

Evaluation der Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“

Ergebnisbericht

Im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz, gefördert aus den Mitteln der Agenda Gesundheitsförderung



Evaluation der Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“

Reichweite – Implementierung – Akzeptanz - Nachhaltigkeit
(2023–2025)

Ergebnisbericht

Autorinnen:

Irina Vana
Nicole Hochmeister
Brigitte Lindner
Lisa Schlee
Gerlinde Rohrauer-Näf

Projektassistenz:

Anita Denk-Slavik
Florentina Schachinger

Die Inhalte dieser Publikation geben den Standpunkt der Autorinnen und nicht unbedingt jenen des Auftraggebers wieder.

Wien, im Dezember 2025

Im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumenten-
schutz,
gefördert aus den Mitteln der Agenda Gesundheitsförderung

Zitiervorschlag: Vana, Irina; Hochmeister, Nicole; Lindner, Brigitte; Rohrauer-Näf, Gerlinde; Schlee, Lisa (2025): Evaluation der Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“. Reichweite – Implementierung – Akzeptanz - Nachhaltigkeit (2023–2025). Gesundheit Österreich, Wien

Zl. P10/27/6038

Eigentümerin, Herausgeberin und Verlegerin: Gesundheit Österreich GmbH,
Stubenring 6, 1010 Wien, Tel. +43 1 515 61, Website: www.goeg.at

Dieser Bericht trägt zur Umsetzung der Agenda 2030 bei, insbesondere zum Nachhaltigkeitsziel (SDG) 3 „Gesundheit und Wohlergehen“, aber auch zu den SDGs 4, 10 und 17.

Kurzfassung

Hintergrund

Die psychische Gesundheit von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen hat sich seit den 2000er-Jahren, besonders jedoch in den vergangenen Jahren, verschlechtert. Viele Organisationen setzen zwar bereits Maßnahmen zur Gesundheitsförderung und Prävention um, diese sind jedoch häufig nur regional zugänglich und hinsichtlich zeitlicher Verfügbarkeit, Reichweite und Ressourcen begrenzt. Die im Oktober 2023 österreichweit lancierte Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“ zielt darauf ab, die psychosoziale Gesundheit von Kindern, Jugendlichen und ihren Bezugspersonen zu stärken. Methodisch und inhaltlich orientiert sie sich an dem evidenzbasierten, internationalen Vorbild der „Act Belong Commit“-Kampagnen und adaptiert dieses für den deutschsprachigen Raum in Bezug auf die Zielgruppen und den österreichischen Kontext. Ziel ist es, Wissen und Kompetenzen zur Förderung psychosozialer Gesundheit bei jungen Menschen und deren Bezugspersonen zu stärken, entsprechende Angebote zu ergänzen sowie vorhandene Angebote bekannter und zugänglicher zu machen. Im vorliegenden Bericht werden die gesetzten Aktivitäten und Maßnahmen im Rahmen der Initiative seit ihrem Bestehen beschrieben und Kennzahlen zur Umsetzung in einem Monitoring dargestellt. Zudem wird evaluiert, wie die beteiligten Organisationen die Initiative beurteilen und sich an ihr beteiligen.

Methode

Das Monitoring und die Evaluation der Initiative orientieren sich an den Dimensionen des RE-AIM-Modells (Reach, Effectiveness, Adoption, Implementation und Maintenance). Im Fokus stehen demnach die Bewertung der Reichweite bzw. Zielgruppenerreichung (Reach); die Wirkung der Initiative in Bezug auf die zentralen operativen Zielsetzungen – Wissensvermittlung und Sensibilisierung, Kompetenzförderung sowie Vernetzung von Bündnispartnerorganisationen zur Bündelung von Wissen und Angeboten (Effectiveness); die Akzeptanz des Konzepts der ABC durch Aufgreifen der Initiative von Bündnispartnerorganisationen sowie Akteurinnen und Akteuren im Feld (Adoption); die Bewertung der Vermittlung der Inhalte an die Bündnispartnerorganisationen (Implementation) sowie die Lernerfahrungen und Empfehlungen, die aus dem Feedback der ABC-Partnerorganisationen abgeleitet wurden (Maintenance).

