

Zielgruppe:

- Wer Jugendliche / junge Erwachsene in seinen Gruppen hat, ist erstmal auf einem sehr guten Weg. Die DWJ-Gebietsvereine / DWJ-Landesverbände und der DWJ-Bundesverband bieten eine Vielzahl an Lehrgängen an, um Jugendliche und junge Erwachsene zu motivieren und zu begeistern und diese bestenfalls zu Jugendleitungen (nach JuLeiCa-Richtlinien) ausbilden zu lassen.
- Wer keine Jugendlichenstrukturen hat, kann sich welche aufbauen, das erfordert Geduld. Zielgruppe sind dann die ältesten Kinder (10 / 11 Jahre), die mit speziell auf sie ausgerichteten Angeboten in den Strukturen gehalten werden. Hauptproblem ist, dass es in der Kinder- und Familienarbeit oft keine Angebote für das Übergangsalter von Kind zu Jugend gibt, welche geschaffen werden müssen. Diese haben Erfolg, wenn sie (in Teilen) vom Restprogramm abgekoppelt sind, sich also ganz explizit an diese Altersgruppe richten.

Freiwilligkeit und Motivation:

- Alle Angebote sind freiwillig, das ist unbedingtes Muss eines Freizeitverbandes. Das heißt aber nicht, dass Motivieren nicht sinnvoll und häufig notwendig ist.
- Motivieren geht nicht durch Zwang „ihr müsst jetzt aber, warum seid ihr denn sonst hier“ oder moralischen Druck „ich habe mir viel Mühe gegeben, was für Euch vorzubereiten“.
- Motivation funktioniert durch positives Vorleben. Wer etwas spielen oder anleiten will nimmt sich auch Teile der Gruppe oder startet nur mit dem Leitungsteam und macht die Gruppe neugierig. Da hat wer Spaß, dann ist das vielleicht gut.

Spaß und Mitbestimmung:

- Die Grundmotivation ist immer Spaß. Niemand möchte gern Aktionen unternehmen, weil sie „wichtig sind“, „es sie schon immer gab“ oder sie „einfach dazugehören“. Wer Traditionen erhalten will, muss so flexibel sein, sie so modern zu interpretieren, dass sie Jugendlichen Spaß machen.
- Junge Jugendliche möchten gern nach ihrer Meinung gefragt werden, mitbestimmen und sich beteiligen. Sie sind bereit, Verantwortung zu übernehmen und gefordert zu werden.

Werbung der Teilnehmenden:

- Die sogenannte „Mund-zu-Mund-Propaganda“ ist meistens am erfolgreichsten. Das heißt, man spricht bereits angemeldete Teilnehmende von früheren Veranstaltung an, ob sie wieder teilnehmen möchten / noch andere Interessierte kennen. Gleiches gilt natürlich für deren Umfeld und Angehörige. Man kann gut bei Eltern und Angehörigen, für die Teilnahme werben.
- Wichtig ist, sich für den ersten Schritt besondere Mühe zu geben und keinen Aufwand zu scheuen. Die beste inhaltliche Planung war nur unnötige Arbeit, wenn keine Teilnehmenden gefunden werden können. Ist aber eine kleine Anzahl Anmeldungen vorhanden, kann man meist auf diese aufbauen und aktiv dazu einladen, noch weitere Freundinnen und Freunde mitzubringen.
- Bei gedruckter Werbung ist die Form der Ansprache wichtig. Möchte ich Aushänge in Jugendtreffs, Schulen etc. machen, muss das ganz anders aufgebaut sein, als Aushänge im Vereinsheim oder Geschäften. Um Jugendliche anzusprechen ist eine ansprechende Gestaltung notwendig und ein spannender Aufmacher (also ein spannender Titel). Richte ich mich an Eltern etc. steht dabei eher eine klare Informationsstruktur (die sog. W-Fragen, wer, wann, was, wie lange, wo, welche Kosten ...) im Vordergrund.
- Sehr sinnvoll ist natürlich, auch digitale Werbung. Vor allem auf der Vereinsinternetseite sollte man Informationen (mit den W-Fragen ...) zur Veranstaltung bekommen. Auf die Internetseite kann man dann über Social-Media-Beiträge, Messengernachrichten, E-Mails oder Statusmeldungen locken. Kleine Vorschaltbilder (Sharepics), die man in den Status stellen oder per E-Mail und Social-Media verbreiten kann, helfen, andere bei der Werbung einzubinden. Diese Vorschaltbilder enthalten ein ansprechendes Bild, ganz knapp die Grundinformation (Titel) mit ggf. Ort und Datum und einen QR-Code oder Internetadresse für weiterführende Informationen.
- Diese Informationen hat die Untergruppe Nachwuchsförderung des bundesweiten Arbeitskreises Identität und Image im Frühjahr 2025 zusammengetragen.

