



Herausforderungen & Empfehlungen Leitfaden

Inklusive und barrierefreie
Kommunikation
im Jugendbereich

**That's
clear!**



Kofinanziert von der
Europäischen Union

That's clear!

HERAUSFORDERUNGEN UND EMPFEHLUNGEN LEITFADEN

Inklusive und barrierefreie Kommunikation
im Jugendbereich



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Mitfinanziert durch die Europäische Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur Bildung, Audiovisuelles und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür haftbar gemacht werden.

INHALT

Allgemeine Projektinformationen	2
1. Überblick über das Projekt und seine Ziele	2
2. Zweck dieser Veröffentlichung	3
Überblick über Jugendorganisationen in Europa	5
1. Was ist eine Jugendorganisation?	5
1.1. Definition von „Jugend“ und Profile derjenigen, die diese Dienste in Anspruch nehmen	5
1.2. Aktuelle Lage, Statistiken und wichtige Kontakte nach Partnerland	6
Kommunikationsbarrieren	17
1. Die Rolle der Kommunikation bei der sozialen Inklusion	17
2. Barrieren – Einführung	18
2.1. Hindernisse für junge Menschen	18
2.2. Hindernisse für Jugendbetreuer:innen	19
2.3. Wichtigste Kommunikationsformate	21
Bewährte Verfahren	24
1. Italien	24
2. Spanien	25
3. Österreich	26
3. Belgien	29
4. Frankreich	31
Einführung in Instrumente und Ansätze	33
1. Barrierefreiheit vs. Inklusion	33
2. Inklusives Design	34
3. Nachhaltige und umweltfreundliche Kommunikation	37
4. Einfache Sprache	38
Zehn Empfehlungen	41
Schlussfolgerung und Referenzen	43

Allgemeine Projektinformationen

1. Überblick über das Projekt und seine Ziele

That's Clear! ist ein transnationales Projekt im Rahmen des Erasmus+-Programms, das sich mit dem dringenden Bedarf an inklusiver Kommunikation innerhalb der Jugendarbeit in ganz Europa befasst. Im Mittelpunkt des Projekts steht die Förderung einer einfachen Sprache als wirkungsvolles Instrument, um Informationen für marginalisierte junge Menschen, darunter Menschen mit Migrationsbiografie, Schulabbrecher:innen und Menschen mit intellektuellen Behinderungen, zugänglicher zu machen.

Das Projekt steht im Einklang mit drei Schlüsselprioritäten von Erasmus+:

1. **Inklusion und Vielfalt in der Jugendarbeit** – Beseitigung von Kommunikationsbarrieren, die benachteiligten Jugendlichen den Zugang zu Dienstleistungen erschweren.
2. **Verbesserung der Qualität und Anerkennung der Jugendarbeit** – Ausstattung von Jugendbetreuer:innen mit neuen Kommunikationsinstrumenten, um ihre Zielgruppen besser unterstützen zu können.
3. **Digitaler Wandel** – Integration interaktiver, digitaler Ressourcen zur Professionalisierung und Modernisierung der Jugendarbeit.

In ganz Europa stehen Jugendorganisationen vor gemeinsamen Herausforderungen: begrenzte Kommunikationsschulungen, unzureichende Nutzung inklusiver Praktiken und unzureichende Instrumente, um benachteiligte Jugendliche zu erreichen. Da fast die Hälfte der Erwachsenen in Europa über unzureichende Lese- und Schreibkenntnisse verfügt (OECD), ist diese Kommunikationslücke zu einem großen Hindernis für die Inklusion geworden.

„That's Clear!“ reagiert auf diesen Bedarf, indem es die in Rechts- und Verwaltungsbereichen bereits etablierte einfache Sprache in den Jugendbereich einführt. Die einfache Sprache folgt internationalen Richtlinien (ISO 24495-1:2023) und bietet einen breiteren und anpassungsfähigen Rahmen für inklusive Kommunikation. Sie vereinfacht Inhalte durch klares Vokabular, logische Struktur und visuelle Unterstützung und macht Informationen verständlich, ohne den Inhalt zu verwässern.

Das Projekt hat sich zum Ziel gesetzt

- **Abbau von Kommunikationsbarrieren** durch die Entwicklung barrierefreier Broschüren, Infografiken und Bewertungsinstrumente im Rahmen von jugendzentrierten Co-Diagnose-Workshops.
- **Schulung von Jugendbetreuer:innen** mit einem fünf-moduligen Kurs (präsenz- und digital) zum Thema einfache Sprache, ergänzt durch ein interaktives digitales Toolkit und eine Youthpass-Zertifizierung.
- **Nutzung digitaler Tools** für mehr Flexibilität und eine größere Wirkung durch den Einsatz von Software zur Bewertung der Verständlichkeit, Tools für visuelle Inhalte und einer frei zugänglichen Plattform zur Bereitstellung von Ressourcen.

Was „That’s Clear!“ auszeichnet, ist sein innovativer und partizipativer Ansatz. Jugendliche mit geringeren Lese- und Schreibkenntnissen werden direkt in die Identifizierung von Problemen und die Ausarbeitung von Lösungen einbezogen, um sicherzustellen, dass die Tools praktisch und relevant sind. Darüber hinaus stützt sich das Projekt auf das vielfältige Fachwissen seiner Partner, von inklusivem Publizieren und Alphabetisierung bis hin zu sozialem Theater und Jugendführung, und bringt bewährte Verfahren aus verschiedenen Sektoren und Ländern zusammen.

Durch die Förderung sektorübergreifender Synergien zwischen Jugendarbeit, Bildung und Ausbildung erweitert das Projekt seine Reichweite und Nachhaltigkeit. Es hat auch Potenzial für Auswirkungen in anderen Bereichen wie dem Sport, wo inklusive Kommunikation die Teilhabe marginalisierter Jugendlicher verbessern kann.

Letztendlich strebt „That’s Clear!“ einen Jugendsektor an, in dem alle, unabhängig von ihrem Bildungsniveau, ihren Fähigkeiten oder ihrem Hintergrund, gleichen Zugang zu Informationen und Möglichkeiten haben, sich zu engagieren, zu lernen und zu führen.

2. Zweck dieser Veröffentlichung

Dieser Leitfaden für klare und inklusive Kommunikation im Jugendbereich ist ein wichtiges Ergebnis des Projekts „That’s Clear!“, das im Rahmen des Arbeitspakets 2 „Diagnose des Bedarfs und inklusiver Praktiken für junge Menschen“ entwickelt wurde. Sein Zweck ist es, die Kommunikationsherausforderungen zu identifizieren, mit denen marginalisierte Jugendliche, z. B. mit intellektuellen Behinderungen, eingeschränkter

Lese- und Schreibkompetenz oder sprachlichen Barrieren, beim Zugang zu Jugenddienstleistungen konfrontiert sind.

Der Leitfaden wurde in einem partizipativen und forschungsbasierten Prozess entwickelt. Er vereint Erkenntnisse aus:

- **einer Bestandsaufnahme** der derzeit in den Partnerländern in Jugenddiensten verwendeten **Kommunikationspraktiken**,
- **einer Reihe von Co-Diagnose-Workshops** mit Jugendbetreuer:innen und marginalisierten Jugendlichen, die darauf abzielen, Hindernisse zu identifizieren und gemeinsam inklusive Kommunikationsstrategien zu entwickeln.

Durch die Kombination dieser Erkenntnisse und des direkten Feedbacks von Jugendlichen und Fachkräfte bietet der Leitfaden:

- einen klaren Überblick über Kommunikationsbarrieren, die marginalisierte Jugendliche betreffen
- eine Zusammenfassung der derzeit verwendeten oder benötigten inklusiven Strategien und Instrumente
- eine Reihe praktischer, umsetzbarer Empfehlungen zur Verbesserung der Kommunikationszugänglichkeit in Jugenddiensten.

Diese Publikation richtet sich an Jugendbetreuer:innen, Pädagogen:innen, Jugendorganisationen und öffentliche Einrichtungen, die ihre Dienste inklusiver gestalten möchten. Sie unterstützt die übergeordneten Ziele des Projekts „That’s Clear!“, nämlich die Förderung der sozialen Inklusion, die Stärkung der Entscheidungsfindung junger Menschen und die Ausstattung von Fachkräften im Jugendbereich mit Instrumenten für eine effektivere und gerechtere Kommunikation.

Mit ihren Empfehlungen zielt sie darauf ab, einen langfristigen Wandel in der Kommunikation von Jugenddiensten zu fördern, wobei Klarheit, Barrierefreiheit und Inklusion im Mittelpunkt stehen.

Überblick über Jugendorganisationen in Europa

1. Was ist eine Jugendorganisation?

Jugendorganisationen sind formelle oder informelle Gruppen, die Menschen im Alter von 13 bis 30 Jahren Bildungs-, Kultur-, Sozial- oder Bürger:innenangebote bereitstellen. Ihre Aufgabe ist es, junge Menschen bei ihrer bürgerschaftlichen und demokratischen Teilhabe, ihrer persönlichen Entwicklung und ihrer sozialen Inklusion zu unterstützen. Sie können in Form von NGOs, Vereinen, Genossenschaften, Student:innengruppen, Kulturclubs oder Gemeinschaftsinitiativen auftreten.

1.1. Definition von „Jugendlichen“ und Profile derjenigen, die diese Dienste in Anspruch nehmen

- **Europäische Perspektive:**

Die EU-Jugendstrategie definiert „Jugendliche“ als Personen im Alter von 13 bis 30 Jahren.

- **Profile der Teilnehmer:**

- Alle Jugendlichen im Übergang zum Erwachsenenalter, darunter häufig auch solche, die mit Herausforderungen konfrontiert sind
- „Junge Menschen mit Migrationsbiografie“, die sich in einem neuen sozialen und sprachlichen Umfeld zurechtfinden müssen.
- „Schulabbrecher:innen“, die nach alternativen Bildungs- oder Beschäftigungswegen suchen.
- „Jugendliche mit intellektuellen oder Lernschwierigkeiten“, die eine angepasste Kommunikation benötigen.
- „NEETs“ (Not in Employment, Education, or Training), die von sozialer Ausgrenzung bedroht sind.
- „Bürgerlich engagierte Jugendliche“, die sich in Freiwilligenarbeit, Aktivismus oder Kulturprojekten engagieren.

1.2. Aktuelle Lage, Statistiken und wichtige Kontakte nach Partnerland



A. Kontext des Jugendsektors in Italien

Strukturelle und politische Lage:

Die Jugendpolitik Italiens basiert auf einem mehrstufigen Governance-Rahmen. Auf nationaler Ebene ist das Ministerium für Jugendpolitik und universellen Zivildienst unter dem Vorsitz des Ministerrats für Strategie und Unterstützungsmechanismen zuständig. Darüber hinaus überwacht die italienische Nationale Agentur AIG- Agenzia Italiana per la Gioventà die Umsetzung von Erasmus+ und fungiert als wichtiges Bindeglied zwischen den Prioritäten der EU und der Umsetzung auf nationaler Ebene. Regionen, autonome Provinzen, lokale Behörden und zivilgesellschaftliche Organisationen (einschließlich NGOs und Jugendverbände) spielen eine wichtige Rolle bei der Umsetzung und Beteiligung am Programm.

