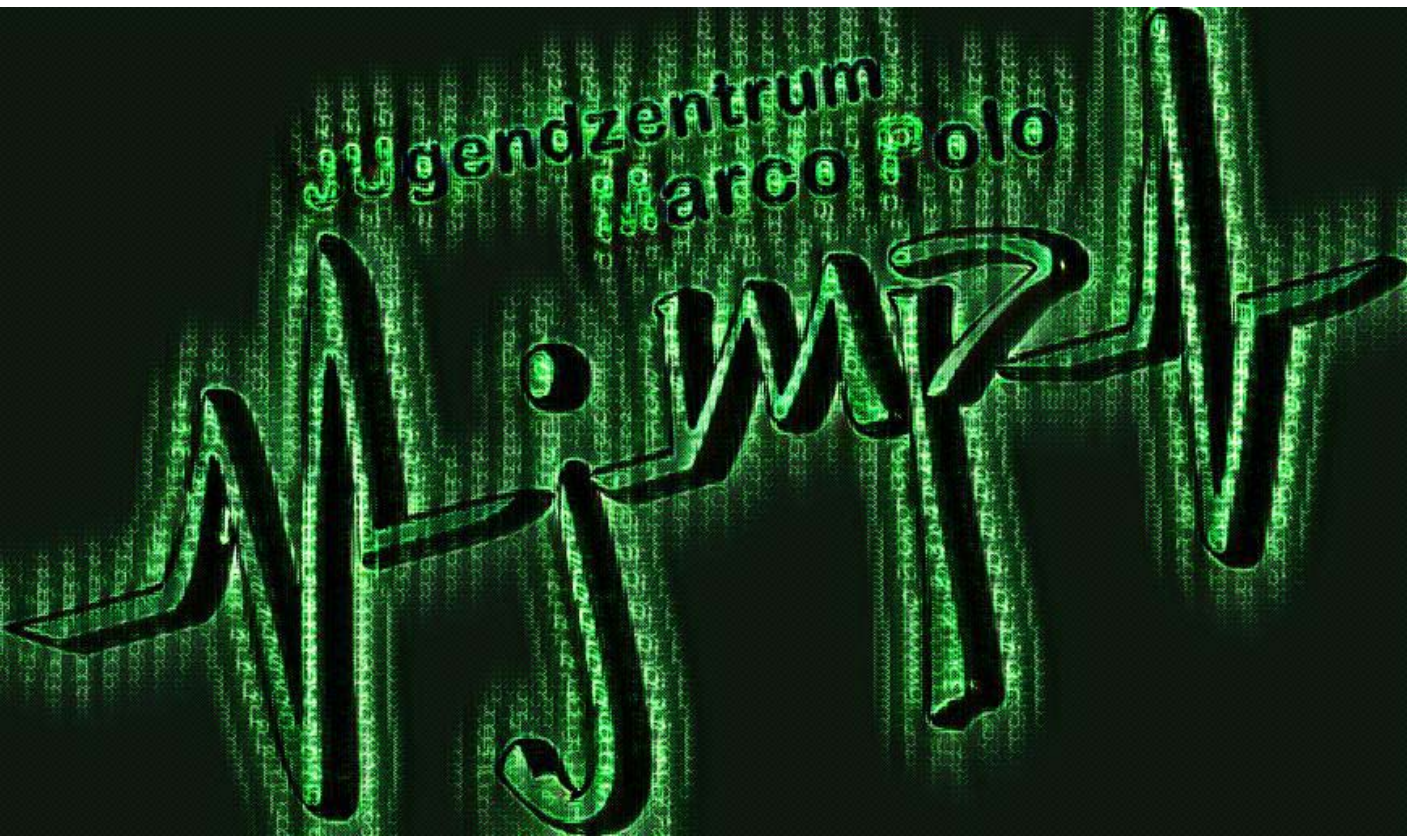




**Stadt  
Wien**

Bildung  
und Jugend



**Jahresbericht 2020 JUMP Jugendzentrum Marco Polo**

**JUMP**

**Jugendzentrum Marco Polo**

Marco Polo Platz 9

1210 Wien

Tel.: 01/292 65 51

E-Mail: [marcopolo@jugendzentren.at](mailto:marcopolo@jugendzentren.at)

Web: [www.jugendzentren.at/jump](http://www.jugendzentren.at/jump)

[www.facebook.com/jugendzentrum.MarcoPolo](https://www.facebook.com/jugendzentrum.MarcoPolo)

Instagram: [jumpmarcopolo](https://www.instagram.com/jumpmarcopolo)

Jugendzentrum  
Marco Polo



## **Impressum:**

Medieninhaber: Verein Wiener Jugendzentren

1210 Wien, Prager Straße 20

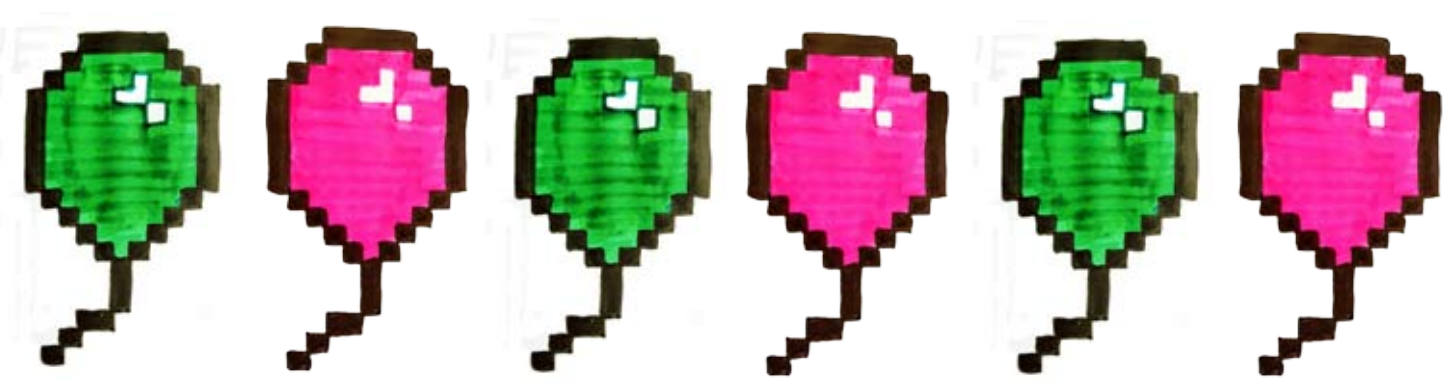
E-Mail: [wienner@jugendzentren.at](mailto:wienner@jugendzentren.at)

Web: [www.jugendzentren.at](http://www.jugendzentren.at)



## Inhalt

|  |       |
|--|-------|
| Impressionen                                       | 4-5   |
| Offene Jugendarbeit Verein Wiener Jugendzentren    | 6     |
| Handlungsfelder und Aktivitäten im JUMP 2020       | 7     |
| Statistik und Bevölkerungsdaten 2020               | 8     |
| Betriebszeiten                                     | 9     |
| Entwicklungen 2020 und Vorschau 2021               | 10-11 |
| Mitarbeiter_innen                                  | 12    |
| Beispiele aus der Praxis an Hand der Wirkungskette |       |
| „NICHT-Fleckerlfest“                               | 13    |
| Online-JUMP 2.0                                    | 14    |
| Girls Run Challenge                                | 15    |



# Impressionen 2020

## Themenpartys

In den Sommermonaten, in denen ja Schritt für Schritt Lockerungen der Corona Maßnahmen stattfanden, sehnte sich die Zielgruppe schon gierig nach realen sozialen Kontakten mit Gleichaltrigen. Somit entstand im Jugendbetrieb die Idee einer Themenparty. Es begann mit der „School-Out-Party“ im 70er Style, einer bunten, coronatauglichen Outdoor-Party mit Dresscode, an der fast alle Jugendliche mit passender Garderobe teilnahmen. Schnell wurde den Jugendarbeiter\_innen des Jugendzentrums JUMP klar, dass es davon „mehr“ benötigte. Somit wurde jeden zweiten Samstag im Monat, auch ganz im Sinne des Jahresschwerpunktes „Mitbestimmung.JA“, eine Themenparty ins Leben gerufen, welche die Jugendlichen planten, organisierten und auch durchführten. Es folgte eine reich dekorierte Feté Blanche, wie auch eine Strandparty mit Pool und alkoholfreien Cocktails.



## Stöckelschuh-Challenge oder „HA & wie geht das?“

Als das Jugendzentrum noch gänzlich geschlossen war und das JUMP ausschließlich online oder im Einzugsgebiet anzutreffen war, wurde anhand einer Challenge die Online- und Offline-Arbeit elegant zusammengeführt. Diese entstand aufgrund einer scherzhaften Neckerei mit der Zielgruppe. Eine Jugendliche und eine Mitarbeiterin stolzierten den ganzen Tag, natürlich unter Einhaltung des Mindestabstandes, mit Stöckelschuhen die Marco Polo-Promenade auf und ab. Das Motto war: „Wer mehr Likes auf den Stöckelschuh-Lauf erhält, darf über das Thema der kommenden Themenparty entscheiden.“ Auf Instagram wurden stets brandaktuelle Fotos und Videos der Teilnehmer\_innen veröffentlicht, um den Umfragebeteiligten die Qual der Wahl zu erleichtern. Bis zum Schluss war nicht klar, ob es an diesem Tag mehr Klicks auf Instagram oder Klackern auf der Promenade gab.