Dazu wurden einerseits relevante Kennzahlen zur Zielgruppenerreichung entlang der operativen Zielsetzungen im Rahmen von Teilnehmermonitoring und über die Ressourcenplattform WohlfühlPOOL erhoben. Andererseits wurde eine Onlineumfrage unter Bündnispartnerorganisationen durchgeführt.

Ergebnisse

Mit rund 175 Partnerorganisationen aus unterschiedlichsten Bereichen schuf die Initiative in den ersten beiden Jahren ihres Bestehens eine gute Basis für eine weitere Vernetzung und Bündelung von Angeboten. Mit insgesamt 52.285 Besucherinnen und Besuchern bzw. rund 70 Nutzenden pro Tag wurde die Ressourcen- und Informationsplattform WohlfühlPOOL, die sich insbesondere

an Multiplikatorinnen und Multiplikatoren richtet, stark frequentiert. Besonders gut angenommen wurden die dort zur Verfügung gestellten qualitätsgesicherten kostenlosen Materialien und Tools zur Förderung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen. Einzelne kompakte Informationsangebote stießen auf sehr großes Interesse, beispielsweise eine Übersicht über Lebenskompetenzangebote, die ToolBOX oder ein Video zu Angeboten und Kernbotschaften der Initiative, das unter Einbindung von pädagogischen Fachkräften entstand. Als sehr effektiv und kostengünstig erwies sich auch die Kommunikation solcher Angebote via Social Media, womit sich in kurzer Zeit große Reichweiten erzielen ließen. Als sehr wirksam erwiesen haben sich in diesem Zusammenhang zudem die Kooperation im Rahmen weiterer Kampagnen, wie der European Mental Health Week (EMHW) und dem Yellow September, aber auch die Verbreitung von Informationen über Bündnispartnerorganisationen, etwa über GIVE und Wohlfühlzone Schule, sowie die Kooperation mit dem Bundesministerium für Bildung (BMB) im Rahmen von Trainings und bei der Verbreitung von Materialien.

Die im Rahmen der ABC-Initiative angebotenen Trainings sind eine wichtige Ergänzung, um die Zielgruppen, die direkt mit Kindern und Jugendlichen arbeiten, zu erreichen. Entwicklungspotenzial gibt es bei der Einbindung der Bündnispartnerorganisationen. Von den Organisationen, die an der Evaluation teilnahmen (57 %), meinte nur jede vierte, dass sie im Rahmen der Initiative eigene Aktivitäten setzten und die eigenen Veranstaltungen und Angebote über die Plattform WohlfühlPOOL bekannt machten. Insgesamt beurteilen jene Bündnispartnerorganisationen, die an der Evaluation teilnahmen, die Angebote der Initiative als sehr hilfreich. Als positiv wird vor allem die dadurch erreichte gesellschaftliche Sensibilisierung für psychosoziale Gesundheit hervorgehoben.

Diskussion

In den beiden ersten Jahren ihres Bestehens konnte mit der Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“ ein breites Netzwerk aus relevanten Akteurinnen und Akteuren sowie Umsetzerinnen und Umsetzern aus verschiedensten Bereichen aufgebaut werden. Zur nachhaltigen Etablierung dieses Netzwerks und um die Vorteile des Social-Franchising-Konzepts umfassend zu nützen, sollen in den kommenden Jahren die Bündnispartnerorganisationen noch enger eingebunden werden.