Definition von „Jugend“ und demografischer Kontext:

In Italien gibt es keine gesetzliche Festlegung für die Altersspanne von „Jugendlichen“: Diese variiert je nach Initiative. Die Untergrenze liegt jedoch in der Regel bei 14 Jahren, während die Obergrenze je nach politischem Schwerpunkt oder Zielgruppe variieren kann (hauptsächlich 28, 30 oder 35 Jahre).

Demografisch gesehen ist Italien durch eine schnell alternde Bevölkerung und eine

schrumpfende Jugendkohorte gekennzeichnet. Im Jahr 2024 lag der Anteil der 0- bis 14-Jährigen bei etwa 12,9 %, während die Altersgruppe der 15- bis 24-Jährigen etwa 9,6 % der Bevölkerung ausmachte. Die Zahl der jungen Erwachsenen im Alter von 18 bis 34 Jahren sank von 13,39 Millionen im Jahr 2002 auf 10,33 Millionen im Jahr 2023, was einem Rückgang von 22,9 % entspricht und einen bedeutenden demografischen Wandel verdeutlicht. Prognosen des ISTAT (Nationales Institut für Statistik) deuten darauf hin, dass die Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter (15–64 Jahre) bis 2050 um über 20 % schrumpfen wird, von derzeit 63,5 % auf nur noch 54,3 %.

Herausforderungen:

- **Jugendarbeitslosigkeit**

Junge Menschen in Italien haben Schwierigkeiten, in den Arbeitsmarkt einzusteigen. Die Jugendarbeitslosenquote (15–24 Jahre) lag im Juni 2025 bei etwa 20,1 % und spiegelte anhaltende regionale Unterschiede wider.

- **NEET (Not in Education, Employment, or Training)**

Die NEET-Quote in Italien ist mit 16,1 % im Jahr 2023 deutlich über dem EU-Durchschnitt von etwa 11,2 % und besonders hoch in südlichen Regionen wie Sizilien und Kampanien, wo sie über 27 % liegt.

- **Risiko von Armut und sozialer Ausgrenzung**

Der ISTAT-Bericht „Armut in Italien“ schätzt, dass im Jahr 2022 etwas mehr als 2,18 Millionen Familien in absoluter Armut lebten.

Die Häufigkeit von Familien in absoluter Armut ist im Süden (10,7 %) nachweislich höher, während sie im Norden, insbesondere im Nordwesten (7,2 %), deutlich zurückgeht und im Zentrum (6,4 %) am niedrigsten ist.

Bezogen auf die Altersgruppen liegt die Inzidenz der absoluten Armut bei Minderjährigen bei 13,4 %, bei jungen Menschen im Alter von 18 bis 34 Jahren bei 12 % (Anstieg gegenüber 2021) und bleibt auch in der Altersgruppe der 35- bis 64-Jährigen mit 9,4 % hoch, während sie bei den über 65-Jährigen unter dem nationalen Durchschnitt liegt (6,3 %).

Wichtige Kontakte/Akteure

Sciara Progetti A.P.S. – E.T.S. Sara Curioni europe@sciaraprogetti.com

Quellen:

- Europäische Kommission, Youth Wiki – Länder – Italien – 9. Jugend und Welt, 2024, <https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/italy/9-youth-and-the-world?>, abgerufen am 2. Oktober 2025.
- Europäische Kommission, Youth Wiki – Länder – Italien – 4. Soziale Eingliederung – 4. Allgemeiner Kontext, 2024, <https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/italy/41-general-context>, abgerufen am 2. Oktober 2025.
- Uniser, Eumove, NEETs in Europa: Fokus auf Italien, Spanien und Portugal, 2025 <https://uniserblog.net/2025/08/05/neets-in-europe-focus-on-italy-spain-and-portugal/?>, abgerufen am 2. Oktober 2025.
- Reuters, Italiens Arbeitslosenquote sinkt im Juni auf 6,3 % mit 16.000 neu geschaffenen Arbeitsplätzen im Monat, 2025, <https://www.reuters.com/en/italy-june-unemployment-rate-falls-63-with-16000-jobs-created-month-2025-07-31/?>, abgerufen am 2. Oktober 2025.
- M. Montasser, Das NEET-Problem in Italien – ein komplexes Phänomen, das gelöst werden muss, European Student Think Tank, 2022, <https://esthinktank.com/2022/04/19/the-neet-problem-in-italy-a-complex-phenomenon-to-be-solved/?>, abgerufen am 2. Oktober 2025.
- Caritas Italiana, Caritas Cares Armut und soziale Ausgrenzung unter jungen Menschen Italien Bericht November 2017, 2017, <https://www.caritas.eu/wp-content/uploads/2023/06/171106-PU-Caritas-cares-youth-poverty-country-report-italy.pdf?>, abgerufen am 2. Oktober 2025.

B. Kontext des Jugendsektors in Österreich

Strukturelle und politische Rahmenbedingungen:

Österreich verfügt über ein dichtes und vielfältiges Netzwerk von Jugendorganisationen, die ein breites Spektrum an Interessen abdecken – von Kultur, Bildung und Umwelt bis hin zu Religion, Freizeit und Sport. Der Bundesjugendrat (BJV) nimmt eine zentrale Führungs- und Koordinierungsrolle ein und sorgt dafür, dass junge Menschen politisch, kulturell und sozial sichtbar sind. Große Jugendorganisationen erreichen jeweils mehr als 50.000 junge Menschen und leisten damit einen wichtigen Beitrag zur Förderung der Partizipation und des Engagements von Jugendlichen.

Die Finanzierung von Jugendorganisationen ist komplex. Die Mittel stammen vom Bund, den Bundesländern und den Gemeinden, ergänzt durch EU-Förderprogramme und eigene Mittel. Insbesondere die europäische Ebene eröffnet zusätzliche

Möglichkeiten – beispielsweise durch die Förderung der internationalen Jugendmobilität und transnationaler Projekte.

Ein wichtiges Instrument zur Unterstützung benachteiligter Jugendlicher ist das vom Sozialministeriumdienst (SMS) geförderte „Netzwerk Berufliche Assistenz“ (NEBA). Die Abkürzung NEBA bedeutet „Netzwerk Berufliche Assistenz“. Dieses Netzwerk bietet Jugendlichen in schwierigen Lebenslagen und Menschen mit Behinderungen Unterstützung bei der **Ausbildungssuche, Berufswahl und Arbeitsplatzsicherung**.¹ NEBA bietet österreichweit sechs kostenlose Kernleistungen an: Jugendcoaching, Training fit, berufliche Assistenz (BAS), Jobcoaching, Arbeitsunterstützung und Unternehmensdienstleistungen. Die Zielgruppe sind Jugendliche der 9. Klasse bis etwa 24 Jahre, Menschen mit Lernschwierigkeiten oder Behinderungen sowie sozial benachteiligte Menschen. Schüler:innen der 9. Klasse sind zwischen 14 und 15 Jahre alt. Ziel ist es, diese jungen Menschen beim Übergang von der Schule in die Ausbildung oder Beruf bestmöglich zu unterstützen. Mehr als 200 regionale Organisationen in ganz Österreich arbeiten an der Umsetzung dieses Programms. Zu diesem Zweck werden in jedem Bundesland detaillierte Daten erhoben.

Darüber hinaus leisten zahlreiche geförderte Vereine und Verbände, wie der Alpenverein und das Österreichische Jugendrotkreuz (ÖJRK), einen wichtigen Beitrag, um junge Menschen mit niedrigschwelligen Angeboten zu erreichen und zu unterstützen. Diese Organisationen werden in ihrer Arbeit oft durch Projektförderungen unterstützt.

Herausforderungen:

- **Jugendarbeitslosigkeit**

In Österreich lag die Jugendarbeitslosenquote im Jahr 2024 bei 10,4 %.

- **NEET**

Die NEET-Quote gibt den Anteil der 15- bis 24-Jährigen an, die weder eine Schule besuchen, noch einer Arbeit nachgehen oder eine formale Ausbildung absolvieren, als Prozentsatz der Wohnbevölkerung an. Mit einer Quote von 8,7 % (Frauen: 8,8 % und Männer: 8,6 %) liegt Österreich im Mittelfeld (+0,6 Prozentpunkte mehr als 2022).

¹ [Startseite NEBA | Netzwerk Berufliche Assistenz](#) 23.10.2025

Wichtige Ansprechpartner/Akteure

Sonja Pichler LebensGroß GmbH sonja.pichler@lebensgross.at

Quellen:

- Bundeskanzleamt, Bundes-Jugendvertretung, Wien, Bundeskanzleramt, 2024, <https://www.bundeskanzleramt.gv.at/agenda/jugend/jugendpolitik/bundes-jugendvertretung.html>, abgerufen am 2. Oktober 2025.
- Bundes Jugend Vertretung, Über die BJV, Österreichische Kinder- und Jugendvertretung (ÖJV), Wien, 2024, <https://bjv.at/ueber-die-bjv/>, abgerufen am 2. Oktober 2025.
- Bundes-Jugendvertretung, Here We Are. We make your voice heard!, Wien, 2017, [bjv-imagebrochuere-engl_2auflage_web.pdf](#), abgerufen am 2. Oktober 2025.
- Bundesnetzwerk Österreichische Jugendinfo, Österreichische Nationalagentur, Jugendarbeit in Österreich, 2025, <https://jugendarbeitinoesterreich.at/oesterreichische-nationalagentur/>, abgerufen am 2. Oktober 2025.
- NEBA-Angebote 2024, https://www.bundeskost.at/wp-content/uploads/2025/03/Datasheets_Oesterreich_2024.pdf, abgerufen am 2. Oktober 2025.
- Sozialministeriumservice, NEBA – Netzwerk Berufliche Assistenz, 2024, https://www.sozialministeriumservice.gv.at/Menschen_mit_Behinderung/Arbeitsmarktprojekte/NEBA/NEBA_Netzwerk_Berufliche_Assistenz.de.html, abgerufen am 2. Oktober 2025.
- Bundesministerium Finanzen, Förderungen zum Thema Kinder und Jugend, Transparenzportal, Wien, <https://transparenzportal.gv.at/tdb/tp/situation/npo/gesellschaft-und-verantwortung/kinder-jugend/6>, abgerufen am 2. Oktober 2025.
- Bundeskanzleramt Republik Österreich, Jugendarbeit, Rechtsinformationssystem, 2025, <https://www.bundeskanzleramt.gv.at/en/agenda/youth/youthwork.html>, abgerufen am 2. Oktober 2025.

C. Kontext der Jugendarbeit in Spanien

In Spanien werden Personen im Alter von 14 bis 30 Jahren offiziell als Jugendliche definiert (laut dem spanischen Jugendinstitut INJUVE). Die Jugendpolitik und deren Finanzierung werden zwar auf nationaler Ebene vom INJUVE koordiniert, die Umsetzung erfolgt jedoch stark dezentralisiert, wobei die Autonomen Gemeinschaften und Gemeinden eine wichtige Rolle spielen.