## Rocket League, oder die Frage wie das Auto den Ball ins Tor bugsiert

Mit dem ersten Lockdown im März 2020 ging das gesamte Team des Jugendzentrums online. Das Online-JUMP 2.0 wurde zum zentralen Treffpunkt um gemeinsam mit Freund\_innen und Mitarbeiter\_innen zu zocken und gegen den öden Alltag zu Hause gemeinsam anzukämpfen. Denn: Egal ob auf dem Handy, dem PC oder der Konsole – „Online Gaming“ nimmt immer mehr Raum in der Lebenswelt von Jugendlichen ein. Eines der beliebtesten Spiele war dabei „Rocket League“, in dem es darum geht einen riesigen Ball mit dem Auto (!) ins gegnerische Tor zu „kicken“. Neben dem eigentlichen „Score“ waren dabei auch die schönsten Aktionen, Sprünge und Kapiolen im Vordergrund und wurden gespeichert, nachbearbeitet, auf eigenen „Gaming Channels“ hochgeladen und zum Besten gegeben. Die dadurch erworbenen Skills (Datenmanagement, Bildbearbeitung und auch Copyright) wurden spielerisch gefördert. So erfuhren sie, dass digitale Medienbildung auch Spaß machen darf und kann.





### Gendergesprächsrunden

Immer wieder ergaben sich aus dem offenen Betrieb spontane geschlechtshomogene Gesprächsrunden zu den unterschiedlichsten Themenbereichen. Auf Wunsch der Mädchen entstand dann im Oktober 2020 jeden ersten und dritten Donnerstag im Monat der „Girlstalk“. Dieser fand gleichzeitig sowohl online (auf Discord) als auch offline im JUMP statt. Das Setting bot einen geschützten Rahmen, in dem die Mädchen Spaß hatten, zockten, sich austauschten und Freundschaften schlossen. Die Jugendarbeiterinnen unterstützen die Mädchen bei der Findung einer selbstbestimmten Rollenidentität, abseits von stereotypen Erwartungen. Dabei lag der Fokus unter anderem darauf, sich auch in der größtenteils männlich geprägten „Gaming-Szene“ an positiven weiblichen Rollenvorbildern zu orientieren, und sich so auch selbstbewusst in diesem virtuellen Raum zu bewegen.

### Politische Bildung #Wien30

Am 11. Oktober 2020 fanden in Wien die Landtags- und Gemeinderatswahlen statt. Dabei waren 3 von 10 Wiener\_innen ab 16 Jahren nicht stimmberechtigt, weil sie keinen österreichischen Pass haben. Der Verein Wiener Jugendzentren startete aus diesem Grund die wienweite Kampagne #Wien30. Diese Kampagne griffen die Mitarbeiter\_innen des Jugendzentrums Marco Polo gerne auf, indem sie mit den jungen Menschen viel darüber debattierten, sie aufrüttelten und für das Thema sensibilisierten. Was würde zum Beispiel passieren, wenn 30% vom Team fehlen würden? Was wäre, wenn man beim Zocken nur 70% vom Bildschirm sehen könnte? Um das zu veranschaulichen, wurden 30% des Jugendzentrum-Tablets abgeklebt, um erstaunt festzustellen, dass danach so einiges nicht mehr möglich ist.



### Nachbarschaftsmeile

Wie jedes Jahr wollte das JUMP auch heuer den Nachbarschaftstag groß feiern. Aufgrund des Lockdowns waren die Möglichkeiten des gemeinsamen Zusammentreffens natürlich eingeschränkt. Nichtsdestotrotz war die Sehnsucht nach Geselligkeit und Austausch bei allen Altersgruppen spürbar. Nach langem Überlegen entschied sich das JUMP für eine Nachbarschaftsmeile. Ein Babyelefant wurde gezeichnet, um auf einen sicheren Abstand hinzuweisen. Blumen wurden entlang des Zaunes zum Pflücken aufgehängt, ebenso Schlemker und kleine Packerln mit Goodies. Entlang dieser „Pflückmeile“ entstanden viele nette Gespräche und ein nachbarschaftlicher Austausch. Trotz Nieselregen war die Meile gut besucht.

# Offene Jugendarbeit

## Verein Wiener Jugendzentren

### Prinzipien

Sozialraum- und Lebensweltorientierung, Ressourcen- und Bedürfnisorientierung, Offenheit und Niedrigschwelligkeit, Freiwilligkeit, Professionelle Beziehungsarbeit, Vertraulichkeit und Transparenz, Kritische Parteilichkeit, Partizipation, Intersektionalität, Diversität und Gender



### Individuelle Wirkungsebene

Offene Jugendarbeit fördert die Persönlichkeits- und Identitätsentwicklung Jugendlicher und erweitert deren Handlungsmöglichkeiten.

### Sozialräumliche Wirkungsebene

Offene Jugendarbeit bewirkt, dass Jugendliche mit ihren altersspezifischen Ansprüchen Platz finden, und fördert ein verständnis- und respektvolleres Miteinander.

### Gesellschaftliche Wirkungsebene

Offene Jugendarbeit trägt zu sozialem Frieden, gesellschaftlicher Stabilität und Chancengerechtigkeit bei und leistet einen Beitrag zu gelebter Demokratie und gesellschaftlicher Teilhabe Jugendlicher.



### Handlungsfelder

#### Treffpunkt Raum

Offenes Jugendcafé ohne Konsumzwang, selbstverwaltete Räume

#### Jugendarbeit im öffentlichen Raum

Herausreichende Jugendarbeit, Mobile Jugendarbeit, Parkbetreuung

#### Online-Jugendarbeit

Kommunikation mit Zielgruppen auf Online Plattformen, Eigene Online Räume

#### Spiel, Sport und Erlebnis

Spiele aller Art, Bewegung, erlebnisorientierte Angebote, kreatives Gestalten

#### Themenzentrierte Bildungsarbeit

Schwerpunktwochen, Politische Bildung, Beruf und Weiterbildung etc.

#### Gesundheit und Nachhaltigkeit

Resilienzförderung, Projekte zu psychischem und physischem Wohlbefinden

#### Gender

Auseinandersetzung mit Stereotypen, gesellschaftlichen Rollenzuschreibungen, Ungleichheiten, Genderidentitäten

#### (Digitale) Medienbildung

Mediengestaltung und kritische Medienrezeption

#### Jugendkulturen

Musikproduktion, Tanzwettbewerbe, Veranstaltungen etc.

#### Individuelle Beratung und Begleitung

Beratungsgespräche, Mediationsangebote, Krisenintervention, Begleitung

#### Vernetzung und Kooperation

Nationale und internationale fachliche Vernetzung, sowie mit Institutionen und Politik

#### Lobbying und Öffentlichkeitsarbeit

Jugendlichen eine Bühne bieten, selbst zu sprechen und Sprachrohr für die Jugendlichen sein

# Zentrale Handlungsfelder und Aktivitäten des JUMP im Jahr 2020

## Treffpunkt Raum

- News Wand
- Erfahrungsaustausch in der Peergroup
- Challenges, Quiz, Rätsel
- Strukturierung von Raum und Regeln
- Aneignung von ungenutzten Räumen
- Zugang zu Räumen und Ressourcen (W-Lan, Billard, ...)
- Infodrehscheibe, Kommunikation und Beratung
- Online-JUMP 2.0

## Themenzentrierte Bildungsarbeit

- Diskussions- und Gesprächsrunden
- Wiener Gemeinderatswahl
- #30%
- Projekt „Freundschaft“
- Word Up!21
- Starjobs
- Jahresschwerpunkt „Mitbestimmung.JA“

## Jugendkulturen

- Online-Spiele
- Musik
- Tanz
- Viking RPG
- DJ-Workshops

## Individuelle Beratung und Begleitung

- Journdienst (Lockdown)
- Meine Zukunft (Berufsorientierung)
- Beratungs- und Informationsgespräche
- Mediation
- Einzelgespräche und Krisenintervention
- Lernhilfe

## Spiel, Sport und Erlebnis

- Großgruppen- und Animationsspiele
- „Four Freaky Funny Fridays“
- Alternative Bewegungs-, Spiel- und Freizeitangebote
- Tischspiele
- Semesterferienspiel
- erlebnispädagogische Elemente (z.B. Konstruktionswettbewerbe)

