaften oder einzelne politische Entscheide abgesichert.



**LOBBYING FÜR DIE
OFFENE KINDER- UND
JUGENDARBEIT**



Diese Fragen sollten geklärt werden:

Kantonale Ebene:

- Welche gesetzlichen Grundlagen gelten im eigenen Kanton im Bereich der Kinder- und Jugendförderung? Ist die OKJA darin erwähnt und was wird darin geregelt?
- Gibt es kantonale Förderprogramme oder finanzielle Unterstützungsmöglichkeiten für Projekte der Kinder- und Jugendförderung?
- Gibt es eine kantonale Kinder- und Jugendstrategie oder ein Kinder- und Jugendleitbild?
- Wer ist politisch und fachlich für Kinder- und Jugendfragen (Kinder- und Jugendbeauftragte*r) beim Kanton / in der Gemeinde zuständig?

Gemeindeebene:

- Gibt es in der Gemeinde ein Kinder- und Jugendleitbild oder eine Jugendstrategie?
- Gibt es Ziele im Gemeindeleitbild oder in den Legislaturzielen, zu deren Erreichung die OKJA beitragen kann?
- Ist die OKJA in Reglementen, Leistungsvereinbarungen oder Budgetbeschlüssen verankert?
- Wer entscheidet über Auftrag, Budget und Infrastruktur?

2. Wer fördert, wer bestimmt und wer vertritt die OKJA?

Die OKJA wird in der Schweiz stark kommunal getragen. Gemeinden und Städte entscheiden über Auftrag, Finanzierung, Infrastruktur und Weiterentwicklung der Angebote. Je nach Gemeinde sind dafür politische Gremien, ressortverantwortliche Gemeinderäte, Kommissionen und Verwaltungsstellen zuständig.

Auf kantonaler Ebene können Fachstellen, Kinder- und Jugendförderungsgesetze, Strategien, Förderprogramme oder kantonale Verbände eine wichtige Rolle spielen. Die kantonalen und regionalen OKJA-Verbände vertreten die Anliegen der kommunalen Fachstellen, fördern Vernetzung und unterstützen fachliche Entwicklung.

Der DOJ vertritt die OKJA auf nationaler Ebene. Er stellt fachliche Grundlagen, Argumente, Hilfsmittel und Vernetzungsmöglichkeiten zur Verfügung und setzt sich für gute Rahmenbedingungen der OKJA in der Schweiz ein.

Die OKJA ist jedoch nicht nur Anbieterin von Angeboten für Kinder und Jugendliche. Sie ist häufig auch Anlauf- und Fachstelle für Kinder- und Jugendfragen in der Gemeinde. Durch ihre



**LOBBYING FÜR DIE
OFFENE KINDER- UND
JUGENDARBEIT**



Nähe zur Zielgruppe verfügt sie über Wissen zu Lebenslagen, Bedürfnissen und Entwicklungen junger Menschen und kann Politik, Verwaltung und weitere Akteur*innen fachlich beraten.

Für politische Entscheidungsträger*innen steht häufig die Frage im Zentrum, welchen konkreten Nutzen die OKJA für Kinder, Jugendliche und das Gemeinwesen schafft. Deshalb ist es wichtig, nicht nur Angebote zu beschreiben, sondern auch deren Wirkung sichtbar zu machen.

Die konkrete Lobbyarbeit findet jedoch häufig dort statt, wo OKJA finanziert, beauftragt und wahrgenommen wird: in Gemeinden, Städten und Kantonen.

Wichtige Akteur*innen können sein:

- zuständige Gemeinderätinnen, Stadträtinnen oder Mitglieder der Exekutive
- Mitglieder von Gemeindeparlamenten, Einwohnerräten oder Kommissionen
- zu Personen, die politische Entscheide fachlich oder administrativ vorbereiten
- Trägerschaften und Vorstände
- kantonale Kinder- und Jugendförderstellen
- kantonale oder regionale OKJA-Verbände

3. Euer Fahrplan fürs Lobbying

Am Anfang steht die Netzwerkanalyse. Haltet fest, wer in Eurer Gemeinde oder Stadt Entscheidungen beeinflusst, wer Verbündete sein könnte und wer bisher noch wenig Berührung mit der OKJA hat. Die Netzwerkkarte aus dem Toolkit kann Euch dabei unterstützen.

Zentrale Fragen:

- Wer entscheidet über Auftrag, Budget und Infrastruktur?
- Wer bereitet Entscheide fachlich oder administrativ vor?
- Wer ist der OKJA wohlgesinnt?
- Wer steht der OKJA kritisch gegenüber oder hat Vorbehalte?
- Welche Interessen oder politischen Ziele könnten den Anliegen der OKJA entgegenstehen?
- Wer kennt die OKJA noch kaum?
- Welche Kooperationspartner*innen können einbezogen werden?
- Wer könnte glaubwürdig über die Wirkung der OKJA sprechen?