Fuengirola und die gesamte Region Andalusien spiegeln die allgemeine Jugendlandschaft Spaniens wider: eine Mischung aus kommunalen Jugendzentren,

lokalen Vereinen, NGOs und Basisinitiativen, die sich für Bildung, soziale Teilhabe, interkulturellen Austausch, Beschäftigung und kulturelle Aktivitäten einsetzen.

Statistiken und Herausforderungen:

- **Bevölkerung**

In Spanien leben schätzungsweise 6,6 Millionen junge Menschen im Alter von 15 bis 29 Jahren. Das entspricht etwa 14 Prozent der Gesamtbevölkerung (Eurostat 2023).

- **NEETs**

Etwa 12,7 % der spanischen Jugendlichen sind NEETs (Not in Employment, Education, or Training, d. h. weder in Beschäftigung noch in Ausbildung), was über dem EU-Durchschnitt liegt. Andalusien weist durchweg eine der höchsten regionalen NEET-Quoten auf.

- **Arbeitslosigkeit**

Die Jugendarbeitslosigkeit in Spanien gehört mit rund 27 % im Jahr 2023 weiterhin zu den höchsten in Europa (Eurostat).

- **Inklusion**

Jugendliche Menschen mit Migrationsbiografie, Schulabbrecher:innen und Jugendliche mit eingeschränkter Lese- und Schreibkompetenz sehen sich mit erheblichen Hindernissen beim Zugang zu Chancen konfrontiert. Die Kommunikationspraktiken in den Dienststellen sind oft übermäßig bürokratisch, was zu zusätzlicher Ausgrenzung führt.

Arten von Jugendorganisationen in Spanien

1. Öffentliche Jugenddienste: Die kommunalen Jugendämter (concejalías de juventud) betreiben Informationsbüros, Kulturräume und Ausbildungsprogramme.
2. Jugendverbände und NGOs: Sie decken Bereiche wie Freiwilligenarbeit, interkulturelles Lernen, Inklusion von Menschen mit Behinderungen, Kunst, Sport und Umweltprojekte ab.
3. Student:innen- und Gemeinschaftsorganisationen: Sie sind an Schulen, Universitäten und in Stadtvierteln tätig, oft informell, aber für das bürgerschaftliche Engagement unverzichtbar.

4. Regionale Netzwerke: In Andalusien koordiniert das Instituto Andaluz de la Juventud (IAJ) die Jugendpolitik und die Finanzierung.

Wichtige Ansprechpartner/Akteure

PLIS Débora Barrientos debora@asplis.com

D. Jugendbereich in Belgien

Was die allgemeine öffentliche Verwaltung angeht, ist Belgien ein sehr komplexer Organismus. Das Land ist in zwei Hauptprovinzen unterteilt. Die südliche Provinz heißt Wallonien. Die nördliche Provinz heißt Flandern. Es gibt auch eine deutschsprachige Minderheit. Jede dieser Gemeinschaften hat ihr eigenes lokales Parlament. Innerhalb der Strukturen jedes Regionalparlaments gibt es Behörden, die für den Jugendbereich zuständig sind. In den folgenden Abschnitten liegt der Schwerpunkt auf der Darstellung der Jugendlandschaft in Wallonien – der französischsprachigen Gemeinschaft. Es werden die wichtigsten Akteure im Bereich der Jugendförderung vorgestellt, die auf verschiedenen Ebenen und in verschiedenen Bereichen tätig sind. Besondere Aufmerksamkeit wird den Jugendrät:innen und Jugendzentren gewidmet, da sie in Belgien ein gut ausgebautes Netzwerk bilden.

In Belgien gibt es auf allen Ebenen – lokal, provincial und staatlich – Jugendrät:innen. Sie dienen als Sprachrohr und Vertreter:innen der Jugend gegenüber den zuständigen Behörden. Doch sie spielen noch eine weitere, sehr wichtige Rolle: Sie lehren junge Menschen, wie man ein/e aktive/r Bürger:in ist, der/die sich nicht vor den Behörden fürchtet oder ihnen feindlich gegenübersteht. Belgische Jugendrät:innen lernen, wie man einen Dialog mit politischen Entscheidungsträger:innen aufbaut.

- Staatliche Ebene: Le forum des jeunes [Das Jugendforum]
Es ist das offizielle Sprachrohr und Beratungsgremium der Fédération Wallonie-Bruxelles (Föderation Wallonien-Brüssel) für Jugendliche im Alter von 16 bis 30 Jahren. Es stellt eine wichtige Verbindung zwischen Jugendlichen und politischen Entscheidungsträger:innen her. Das Jugendforum macht junge Menschen zu Akteuren der Gesellschaft der Zukunft, verteidigt die Ideen der Jugend und setzt ihre Projekte in die Realität um sowie fördert die Vision der belgischen Jugend im In- und Ausland. Das Jugendforum führt eigene Projekte durch, um junge Menschen zu unterstützen, kritisches Denken, Vielfalt, Demokratie und Harmonie zu fördern. Dank dessen sind sie der Jugend nach

wie vor sehr nah und sich der Herausforderungen bewusst, denen sie in der modernen Welt gegenüberstehen.

- **Provinzebene: Conseil provincial des Jeunes (CPJ) [Provinzjugendräte]**
Einige der wallonischen Provinzen haben ihre eigenen Jugendgremien. Ihre Mitglieder sind in der Regel Jugendliche im Alter von 14 bis 26 Jahren. Sie werden in der Regel für eine Amtszeit von zwei Jahren gewählt oder ausgewählt. Ihre Aufgabe ist es, ihre Altersgenossen auf Provinzebene zu vertreten. Die CPJ-Mitglieder beraten die Provinzbehörden in Fragen der Jugendpolitik und anderen jugendbezogenen Angelegenheiten. Der CPJ führt eigene Projekte durch und organisiert Veranstaltungen wie Debatten, Sensibilisierungskampagnen oder kulturelle Aktivitäten. Provinzielle Jugendgremien gibt es in mehreren belgischen Provinzen, darunter Hennegau und Luxemburg. Leider verfügen die meisten von ihnen nicht über eigene Websites oder Profile in sozialen Medien.
- **Lokale Ebene: Conseil communal des jeunes (CCJ)**
Viele lokale Behörden in Belgien haben beschlossen, eigene Jugendgremien einzurichten. Ihre Mitglieder sind in der Regel zwischen 12 und 18 Jahre alt. Für sie ist dies der erste Kontakt mit der lokalen Verwaltung und Politik. Sie fungieren nicht nur als beratendes Gremium, sondern sind auch in den Bereichen Sport, Kultur, Wohlbefinden und ähnlichen Bereichen aktiv. Sie organisieren eigene Projekte und Bildungsinitiativen.

Quellen

- [Forum des jeunes](https://forumdesjeunes.be/a-propos/), <https://forumdesjeunes.be/a-propos/>, abgerufen am 9. September 2025.
- Junge Menschen erklären in ihren eigenen Worten, was CPJ ist, in dem von Le Défenseur des droits de l'enfant veröffentlichten Video, <https://www.youtube.com/shorts/DlgZjjqbDt4>, abgerufen am 9. September 2025.
- Zum Beispiel: Provinzjugendrat in Hennegau, <https://www.province.namur.be/index.php?rub=recherche&q=Conseil+Provincial+des+Jeunes>, abgerufen am 9. September 2025.
- Provinzialer Jugendrat in Luxemburg, <https://www.province.luxembourg.be/province-de-luxembourg/conseil-provincial-jeunes>, abgerufen am 9. September 2025.
- [Jugendrat Quiévrain](https://www.quievrain.be/ma-commune/vie-politique/conseil-communal-des-jeunes), <https://www.quievrain.be/ma-commune/vie-politique/conseil-communal-des-jeunes>, abgerufen am 9. September 2025.

- [Jugendrat Mons](https://www.mons.be/fr/vivre-a-mons/participation-citoyenne/conseils-consultatifs/conseil-communal-des-jeunes/conseil-communal-des-jeunes), <https://www.mons.be/fr/vivre-a-mons/participation-citoyenne/conseils-consultatifs/conseil-communal-des-jeunes/conseil-communal-des-jeunes>, abgerufen am 9. September 2025.
- [Jugendrat von Jurbise](https://www.jurbise.be/ma-commune/vie-politique/conseil-communal-des-jeunes), <https://www.jurbise.be/ma-commune/vie-politique/conseil-communal-des-jeunes>, abgerufen am 9. September 2025.

E. Jugendbereich in Frankreich

Junge Menschen im Alter von 15 bis 29 Jahren machen 16,4 % der französischen Bevölkerung aus (≈ 10,9 Millionen). Die Integration in Bildung und Beschäftigung ist jedoch nach wie vor ungleichmäßig. Rund 11 % der französischen Jugendlichen sind NEETs, wobei diese Zahl nahe am EU-Durchschnitt liegt. Die Jugendarbeitslosenquote (15–24) erreichte Ende 2024 18,7 % und war damit fast doppelt so hoch wie die Gesamtarbeitslosenquote.

Marginalisierte Gruppen sind besonders gefährdet. Im Jahr 2022 betraf der vorzeitige Schulabbruch 7,5 % der 18- bis 24-Jährigen. Dies hat häufig unsichere Arbeitsplätze oder langfristige Ausgrenzung zur Folge. Bei im Ausland geborenen Jugendlichen ist die Quote viel höher: Sie verlassen die Schule ohne Abschluss mehr als doppelt so häufig wie ihre im Inland geborenen Altersgenoss:innen. Auch junge Menschen mit Behinderungen sehen sich mit strukturellen Hindernissen beim Zugang zu Bildung und zum Arbeitsmarkt konfrontiert.

Kommunikation ist ein entscheidender Faktor für diese Ungleichheiten.

Untersuchungen des Nationalen Instituts für Jugend und Volksbildung (INJEP – Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire) zeigen, dass die Verwaltungssprache oft zu komplex ist und Hindernisse für junge Menschen mit geringer Lese- und Schreibkompetenz, Migrationsbiografie oder intellektuellen Schwierigkeiten schafft. Jugendorganisationen spielen daher eine wesentliche Rolle dabei, politische Maßnahmen und Dienstleistungen in verständliche und nutzbare Formate zu übersetzen.

Mehrere wichtige Organisationen strukturieren den französischen Jugendsektor:

- Das INJEP, das Nationale Observatorium für Jugend, erstellt Forschungsarbeiten und Statistiken.
- Das CIDJ (Centre d'Information et de Documentation Jeunesse) koordiniert ein Netzwerk regionaler (CRIJ – Centres régionaux d'information jeunesse) und

lokaler Jugendinformationsbüros (BIJ – Bureaux information jeunesse), die landesweit kostenlose Beratung anbieten.

- Die FAGE (Fédération des Associations Générales Étudiantes) vertritt Studentenvereinigungen und setzt sich für Chancengleichheit ein.
- Die MJC (Maisons des Jeunes et de la Culture) bieten lokale Kultur- und Bildungsaktivitäten an.
- Der COJ (Conseil d'Orientation des Politiques de Jeunesse) verbindet Jugendorganisationen und politische Entscheidungsträger.