## Jugendarbeit im öffentlichen Raum

- Strukturierte Stadtteilbegehungen und Siedlungsrunden (mit und ohne Zielgruppe)
- Aufsuchen von jugendrelevanten Hotspots (SCN, Lokale, Mc Donalds, ...)
- Bespielung der Innenhöfe und Parks
- „NICHT-Fleckerfest“
- kleinere Aktionen mit Festcharakter

## Online Jugendarbeit

- Instagram
- Facebook
- Gruppenspezifische Räume auf Discord
- Infodrehscheibe auf Discord und Instagram
- Steam, Epic Games, PS-Netzwerk

## (Digitale) Medienbildung

- Handyspiele
- Kahoot Quiz
- Smule
- Konsolen
- Bildbearbeitung, hochladen und posten

## Gender

- Mädchen und Burschen Runden
- Girls Talk
- Getrennte halbe Stunde
- Let's talk about Gender
- Mitorganisation und online Teilnahme Regenbogenparade

## Gesundheit und Nachhaltigkeit

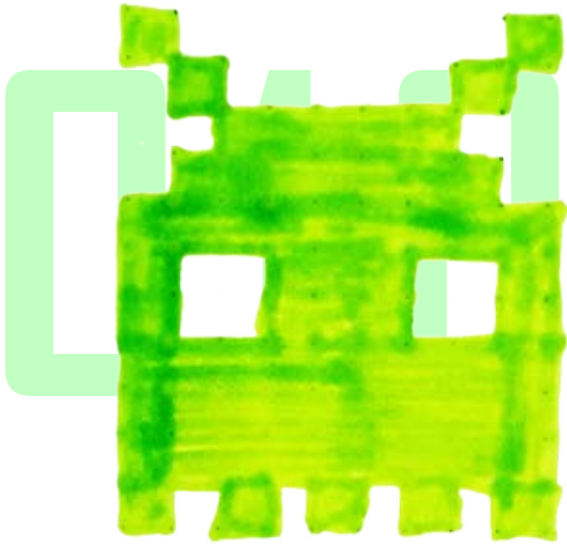
- Frisch versus Fertig
- Girls Run Challenge
- Bewerbungstraining

## Vernetzung und Kooperation

- Regionalforum Nord Nord West
- Kontakt zu Schlüsselpersonen und Institutionen im Bezirk
- Bezirkspolitik
- Kontakt und Zusammenarbeit mit anderen Jugendeinrichtungen
- „Jedleo“ (Grätzzeitung von wohnpartner-Team 21)
- Kulturverein „mittelhofKult“
- Neu Leopoldau
- „Ich brauche Platz“ IBA Bus

Zeichnung von Jessica Hoder (Besucherin des JUMP)

# Statistikinterpretation



| Gesamtbevölkerung im Einzugsgebiet |             | 12.154      |             |
|------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| 5-9 Jahre                          | 10-14 Jahre | 15-19 Jahre | 20-24 Jahre |
| 629 (5,17%)                        | 570 (4,68%) | 688 (5,66%) | 731 (6,01%) |

Quelle: Stadt Wien Wirtschaft, Arbeit und Statistik; Stand 01.01.2020

| JUMP Gesamtkontakte 12.162 |       |                  |       |
|----------------------------|-------|------------------|-------|
| Kinder                     | 2.466 | Junge Erwachsene | 606   |
| Junior_innen               | 3.542 | Erwachsene       | 1.792 |
| Jugendliche                | 3.552 | Vernetzung       | 204   |

davon 1487 e-Kontakte

253 Öffnungstage – 48 Kontakte / Öffnungstag

Aufgrund coronabedingter Einschränkungen und dem Wegfallen von Festen, Geburtstagspartys, und vielen anderen kleineren und größeren Projekten, konnten im Vergleich zum Vorjahr genau 7000 Kontakte weniger (-37%) erzielt werden. Dabei sind die durchschnittlichen Kontakte pro Öffnungstag von 85 (2019) auf 48 (2020) gesunken.

Am stärksten waren dabei die Zielgruppen Kinder (-45%) und Junior\_innen (-54%) betroffen, wobei es keine geschlechtsspezifischen Auffälligkeiten gab. Auch bei den Jugendlichen war ein leichter Rückgang von rund 7% zu beobachten. Hierbei ist jedoch auffällig, dass die weibliche Zielgruppe (-17%) davon deutlich stärker betroffen war als die männliche (-7%).

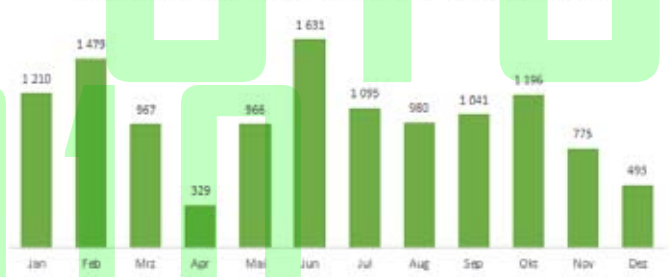
Umgekehrt verhielt es sich bei den jungen Erwachsenen, bei denen die Kontakte zu weiblichen Besucherinnen um 76%, und zu männlichen um immerhin 15% gesteigert werden konnten. Aufgrund der Ausweitung der Online-Arbeit konnten die e-Kontakte von 30 (2019) auf 1487 (2020) vermehrt werden.

Der starke Rückgang der Kontakte zu Kindern und Junior\_innen, kann durch den Ausfall von entsprechenden Veranstaltungen, der starken Fremdbestimmtheit dieser Zielgruppe (Eltern sehen Jugendzentrum als möglichen Ansteckungsort), sowie der eventuell fehlenden Möglichkeiten online erreichbar zu sein, erklärt werden.

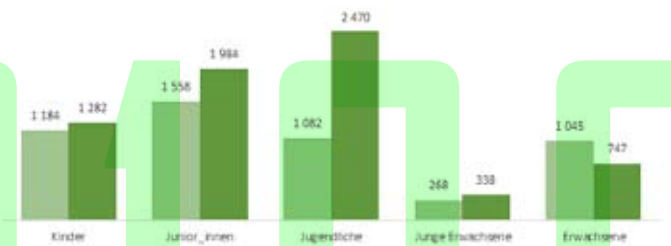
Betrachtet man den Jahresverlauf, so fällt auf, dass zu Jahresbeginn die Anzahl der Kontakte noch stark gesteigert werden konnte, mit Einsetzen des ersten Lockdowns im März/April die Zahlen jedoch stark zurück gingen. Erst mit dem warmen Wetter, und den Lockerungen im Mai, näherten sich die Zahlen wieder den Vorjahreswerten an. Im Juni konnte sogar ein Zuwachs erreicht werden und auch im Juli konnte ein gewaltiger Anstieg verzeichnet werden, was freilich daran lag, dass das JUMP aufgrund der Bedarfslage erstmals auch im Juli geöffnet war.



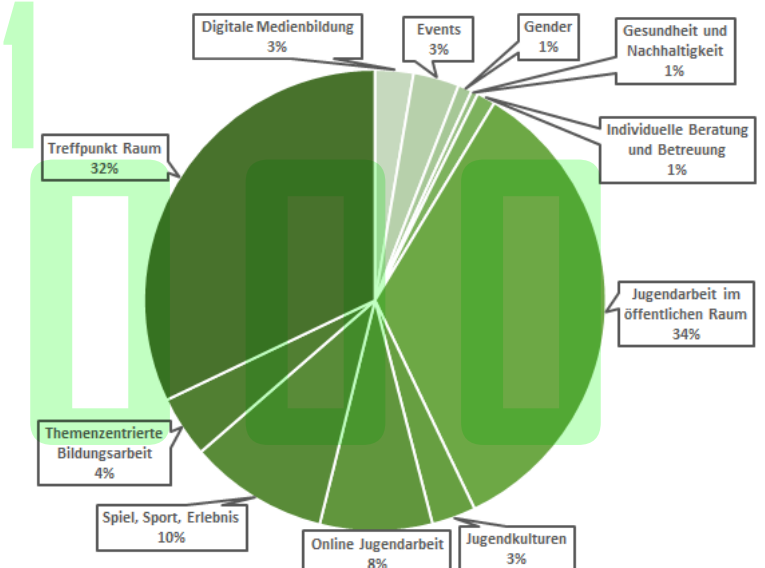
Jugendzentrum Marco Polo - Gesamtkontaktzahl nach Monaten



Jugendzentrum Marco Polo - Verteilung w/m



Jugendzentrum Marco Polo - Handlungsfelder Kontakte Gesamt



Im Jahr 2020 nutzten ca. 360 unterschiedliche Personen regelmäßig die Angebote der Einrichtung, weitere 120 Personen nahmen nur an einmaligen Aktivitäten bzw. Veranstaltungen teil. Mit allen Personen hatte das JUMP 2020 insgesamt 12.162 Kontakte, davon 1487 online.