Schlüsselwörter

psychosoziale Gesundheit, junge Menschen, Gesundheitsförderung, Bündnispartnerschaft, Social Franchise, Initiative, Kampagne, Evaluation

Summary

Background

The mental health of children, adolescents, and young adults has deteriorated since the 2000s and particularly in recent years. Many organizations already implement measures in the fields of health promotion and prevention; however, these are often only accessible at the regional level and limited in terms of availability, reach, and resources. The nationwide Austrian initiative “ABC of the Psychosocial Health of Young People,” launched in October 2023, aims to strengthen the psychosocial health of children, adolescents, and their caregivers. Methodologically and conceptually, it builds on the international, evidence-based “Act Belong Commit” campaigns and adapts them for German-speaking target groups and the Austrian context. The initiative’s goals are to strengthen knowledge and competencies related to psychosocial health among young people and their caregivers, to complement existing support structures, and to make current offers more visible and accessible. This report provides a comprehensive description of the measures and activities implemented since the initiative’s inception in October 2023 and presents monitoring indicators related to implementation. In addition, it evaluates how participating organizations assess the initiative and how they engage with it.

Method

Monitoring and evaluation of the initiative are guided by the dimensions of the RE-AIM model (Reach, Effectiveness, Adoption, Implementation, and Maintenance). Accordingly, the focus lies on assessing:

- Reach: the extent to which target groups are reached;
- Effectiveness: the initiative’s impact on its core operational goals; knowledge transfer and awareness-raising, competence development, and network building among partner organizations to consolidate knowledge and services;
- Adoption: the acceptance of the ABC framework by partner organizations and other relevant stakeholders;
- Implementation: the assessment of how effectively the initiative’s content is conveyed to partner organizations;
- Maintenance: lessons learned and recommendations derived from partner feedback.

In line with the operational goals of the initiative key indicators related to target group reach were collected through participant monitoring and the resource platform WohlfühlPOOL. In addition, an online survey was conducted among partner organizations.

Results

With approximately 175 partner organizations from diverse sectors, the initiative established a strong foundation for further networking and consolidation of services in its first two years. The resource- and information platform WohlfühlPOOL, which primarily targets multipliers, recorded 52.285 visitors, around 70 visitors per day. The evidence based, free materials and tools provided on the platform to support the psychosocial health of young people were particularly well used.

Several compact informational resources received especially high interest, including an overview of life-skills programs, the "ToolBOX", and a video introducing the initiative's services and core messages developed with the involvement of educators. Social-media communication proved to be highly effective and cost-efficient, achieving large reach in short periods. Collaboration with other campaigns, such as the European Mental Health Week (EMHW) and Yellow September, as well as dissemination through partner organizations (e.g., GIVE, Wohlfühlzone Schule, and through cooperation with the Ministry of Education via trainings and distribution of materials) also proved highly impactful.

The training offered as part of the ABC initiative serves as an important complement for reaching professionals who work directly with children and adolescents. There remains development potential regarding the involvement of partner organizations: among those participating in the evaluation (57%), only one in four reported undertaking their own activities within the framework of the initiative or using the WohlfühlPOOL platform to promote their own events and services. Overall, the partner organizations that did participate in the evaluation rated the initiative's services as very helpful and highlighted the positive effect of the initiative in increasing public awareness of psychosocial health.

Discussion

In its first two years, the initiative "ABC of the Psychosocial Health of Young People" succeeded in building a broad network of relevant actors and practitioners across a wide range of sectors. To ensure the sustainable establishment of this network and to fully leverage the benefits of the social-franchising approach, partner organizations should be even more closely integrated into the initiative in the coming years.