Kinder und Jugendliche als wichtige Stimmen:

Besonders glaubwürdig sind oft Kinder und Jugendliche selbst. Wo es sinnvoll und freiwillig möglich ist, können sie ihre Erfahrungen, Bedürfnisse und Ideen gegenüber Politik, Verwaltung





oder Öffentlichkeit einbringen. Die Aufgabe der Fachpersonen besteht darin, geeignete Beteiligungsformen zu schaffen und die jungen Menschen bei Bedarf zu unterstützen.

Lobbying sollte nicht erst beginnen, wenn eine Kürzung droht. Es ist wirkungsvoller, Beziehungen laufend zu pflegen. Nutzt dabei das, was Ihr aus der OKJA ohnehin gut kennt: Beziehungsarbeit, Zuhören, Fragen stellen, Lebenswelten verstehen und Brücken bauen.

Mögliche Aktivitäten:

- Entscheidungsträger*innen regelmässig in die OKJA einladen
- die OKJA im öffentlichen Raum und in Gemeindemedien sichtbar machen
- die Rolle der OKJA als Anlauf- und Fachstelle für Kinder- und Jugendfragen sichtbar machen
- fachliche Expertise zu Kinder- und Jugendthemen anbieten
- Politik und Verwaltung bei kinder- und jugendrelevanten Fragestellungen fachlich beraten
- aufzeigen, welchen Beitrag die OKJA zur Erreichung kommunaler und kantonaler Ziele leisten kann
- Kinder- und Jugendbeteiligung ermöglichen, begleiten und sichtbar machen
- Kooperationspartnerinnen als Fürsprecherinnen gewinnen
- kurze, verständliche Geschichten aus der Praxis erzählen
- Zahlen, Fakten und Geschichten miteinander verbinden
- konkrete Wirkungen und Nutzen für Kinder, Jugendliche und das Gemeinwesen sichtbar machen
- Gespräche gut vorbereiten und danach kurz dokumentieren

4. Gute Zeitpunkte für Euer Lobbying

Lobbying ist ein kontinuierlicher Prozess. Trotzdem gibt es Zeitpunkte, an denen Anliegen besonders gut platziert werden können.

Günstige Zeitpunkte sind:

- vor der Erarbeitung von kommunalen oder kantonalen Strategien
- im Vorfeld von Budgetprozessen
- direkt nach Wahlen, wenn Legislaturziele erarbeitet werden
- bei der Überarbeitung von Leistungsvereinbarungen oder Reglementen
- bei neuen kantonalen oder nationalen Förderprogrammen
- bei kommunalen Entwicklungsprozessen, z.B. Ortsplanung, Schulraumplanung, Freiraumgestaltung
- an offiziellen Anlässen der Gemeinde, Trägerschaft oder der OKJA



**LOBBYING FÜR DIE
OFFENE KINDER- UND
JUGENDARBEIT**



Kurz vor Budgetentscheiden ist es oft zu spät, um grundsätzliche Anliegen neu einzubringen. Besser ist es, frühzeitig Beziehungen aufzubauen, Bedarf sichtbar zu machen und konkrete Lösungsvorschläge bereitzuhalten.

Häufige Stolpersteine:

- Beziehungen erst aufbauen, wenn bereits eine Krise droht
- ausschliesslich aus Sicht der OKJA argumentieren und die Perspektive von Politik, Verwaltung oder Trägerschaft zu wenig berücksichtigen
- die OKJA ausschliesslich über Probleme und Defizite legitimieren
- Fachsprache statt verständlicher Botschaften verwenden
- Wirkung behaupten, ohne Beispiele oder Fakten zu liefern
- politische Prozesse und Fristen zu wenig beachten
- Kontakte nur bei Bedarf pflegen

Wichtig ist: Nicht nur dann lobbyieren, wenn etwas gebraucht wird. Wer regelmässig zeigt, was OKJA leistet, wen sie erreicht und welchen Nutzen sie für junge Menschen und das Gemeinwesen hat, schafft Vertrauen für spätere politische Entscheide. Erfolgreiches Lobbying in der OKJA bedeutet deshalb nicht nur, für eigene Interessen der Organisation einzustehen. Es bedeutet auch, Beziehungen aufzubauen, Entwicklungen früh wahrzunehmen, Kinder und Jugendliche einzubeziehen und gemeinsam mit Partner*innen tragfähige Lösungen für das Gemeinwesen zu entwickeln.

Quellen:

Gerodetti, Julia/Gerngross, Martina/Fuchs, Manuel/Heeg, Rahel (2023). Leitfaden zur Entwicklung kommunaler Kinder- und Jugendpolitik. Konzeptentwicklung für Gemeinden und Städte. MuttENZ und Bern: Hochschule für Soziale Arbeit FHNW und Dachverband Offene Kinder- und Jugendarbeit Schweiz. www.leitfaden-kjp.ch

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

Schweizerischer Bundesrat (2008): Strategie für eine schweizerische Kinder- und Jugendpolitik. Bericht des Bundesrats in Erfüllung der Postulate Janiak (00.3469) vom 27. September 2000, Wyss (00.3400) vom 23. Juni 2000 und Wyss (01.3350) vom 21. Juni 2001. Bern: Eidgenössisches Departement des Innern EDI / Bundesamt für Sozialversicherungen BSV.