# Vergleich 2020/19

| Geschlecht | Zielgruppen                                   | Zeitraum:     |                        | Diff.         | Proz.       |
|------------|---|---------------|------------------------|---------------|-------------|
|            |   | 2020          | Vergleichs-ZR:<br>2019 |               |             |
| weiblich   | Kinder  | 1 184         | 2 205                  | -1 021        | -46%        |
|            | Junior_innen                                  | 1 558         | 3 405                  | -1 847        | -54%        |
|            | Jugendliche                                   | 1 082         | 1 302                  | -220          | -17%        |
|            | Junge Erwachsene                              | 288           | 152                    | 116           | 76%         |
|            | Erwachsene                                    | 1 045         | 1 281                  | -236          | -18%        |
|            | <b>Zielgruppen weiblich</b>                   | <b>5 137</b>  | <b>8 345</b>           | <b>-3 208</b> | <b>-38%</b> |
| männlich   | Kinder  | 1 282         | 2 312                  | -1 030        | -45%        |
|            | Junior_innen                                  | 1 984         | 4 316                  | -2 332        | -54%        |
|            | Jugendliche                                   | 2 470         | 2 534                  | -64           | -3%         |
|            | Junge Erwachsene                              | 338           | 294                    | 44            | 15%         |
|            | Erwachsene                                    | 747           | 985                    | -238          | -24%        |
|            | <b>Zielgruppen männlich</b>                   | <b>6 821</b>  | <b>10 441</b>          | <b>-3 620</b> | <b>-35%</b> |
| gesamt     | Kinder  | 2 466         | 4 517                  | -2 051        | -45%        |
|            | Junior_innen                                  | 3 542         | 7 721                  | -4 179        | -54%        |
|            | Jugendliche                                   | 3 552         | 3 836                  | -284          | -7%         |
|            | Junge Erwachsene                              | 606           | 448                    | 160           | 36%         |
|            | Erwachsene                                    | 1 792         | 2 266                  | -474          | -21%        |
|            | <b>Zielgruppen gesamt</b>                     | <b>11 958</b> | <b>18 785</b>          | <b>-6 828</b> | <b>-36%</b> |
|            | Vernetzungen                                  | 204           | 376                    | -172          | -46%        |
|            | <b>Gesamt 1210 - Jugendzentrum Marco Polo</b> | <b>12 162</b> | <b>19 162</b>          | <b>-7 000</b> | <b>-37%</b> |



## Betriebszeiten

Die Betriebszeiten und Angebotsformen wurden 2020 den jeweiligen Corona-Vorgaben angepasst und wichen von den unten angeführten Öffnungszeiten ab. Online Jugendarbeit wurde fix verankert, Jugendarbeit im öffentlichen Raum verstärkt und indoor Journaldienst für Beratungs- und Entlastungsgespräche angeboten.

### Betriebszeiten Jugendzentrum

| Angebotsform     | Zielgruppen     | Dienstag      | Mittwoch      | Donnerstag    | Freitag       | Samstag   |
|------------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---|
| Kinderbetrieb    | 6 - 12 Jährige  |               | 15:00 - 17:30 | 15:00 - 17:30 | 15:00 - 17:30 | Jeden ersten Sa. im Monat 14:30 - 17:00         |
| Geburtstagsparty | 5 - 14 Jährige  |               |               |               |               | 13:00 - 16:00                                   |
| Teeniebetrieb    | 10 - 14 Jährige | 17:00 - 19:30 |               |               |               | Jeden ersten Sa. im Monat 17:00 - 19:30         |
| Jugendbetrieb    | 12 - 19 Jährige |               | 18:00 - 21:30 | 18:00 - 21:30 | 18:00 - 21:30 |   |
| Zone X           | 10 - 19 Jährige |               |               |               |               | 16:30 - 19:30 (außer jeden ersten Sa. im Monat) |

Von 17:30 - 18:00 Uhr findet eine Übergangszeit für alle Altersgruppen statt.  
Die Betriebszeiten der Einrichtung sind 28 Stunden pro Woche.  
Bei speziellen Projekten werden die Öffnungszeiten dem Angebot angepasst.

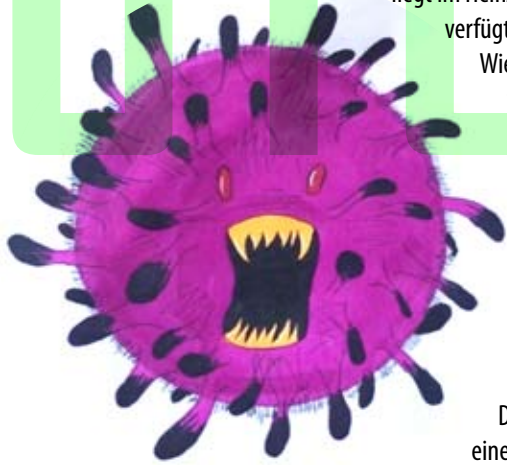
### Jugendarbeit im öffentlichen Raum

| Angebotsform | Zielgruppen | Dienstag | Mittwoch      | Donnerstag    | Freitag       | Samstag       |
|--------------|-------------|----------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Okt. - April | alle        |          | 18:00 - 21:30 | 17:00 - 21:30 | 17:00 - 20:00 | fallweise     |
| Mai - Sep.   | alle        |          | 17:00 - 21:30 | 17:00 - 21:30 | 15:00 - 21:30 | 16:30 - 19:30 |

# Entwicklungen 2020

## Der Sozialraum

Das Einzugsgebiet des JUMP, Jugendzentrum Marco Polo, wird durch die Siemensstraße, Ruthnergasse, Gerasdorferstraße und Brünner Straße eingegrenzt. Auch der Gemeindebau Ruthnergasse, mit anschließendem Genossenschaftsbau, zählt zum Einzugsgebiet. Das Jugendzentrum selbst liegt im Heinz-Nittel-Hof. Das JUMP verfügt über eine große Wiese, einen Betonplatz mit Fußballtoren und Basketballkörben und einem kleinen Lichthof. Die Innenräume bestehen aus einem großen Jugendcafe mit Bar und Küche, einer Disco, einem Turnsaal, einer Werkstatt, einem kleinen „Chillraum“ und dem Multi-Media-Raum inklusive „Greenscreen“, Musikinstrumenten und Konsolen. Vom Marco Polo Platz bis zur Siemensstraße sind fast gänzlich Gemeindebauten zu finden. Im nördlichen Abschnitt des Einzugsgebietes stehen Einfamilienhäuser und niedrige Genossenschaftsbauten. Die Marco Polo Promenade verläuft zwischen Heinz-Nittel-Hof und den älteren Gemeindebauten der Justgasse. Sie ist als autofreie Flaniermeile zentraler Begegnungsort für alle Altersgruppen. Hier tummeln sich, besonders in den warmen Monaten,



Kinder, Jugendliche, Erwachsene und Hunde. Die umliegenden Wohnbauten sind mit Grünflächen, Spielplätzen und Innenhöfen versehen. Der „Berzelius Park“, ein wichtiger Treffpunkt für Kinder, Teenies, Jugendliche und junge Erwachsene, liegt ebenso an der Promenade. Der Park beinhaltet einen Fußballkäfig, einen Basketballplatz, ein Klettergerüst mit Sandspielplatz und einem Wasserspielplatz für die Kleinen, sowie seit 2020 zur Abkühlung im Sommer einen Sprühnebel. Ein zweiter oft frequenter Begegnungsort befindet sich in der Ruthnergasse. Er besteht aus einem „Free Gym“ und einem Fußballplatz, die sich eine weitläufige Wiese teilen. Weiters gibt es den „VHS Spielplatz“ an der Siemensstraße, in dem ein neues Salettl, das vom Schüler\_innenparlament WordUP!21 gefordert worden ist, errichtet wurde. Im EKZ am Ende der Promenade an der Brünnerstraße eröffnete gegen Ende des Jahres ein Sozialmarkt. Leider wurden im Jahr 2020 auch zwei für Jugendliche und das Gemeinwesen wichtige Lokale, die als Treffpunkt galten, geschlossen. Die Stadtteilentwicklung in Neu Leopoldau schreitet voran. Immer mehr Wohnhäuser wurden fertig gestellt. Auch wenn es noch viele Baustellen in dieser Wohnanlage gibt, begannen schon die ersten Aneignungsprozesse. Erste Geschäfte, Dienstleister wie ein Tattoo Studio und Lokale haben bereits eröffnet. Da im Zuge des Lockdowns auch der virtuelle Raum erschlossen wurde, kann man sagen, dass sich der Sozialraum um eine neue Dimension erweitert hat.