Keywords

mental health, psychosocial health, youth, health promotion, alliance, partnership, social franchise, campaign, initiative, evaluation

Inhalt

Kurzfassung	III
Summary.....	V
Abbildungen	IX
Tabellen.....	XI
Abkürzungen.....	XII
1 Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“	1
1.1 Beschreibung der Ausgangssituation	1
1.2 Konzeption der Initiative	1
1.3 Die Kernbotschaften	3
1.4 Adaptierung der Elemente der ABC-Kampagne im Rahmen der Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“	4
1.4.1 Adaption der Kernbotschaften für den deutschen Sprachraum.....	5
1.4.2 Adaption der Initiative für den österreichischen Kontext.....	6
1.4.3 Adaption in Bezug auf die Zielgruppe	7
1.5 Zielsetzung der Initiative	8
1.6 Aktivitäten	9
2 Evaluationskonzept	11
3 Monitoring der Maßnahmen der Initiative	13
3.1 Wissensvermittlung und Sensibilisierung	13
3.1.1 WohlfühlPOOL.....	13
3.1.2 Informationsmaterial zur Initiative.....	19
3.1.3 Öffentlichkeitsarbeit	23
3.2 Bündnispartnerschaft.....	28
3.2.1 Social Franchising	29
3.2.2 Vernetzung	31
3.2.3 Beteiligungsmöglichkeiten bei der Entwicklung von Maßnahmenempfehlungen.....	33
3.3 Trainings und Kompetenzförderung	34
3.3.1 ABC-Coaching	35
4 Ergebnisse der quantitativen Befragung zur Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit“	37
4.1 Annahme und Implementierung.....	39
4.1.1 Bekanntwerdung der Initiative	39
4.1.2 Wahrgenommene Vorteile der ABC-Initiative für Bündnispartnerorganisationen.....	40
4.1.3 Feedback zum Onboarding der Bündnispartnerorganisationen	41
4.1.4 Annahme der Initiative in den Organisationen durch Bekanntmachung.....	44
4.1.5 Strukturelle Einbettung der Initiative in den Organisationen	46
4.1.6 Umsetzung von ABC-Aktivitäten durch die Organisationen.....	47
4.1.7 Inanspruchnahme von Unterstützung und Weiterbildungsangeboten der ABC-Initiative	48

4.1.8	Inanspruchnahme von Informationsangeboten.....	50
4.2	Reichweite der Bündnispartner:innen.....	51
4.3	Effektivität	54
4.3.1	Nutzung der ABC-Kernbotschaften	54
4.3.2	Wirkung der Initiative	57
4.4	Nachhaltigkeit und Weiterentwicklung.....	60
5	Ausblick und Learnings.....	64
	Literatur	66

Abbildungen

Abbildung 1: Monatliche Besucher:innen auf der Plattform WohlfühlPOOL (1.10.2023-31.10.2025).....	14
Abbildung 2: Bedarfsorientierte Workshops mit jungen Menschen im Rahmen des Projekts „Der Kompass zur Wohlfühlzone Schule“	31
Abbildung 3: Wie haben Sie von der ABC-Initiative erfahren? (Mehrfachantworten) (n = 100)	40
Abbildung 4: Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Vorteile der ABC-Bündnispartnerschaft für Sie und Ihre Organisation? (Mehrfachantworten) (n = 99)	41
Abbildung 5: Welche Materialien der ABC-Initiative wurden genutzt (n = 99)	42
Abbildung 6: Wie hilfreich waren die genutzten Tools und Materialien?	43
Abbildung 7: Wie haben Sie die ABC-Initiative in Ihrer Organisation bekannt gemacht? (Mehrfachnennung möglich) (n = 97)	44
Abbildung 8: Wie hoch, schätzen Sie, ist der Anteil der Mitarbeiter:innen in Ihrer Organisation, die die ABC-Initiative kennen? (n = 96)	45
Abbildung 9: Gibt es in Ihrer Organisation einen oder mehrere Personen, die für die Umsetzung der Initiative verantwortlich sind? (n = 96)	46
Abbildung 10: Was schätzen Sie, wie viele Stunden haben Mitarbeiter:innen Ihrer Organisation durchschnittlich für Aktivitäten im Rahmen der ABC-Initiative aufgewendet? (n = 96)	47
Abbildung 11: Welche Aktivitäten hat Ihre Organisation in der ABC-Initiative gesetzt? (n = 95)	48
Abbildung 12: Nutzen Sie die folgenden Angebote der ABC-Initiative? (Mehrfachnennung)	49
Abbildung 13: Und wie hilfreich fanden Sie diese Angebote der ABC-Initiative für Ihre Arbeit? (Mehrfachnennungen)	49
Abbildung 14: Welche der auf dem WohlfühlPOOL veröffentlichten Informationsangebote nutzen Sie? (Mehrfachantworten)	50
Abbildung 15: Welche der auf dem WohlfühlPOOL veröffentlichten Informationsangebote nutzen Sie? (Mehrfachantworten)	51
Abbildung 16: Wir haben für eigene Veranstaltungen, Projekte und Programme ... (Mehrfachantworten)	52
Abbildung 17: An welche Zielgruppen richten sich die Angebote, in deren Rahmen Sie die Inhalte und Materialien der ABC-Initiative aufgreifen konnten? (n = 72)	52
Abbildung 18: Welche Altersgruppen werden durch Ihre Angebote, in dessen Rahmen Sie die ABC-Initiative aufgegriffen haben, besonders unterstützt? (n = 53)	53