Diese Organisationen veranschaulichen gemeinsam die Vielfalt des französischen Jugendökosystems. Anhaltende Herausforderungen wie Schulabbrüche, die Ausgrenzung von Jugendlichen mit Migrationsbiografie und eine unzugängliche Kommunikation unterstreichen jedoch die Bedeutung von Maßnahmen.



Quellen

- Bevölkerung nach Altersgruppen. (o. J.).

<https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TPS00010/default/table>, abgerufen am 19. September 2025.

- Eurostat (2024). Statistiken zu jungen Menschen, die weder in Arbeit noch in Ausbildung sind. Statistiken erklärt. (o. J.). [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics on young people neither in employment nor in education or training](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics_on_young_people_neither_in_employment_nor_in_education_or_training), abgerufen am 19. September 2025.

- Eurostat (2023). Schul- und Ausbildungsabbrecher. Statistiken erklärt. (o. J.). [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Early leavers from education and training](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Early_leavers_from_education_and_training), abgerufen am 19. September 2025.

- OECD (2024). Bildung auf einen Blick – Länderberichte Frankreich.
https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/09/education-at-a-glance-2024-country-notes_532eb29d/france_f7565e23/7deeac76-en.pdf,
abgerufen am 19. September 2025.
- Travail, santé et handicap – Emploi, chômage, revenus du travail | Insee. (o. J.).
<https://www.insee.fr/fr/statistiques/6453728?sommaire=6453776>, abgerufen am 19.
September 2025.
- INJEP. (5. August 2024). Les chiffres du service civique en 2023 – INJEP – Thomas
Venet, chargé d'études, INJEP. <https://injep.fr/publication/les-chiffres-du-service-civique-en-2023/>,
abgerufen am 19. September 2025.

Kommunikationsbarrieren

1. Die Rolle der Kommunikation bei der sozialen Inklusion

Im Kontext der Jugendarbeit ist Kommunikation von zentraler Bedeutung, um soziale Inklusion zu fördern. Für marginalisierte Jugendliche – wie Migrant:innen, Schulabbrecher:innen oder junge Menschen mit Behinderung – hängt der Zugang zu Dienstleistungen und Informationen oft davon ab, wie klar und inklusiv diese vermittelt werden. Wenn die Sprache zu technisch ist, die Formate unzugänglich sind oder die Botschaften kulturell losgelöst sind, werden junge Menschen nicht nur von Informationen, sondern auch von Möglichkeiten zur Teilhabe an der Gesellschaft ausgeschlossen.

Inklusive Kommunikation, die auf einfacher Sprache, universellem Design und partizipativen Methoden basiert, trägt direkt dazu bei, diese Barrieren zu beseitigen. Sie ermöglicht es, Dienstleistungen transparenter, zugänglicher und effektiver zu gestalten. Über die Klarheit hinaus berücksichtigt inklusive Kommunikation die Vielfalt der Bedürfnisse, Sprachen und Lernstile und nutzt verschiedene Formate (Text, Bildmaterial, Audio, digitale Tools), um ein breiteres Publikum zu erreichen.

Durch die Verwendung einer barrierefreien Sprache, strukturierter Layouts und alternativer Formate (wie leicht lesbare oder Audioversionen) können Organisationen sicherstellen, dass junge Menschen ihre Rechte verstehen, sich in den Dienstleistungen zurechtfinden und sich selbstbewusst engagieren. Kommunikation wird auch zu einem Raum für Partizipation, wenn junge Menschen an der gemeinsamen Gestaltung der für sie bestimmten Tools und Botschaften beteiligt sind. Auf diese Weise wandelt sich Kommunikation von einer technischen Fertigkeit zu einer sozialen Praxis, die Inklusion, Gerechtigkeit und Empowerment ermöglicht.



2. Barrieren – Einführung

Um die Kommunikationsbarrieren zu identifizieren, mit denen junge Menschen und Jugendbetreuer:innen konfrontiert sind, haben wir eine Reihe von Co-Diagnose-Workshops durchgeführt. Diese fanden in jedem Land der Partnerschaft (Frankreich, Belgien, Österreich, Italien und Spanien) statt. Über 75 Teilnehmerinnen und Teilnehmer teilten mit uns ihre Erfahrungen und Überlegungen zu den Kommunikationsherausforderungen, denen sie im gegenseitigen Kontakt begegnen. Es handelte sich um Personen im Alter von 15 Jahren und älter. Unter ihnen waren Schülerinnen und Schüler, marginalisierte Jugendliche, Jugendpädagoginnen und -pädagogen, Jugendtrainerinnen und -trainer, Lehrerinnen und Lehrer, Psychologinnen und Psychologen, Sozialarbeiterinnen und Sozialarbeiter sowie Fachkräfte im Jugendbereich. Wir möchten ihnen für ihre aktive Teilnahme, ihre Offenheit und ihre Aufrichtigkeit danken. Ihr Beitrag zu diesem Projekt ist von unschätzbarem Wert.

2.1. Hindernisse für junge Menschen

Junge, marginalisierte Menschen stehen vor zahlreichen Herausforderungen in der Kommunikation. Diese stehen in direktem Zusammenhang mit den Bedürfnissen, die wir während der Workshops ermittelt haben.

Herausforderungen:

- **Neue Sprache:** Für einige der marginalisierten Jugendlichen ist die Sprache des Landes, in dem sie derzeit leben, nicht ihre Muttersprache. Das Erlernen der

Grammatik, ihre Anwendung, das Lernen neuer Wörter, das Studieren und Schreiben in dieser Sprache stellen große Hindernisse dar.

- **Gespräche mit Muttersprachler:innen:** Wir haben beobachtet, dass Gespräche mit Muttersprachler:innen für junge Menschen eine größere Herausforderung darstellen als das Sprechen der Sprache selbst, beispielsweise im Sprachunterricht oder mit anderen Nicht-Muttersprachler:innen.
- **Charaktereigenschaften (von einem der Pädagogen hervorgehoben):** Schüchternheit, Introvertiertheit und ein Gefühl der Verlorenheit hindern junge Menschen oft daran, sich aktiv an Diskussionen und Aktivitäten zu beteiligen.

Bedürfnisse:

- **Angepasste Art zu sprechen:** langsam sprechen, bei Bedarf Wörter wiederholen, lauter sprechen, einfache Wörter verwenden, darauf achten, dass sie nicht verstehen, was jemand sagt, und ihnen anbieten, den Satz umzuformulieren. Eine Person schrieb, dass französische Muttersprachler, wenn sie etwas nicht verstehen, immer um eine Wiederholung bitten, anstatt zu versuchen, das Gesagte „richtig zu interpretieren“. Solche Untertreibungen führen zu Missverständnissen.

2.2. Hindernisse für Jugendbetreuer:innen

Jugendbetreuer:innen sind stark motiviert, effizient mit jungen, marginalisierten Menschen zu kommunizieren. Jahrelange Praxis und Beobachtungen helfen ihnen, Strategien zu entwickeln, um so viele Hindernisse wie möglich abzubauen. Dennoch stehen sie vor vielen Herausforderungen und haben Mühe, Wege zu finden, diese zu überwinden. Während des Co-Diagnose-Workshops wiesen sie auf mehrere Bereiche hin, in denen Verbesserungen möglich sind. Das ist ein sehr gutes Zeichen.

Jugendbetreuer:innen sind Menschen, die offen dafür sind, Neues zu lernen, um ihre Aufgabe zu erfüllen. Im Folgenden stellen wir die wichtigsten Herausforderungen, Strategien und Verbesserungsmöglichkeiten vor, die sich aus unseren Co-Diagnose-Workshops ergeben haben.

Herausforderungen:

- **Vielfalt der Zielgruppe:** Menschen mit unterschiedlichem Bildungsniveau, unterschiedlicher Herkunft, unterschiedlichem sozialen und kulturellen Hintergrund, manchmal mit Behinderungen.
- **Keine gemeinsame Sprache:** Es kommt vor, dass es innerhalb derselben Gruppe keine Sprache gibt, die alle sprechen.
- **Passives Zuhören:** Mangelndes Engagement in Gesprächen und Gruppenaktivitäten.
- **Räumliche Bedingungen:** Junge Menschen sind offener, aufnahmefähiger und entspannter, wenn die Aktivität (der Workshop) in einem offenen Raum oder im Freien stattfindet. Seminar- oder Gruppenräume führen zum gegenteiligen Ergebnis.

Strategien:

- **Körpersprache:** Gesten einsetzen, um das Verständnis zu unterstützen (z. B. eine Zahl, die du laut aussprichst, mit den Fingern zeigen), lächeln, von Angesicht zu Angesicht stehen, den Gesichtsausdruck der Person beobachten, um sicherzustellen, ob (und inwieweit) sie verstanden hat.
- **Emotionen:** Geduldig sein, wenn jemand etwas nicht versteht, keine Verärgerung zeigen, höflich und einfühlsam sein, sich des Stressniveaus und der Emotionen der Person bewusst sein, die Bedürfnisse der Person ernst nehmen.
- **Wortschatz:** Verwenden Sie eine einfache Sprache, sprechen Sie deutlich, langsam und verwenden Sie Infinitive.
- **Hilfsmittel:** Zeichnen, Dolmetscher:innen oder eine NGO um Hilfe bitten, Übersetzungstechnologie einsetzen, visuelle Hilfsmittel verwenden und kurze schriftliche Anweisungen geben.
- **Interessante Aktivitätsformate:** (moderierte) Diskussionen, kreative Aufgaben (z. B. Zeichnen), Rollenspiele, Geschichtenerzählen und Aktivitäten zum kulturellen Austausch, aktives Zuhören.

Verbesserungsmöglichkeiten:

- **Stärkung der Empathie:** Sensibilisierung der Jugendbetreuerinnen für den Einfluss von Marginalisierung und geringer Bildung auf die Emotionen und das Selbstvertrauen eines Menschen.

- **Vereinfachung der Kommunikation:** Jugendpädagog:innen wiesen auf den Mangel an vereinfachter Sprache in Materialien und Informationen hin. Einer von ihnen sagte [Originalschreibweise]: Wir müssen aufhören, Flyer zu verwenden, die wie kleine Rechtsdokumente wirken. Sie möchten auch häufiger visuelle Inhalte verwenden und digitale Kommunikationsfähigkeiten entwickeln.
- **Verwendung einer einfachen Sprache:** Die Fähigkeit, Texte in einfacher Sprache zu (um)schreiben und die Regeln der einfachen Sprache im Alltag (gesprochene Sprache) anzuwenden, sind Fähigkeiten, die Jugendbetreuer:innen verbessern möchten.

2.3. Wichtigste Kommunikationsformate

Während der Aktivität A1 führte das Konsortium eine strukturierte Bewertung von 32 Vermittlungsinstrumenten durch, die von jugendorientierten Organisationen in den Partnerländern verwendet werden. Die Analyse identifizierte fünf Hauptkommunikationsformate und hob wichtige thematische Schwerpunkte hervor, die für den Jugendbereich relevant sind.