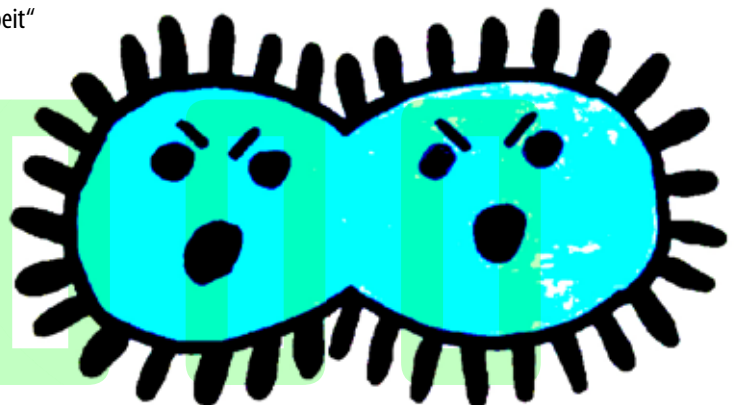


## Strukturelle Veränderungen

Asha Heinrichsberger verließ im September das JUMP, Peter Unger kehrte nach 10-monatigem Einrichtungswechsel zurück und damit verließ Maximilian Fiala das Haus. Neben Personalveränderungen war das Jahr 2020 vor allem von dem Corona Virus, den daraus resultierenden Lockdowns und allen damit verbundenen Konsequenzen geprägt. Darunter fallen natürlich: Abstandsregelungen sowie die begrenzte Anzahl der zulässigen Besucher\_innen in der Einrichtung, begrenzte Gruppengrößen, Maskenpflicht, zum Teil bedarfsbedingt abweichende Dienst- bzw. Öffnungszeiten, coronagerechte Programm- bzw. Angebotsplanung, ebenso keine Durchführung von (Geburtstags-) Feiern, Veranstaltungen, keine Raumvergabe u.v.m..

Aufgrund der Ausgangsbeschränkungen und anderer Corona-Maßnahmen wurde 2020 das Online-Angebot des JUMP samt dazugehörigem „Online-Jugendzentrum“ auf Discord stark ausgebaut bzw. intensiviert. Darüber hinaus war auch die „herausreichende Arbeit“ ein weiterer Schwerpunkt, um für die Zielgruppe und das Gemeinwesen präsent zu bleiben, Stimmungen zu erfassen, Fragen zu klären und ein offenes Ohr zu bieten. Außerdem wurde das JUMP dieses Jahr aufgrund des harten Lockdowns im Frühjahr nicht wie bisher üblich im Juli geschlossen, sondern war den ganzen Sommer durchgängig geöffnet.

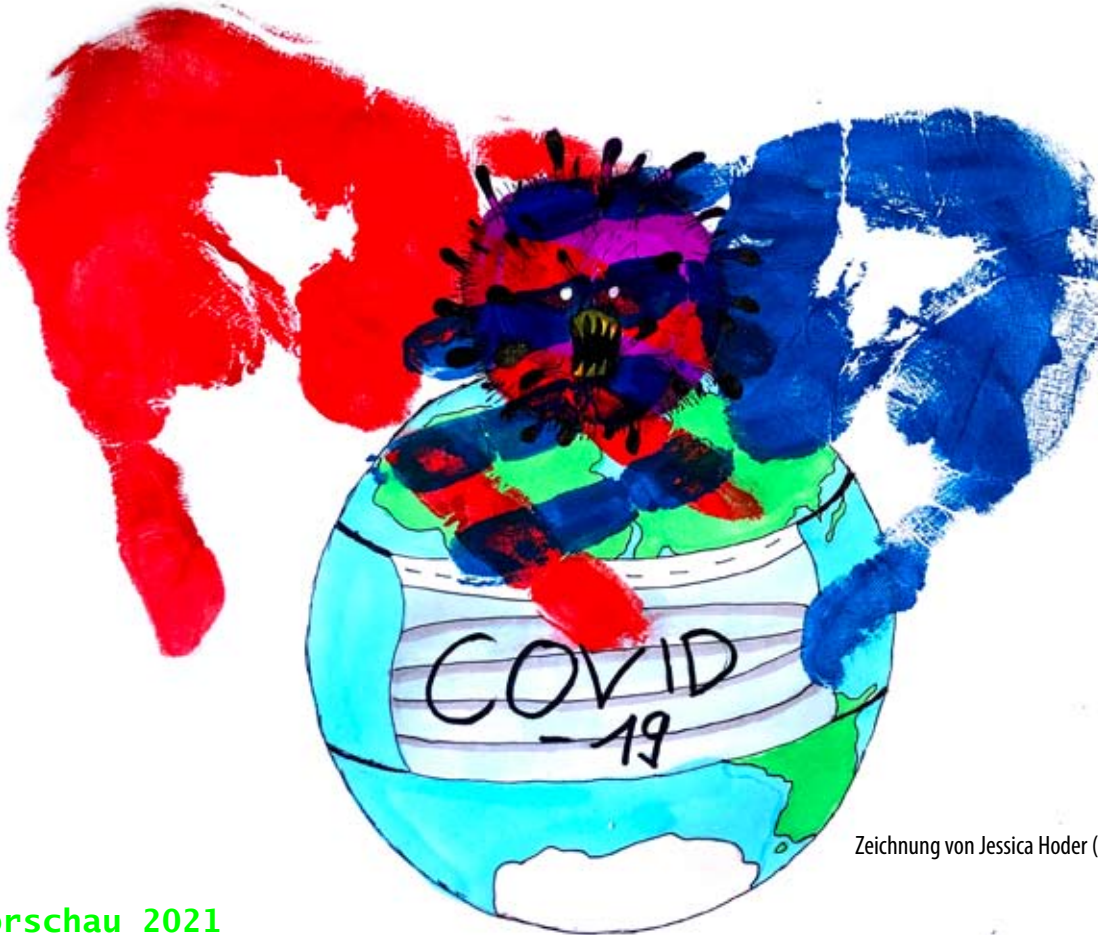
Unabhängig von der Pandemie wurde auch das Einzugsgebiet des JUMP um den neuen Stadtteil „Neu Leopoldau“ erweitert. Außerdem gab das JUMP die Projektverantwortung für das Projekt „WordUP!21“ nach mehrjähriger Leitung nunmehr ab. Als bauliche Veränderung wurden die Renovierung des Sozialraumes und der Lager erfolgreich beendet und somit alle anderen Räume, die als Zwischenlager gedient haben, voll nutzbar.



## Die Zielgruppe

Die zentrale Zielgruppe des JUMP sind junge Menschen zwischen 6 und 19 Jahren. Viele sind Besucher\_innen des Jugendzentrums, andere wurden im Zuge der Jugendarbeit im öffentlichen bzw. online im virtuellen Raum erreicht. Die Nutzer\_innen wohnen großteils im Heinz-Nittel-Hof oder in den Gemeindebauten Justgasse und Ruthnergasse. Im Zuge der Online-Jugendarbeit konnten jedoch auch Jugendliche aus ganz Wien, und vereinzelt weit über die Stadtgrenzen hinaus, erreicht werden. In Bezug auf Herkunft und Bildung spiegelt die Zielgruppe in etwa die Bevölkerungsstruktur des Gemeinwesens wider. Natürlich hatten sich die Pandemie und die Lockdowns auch auf den Altersdurchschnitt der Zielgruppe ausgewirkt und die Frequenzen gingen deutlich zurück. Jedoch waren nicht alle Zielgruppen davon in gleichem Maße betroffen. Während es gelungen ist einen Teil der „Stammzielgruppe“ im Jugendalter online zu erreichen, hat sich die Kontaktaufnahme zu den Kindern und den Teenies recht schwierig gestaltet. Gründe dafür waren die für Kinder oft fehlende technische Ausstattung (Smartphone, PC) und Infrastruktur (Internetzugang) sowie Altersbeschränkungen der verschiedenen Social-Media Plattformen (Instagram, Facebook, etc.). Dennoch konnte der Kontakt zu jüngerer Zielgruppe durch die Nutzung

von Mobile Games vereinzelt doch hergestellt werden. Auch nach dem harten Lockdown (März-Mai) waren die Kinder im eingeschränkten offenen Jugendzentrumsbetrieb besonders hart von den Corona-Maßnahmen betroffen, da gerade die bei ihnen so beliebten Spiel- und Bewegungsangebote nicht durchführbar waren. Außerdem konnte angenommen werden, dass die Eltern der jüngeren Zielgruppen besonders vorsichtig waren und ihnen ein Jugendzentrumsbesuch zu riskant erschien. Aber natürlich war auch bei den Teenies und Jugendlichen die Anzahl der Kontakte rückläufig. Durch die beschränkten Gruppengrößen und die verpflichtenden Anmeldungen wurden manche Cliques „auseinandergerissen“. Dadurch verlor das JUMP als Treffpunkt bedeutend an Attraktivität, und die Zielgruppe eignete sich andere geeignete Orte an. Trotzdem blieb das JUMP für viele ein fast täglicher Entlastungsort und eine Anlaufstelle für ihre Themen und Fragen. Online war zu merken, dass sich vor allem Jugendliche, die technisch affin waren bzw. sich in Gamingkulturen zu Hause fühlten, das virtuelle Jugendzentrum aneigneten.