Weitere Informationen zum Thema, Beratung und Ausleihmaterial für Eure Aktionen bekommt Ihr in den Geschäftsstellen der Deutschen Wanderjugend.

Junge Jugendliche in der Deutschen Wanderjugend



Die Deutsche Wanderjugend (DWJ) ist der Jugendverband des Deutschen Wanderverband (DWW). In der DWJ sind alle Kinder und Jugendlichen aus den Deutschen Wandervereinen bis 27 Jahre organisiert. Das heißt ein Jugendverband ist eben kein Jugendlichenverband, sondern für Kinder und Jugendliche gleichermaßen. Dabei sind der größte Teil der DWJ-Mitglieder Kinder bis 10 Jahren.

Beim Übergang vom Kinder- zum Jugendalter orientieren sich viele Kinder um und interessieren sich nicht mehr für die bestehenden Angebote der DWJ. Die Mitgliedsstrukturen der DWJ haben daher den Arbeitskreis Identität und Image mit der speziellen Untergruppe Nachwuchsförderung gegründet, um Lösungen zu finden, die Kinder in der DWJ auch im Jugendalter für unseren Jugendverband zu begeistern.

Diese Handreichung beleuchtet einige Punkte, die bei diesem Prozess herausgearbeitet wurden.

Lebenssituation:

- Heranwachsende sind im Alltag mit vielen Pflichten und Forderungen konfrontiert. Ob in der Schule oder im Elternhaus, viele Aktivitäten und Aufgaben werden vorgegeben und haben wenig selbstbestimmten Gestaltungsraum.
- Die Freizeit, in diesem Falle die Deutsche Wanderjugend, muss daher Freiraum zum Erholen und Ausprobieren bieten. Wenn Jugendliche einfach ‚Nichts‘ tun wollen, ist das eine sinnvolle Beschäftigung, mit der Jugendleitungen flexibel umgehen müssen
- Die meisten jungen Jugendlichen umgeben sich am liebsten mit Gleichaltrigen oder etwas älteren Jugendlichen. Diese dienen oft als Vorbilder bzw. Abbild ihres nächsten Lebensschrittes. Wie die Erwachsenen in Beruf und Familie unterwegs sind, ist nicht so interessant, wie das Leben der etwas älteren, die einen Schulwechsel etc. vor sich haben und wie sie das meistern.
- Viel Zeit verbringt der Großteil der Jugendlichen in der digitalen Welt. DWJ-Aktivitäten können hier einen bewusst gesetzten Gegenpol, also ein Ausgleich bzw. eine Abwechslung von der digitalen Welt, bieten.



www.jugend-wandert.de

www.outdoor-kids.de

www.instagram.com/wanderjugend

www.facebook.com/DeutscheWanderjugend

www.youtube.com/@wanderjugend

DWJ-Bundesgeschäftsstelle

Querallee 41

34119 Kassel

Telefon 0561/400498-3

Telefax 0561/400498-7

www.wanderjugend.de

Bild-Agentur Bildfeld / DWJ



Natürlich gibt es Jugendliche, die bis ins Erwachsenenalter keine Eigenverantwortung wahrnehmen wollen und / oder in Familienstrukturen glücklich sind, die sind hier aber nicht die beschriebene Zielgruppe. Dazu kommt, dass viele Jugendliche im Jugendverband überhaupt erst Erfahrungen mit Mitbestimmung sammeln und erste Schritte zum eigenverantwortlichen Handeln lernen.