Identifizierte Kommunikationsformate

1. **Websites (10 Einträge)**

Es ist das am häufigsten verwendete Format, das typischerweise von institutionellen Einrichtungen oder großen Organisationen genutzt wird. Websites dienen oft als Informationszentren, unterscheiden sich jedoch in ihrer Übersichtlichkeit und Zugänglichkeit. Während die meisten strukturierte Layouts verwenden, bieten nur wenige alternative Formate wie Audio- oder leicht lesbare Versionen an.

2. **Broschüren (8 Einträge)**

Broschüren werden häufig für programmspezifische Kommunikation verwendet und bieten prägnante Informationen, enthalten jedoch manchmal zu viel Text oder keine visuelle Unterstützung. Sie liegen oft in physischer Form vor, werden aber auch digital verbreitet.

3. **Social-Media-Profile (5 Einträge)**

Plattformen wie Facebook, Instagram oder LinkedIn werden für Echtzeit-Updates und die Interaktion mit Followern genutzt. Sie sind effektiv für die Öffentlichkeitsarbeit, aber uneinheitlich in Bezug auf die Klarheit und

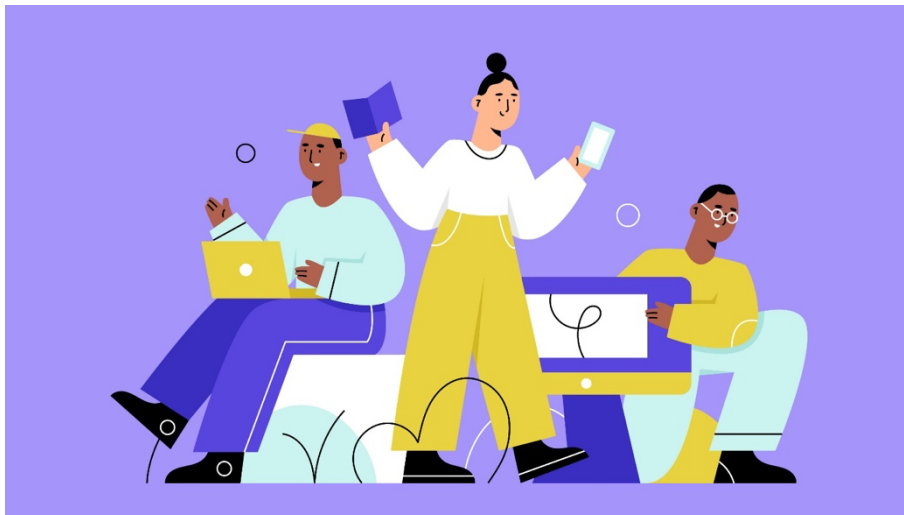
Zugänglichkeit der Botschaften, insbesondere für Zielgruppen mit intellektuellen oder sensorischen Einschränkungen.

4. Newsletter (5 Einträge)

Obwohl sie im Allgemeinen klar strukturiert waren, wurden sie selten übersetzt oder in barrierefreie Formate umgewandelt. Die visuelle Hierarchie und die Klarheit der Botschaften variierten je nach Medium.

5. Poster (4 Einträge)

Sie werden zur Werbung für bestimmte Veranstaltungen oder Dienstleistungen verwendet. Die Poster waren in der Regel visuell ansprechend, erzielten jedoch geringere Punktzahlen hinsichtlich der Klarheit der Inhalte und enthielten selten mehrsprachige oder inklusive Designmerkmale.



Identifizierte Schlüsselthemen

- **Berufsberatung und Karriereberatung:** Mehrere Tools konzentrierten sich auf berufliche Unterstützung, Arbeitsbereitschaft oder Ausbildungswege.
- **Kulturelle Teilhabe und bürgerschaftliches Engagement:** Zu finden in Tools von Kulturzentren und öffentlichen Einrichtungen, die Jugendaktivitäten, Workshops und Teilhabe fördern.
- **Psychische Gesundheit und Wohlbefinden:** Obwohl dies nicht im Mittelpunkt eines einzelnen Tools stand, befassten sich einige Ressourcen indirekt mit Inklusion, emotionaler Unterstützung oder Vertrauensbildung.
- **Barrierefreiheit und Inklusion:** Nur wenige Tools erzielten hohe Punktzahlen in Bezug auf das Angebot alternativer Formate (Braille, Audio, leicht lesbare Formate), was auf einen erheblichen Verbesserungsbedarf hinweist.

Allgemeine Beobachtungen aus der Bewertung

- Die meisten Tools verwendeten ein einfaches Vokabular (durchschnittliche Bewertung: 3–4 von 5), allerdings fehlten oft Übersetzungen, Audio-Unterstützung oder interaktive Elemente.
- Strukturierter Text und ein übersichtliches Layout wurden im Allgemeinen gut umgesetzt. Nur eine Minderheit der Tools verwendete jedoch Piktogramme, Schritt-für-Schritt-Anleitungen oder sensorisch freundliche Designs.
- Es gibt eine bemerkenswerte Lücke bei der Verwendung inklusiver Formate, insbesondere für Nutzer:innen mit Behinderungen oder geringer Lese- und Schreibkompetenz.

Diese Ergebnisse unterstreichen, wie wichtig es ist, sowohl die Klarheit der Inhalte als auch die Formatvielfalt in der Jugendkommunikation zu verbessern. Obwohl Websites dominieren, ist die Integration von barrierefreien, mehrsprachigen und interaktiven Elementen in allen Formaten für die Förderung der Inklusion unerlässlich.

Bewährte Verfahren

1 Italien

Art des Kommunikationsinstruments	Mehrsprachige Publikation in Standard-, leicht lesbarer und Braille-Form
Wer? (Name der Organisation)	Sciara Progetti A.P.S. - E.T.S. in Zusammenarbeit mit den Partnern des Projekts „DIS-Abilities“ (finanziert im Rahmen von Erasmus+ KA220)
Wo? (Land, Stadt)	Italien, Frankreich, Spanien, Griechenland
Zielgruppe (an wen richten sich ihre Mitteilungen, Dienstleistungen und/oder Veranstaltungen)	Jugendbetreuer:innen, Pädagogen:innen und Menschen mit intellektuellen oder visuellen Behinderungen
Wann wurde das Kommunikationsinstrument eingeführt? Wie lange wird es bereits eingesetzt?	Entwickelt und veröffentlicht im Jahr 2024 im Rahmen des Erasmus+-Projekts „DIS-Abilities“ https://disabilitiesproject.eu/

Warum ist es erfolgreich?	<p>Diese Publikation zeichnet sich durch ihre umfassende Inklusivität aus. Sie wurde in fünf Sprachen (Englisch, Französisch, Spanisch, Italienisch und Griechisch) erstellt und in jeder Sprache sowohl in leicht lesbarer Form als auch in Brailleschrift adaptiert. Dieser multiformatige Ansatz gewährleistet die Zugänglichkeit über sprachliche, kognitive und sensorische Barrieren hinweg und ermöglicht es einem breiten Spektrum von Nutzer:innen, von den Inhalten zu profitieren. Durch die Integration universeller Designprinzipien und die Investition in barrierefreies Publizieren zeigt das Tool, wie inklusive und skalierbare Kommunikation aussehen kann.</p>
---------------------------	--

2 Spanien

Art des Kommunikationsinstruments	WhatsApp-Gruppe und -Kanal
Wer? (Name der Organisation)	PLIS
Wo? (Land, Stadt)	Fuengirola, Spanien
Zielgruppe (an wen richten sich ihre Mitteilungen, Dienstleistungen und/oder Veranstaltungen)	Follower des Kanals und der Community – alle Gruppen, die mit PLIS in Verbindung stehen

<p>Wann wurde das Kommunikationsinstrument eingeführt?</p> <p>Wie lange funktioniert es bereits?</p>	<p>Vor einem Jahr</p>
<p>Warum ist es erfolgreich?</p>	<p>Wir verwalten zwei Arten der Kommunikation: Eine erfolgt über unseren Kanal, dem 350 Personen folgen, die jedoch nicht unbedingt an Aktivitäten teilnehmen. Die andere erfolgt über unsere WhatsApp-Community, in der etwa 300 Mitglieder aktiver mitwirken. Um beide Gruppen zu motivieren, teilen wir zwei Versionen derselben Updates, die auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnitten sind. Dieser Ansatz hat sich als effektiver erwiesen, da so sichergestellt ist, dass jeder die Informationen auf die Weise erhält, die seinem Engagement am besten entspricht.</p>

3. Österreich

<p>Art des Kommunikationsinstruments</p>	<p>Reflexions- und Handlungsinstrument: Vier plus eins.</p> <p>Dieses Instrument ist eine Methode aus der personenzentrierten Arbeit.</p> <p>Es hilft allen, aus früheren Aktivitäten und Bemühungen zu lernen.</p> <p>Diese Lernerfahrungen können zu einer neuen Sichtweise auf Situationen führen und dabei</p>
--	--

	helfen, neue Wege zu beschreiten und vor auszuplanen.
Wer? (Name der Organisation)	LebensGroß betrachtet den personenzentrierten Ansatz seiner Dienstleistungen als Grundlage für eine individuelle und maßgeschneiderte Unterstützung. Der Fokus liegt auf Stärken und Fähigkeiten, dem persönlichen Willen und den in der Umgebung verfügbaren Ressourcen (Unterstützungsnetzwerke). Ziel ist es, die Lebensqualität und die Teilhabe an der Gesellschaft zu verbessern.
Wo? (Land, Stadt)	Graz, Österreich
Zielgruppe (an wen richten sich ihre Mitteilungen, Dienstleistungen und/oder Veranstaltungen)	Mitarbeiter:innen, Pädagog:innen und Menschen mit Behinderungen, Lernschwierigkeiten und Benachteiligungen.
Wann wurde das Kommunikationsinstrument eingeführt? Wie lange wird es bereits eingesetzt?	Das personenzentrierte Arbeiten wird seit etwa 2014 innerhalb der Organisation angewendet und weiterentwickelt.
Warum ist es erfolgreich?	Diese Methode ist erfolgreich, weil es wichtig ist, regelmäßig zu diskutieren, was wir ausprobiert haben, was wir gelernt haben, womit wir zufrieden sind und was uns beschäftigt, sowie die nächsten Schritte zu besprechen. Es handelt sich um eine einfache Methode zur gemeinsamen Bewertung einer Situation. Alle Teilnehmer beantworten gemeinsam vier Fragen und planen anschließend anhand der fünften

	<p>Frage die nächsten Schritte.</p> <p>Die fünf Fragen lauten:</p> <p>Was haben wir ausprobiert?</p> <p>Was haben wir gelernt?</p> <p>Womit waren wir zufrieden?</p> <p>Was hat uns Sorgen bereitet?</p> <p>Basierend auf dem, was wir wissen: Was ist der nächste Schritt?</p> <p>Die Ergebnisse werden auf einem Poster oder Arbeitsblatt festgehalten. Die Methode sorgt für Struktur und erleichtert die Diskussion. Sie kann für die Arbeit in der Familie, für Einzelarbeit und für Teambesprechungen verwendet werden.</p>
--	---

3. Belgien

Art des Kommunikationsinstruments	„ <u>pour être lu</u> “ [„Geschrieben, um gelesen zu werden“] und Amesure
Wer? (Name der Organisation)	<ul style="list-style-type: none"> Ministère de la Communauté française de Belgique, Service de la langue française [Ministerium der Französischen Gemeinschaft Belgiens, Dienststelle für die französische Sprache]. Ministère fédéral de la Fonction publique. Service d'information [Bundesministerium für den öffentlichen Dienst. Informationsdienst]. Centre de traitement automatique du langage (CENTAL) [Zentrum für automatische Sprachverarbeitung] der Université catholique de Louvain [Katholische Universität Löwen].
Wo? (Land, Stadt)	Provinz Wallonien, Belgien
Zielgruppe (an wen richten sich ihre Mitteilungen, Dienstleistungen und/oder Veranstaltungen)	Die in dieser Fallstudie vorgestellten Kommunikationsinstrumente wurden für Verwaltungsangestellte entwickelt, die Verwaltungstexte für Einwohner:innen der Region Wallonien erstellen.

