	Ziel *Horizont 2028*	**Indikatoren** *Wie macht sich die Erreichung 2028 bemerkbar? Worauf ist das strategische Ziel eine Antwort? Wer wird die Veränderung bemerken?*	**Meilensteine** *Aufeinander aufbauende Zwischenschritte auf dem Weg zur Erreichung des Ziels* **Schritt**	**"Fahrplan" (≈Jahre)** 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12	**Hints**
1	**Wir werden als *die* Kinder- und Jugendbewegung wahrgenommen, die mit Mut zu Abenteuer und gelebter Vielfalt für selbstbestimmte Entfaltung und nachhaltiges Engagement steht. Das Selbst- und Fremdbild stimmen überein.**	> Wir werden als von anderen Organisationen und Einrichtungen unabhängige Bewegung gesehen > Das Selbst- und Fremdbild stimmen überein > Die "PPÖ-Sprache" ist kinder- und jugendgerecht > Pfadfinder sind eine einheitlich positiv besetzte Marke > Die Marke Pfadfinder zieht Sponsoren an > 20%+ mehr Kinder und Jugendliche	Marke, Corporate Identity und Corporate Design		Ein "Outing" als Pfadfinder/in bringt Vorteile, "Halstuch und SoutCard als Qualitätsmerkmal"
			Marke, Corporate Identity und Corporate Design auf allen		
			Mehrfache Imageanalysen ausgehend auf der		
			"Schriften der PPÖ" auf zeitgemäße Sprache überprüft		
2	**Wir sind Vorreiter für Vielfalt in der Kinder- und Jugendarbeit. Vielfalt wird in den Gruppen und im gesamten Verband gelebt und ist nach innen und außen sichtbar.** *Dimensionen der Vielfalt: Herkunft (ethnisch, sozial, geographisch), Religion, Alter, Geschlecht, körperliche und geistige Fähigkeiten, sexuelle Orientierung* *Rahmen der Vielfalt: Werte und Wesen der PPÖ*	> 30 "Vielfalts-Projekte" wurden umgesetzt (in allen 6 Dimensionen) > 80%+ der Gruppen haben aufbauend auf eine Evaluierung eigene Barrieren abgebaut > Alle Methoden, Behelfe und Tools enthalten keine Barrieren > Wir sind eine bunte Mischung gemäß der demographischen Entwicklung in Österreich > Unter dem Aspekt der regionalen Vielfalt werden Pfadfinderaktivitäten an neuen Standorten betrieben	Evaluierungstool entwickelt für gelebte Vielfalt		Vielfalt als Bundesthema
			Evaluierungstool wurde von 80%+ der Gruppen angewandt		
			30 konkrete Vielfalts-Projekte wurden auf Verbands- /oder Gruppenebene umgesetzt und evaluiert		
			Ein Pilotprojekt zur offenen Jugendarbeit als Grundlage für weitere Entscheidungen wurde durchgeführt		
			Pfadfinderische Aktivitäten an neuen Standorten gesetzt		
			Hilfestellungen für Gruppen zum Überwinden von Barrieren wurden entwickelt		Vielfalt als wesentliches Element der Friedenserziehung
			"Vielfaltsmonitoring" etabliert und verankert		
			Behelfe wurden auf Barrieren überprüft: Standards für Behelfe wurden entwickelt und Behelfe wurden		
			Öffentlichkeitsarbeit wurde auf Barrieren überprüft, Standards entwickelt und Materialien angepasst		
			Interkulturelles Leiten (Wertschätzung, Bedürfnisse erkennen, Chancen nutzen) in der Regelausbildung eingeführt		
3	**Wir sind nachgefragte gesellschaftliche Meinungsbilder/Innen im Sinne von Kindern und Jugendlichen. Kinder und Jugendliche kommen in der Öffentlichkeit zu Wort.**	> Monatliche Anfragen von Medien und Politik als Expert/innen zu Fragen der Kinder- und Jugendarbeit > Wir erstellt regelmäßig Aussendungen zu aktuellen, gesellschaftspolitischen Themen > Wir betreibt Agenda-Setting und hat die Themenführerschaft in Kinder- und Jugendfragen > Unsere Mitglieder engagieren sich öffentlich (z.B. Schüler-vertretung, Jugendbetriebsrat, NGOs) > Jugendliche sprechen nach außen für Wir ("Young Spokespersons") > Jährliche, sichtbare Sozialaktion > Wir schreibt in regelmäßigen Abständen einen Förderpreis für Forschungsarbeit zu KiJu-Themen aus	Externes Kommunikationskonzept (Zielgruppen, Medien, Inhalte) erstellt		aktiv informieren – LeiterInnen, Eltern, Kinder; Auf lokaler Ebene gibt es regelmäßige, öffentliche Diskussionsveranstaltungen zu jugendrelevanten Themen
			Positionspapiere für kinder- und jugendpolitische Themen unter Berücksichtigung der bestehenden Resolutionen, der Weltverbände und der BJV-Arbeit beschlossen		
			Pressearbeit wird im Rahmen der bezahlten Öffentlichkeitsarbeit durchgeführt		Es erfolgt koordinierte Pressearbeit auf allen Ebenen.