Zeichnung von Jessica Hoder (Besucherin des JUMP)

## Vorschau 2021

Als vorrangig wird im JUMP die Begleitung der Kinder und Jugendlichen, aber auch der Erwachsenen, durch die Corona-Krise gesehen. Das Ziel nach der Krise wird es sein, gemeinsam mit der Zielgruppe, den Weg zurück in die Normalität zu finden und den gewohnten Regelbetrieb wieder aufzunehmen. In diesem Zusammenhang gilt es auch zu überlegen, wie die durch die Corona-Krise entstandene Online-Jugendarbeit weiter in den regulären Betrieb zu integrieren sein wird. Das Projekt „Stimmenverstärker“ wird ein inhaltlicher Schwerpunkt der Arbeit im JUMP 2021 sein. Dabei liegt der Fokus darauf, der Zielgruppe mehr Gehör und Sichtbarkeit

zu verschaffen. Darüber hinaus wird der Jahresschwerpunkt „Gesundheitskompetenz.JA“ einen großen Teil der pädagogischen Arbeit ausmachen. Außerdem wird sich ein Teil der Arbeit auch auf das neue Einzugsgebiet „Neu Leopoldau“ konzentrieren. Die Hauptaufgaben bei diesem Projekt werden die Entwicklung eines bedarfsorientierten Konzeptes sowie die pädagogische Arbeit im neuen Stadtteil sein. Bereits bestehende Projekte und Konzepte im JUMP werden beibehalten, angepasst und neu entwickelt werden.

# Das JUMP Team



**Julia Pagitsch**  
Bachelor Orientalistik  
29 h



**Stephan Kratochwill**  
Mag. FH Betriebswirtschaft  
Soziologie in Ausbildung  
31 h



**Martina Binder-Mahmuti**  
Jugendarbeiterin und Erziehungshelferin  
32 h



**Oliver Bitter**  
Jugendarbeiter  
36 h



**Erika Laha**  
Reinigungskraft  
gelernte Einzelhandelskauffrau  
26 h



**Ruth Lindtner**  
Leitung, Dipl. Sozialarbeiterin, Kleinkind-  
pädagogin, mobile Seiltrainerin,  
Outdoorpädagogin  
40 h



**Peter Unger**  
Jugendarbeiter  
36 h



**Sarah Weber**  
BA Sozialarbeit  
30 h



## Das „NICHT-Fleckerlfest“

2020: ein Jahr in dem alles anders ist. Besondere Zeiten erfordern besonders einzigartige Herangehensweisen. Das „NICHT-Fleckerlfest“ stellt sich der Herausforderung.

Das „Fleckerlfest“ gibt es schon seit über 10 Jahren im JUMP Jugendzentrum Marco Polo. Durch die Covid-19 Pandemie, und die dadurch nötigen Maßnahmen der Regierung, war an ein herkömmliches Fest bzw. eine Veranstaltung nicht zu denken.

Das so beliebte Gemeinwesen-Fest, mit traditionell reger und partizipativer Beteiligung, das bisher jährlich auf dem Gelände des JUMP stattfand, wurde heuer in veränderter Form und viel kleiner auf die Marco Polo Promenade ausgelagert. Natürlich durften das traditionell abschließende VOLXkino und eine eigene Jugendstation

auch diesmal nicht fehlen. Dies wog die Enttäuschung, das Fest heuer nicht wie gewohnt aktiv mitgestalten zu können, zumindest ein bisschen auf. Am Nachmittag breitete sich das bunte Treiben des „Promenaden-Zirkus“, der im Rahmen einer etwas ausgedehnten herausreichenden Arbeit durchgeführt wurde, über die Marco Polo Promenade aus. Durch diese Weitläufigkeit konnte problemlos der Mindestabstand eingehalten werden, und die damit verbundene Herde an imaginären Babyelefanten verteilte sich coronagerecht entlang der Promenade. Gleich am Anfang befand sich eine Go-Kart-Rennstrecke, die vor allem von Teenies ausgiebig genutzt wurde. Auch die eine oder andere Rollatorfahrer\_in konnte nicht widerstehen die Rennstrecke zu benutzen und wurden von Zuschauer\_innen entlang der Strecke lautstark angefeuert.

Beim weiter Flanieren stärkten sich die Besucher\_innen mit Eis und Würsteln, während sie sich von einem Musiker mit Gesang und Gitarrenspiel in eine andere Welt entführen lassen konnten. Eine eigene Kinderstation mit coronagerechtem Spiel und Spaß, und auch ein von den Wohnpartnern zur Verfügung gestellter Schachlehrer rundeten das farbenfrohe Treiben ab. Eine Straßenkünstlerin, ob auf Stelzen oder im lustigen Entenkostüm, brachte Groß und Klein zum Staunen und Schmunzeln. Lachende Gesichter und große Kinderaugen waren überall anzutreffen. Für viele eine kleine Abwechslung aus dem Corona Alltag, die dankbar und wertschätzend angenommen wurde.

Das VOLXkino durfte auch diesmal stattfinden, da es mit einem eigenen Sicherheitskonzept und besonderen Auflagen veranstaltet wurde. Wie üblich, konnten die Besucher\_innen auf der Wiese des Jugendzentrums dem Open-Air-Kinovergnügen nach der Dämmerung unter den Sternen frönen.

Für einige nicht cineastisch interessierte Jugendliche gab es während des Kinohappenings eine gemütliche Gaming-Area vor dem Jugendzentrum, die regen Anklang fand. Dort konnten diverse Konsolen mit einer Fülle an Spielen durchprobiert werden und sie sich auf spielerische, lustvolle Weise, den Abend versüßen lassen.

„NICHT-Fleckerlfest“ – Anders aber deshalb nicht weniger toll.



### Angestrebte Wirkungen

Spaß, Neugierde und Lebensfreude werden ermöglicht.  
Interaktion, Begegnung und Kommunikation zwischen verschiedenen Gruppen.  
Erwachsene, das Gemeinwesen, die Öffentlichkeit werden für die Interessen und Bedürfnisse von Kindern und Jugendlichen sensibilisiert.  
Zugangsmöglichkeit zu Freizeit und Kommunikationsangeboten, unabhängig von der sozioökonomischen Lage, und somit Beitrag zur physischen und psychischen Gesundheit.

### Festgestellte Ergebnisse

Buntes Treiben auf der Promenade und viele strahlende Gesichter.  
Die hohe Besucher\_innenzahl zeigte, dass die Promenade zum „Dorfplatz“ wurde und unterschiedliche Gruppen ins Gespräch kamen bzw. sich austauschen konnten.  
Jugendliche und Kinder wurden im öffentlichen Raum wieder sichtbar und der Bewegungsdrang und das Recht zu spielen wurden wahrgenommen, und auch artikuliert.  
Die Wertschätzung des Gemeinwesens, für die Abwechslung vom Corona Alltag, wurde bei der herausreichen Arbeit danach immer wieder artikuliert.

### Erreichter Output

Insgesamt gab es bei allen drei Schwerpunkten mehr als 130 Besucher\_innen die sich austauschten (und dabei den Abstand einhielten).  
Mehr als 50 Kinder und Jugendliche, die teilnahmen und unter Einhaltung der Regeln einen tollen Tag hatten.

### Durchgeführte Aktivität: „NICHT-Fleckerlfest“

Buntes Zirkustreiben auf der Promenade mit anschließendem VOLXkino und extra Jugendprogramm rund ums JUMP. Absage des ursprünglichen Fleckerlfestes, und gleichzeitig eine Alternative angeboten.

### Input/Ressourcen

Kenntnisse über den öffentlichen Raum und dessen Begegnungs- und Konfliktzonen.  
Kontakte zu diversen Künstler\_innen und Kooperationspartner\_innen.  
Pädagogisches Personal, das es versteht, Regeln durchzusetzen und zu strukturieren und Settings zu schützen.  
Eventmanagement, Ressourcen



# Online-JUMP 2.0

Das „Online-JUMP 2.0“ als virtueller Treffpunkt

Als zu Beginn der Corona-Krise im März 2020 die ersten Ausgangsbeschränkungen in Kraft traten, kam das öffentliche Leben ja bekanntlich zum Erliegen, und auch das JUMP wurde bis auf Weiteres „geschlossen“. Sprich ein vor Ort Betrieb war, während des harten Lockdowns im März, nicht möglich. Es galt schnellstmöglich neue (Kommunikations-)Wege zu erschließen und Möglichkeiten zu finden, um den Kontakt zu Kindern und Jugendlichen aufrecht zu erhalten. Als erster Schritt kamen die schon bekannten und auch etablierten Social-Media Plattformen wie beispielsweise „Facebook“ und „Instagram“ zum Einsatz. Doch schon sehr bald stellte sich heraus, dass diese Plattformen keine ausreichenden Möglichkeiten boten, um der Zielgruppe über einen längeren Zeitraum hinweg eine Anlaufstelle und somit ein virtuelles Jugendzentrum bereit zu stellen. Die Lösung, die unseren Anforderungen gerecht wurde, war eine relativ neue Internet-Plattform mit dem Namen „DISCORD“.