<p>Wann wurde das Kommunikationsinstrument eingeführt?</p> <p>Wie lange wird es bereits eingesetzt?</p>	<p>Die erste Version des Handbuchs „<u>pour être lu</u> ” wurde 1998 veröffentlicht. Leider konnten wir das Datum der Neuauflage, auf die wir in dieser Fallstudie verweisen, nicht herausfinden.</p> <p>Das <u>Amesure</u>-Tool wurde zwischen 2012 und 2017 entwickelt.</p>
<p>Warum ist es erfolgreich?</p>	<p>Wir wissen, dass es sich hierbei nicht um klassische „Kommunikationsinstrumente” wie ein Social-Media-Profil oder eine Website handelt.</p> <p>Dieses Tool verbindet Theorie und Praxis im Alltag. Die Behörden haben eine Publikation mit Leitlinien für Verwaltungsangestellte erstellt, in der die Theorie der Erstellung eines Verwaltungstextes in einfacher Sprache vorgestellt wird. Möglicherweise gab es auch Schulungen. Das wissen wir nicht.</p> <p>Brillant ist hier die Entwicklung eines automatischen Überprüfungsinstruments. Damit kann jede/r überprüfen, ob und inwieweit ihre/seine Verwaltungstexte für die Lesenden verständlich sind.</p> <p>Dies ist eine einzigartige Kombination aus theoretischer Grundlage und praktischem Überprüfungsinstrument.</p>

4. Frankreich

Art des Kommunikationsinstruments	Digitale Plattform + Service-Informationsportal: „Youth Compass“ („Boussole des Jeunes“)
Wer? (Name der Organisation)	Das französische Ministerium für nationale Bildung und Jugend / Netzwerk „Information Jeunesse“.
Wo? (Land, Stadt)	Frankreich (national, mit lokalen/regionalen Zweigstellen)
Zielgruppe (an die sich ihre Mitteilungen, Dienste und/oder Veranstaltungen richten)	Junge Menschen im Alter von 16 bis 30 Jahren, insbesondere diejenigen, die mit ihren Rechten nicht vertraut sind, marginalisierte Jugendliche sowie Jugendliche, die möglicherweise keinen einfachen Zugang zu formellen Informationskanälen haben. Ebenfalls angesprochen werden sollen erwachsene Fachkräfte, die mit diesen Jugendlichen arbeiten.
Wann wurde das Kommunikationsinstrument eingeführt? Wie lange funktioniert es bereits?	Dieser Dienst existiert seit 2017 und wurde seitdem kontinuierlich verbessert. Derzeit ist Compass in rund 63 Départements (Landkreisen) in acht Bereichen (Beschäftigung, Ausbildung, Wohnen, Gesundheit und internationale Mobilität, Sport/Freizeit/Kultur, soziales Engagement/Aktivismus und Alltag) tätig und strebt eine jährliche Ausweitung auf neue geografische Gebiete und neue Schwerpunktbereiche an.
Warum ist es erfolgreich?	Boussole des Jeunes dient als Plattform für die Kartierung und Vermittlung von Dienstleistungen: Es verbindet junge Menschen mit den

	<p>Dienstleistungen, die sie benötigen, erklärt Rechte und Verfahren in verständlicher Sprache und hilft ihnen, lokale Fachleute zu finden.</p> <p>Es verringert die Kluft, die durch komplexe oder schwer auffindbare Informationen entsteht. Da es digital und kostenlos ist, eine verständliche Sprache verwendet (leicht verständliche Sprache und Verwendung des direkten „tu“ im Französischen, anstelle des formelleren „vous“)</p> <p>und lokale/regionale Strukturen miteinander verbindet, erreicht es auch Jugendliche, die sonst möglicherweise ausgeschlossen wären.</p> <p>Sie ist erfolgreich, weil sie Klarheit, Sichtbarkeit und praktische Hilfe an einem Ort vereint.</p>
--	--

Einführung in Tools und Ansätze

1. Barrierefreiheit vs. Inklusion

Im europäischen Jugendbereich **sind Barrierefreiheit und Inklusion eng miteinander verbundene, aber unterschiedliche Konzepte.**

Barrierefreiheit bezieht sich auf die Beseitigung von physischen, digitalen oder informativen Barrieren, damit junge Menschen mit Behinderungen oder anderen Benachteiligungen gleichberechtigten Zugang zu Räumen, Dienstleistungen und Ressourcen haben.

Inklusion geht jedoch noch weiter: Es geht darum, aktiv Umgebungen zu schaffen, in denen alle jungen Menschen, unabhängig von ihren Fähigkeiten, ihrem Hintergrund oder ihrem Status, teilhaben, sich wertgeschätzt fühlen und Entscheidungen beeinflussen können.

Die europäischen Rahmenwerke spiegeln diese Unterscheidung wider. Die von der EU und ihren Mitgliedstaaten ratifizierte Konvention der Vereinten Nationen über die Rechte von Menschen mit Behinderungen (2006) hat Barrierefreiheit als gesetzliche Verpflichtung festgelegt. Dieser Grundsatz wurde durch den Europäischen Rechtsakt zur Barrierefreiheit (2019) bekräftigt, der die Mitgliedstaaten verpflichtet, die Barrierefreiheitsstandards für Produkte und Dienstleistungen, einschließlich Informations- und Kommunikationstechnologien, zu harmonisieren. Diese Maßnahmen **haben den Zugang zu Bildung, Kultur und digitalen Tools in ganz Europa verbessert.** Wie viele Jugendorganisationen jedoch beobachten, garantiert Barrierefreiheit allein noch keine sinnvolle Teilhabe.

Inklusion ist ein umfassenderes, proaktiveres Konzept. In der **EU-Jugendstrategie 2019–2027** werden Inklusion und Vielfalt als zentrale Prioritäten genannt und die Notwendigkeit betont, marginalisierte Gruppen wie Schulabbrecher_innen, Personen mit Migrationsbiografie, junge Menschen mit Behinderungen sowie junge Menschen aus benachteiligten sozioökonomischen Verhältnissen zu stärken. Ein Jugendzentrum kann die Standards für Barrierefreiheit beispielsweise durch eine Rampe oder eine barrierefreie Website erfüllen. Inklusion erfordert jedoch die Anpassung von

Programmen, Sprache und Kommunikation, damit diese jungen Menschen sich nicht nur anwesend, sondern auch engagiert und vertreten fühlen.

In der Praxis ist **Barrierefreiheit häufig der Ausgangspunkt, Inklusion hingegen das Ziel**. Dies ist insbesondere in der Kommunikation von Bedeutung: Die technische Anpassung einer Website an die Barrierefreiheitsrichtlinien gewährleistet den Zugang, doch erst die Verwendung einer einfachen Sprache gewährleistet das Verständnis. Ebenso sind das Angebot von Informationen in mehreren Sprachen, die gemeinsame Gestaltung von Aktivitäten mit jungen Menschen oder die Integration digitaler Tools, die sich an unterschiedliche Bildungsniveaus anpassen, inklusive Praktiken, die über die reine Einhaltung von Vorschriften hinausgehen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass **Barrierefreiheit die Tür öffnet und Inklusion dafür sorgt, dass junge Menschen sich willkommen und anerkannt fühlen** und einen Beitrag leisten können. Europäische Jugendorganisationen müssen daher beide Prinzipien integrieren, wenn sie gerechte, nachhaltige und partizipative Dienste für künftige Generationen aufbauen wollen.

Quellen

- Vereinte Nationen (2006). Übereinkommen über die Rechte von Menschen mit Behinderungen.
- Europäische Union (2019). Europäischer Rechtsakt zur Barrierefreiheit.
- Europäische Kommission (2018). EU-Jugendstrategie 2019–2027.
- Europarat (2022). Strategie für den Jugendbereich 2030: Inklusion und Vielfalt.

2. Inklusives Design

• Wie hat alles begonnen?

Gehen wir zurück in die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts. Menschen mit Behinderungen beginnen, für ihre Rechte zu kämpfen. Sehr langsam und Schritt für Schritt erkennt die „nicht behinderte“ Gesellschaft Menschen mit Behinderungen als vollwertige Mitglieder der Gesellschaft an. Auf dieser Grundlage entstand die Idee des Universal Designs. Dieser Begriff bezieht sich in erster Linie auf Architektur und Produkte. Der Ansatz des universellen Designs versucht, einen goldenen Mittelweg zu finden – eine Lösung, die für alle, Menschen mit und ohne Behinderungen, am besten

geeignet ist. Die digitale Revolution und ihre vielfältigen Anpassungsmöglichkeiten haben zu einem Konzept des inklusiven Designs geführt.

• Was ist inklusives Design?

Es geht darum, seine Zielgruppe, ihre Bedürfnisse und ihre Vielfalt zu kennen. Dieser Ansatz bietet uns allen eine neue, frische Herangehensweise. Seine drei Hauptbotschaften lauten:

- Wir müssen die polarisierende Trennung zwischen Menschen mit und ohne Behinderung überwinden.
- Es ist notwendig, die vielfältigen Bedürfnisse einer Gruppe zu erkennen.
- Wir müssen das Produkt oder die Dienstleistung an diese Bedürfnisse anpassen.

Diese Fallstudie soll zur Klärung beitragen. Betrachten wir die kürzlich vorgestellte Kollektion adaptiver Kleidung eines weltweit bekannten Bekleidungsunternehmens genauer. Die Blusen, T-Shirts, Hosen und Unterwäsche verfügen beispielsweise über Magnetreißverschlüsse und Druckknöpfe, die den Zugang zu Schläuchen, Stoma oder Kathetern ermöglichen.

• Warum ist das wichtig?

Inklusives Design hilft dabei, die vielfältigen Bedürfnisse einer bestimmten Gruppe zu erkennen. Auch wenn man Erfahrung in einem bestimmten Bereich hat, gibt es immer etwas zu lernen.

Stellen wir uns beispielsweise vor, dass Sie plötzlich feststellen, dass eine neue Gruppe von Menschen ein bestimmtes Produkt oder eine bestimmte Dienstleistung nutzen könnte. Um mehr Kund:innen zu erreichen, sind nur einige Anpassungen erforderlich.

• Warum ist inklusives Design in der Kommunikation mit marginalisierten Jugendlichen wichtig?