Abbildung 19: Wie gut eignen sich die Kernbotschaften (Act – Belong – Commit) aus Ihrer Sicht, ... (Mehrfachantworten).....	55
Abbildung 20: Wie sind Ihrer Meinung nach die Kernbotschaft der Initiative geeignet, um	55
Abbildung 21: Wie bewerten Sie die Übersetzung der Botschaften Act – Belong – Commit ins Deutsche, die die ABC-Initiative in Österreich nutzt?	56
Abbildung 22: Wie sehr assoziieren Sie die folgenden Begriffe mit den Kernbotschaften der ABC-Initiative?	57
Abbildung 23: Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu? Durch die ABC-Initiative	59
Abbildung 24: Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu? Durch das Netzwerk der ABC-Initiative	60

Tabellen

Tabelle 1: Seiten, über die auf den WohlfühlPOOL zugegriffen wurde (1.10.2023-31.10.2025) .	15
Tabelle 2: Regionale Seitenzugriffe auf den WohlfühlPOOL (1.10.2023–31.10.2025)	17
Tabelle 3: Übersicht über eindeutige Seitenzugriffe auf der Informationsplattform WohlfühlPOOL nach Unterseitencluster WohlfühlPOOL (1.10.2023-31.10.2025)	18
Tabelle 4: Social-Media-Kennzahlen pro Plattform (1.10.2023–31.10.202)	27
Tabelle 5: Regionale Verteilung der Hauptstandorte der Bündnispartnerorganisationen (n = 179)	28
Tabelle 6: Verteilung nach Art der Organisation und Haupttätigkeitsbereich der Bündnispartnerorganisationen (n = 179)	29
Tabelle 7: Bei ABC-Exchange vernetzte Personen nach Organisationsbereich	33
Tabelle 8: Anmeldungen und Teilnahmen bei der Schulärztfortbildung nach Bundesland	35
Tabelle 9: Struktur der bereinigten Stichprobe, Angaben zu befragten Organisationen (n = 100).....	38
Tabelle 10: Durch die Bündnispartnerorganisationen erreichte sekundäre Zielgruppen	53