Durch das Erstellen verschiedener digitaler Räume bzw. einer digitalen Infrastruktur (sowohl Sprachkanäle als auch Text-Chats auf einem „JUMP-Server“) war es möglich, schrittweise ein digitales Jugendzentrum im Internet nachzubilden. Schon beim Aufbau des Online-JUMPs 2.0 waren die Jugendlichen eine große Unterstützung und haben ihre Expertise tatkräftig eingebracht. Bald konnte der Online-Betrieb aufgenommen und Kinder und Jugendliche per Link eingeladen werden. Schon beim ersten „Ankommen“ wurden Besucher\_innen automatisch begrüßt und konnten als „Gast“ (Rollenberechtigung) den „Eingangskobel“ (Textkanal) und das „Jugendcafé“ (Sprachkanal) betreten und einen Blick auf das aktuelle „Tagesprogramm“ (Textkanal) werfen. Innerhalb der Öffnungszeiten wurden Neuankömmlinge persönlich begrüßt und es wurde ihnen eine oder mehrere neue Rollen verliehen (von „Stammgast“ bis hin zu „Rollenspieler\_in“ oder „Orgateam\_Regenbogen“ u.v.m.). Durch diese Rollen mit neuen (spezifischen) Rechten ausgestattet ging es dann weiter in eine Vielzahl verschiedener (virtueller) Räume - da ist für jeden Geschmack was dabei: unterschiedliche „Spielzimmer“ (Steam/PS4/Mobile Games) und eigene exklusive Kanäle für die unterschiedlichen Altersgruppen, aber auch eine „Disco“ (inklusive Music-Bot) sowie geschlechtsspezifische Sprach- und Textkanäle, um nur einige Beispiele zu nennen.

Ganz wie im original „RL“- (real life) JUMP konnten die Besucher\_innen einfach vorbeischauen und nachsehen, wer so da (bzw. „on“) war, im „Jugendcafé“ ein bisschen tratschen oder eben in den verschiedenen Räumen die unterschiedlichsten Programmangebote nutzen.

Vielfach diente „Discord“ dabei als Kommunikationsplattform für sowohl Einzelbetreuung, als auch Gruppensettings, während gleichzeitig auch noch andere Programme, Spiele oder Medien verwendet bzw. je nach Bedarf verschiedene Angebote gesetzt werden konnten. Der Vorteil aus Sicht der Online-Jugendarbeit bestand vor allem darin, eine zwar „dislozierte“, aber trotzdem verlässliche Anlaufstelle im Netz zu bieten, die durch ihre Vielseitigkeit, ihren beiläufigen Charakter und der Möglichkeit zu gemeinsamen Aktivitäten oder eben auch passivem Zuhören in verschiedenen Kanälen zum längeren Verweilen einlud. Dabei fiel auf, dass unbetreute Räume bis auf wenige Ausnahmen kaum genutzt werden. Wenn mehr Privatsphäre gewünscht wurde, zog man sich wohl einfach tiefer ins Netz auf eigene Server oder andere Plattformen zurück. . .



## Angestrebte Wirkungen

Das „JUMP 2.0“ ermöglicht Spaß und Lebensfreude und schafft Raum, in dem Gefühle und Ängste angesprochen werden.

Das „JUMP 2.0“ leistet einen Beitrag dazu, den virtuellen öffentlichen Raum altersadäquat, barrierefrei und unabhängig von der sozioökonomischen Lage zugänglich bzw. nutzbar zu machen.

Das „JUMP 2.0“ regt Interaktion, Begegnung, Kommunikation und konstruktive Auseinandersetzung zwischen verschiedenen Gruppen an und bewirkt dadurch ein verständnis- und respektvolleres Miteinander.

Das „JUMP 2.0“ wirkt präventiv. Die im Rahmen des Jump 2.0 geleistete Online-Jugendarbeit leistet wesentliche konkrete Beiträge zu physischer und psychischer Gesundheit.

## Festgestellte Ergebnisse

Der Zielgruppenkontakt konnte trotz Lockdown, Ausgangsbeschränkungen und räumlicher Distanz gehalten werden, und war für die Jugendlichen laut ihren Rückmeldungen für sie sehr wichtig und stabilisierend

Das JUMP 2.0 wurde regelmäßig als Anlaufstelle für Fragen und Probleme (während des Lockdowns) genutzt. Auch nach dem Lockdown wurde dieser Kanal von Jugendlichen eingefordert.

Es wurde mehrmals das Online-Lernhilfe/Hausaufgaben/Berufsorientierungs-Angebot in Anspruch genommen bzw. nachgefragt.

Das Jump 2.0 wurde von sowohl Zielgruppe (Programmangebot, gemeinsames Spielen; Koordination „Orgateam-Regenbogenparade“, Rollenspiel-Runde) als auch von Eltern (Lern- und Krisenberatung, Entlastung) als Kommunikationsplattform und Freizeitangebot genutzt.

In Gesprächsrunden wurden immer wieder online-relevante Themen (Gaming-Kultur, „Nettiquette“, Mobbing in Foren, Social-Media und „in-Game-Channels“, v.n.m.) thematisiert und von den Jugendlichen auch eingefordert.

## Erreichter Output

Ein digitales Jugendzentrum - das „Online-JUMP 2.0“.

Im harten Lockdown fünf Tage die Woche für durchschnittlich 7 Stunden online.

Anlaufstelle mit vielseitigem Programangebot – danach durchschnittlich drei mal pro Woche für ca drei Stunden.

Rund 45 verschiedene, größtenteils regelmäßige „anwesende“ Besucher\_innen. insgesamt; je nach „Ampelschaltung“ stark schwankende Besucher\_innenzahlen - im Gesamtdurchschnitt ca. 6 Besucher\_innen pro Tag bei etwa 2-3 Stunden Verweildauer pro Person.

Gesamtkontakte während Lockdown 1 350 mit 60 Betriebstagen, danach 310 mit 70 Betriebstagen

## Durchgeführte Aktivität: Online-JUMP 2.0

Durch die Nutzung der übergeordneten Kommunikationsplattform „DISCORD“ wurde mit Hilfe der Jugendlichen das „Online-JUMP 2.0“ als Online-Jugendzentrum im Internet „nachgebaut“. Seit Beginn des Lockdowns im März 2020 konnte durchgehend ein, je nach Bedarf gestaltetes, Online-Programm angeboten werden.

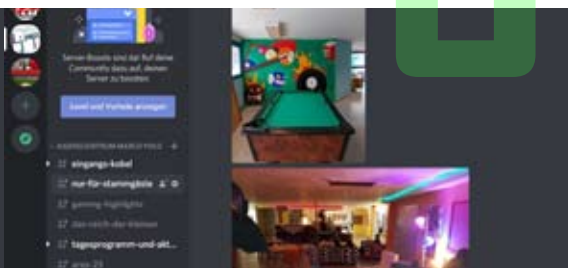
## Input/Ressourcen

Technisches Knowhow von Mitarbeiter\_innen und Zielgruppe

Equipment und Infrastruktur (PC, Laptop, Kopfhörer/Headset, Internetzugang, etc.)

Mitarbeiter\_innen-Wissen über (online-) Gewohnheiten der Zielgruppe

Diverse Plattformen, allen voran „Discord“, aber auch „Steam“, „PS4-Network“, „Instagram“, „Facebook“, „Smule“, „Youtube“, u.v.m..



# Beispiel aus der Praxis: Handlungsfeld Gesundheit und Nachhaltigkeit Girls Run Challenge

Die einrichtungsübergreifende Laufaktion des VJZ zu Zeiten von Corona

Anfang April 2020: das Einzugsgebiet des JUMP Jugendzentrum Marco Polos glich einer Geisterstadt, und die sonst so aktiven floridsdorfer Jugendlichen bewegten sich nun online in der virtuellen Realität. Alle Jugendzentren waren geschlossen, und das ganze Land befand sich im Lockdown.

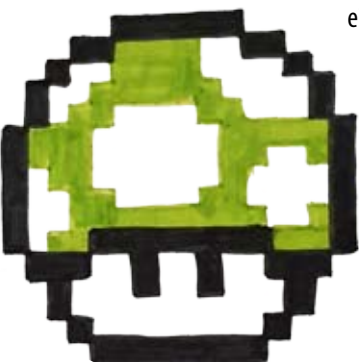
Nachdem Corona die gesamte Gesellschaft stark getroffen hatte, und das JUMP für sechs

Wochen geschlossen werden musste, hielten die Mitarbeiter\_innen mit der Zielgruppe weiterhin online Kontakt. Obwohl auch die Onlinearbeit mit den verschiedensten Aktivitäten von Jugendlichen gut aufgenommen und stark genutzt wurde, durfte natürlich aus pädagogischer Sicht auch körperliche Bewegung nicht zu kurz kommen. Aus diesem Grund wurden die Jugendlichen von den Mitarbeiter\_innen motiviert, „coronatauglichen“ Sport ohne Körperkontakt in ihren Alltag einzubauen.