Inklusives Design in der Kommunikation bedeutet, Inhalte zu erstellen, die für eine möglichst breite Gruppe von Menschen leicht verständlich und navigierbar sind, unabhängig von ihrem kulturellen oder sprachlichen Hintergrund sowie ihrem Alter, Geschlecht und ihren Fähigkeiten.

Denken Sie einen Moment darüber nach. Was sind die Gründe für die Ausgrenzung junger Menschen? Mögliche Gründe sind beispielsweise geringe Lese- und Schreibkenntnisse, der soziale oder kulturelle Hintergrund, ein anderes Herkunftsland, Lernstörungen oder Behinderungen. Wenn Sie sich an ihre Bedürfnisse anpassen, verschaffen Sie sich Gehör bei ihnen. Für sie ist das ein Zeichen, dass sie nicht unsichtbar sind. Sie werden wahrgenommen und sind willkommen, Ihr Produkt zu nutzen oder Ihre Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen. Wenn sie willkommen sind, machen sie mit. Und wenn sie sich beteiligen, sind wir auf dem richtigen Weg zur Gleichberechtigung.



- **Vielfältige Zielgruppe, vielfältiges Team**

Zunächst ist es wichtig, die Zielgruppe und ihre Vielfalt zu kennen. Sich ihrer Bedürfnisse, Stärken und Grenzen bewusst zu sein, ist entscheidend, um Dienstleistungen oder Produkte an ihre Erwartungen anzupassen. Aber werden Sie das allein schaffen? Wahrscheinlich nicht. Denken Sie einen Moment darüber nach, wen Sie in Ihr Team einladen werden. Die Vertreter:innen der Zielgruppe sollten als Expert:innen mitwirken. Sie werden auf eine Weise zum Design- bzw. Kreativprozess beitragen, die Sie sich nie vorstellen könnten. Sie werden auf Dinge und Probleme achten, an die sonst niemand denken würde. Sie werden die Komplexität und Vielfalt ihrer eigenen Gruppe aufzeigen. Ein sehr einfaches, klassisches Beispiel: Bedeutet eine Sehbehinderung, dass man nur Dunkelheit sieht? Zahlreiche Videos beweisen, dass dies nicht stimmt.

Ressourcen

- Crip Camp: A Disability Revolution erzählt die Geschichte dieser Bewegung in den USA.
- Website des Unternehmens Primark, <https://corporate.primark.com/en-gb/a/news/corporate-news/adaptive-fashion-hits-the-high-street-as-primark-launches-first-men-and-womens-range-with-victoria-jenkins>, abgerufen am 9. September 2025.
- Ein Video in englischer Sprache, das verschiedene Arten von Sehbehinderungen zeigt, <https://www.youtube.com/shorts/plsLO6D3r1g>, abgerufen am 10. September 2025.

3. Nachhaltige und umweltfreundliche Kommunikation

Der Begriff „nachhaltige und umweltfreundliche Kommunikation“ beschreibt Kommunikationspraktiken, die ökologisch verantwortungsbewusst und langfristig sozial nachhaltig sind. Dabei geht es um mehr als nur die Art der Kommunikation: Im Mittelpunkt stehen auch der Inhalt, die dahinterstehende Haltung und die Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt.

• Nachhaltige Kommunikation

Dies bezieht sich auf eine Form des Austauschs, die langfristig wirksam, ethisch akzeptabel sowie sozial verantwortlich ist. Ziel ist es, Vertrauen aufzubauen, Dialoge auf Augenhöhe zu führen und Transparenz zu schaffen. Menschen werden aktiv in Prozesse einbezogen, wodurch ihre Beteiligung ermöglicht und gefördert wird. Schlüsselthemen der nachhaltigen Kommunikation sind unter anderem soziale Gerechtigkeit, Bildung, Vielfalt, Inklusion sowie Umwelt- und Klimaschutz. Diese Form der Kommunikation ist wertebasiert: Sie spiegelt nicht nur wider, was gesagt wird, sondern auch wie und warum.

• Umweltfreundliche Kommunikation

Umweltfreundliche Kommunikation konzentriert sich auf den ökologischen Fußabdruck. Es werden Strategien angewendet, die darauf abzielen, natürliche Ressourcen zu schonen und die Umweltbelastung zu reduzieren. Beispiele hierfür sind die bewusste Vermeidung von Druckerzeugnissen zugunsten digitaler Medien, papierlose Arbeitsmethoden, die Verwendung nachhaltiger Werbematerialien, die Vermeidung von Einwegflyern und der Einsatz energieeffizienter Technologien. Auch die Reduzierung von Geschäftsreisen durch virtuelle Meetings fällt unter umweltfreundliche Kommunikationspraktiken.

- **Die Verbindung: nachhaltig und umweltfreundlich kommunizieren.**

Die Kombination beider Ansätze ergibt eine ganzheitliche Kommunikationsstrategie, die sowohl inhaltlich als auch formal bewusst gestaltet ist. Nachhaltige und umweltfreundliche Kommunikation berücksichtigt nicht nur, was kommuniziert wird, sondern auch wie, mit welchen Mitteln und mit welchen Konsequenzen. Es geht darum, Kommunikation als Instrument für sozialen Wandel zu verstehen – verantwortungsbewusst, reflektiert und ressourceneffizient. Unternehmen, Organisationen und Einzelpersonen können so einen aktiven Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz leisten, soziale Verantwortung übernehmen und durch authentische und transparente Kommunikation das Vertrauen ihrer Zielgruppe gewinnen.

Das digitale Zeitalter bietet viele Möglichkeiten, diese Prinzipien umzusetzen. Es erfordert jedoch auch ein Umdenken und eine kritische Auseinandersetzung mit bestehenden Kommunikationsstrukturen. Nachhaltige und umweltfreundliche Kommunikation ist kein kurzfristiger Trend, sondern ein zukunftsweisender Ansatz, der zunehmend an Bedeutung gewinnt.

4. Einfache Sprache

Einfache Sprache ist nicht nur ein Schreibstil oder eine Art der Kommunikation, sondern auch **eine Frage der Fairness**. Wenn junge Menschen die Informationen, die sie erhalten, leicht verstehen können, können sie Entscheidungen treffen, an Aktivitäten teilnehmen, sich zugehörig fühlen und in ihren Gemeinschaften etwas bewirken. Für Menschen, die mit Hindernissen wie geringer Lese- und Schreibkompetenz, Migrationbiografie oder Lernschwierigkeiten konfrontiert sind, ist klare Kommunikation oft der erste Schritt zur Inklusion. **Aber sie kommt auch allen zugute:** Selbst hochgebildete Leser:innen bevorzugen Botschaften, die schnell zu verstehen und leicht umzusetzen sind.

Das Prinzip der einfachen Sprache ist mittlerweile international anerkannt.

Die Norm ISO 24495-1:2023 für einfache Sprache definiert vier wichtige Ergebnisse:

1. Die Zielgruppe findet, was sie braucht.
2. Es kann die Informationen verstehen.
3. Es kann die Informationen nutzen.
4. Es kann seine Ziele erreichen.



Diese Ergebnisse werden durch die Arbeit **auf drei Ebenen** erreicht:

- **Struktur:** Ordnen Sie den Inhalt logisch, wobei die wichtigsten Informationen an erster Stelle stehen sollten („Frontloading“). Verwenden Sie Überschriften, Listen und kurze Abschnitte, um den Leser zu führen.
- **Sprache:** Verwenden Sie gängige Wörter, aktive Formulierungen und kurze Sätze. Vermeiden Sie Fachjargon, doppelte Verneinungen oder abstrakte Formulierungen.
- **Design:** Unterstützen Sie den Text mit gut lesbaren Schriftarten, klarem Kontrast und visuellen Elementen wie Symbolen oder Infografiken. Achten Sie auf digitalen Plattformen darauf, dass die Inhalte übersichtlich und für Mobilgeräte geeignet sind.

Die Vorteile gehen über die Barrierefreiheit hinaus. Im öffentlichen Dienst reduzieren Texte in einfacher Sprache Fehler und beschleunigen Prozesse. Im Gesundheitswesen

machen Patienten, die Anweisungen in einfacher Sprache erhalten, weniger Fehler bei der Einnahme von Medikamenten. Im Bildungswesen engagieren sich Lernende stärker, wenn die Lernmaterialien klar verständlich sind. Das Gleiche gilt für die Jugendarbeit: Wenn Einladungen, Formulare oder Programmbeschreibungen klar verständlich sind, nehmen mehr junge Menschen teil und weniger brechen ab.

Stellen Sie sich einen jungen Menschen mit Lernschwierigkeiten vor, der eine Ankündigung zu einem Jugendprogramm erhält. Wenn diese in bürokratischer Sprache verfasst ist, gibt er möglicherweise auf, bevor er überhaupt eine Frage gestellt hat. Wenn dieselbe Nachricht hingegen in einfacher Sprache verfasst ist, also einen direkten Titel, eine einfache Erklärung zu „Was, Wann und Wie“ sowie einen visuellen Hinweis enthält, weiß der junge Mensch sofort, dass das Angebot für ihn bestimmt ist. **Klarheit verwandelt eine potenzielle Barriere in eine Einladung.**

Einfache Sprache unterscheidet sich von „leicht lesbarer Sprache“. Leicht lesbare Formate folgen strengen Regeln, um Menschen mit intellektuellen Behinderungen zu unterstützen. **Einfache Sprache schafft hingegen einen breiteren Rahmen, der komplexe Ideen intakt hält, sie aber für ein allgemeines Publikum verständlich macht.** Diese Flexibilität macht sie besonders leistungsfähig in vielfältigen und mehrsprachigen Kontexten.

Einfache Sprache lässt sich auch messen. Lesbarkeits-Tools wie Flesch Reading Ease oder LIX können eine erste Bewertung der Textkomplexität liefern, während Nutzer:innen-tests mit echten Teilnehmenden direktes Feedback darüber geben, ob Botschaften funktionieren. Diese Methoden ermöglichen es Organisationen, von der Absicht zur Evidenz überzugehen und sicherzustellen, dass Kommunikation nicht nur gut gemeint, sondern auch effektiv ist.

Kurz gesagt, **bei einfacher Sprache geht es nicht darum, Ideen zu vereinfachen, sondern darum, das Recht auf Verständnis zu respektieren.** Durch die Kombination von Struktur, zugänglicher Formulierung und durchdachtem Design schaffen Jugendbetreuer:innen und Organisationen fairere Bedingungen für die Teilhabe. Klarheit ist nicht nur ein Stil, sondern ein Weg zu Gerechtigkeit, Vertrauen und Inklusion.

Zehn Empfehlungen

1. Beginnen Sie mit einer Kommunikationsüberprüfung

Bewerten Sie Ihre Websites, Flyer und Social-Media-Beiträge. Fragen Sie sich: Wer wird durch unsere derzeitige Kommunikation ausgeschlossen? Beziehen Sie junge Menschen in diesen Prozess ein, um unterschiedliche Perspektiven zu erfassen.

2. Priorisieren Sie eine einfache Sprache

Verwenden Sie kurze Sätze, vertrautes Vokabular und eine klare Struktur. Vermeiden Sie Fachjargon oder erklären Sie ihn, wenn nötig. Eine einfache Sprache stellt sicher, dass alle jungen Menschen die Informationen verstehen und entsprechend handeln können.