			Programm für Kinder und Jugendliche wurde überarbeitet, um zum gesellschaftspolitischen Engagement zu ermutigen		
			"Young Spokespersons"-Begleitung etabliert		
			Vernetzung mit politisch aktiven und im Medienbereich aktiven Pfadfinder/-innen		
4	**Wir sind Vorreiter für ökologisches und soziales nachhaltiges Handeln.**	> Wir haben Standards entwickelt und vergeben ein "Nachhaltigkeits-Label" > 80%+ der Pfadfindergruppen und alle Verbandsstellen haben für sich die Standards angepasst und umgesetzt ("Nachhaltigkeits-Label" erhalten) > Bei Großveranstaltungen gibt es einen Nachhaltigkeits-Agent, der die Projektleitung bei der Umsetzung der Standards unterstützt	Wissen um das Thema ist aufgebaut		Experte: Thomas Weber (biorama)
			Sensibilisierung ist gestartet		
			Anreizsystem für Gruppen aufgesetzt (inkl. bundesweite		Norwegische Pfadfinder: "Green Badge"
			Wir haben Nachhaltigkeitsleitlinien entwickelt, die es den Pfadfindergruppen ermöglichen darauf basierende eigene regional spezifische Leitlinien zu entwickeln, zu		"Grüner Strom" / Greenpeace
			Mitarbeit an einem österreichischen „Vereins-Umweltlabel“ ist erfolgreich abgeschlossen, Label entwickelt und anerkannt.		
5	**Wir haben für Erwachsene das passende Angebot für eine Mitarbeit. Im gesamten Verband gibt es Verständnis und eine gleichwertige Anerkennung unabhängig vom Umfang, Ort und Art der Mitarbeit**	> Anzahl der Erwachsenen in der aktiven Pfadiarbeit gestiegen > Es gibt vielfältige Angebote für Erwachsene, die aktiv auch nach außen kommuniziert werden > Expert/innen-Pools unterstützen unsere Arbeit > Externe Anerkennung der ehrenamtliche Tätigkeit erreicht (z.B. Freistellung Leitertätigkeit)	Best Practice erhoben unter Einbindung aus bei den PPÖ aktiver Erwachsener, Gildeverband, ehemalige Mitglieder, BB/Gruppen, Ausbildung - Berücksichtigung Modelle anderer Verbände		UK Scouts, Youth Pass, "Valorise toi" (Scouts et Guides de France)
			Angebotskatalog erstellt und regelmäßige Überarbeitung verankert		Neue Registrierform, die die Partizipations- und Entscheidungsprozesse junger Mitglieder der PPÖ, in LVs und in Gruppen nicht beeinflusst?