- Oft kommt es nicht aufs Angebot an, sondern auf die Person, die es anleitet und wie sie es macht. Da ist bei denjenigen, die Jugendarbeit anbieten wollen, in erster Linie Selbstreflexion gefragt: „Bin ich jemand mit dem Jugendliche gern ihre Zeit verbringen? Kann ich Jugendliche Motivieren?“. Das hat nicht zwingend was mit dem Alter zu tun, Offenheit, Flexibilität und vor allem Spaß an der Sache sind gefragt. Nur wer selbst Spaß hat / Spaß vermittelt, kann andere motivieren.

Inhalte / Blick über den Tellerrand / Ankerangebote:

- Ein häufiger Irrtum ist, dass Jugendliche, die Angebote außerhalb der eigenen Gruppe wahrnehmen, der Gruppe verloren gehen. Der Blick über den Tellerrand offenbart Neues und Spannendes und macht Spaß.
- Trotz vieler Mühen gelingt es häufig nicht, viele Kinder bis ins Jugendalter in der eigenen Struktur zu halten. Kleine Gruppen (bis sechs Personen) machen oft weniger Spaß und brechen auseinander. Daher ist es immer geboten, den jungen Jugendlichen neue / größere Gruppen zu bieten. Das heißt, es kommen mindestens sechs Personen zusammen, die sich auch regional, also ortsgruppenübergreifend finden können.
- Ankerangebote: Viele DWJ-Gebietsvereine / DWJ-Landesverbände und der DWJ-Bundesverband bieten Aktionen an, bei denen Jugendliche andere Jugendliche treffen und dann zu einer großen Gruppe zusammenwachsen. Das können Trekkingtouren und andere Erlebniswanderungen, Zeltlager oder Tanztreffen sein. Die Ankerangebote der überregionalen Strukturen sind gut geeignet, Jugendliche an die Regionalsstruktur zu binden.

- Eigene Ankerangebote schaffen: Oft gibt es in der Region noch andere Gruppen bei denen nicht viele, aber immerhin ein paar Jugendliche aktiv sind. Mit diesen gruppenübergreifenden Aktionen zu organisieren, kann für viel Spaß und neue Motivation sorgen. Dabei ist nicht entscheidend, wie häufig diese Angebote stattfinden, sondern die Regelmäßigkeit. Helfen kann dabei die DWJ-Freundschaftsbörse, bei der DWJ-Gruppen andere DWJ-Gruppen kennenlernen können, um ihnen in Kontakt zu kommen: <https://wanderjugend.de/deutsche-wanderjugend/mitmachen/freundschaftsboerse>
- Die Jugendwanderwege der DWJ sind ebenfalls eine gute Möglichkeit, um Jugendliche an die Vereinsstrukturen zu binden und eine Brücke zur Erwachsenenstruktur zu schlagen. Ein bundesweites Jugendteam hat Kriterien festgelegt, wie ein Weg beschaffen sein muss, um für Jugendliche interessant zu sein und beim Wandern Spaß zu machen. Mit Hilfe dieses Kriterienkatalogs können Jugendliche selbst ihren Weg digital anlegen. Wenn sich die Möglichkeiten bieten, können die Jugendlichen auch vor Ort ihren Weg mit Wegzeichen markieren oder besondere Wegpunkte anlegen, wie Infotafeln, Rastpunkte oder Naturschutzobjekte.
- Ein ganz besonderes Erlebnis für Jugendliche sind Internationale Begegnungen. In der Gruppe lernen sie Jugendliche aus anderen Ländern kennen, laden diese zu sich ein und fahren zum Gegenbesuch in die Länder ihrer Partnergruppen. Dabei entstehen eindrucksvolle Erlebnisse und eine Vielzahl von Freundschaften. Die DWJ-Bundesgeschäftsstelle verfügt über eine Reihe von finanziellen Mitteln, um Internationale Begegnungen zu fördern. DWJ-Gruppen können sich gern bei info@wanderjugend.de melden und sich beraten lassen.