3. Erreichen Sie junge Menschen dort, wo sie sich aufhalten

Passen Sie die Kommunikationskanäle an Ihre Zielgruppen an. Websites sind zwar nach wie vor nützlich, aber junge Menschen nutzen eher soziale Medien oder Messaging-Apps. Achten Sie auf Konsistenz über alle Plattformen hinweg.

4. Kombinieren Sie Text und Bilder

Unterstützen Sie schriftliche Informationen mit Bildern, Symbolen oder Infografiken. Verwenden Sie inklusive Bilder, die Vielfalt widerspiegeln, und bieten Sie alternative Texte für Barrierefreiheit an.

5. Testen Sie mit Nutzer:innen

Teilen Sie die Materialien vor der Veröffentlichung mit kleinen Gruppen junger Menschen. Ihr Feedback zur Verständlichkeit und Relevanz hilft Ihnen dabei, Ihren Ansatz zu verfeinern.

6. Unterstützen Sie mehrsprachige Zielgruppen

In mehrsprachigen Kontexten sollten Sie wichtige Informationen in den Sprachen bereitstellen, die in Ihrer Gemeinschaft gesprochen werden. Passen Sie die Ressourcen an die unterschiedlichen Zielgruppen an, die aus welchen Gründen auch immer die Landessprache nicht sprechen, sowie an die unterschiedlichen Bildungsniveaus.

7. Integrieren Sie Barrierefreiheit von Anfang an

Wenden Sie digitale Barrierefreiheitsstandards wie die Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) an: Achten Sie auf hohen Kontrast, skalierbaren Text, Untertitel und einfache Navigation.

8. Bauen Sie die Kapazitäten Ihrer Mitarbeiter aus

Bieten Sie regelmäßige Schulungen für Mitarbeiter:innen und Freiwillige zu klarem Schreiben, interkultureller Kommunikation und digitaler Barrierefreiheit an. Die Fähigkeiten sollten aufgefrischt und intern weitergegeben werden.

9. Stärken Sie Partnerschaften

Arbeiten Sie mit Schulen, Bibliotheken, Kulturzentren und lokalen Behörden zusammen, um die Reichweite zu vergrößern. Arbeiten Sie mit Fachkräften für Alphabetisierung oder Behinderung zusammen, um fachkundige Unterstützung zu erhalten.

10. Überwachen und verbessern

Nutzen Sie Analysen, Umfragen oder Anwesenheitsdaten, um zu verfolgen, wie junge Menschen mit Ihrer Kommunikation interagieren. Passen Sie Ihre Strategien regelmäßig an, um auf ihre sich wandelnden Bedürfnisse zu reagieren.

Fazit und Referenzen

„That’s Clear“ zeigt, dass **Inklusion bei unserer Sprache beginnt**. Die Botschaft ist in allen Partnerländern einheitlich: Kommunikation entscheidet darüber, ob junge Menschen Angebote und Dienstleistungen finden, verstehen und nutzen können, um ihre Ziele zu erreichen. Das Projekt zielt daher darauf ab, diese Lücke zu schließen, indem es systematisch eine einfache Sprache und inklusives Design in die tägliche Jugendarbeit integriert.

Das Projekt befasst sich somit mit einer der Hauptursachen für Ausgrenzung – unzugänglicher Kommunikation. Die Erfahrungen aus allen Partnerländern bestätigen, dass **Jugendbetreuer:innen konkrete Instrumente, praktische Schulungen und Zeit benötigen**, um ihre Arbeit anzupassen.

That’s Clear! verfolgt einen klar strukturierten Ansatz:

1. Jugendzentrierte Co-Diagnose – Hindernisse und Bedürfnisse werden gemeinsam mit den Jugendlichen identifiziert, erarbeitet und beschrieben.
2. Analyse von Materialien: Broschüren, Infografiken, Bewertungsinstrumente und ein Tool liefern überprüfbare Ergebnisse und werden analysiert.
3. Entwicklung von Schulungsmaßnahmen – Modulare Schulungen/Workshops/Webinare werden mit Präsenz- und Online-Lernen kombiniert und sind von Youthpass anerkannt.

Dieser Ansatz stärkt die Praxis von Jugendorganisationen, reduziert Abbrüche und erhöht die Beteiligung. Davon profitieren insbesondere Personen mit Migrationsbiografie, Schulabbrecher:innen und junge Menschen mit intellektuellen Behinderungen – letztlich aber alle Menschen, die klare, verständliche Informationen bevorzugen.

That’s Clear! kombiniert Erkenntnisse aus den Bereichen inklusives Publizieren, Alphabetisierung, Sozialtheater, Kultur und Jugendführung. Gleichzeitig eröffnet es Wege zu Bildung, Ausbildung und Sport. Nachhaltige Kommunikationsentscheidungen – wie die Reduzierung von Druckmaterialien, Wiederverwendbarkeit und die Priorisierung der Barrierefreiheit – tragen ebenfalls zu einem langfristigen sozialen Mehrwert bei: weniger Missverständnisse, größere Handlungsfähigkeit und fairerer Zugang zu Dienstleistungen.

Länderspezifische Perspektiven

- Österreich: Programme wie NEBA (Netzwerk Berufliche Assistenz) bieten niedrigschwellige Unterstützung für den Übergang von der Schule in den Beruf. Eine klare Sprache kann Beratungs-, Formular- und Coachingmaterialien in diesem Bereich stärken. Andere Jugendorganisationen bilden ebenfalls ein dichtes, vielfältiges Netzwerk, das Kultur, Bildung, Umwelt, Sport, Freizeit und sogar Religion abdeckt.
- Italien & Spanien: Youth Wiki zeigt politische Rahmenbedingungen und nationale Jugendinstitute auf, die veranschaulichen, wo klare Kommunikation in lokale Dienstleistungen, Mobilitätsprogramme und Jugendzentren eingebettet werden kann.
- Belgien (Föderation Wallonie-Brüssel): Belgien hat eine komplexe Verwaltungsstruktur (Gemeinschaften/Regionen mit eigenen Parlamenten und Zuständigkeiten für Jugendfragen). Das Netzwerk der Jugendbeteiligung ist besonders einflussreich: Jugendgremien auf nationaler, provinzieller und kommunaler Ebene fungieren als Sprachrohr und Lernraum für demokratische Teilhabe. Beispiel: Das Forum des Jeunes ist der offizielle Vertreter der 16- bis 30-Jährigen in der Föderation Wallonie-Brüssel; es verbindet junge Menschen und Entscheidungsträger, verfasst Stellungnahmen und unterstützt Partizipationsprozesse. Solche Gremien sind ideal für die Einführung von Standards für eine einfache Sprache in der öffentlichen Kommunikation – unterstützt durch praktische Leitlinien und automatisierte Verständlichkeitsprüfungen.
- Frankreich: Junge Menschen im Alter von 15 bis 29 Jahren machen einen bedeutenden Anteil der Bevölkerung aus, doch Übergänge in Bildung und Beruf, einschließlich Jugendarbeitslosigkeit und Schulabbrüche, bleiben eine Herausforderung. Um Kommunikationsbarrieren abzubauen, haben sich INJEP (Daten und Analysen), CIDJ/CRIJ/BIJ (niederschwellige Jugendinformation) und MJC's (lokale Kultur- und Bildungsarbeit) als wichtige Organisationen etabliert, die komplexe Verwaltungssprache in verständliche und nutzbare Formate übersetzen können.

Klare und inklusive Sprache und Kommunikation sind fair und effektiv. Wenn Menschen finden, was sie brauchen, es verstehen und es nutzen können, um ihre Ziele zu erreichen, dann engagieren sie sich automatisch.

Durch die Kombination von Standards mit Co-Design und der Anerkennung von Jugendorganisationen **wird Klarheit zur täglichen Praxis.** Dies führt zu guten oder besseren Ergebnissen für junge Menschen. Es **öffnet Türen für die Kommunikation** und **ermöglicht Partizipation.**

Referenzen

- ISO 24495-1:2023: Einfache Sprache – Teil 1: Leitprinzipien und Leitlinien. Internationale Organisation für Normung
- Europäische Union – EU-Jugendstrategie 2019–2027 (Europäisches Jugendportal; Überblick und Arbeitspläne): EU-Jugendstrategie | Europäisches Jugendportal) https://youth.europa.eu/strategy_en.
- Europäische Union: Youthpass – offizielles Portal (Zweck, Zertifikate, Sprachen, Verfahren): Europäische Jugendziele | Europäisches Jugendportal.
- Eurostat: Statistiken zu jungen Menschen, die weder in Arbeit noch in Ausbildung sind, 2025 [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics on young people neither in employment nor in education or training](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics_on_young_people_neither_in_employment_nor_in_education_or_training).
- Eurostat: Junge Menschen – soziale Eingliederung: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Young people - social inclusion](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Young_people_-_social_inclusion).
- OECD – Lese- und Schreibkompetenzen von Erwachsenen: <https://www.oecd.org/en/topics/sub-issues/adult-literacy-skills.html>.
- OECD – Erhebung über die Kompetenzen von Erwachsenen (PIAAC) – Programmübersicht: <https://www.oecd.org/en/about/programmes/piaac.html>.
- SALTO-YOUTH, Was ist Youthpass? (Anerkennungsinstrument für Projekte, die von den EU-Jugendprogrammen unterstützt werden): <https://www.salto-youth.net/rc/training-and-cooperation/youthpass/>.
- WCAG 2.2 – Richtlinien für barrierefreie Webinhalte, Empfehlung, 2024: Richtlinien für barrierefreie Webinhalte (WCAG) 2.2.
- Italien:
 - Youth Wiki: (<https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/italy/overview>).
- Österreich:
 - Sozialministerium: <https://www.sozialministeriumservice.gv.at/>.
 - Jugend-Wiki: [https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/austria/32-administration-and-governancehttps://www.sozialministeriumservice.gv.at/Menschen mit](https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/austria/32-administration-and-governancehttps://www.sozialministeriumservice.gv.at/Menschen_mit)

- Spanien
 - Statistiken zu jungen Menschen, die weder in Arbeit noch in Ausbildung sind: Statistiken zu jungen Menschen, die weder in Arbeit noch in Ausbildung sind – Statistics Explained – Eurostat
- Frankreich
 - INSEE. Arbeitslosenquote, 2025, Im ersten Quartal 2025 blieb die Arbeitslosenquote mit 7,4 % nahezu stabil – Informations rapides – 120 | Insee, 2. Oktober 2025.
 - Youth Wiki – Frankreich: https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/france/16-evidence-based-youth-policy?utm_source=chatgpt.com.
 - Injep – L'institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire: <https://injep.fr/>.
 - Cidj - Accueil | CIDJ.COM : études, métiers, orientation, jobs, stages, formations,...
- Belgien
 - Forum des Jeunes: <https://forumdesjeunes.be/a-propos/>.
 - Region Brüssel-Hauptstadt: Junge Menschen & Politik: <https://catalog.be.brussels/en/citizen/family/youth/young-people-politics/young-people-and-politics-in-french-speaking-brussels>.