Daher initiierte der Verein der Wiener Jugendzentren, nach Absage des alljährlichen Frauenlaufes, erstmals die Girls Run Challenge für Mädchen und junge Frauen bis 21 Jahre. Oberste Regel war es, alleine zu trainieren oder bei der gemeinsamen Sportausübung darauf zu achten Abstand zu halten. Das Ziel war es am 20. Juni durchgängig fünf Kilometer zu laufen.

Die Mädchen konnten sich sowohl online, als auch persönlich für die Girls Run Challenge anmelden. Als nächster Schritt wurde ein Treffen aller Läuferinnen in der Kleingruppe vereinbart. Dabei ging unter dem Motto „gemeinsam-alleine“ eine Mitarbeiterin mit den Mädchen im Einzugsgebiet joggen. Jede Läuferin führte einen Kilometerzähler mit sich und nach einer Stunde Laufzeit traf man sich wieder im Jugendzentrum, um im Anschluss gemeinsam zu dehnen, Erfahrungen auszutauschen und einen individuellen Trainingsplan für jede einzelne Teilnehmerin zu erstellen.

Da es jedoch nicht so leicht war, ganz alleine zu trainieren und den eigenen Schweinehund zu überwinden, gab es als wöchentlichen Anreiz jeweils eine kleine Motivationsübung. Zum Beispiel während dem Laufen ein „Schattenfoto“ von sich selbst in der Laufgruppe zu posten. Bald bemerkten die Mädchen, dass man sich beim gegenseitigen Motivieren auch selbst etwas Gutes tut. Das Training fiel auf einmal um einiges leichter, und der sportliche Fortschritt wurde für jede Einzelne sichtbar.



Am Tag des Laufes waren die Corona Maßnahmen schon so weit gelockert, dass die gleiche Strecke gemeinsam mit den Jugendlichen gelaufen werden konnte. Alle Beteiligten waren sehr stolz, da trotz widriger Umstände (wie dem Lockdown und Schlechtwetter) die fünf Kilometer mit Leichtigkeit bewältigt werden konnten.

## Angestrebte Wirkungen

Die Girls Run Challenge bewirkt, dass eigene Fähigkeiten und Potenziale wahrgenommen und so Selbstvertrauen und Selbstwert gesteigert werden. Das Projekt ermöglicht Spaß und Lebensfreude und schafft einen Raum, in dem Gefühle und Ängste angesprochen werden.

Es wirkt präventiv, und leistet einen wesentlichen Beitrag zu physischer und psychischer Gesundheit, in der Vorbeugung von Gewalt, Sucht, Kriminalität und Extremismen.



## Festgestellte Ergebnisse

Das Selbstwertgefühl wurde gesteigert, und stolz erzählen die Mädchen heute noch von ihrer Laufchallenge und der erreichten Kilometeranzahl.

Wirkte entlastend, baute physische wie auch psychische Spannungen ab, was an der gelösten Stimmung nach dem Training bemerkbar war. Das Gruppengefühl wurde gestärkt und das Bewusstsein geschaffen, dass durch gegenseitiges Motivieren Sport leichter fällt. Dies konnte auf Grund einer erhöhten Anzahl von Anfeuerungen und gegenseitigem Lob, auf den verschiedenen Social-Media Kanälen, festgestellt werden. Sport steigert das Selbstbewusstsein, da das festgelegte Ziel durch den sportlichen Fortschritt erreicht wird. Sichtbar wurde dies dadurch, dass die teilnehmenden Mädchen in Folge verstärkt auf Sportstätten im öffentlichen Raum angetroffen wurden.



## Erreichter Output

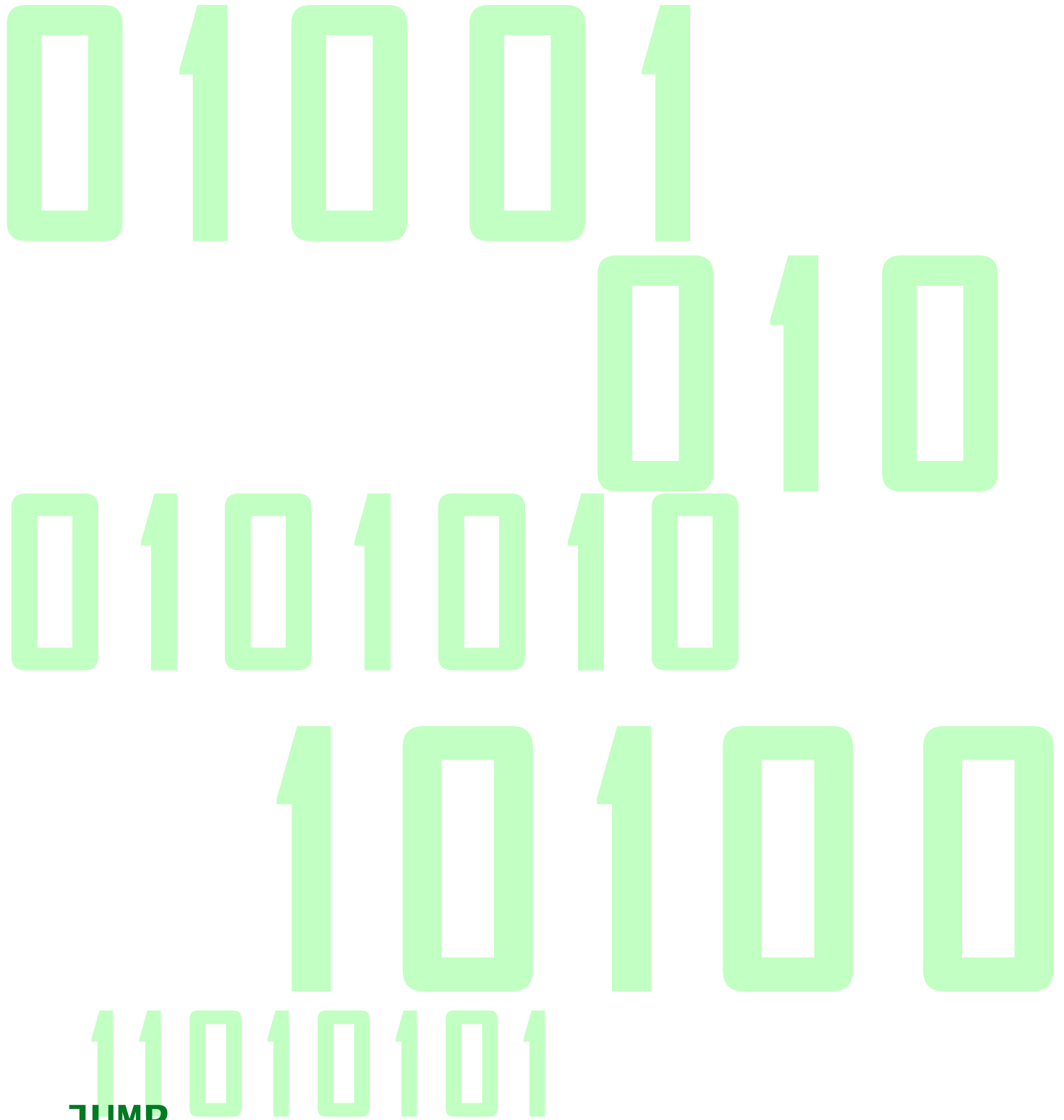
Drei gemeinsame Lauftrainings in der Siedlung. Alle Teilnehmerinnen erreichten das vorgegebene Ziel von fünf Kilometern am Tag der Girls Run Challenge. Persönlich angefertigter Trainingsplan für jede einzelne Teilnehmerin. Vier teilnehmende Teenie-Mädchen.

## Durchgeführte Aktivität: Girls Run Challenge

Die Girls Run Challenge war ein Projekt zur „gemeinsamen“ körperlichen Betätigung während des Lockdowns. Es wurde als Gruppe - aber getrennt - trainiert, und sich gegenseitig motiviert. Als Abschluss fand die vereinsweite Girls Run Challenge statt, bei der alle Teilnehmerinnen das gesetzte Ziel erreichten.

## Input/Ressourcen

Motivationsfähigkeit  
Laufkompetenzen der Mitarbeiter\_innen (Aufwärmen, Dehnen, usw.)  
Erstellung von individuellen Trainingsplänen



**JUMP**

# Jugendzentrum Marco Polo

Marco Polo Platz 9  
1210 Wien  
Tel.: 01/292 65 51  
E-Mail: [marcopolo@jugendzentren.at](mailto:marcopolo@jugendzentren.at)  
Web: [www.jugendzentren.at/jump](http://www.jugendzentren.at/jump)  
[www.facebook.com/jugendzentrum.MarcoPolo](https://www.facebook.com/jugendzentrum.MarcoPolo)  
Instagram: [jumpmarcopolo](https://www.instagram.com/jumpmarcopolo)