Abkürzungen

ABC	Kernbotschaften (deutsch: Achte auf dich! Bleibe in Kontakt! Check dein Umfeld! englisch: Act, Belong, Commit)
APA-OTS	Austria Presse Agentur Originaltext-Service
BKA	Bundeskanzleramt
BMASGPK	Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz (seit April 2025)
BMAGPK	Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz (bis März 2025)
BMB	Bundesministerium für Bildung (seit April 2025)
BMBWF	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung (bis März 2025)
bOJA	bundesweites Netzwerk Offene Jugendarbeit
BVAEB	Versicherungsanstalt öffentlich Bediensteter, Eisenbahnen und Bergbau
EMHW	European Mental Health Week
FGÖ	Fonds Gesundes Österreich
GIVE	Servicestelle für Gesundheitsförderung an Österreichs Schulen
GÖG	Gesundheit Österreich GmbH
OJA	offenen Jugendarbeit
ÖGPH	Österreichische Gesellschaft für Public Health
ÖKUSS	Österreichische Kompetenz- und Servicestelle für Selbsthilfe
ÖPGK	Österreichische Plattform Gesundheitskompetenz
PH	Pädagogischen Hochschule
PPH	Private Pädagogische Hochschule

1 Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“

1.1 Beschreibung der Ausgangssituation

Die psychische Gesundheit von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen hat sich seit den 2000er-Jahren, besonders jedoch in den vergangenen Jahren, verschlechtert. Rezente Studien belegen eine Zunahme depressiver Verstimmungen unter jungen Menschen in diesem Zeitraum sowie eine generelle Abnahme des Wohlbefindens (Donovan et al. 2021; Felder-Puig et al. 2023b). Fast jede:r dritte Jugendliche, jede:r dritte Schüler:in und jeder dritte Lehrling ist nicht sehr zufrieden mit dem eigenen Leben (Felder-Puig et al. 2023a; Felder-Puig et al. 2023b; Felder-Puig et al. 2023c). Auch ein Anstieg von Suizidversuchen, insbesondere von jungen Frauen und Mädchen, wird berichtet (BMSGPK 2024). In den genannten Untersuchungen (Felder-Puig et al. 2023a; Felder-Puig et al. 2023b; Felder-Puig et al. 2023c) gaben Mädchen in den letzten 5 Jahren deutlich häufiger als Burschen an, gereizt oder schlecht gelaunt, nervös und niedergeschlagen zu sein. Das emotionale Wohlbefinden der Burschen verschlechtert sich mit zunehmendem Alter ebenfalls (Felder-Puig et al. 2023a). Zukunftssorgen, Ängste und psychosomatische Beschwerden sind zudem verstärkt bei allen jungen Menschen zu beobachten (Curtin University 2024).

Psychische Belastungen und Erkrankungen verursachen eine erhebliche Krankheitslast. Sie wirken sich darüber hinaus negativ auf die Lebensqualität der Betroffenen, auf jene ihrer Angehörigen und auf die Gemeinschaften aus, in denen sie leben. Das zieht auch gesellschaftliche und ökonomische Konsequenzen nach sich, da psychische Belastungen und Erkrankungen nicht nur eine psychische Behandlung und Betreuung erforderlich machen, sondern auch Auswirkungen auf die Teilhabe an der Gesellschaft haben. Bei Kindern zeigt sich etwa, dass psychische Probleme ihre schulischen Leistungen und langfristig auch ihre berufliche Entwicklung negativ beeinflussen (Gubbels et al. 2019). Maßnahmen zur Förderung der psychosozialen Gesundheit und der psychosozialen Gesundheitskompetenz können daher einen hohen gesundheitlichen und gesellschaftlichen Nutzen bringen.

Um einen Überblick über die aktuelle Angebotslandschaft zu bieten, wurde im Jahr 2023 ein Mapping über Maßnahmen zur Förderung der psychosozialen Gesundheit von jungen Menschen in Österreich veröffentlicht (Felder-Puig et al. 2023a). Daraus geht deutlich hervor, dass zwar eine breite Angebotslandschaft besteht, die Initiativen jedoch wenig aufeinander abgestimmt und geplant sind. Viele Organisationen setzten bereits Maßnahmen im Bereich Gesundheitsförderung und Prävention, jedoch sind diese häufig nur regional zugänglich und in Bezug auf die zeitliche Verfügbarkeit, Reichweite und Ressourcen begrenzt (Felder-Puig et al. 2023d). Eine Bündelung der vorhandenen Mittel sowie eine Vernetzung der Stakeholder:innen im Feld können daher erheblichen Nutzen bringen.