			Kompetenzorientiertes Ausbildungskonzept wurde verbandsweit umgesetzt		
			Expert/innen-Datei wurde aufgebaut		"interne und externe" Fähigkeiten (beruflicher Hintergrund, besondere Kenntnisse und Fähigkeiten etc)
			Lobbying für externe Anerkennung der ehrenamtlichen Tätigkeit (in Kooperation mit anderen NGOs)		
			Interne Kampagne zur Bekanntmachung und Sensibilisierung durchgeführt		
6	**Wir haben eine offene und transparente Kommunikation über alle Ebenen bis zu den**	> Verbandsmedien, die ALLE Mitglieder erreichen und nach außen wirken > Enscheidungen werden innerhalb einer Woche an	Internes Kommunikationskonzept (Zielgruppen, Inhalte, Kanäle etc.) wird erstellt		
			Internes Kommunikationskonzept wird ausgerollt		

	einezelnen Mitgliedern der Gruppen. Die Kommunikationswege sind klar definiert.	alle Mitglieder kommuniziert > Wir nutzen die aktuellen Kommunikationskanäle	Interne Kommunikation wird im Rahmen der bezahlen Tätigkeit durchgeführt													
7	**Wir haben ein einfaches Regelwerk, das partizipatives Arbeiten und effiziente Entscheidungs-prozesse ermöglicht. Wir leben Kinder- und Jugendbeteiligung auf jeder Ebene.**	> Ein einfach lesbares, gut strukturieres Regelwerk wurde erstellt und beschlossen > Kinder- und Jugendbeteiligung auf allen Ebenen > Aktives "Wahlrecht ab 16"	Schaffung von "Aufgabenklarheit" (Welche Aufgaben nimmt der Verband wahr / welche die Gruppen? Welche Unterstützung benötigt die Gruppe? Welche "Pflichtaufgaben" hat der Verband?)													"Form follows function"
			"Außensicht" wurde eingeholt													Externe Prozessbegleitung empfohlen
			(Weiter-)Entwicklung der Strukturen unter Berücksichtigung von Modellen der Kinder- und Jugendbeteiligung													
			"Vollversammlung für alle Pfadfinder/innen" mit Wahlrecht ab 16 eingeführt													Konzept "Bundestagung für alle" des BJR vorhanden
			Verschriftlichung und Beschlussfassung der weiterentwickelten Strukturen (neues Regelwerk)													
8	**Wir verfügen über ein langfristig abgesichertes finanzielles Fundament, das die Erfüllung der Kernaufgaben und ein nachhaltiges Wachstum ermöglicht.**	> Wir haben eine Finanzkonzept, das klar festlegt, wer was finanziert > Wir betreiben erfolgreich Fundraising > Wir lukrieren alle möglichen öffentliche Förderungen (national und international) > Ein Unterstützernetzwerk trägt spürbar zur Finanzierung bei > Wir bieten punktuell finanzielle Unterstützung für Kleinprojekte der Mitglieder	Bundesweite Sponsoren- und Förderlandkarte erstellt und jährliche Aktualisierung verankert													
			Finanz- und Fundraisingkonzept festgelegt													
			Fundraising-Leitfaden für Gruppen wird genutzt													
			Unterstützernetzwerk aufgebaut													
9	**Operative Tätigkeiten werden von bezahlten Kräften wahrge-nommen, dass für ehrenamtliche Funktionär/innen genügend Zeit für die Steuerung des Verbandes bleibt.**	> Geschäftsführung, Fundraising, Öffentlichkeitsarbeit, IT-Support, Vor- und Aufbereitung inhaltlicher Konzepte, Servicestelle für die Gruppen werden von bezahlten Mitarbeiter/innen wahrgenommen > Leitlinien der Zusammenarbeit zwischen bezahlten und ehrenamtlichen Mitarbeiter/innen erstellt	Aufgaben und Grundlagen definieren für Geschäftsführung, Fundraising / öffentliche Förderungen, Öffentlichkeitsarbeit, IT-Support, Vor- und Aufbereitung inhaltlicher Konzepte, Servicestelle für die Gruppen													
			Modelle für "bezahlte Tätigkeiten" erheben, bewerten und Vorgehensweise festlegen													"Gesamtkonzept" muss sichergestellt werden
			Finanzierung wurde gewähles Modell wurde aufgestellt													
			Leitlinien der Zusammenarbeit erstellt und ausgerollt													
10	**Selbstbestimmte Entfaltung:** *Unser Ziel ist es, jungen Menschen Verantwortungs- und*		Entwicklung von strategischen Zielen bis Ende 2015													