1.2 Konzeption der Initiative

Die Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“ orientiert sich inhaltlich und methodisch am internationalen Vorbild der von der australischen Curtin University

entwickelten Mental-Health-Kampagne „Act Belong Commit“¹ (Curtin University 2024). „Act Belong Commit“ ist eine evidenzbasierte Kampagne, die sich auf die Förderung der psychischen Gesundheit und des Wohlbefindens auf individueller, gemeinschaftlicher und gesellschaftlicher Ebene konzentriert. Sie wurde 2008 in Australien entwickelt und gilt als eine der ersten bevölkerungsweit umgesetzten evidenzbasierten Kampagnen zur Förderung der psychosozialen Gesundheit (Donovan et al. 2021). Das Programm verfolgt einen salutogenetischen Ansatz und greift zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit auf Kernelemente der Positiven Psychologie zurück. Diese werden in einem leicht kommunizierbaren Handlungsrahmen, der für die breite Bevölkerung verständlich ist und aufgrund der wissenschaftlichen Fundierung auch von Fachkräften gut rezipiert und umgesetzt werden kann, zusammengefasst (Donovan et al. 2021). Vergleichbare Kampagnen wurden in mehreren europäischen Ländern erfolgreich adaptiert und implementiert, darunter Dänemark, England, die Färöer-Inseln, Island, Norwegen und Schweden (Meilstrup et al. 2022; Thompson 2011). Die ABC-Kampagnen verfolgen 2 zentrale Kommunikationsziele:

1. Individuen und Gruppen sollen dazu animiert werden, das eigene Leben aktiv zu gestalten, um damit das persönliche Wohlbefinden zu steigern.
2. Institutionen, Organisationen und Entscheidungsträger:innen werden im Schneeballsystem dazu eingeladen, gemeinsam die Rahmenbedingungen für die Stärkung der psychosozialen Gesundheit zu gestalten (Donovan et al. 2021) und Maßnahmen zu unterstützen, die darauf abzielen, soziale und ökonomische Bedingungen zu verbessern, die sich potenziell negativ auf die psychosoziale Gesundheit auswirken (Singh et al. 2022).

Ersteres wird durch die handlungsorientierten einfachen Botschaften der ABC-Initiative erreicht, Letzteres durch die gemeinschaftsbasierte Methode des „Social Franchising“, deren Kernelement die Schaffung einer gemeinsamen „Dachmarke“ zur Förderung der psychosozialen Gesundheit ist, die von unterschiedlichen Organisationen und Institutionen aufgegriffen und an verschiedensten Standorten implementiert werden kann (Meilstrup et al. 2022). Die Bündnispartner:innen gestalten auf diese Weise die Inhalte der Initiative aktiv mit. Studien zeigen, dass sich sowohl die Kommunikation der Kernbotschaften zur Förderung der psychosozialen Gesundheit als auch Bündnispartnerschaften und die intersektorale Zusammenarbeit positiv auswirken, um für das Thema psychosoziale Gesundheit zu sensibilisieren. Durch die Intervention auf Bevölkerungsebene und die positiven Kernbotschaften wird die Prävalenz von Belastungen, Risikofaktoren und Symptomen auf Bevölkerungsebene reduziert und die Gesellschaft wird für das Thema psychosoziale Gesundheit sensibilisiert (Thompson 2011). Erfahrungen aus Dänemark zeigen darüber hinaus, dass die Kampagne einen positiven Beitrag zur Entstigmatisierung von psychischen Belastungen leisten konnte (Meilstrup et al. 2022).

2023 wurde die in Dänemark umgesetzte Kampagne von der Europäischen Kommission als Good-Practice-Beispiel ausgezeichnet. Diese bezeichnet den „umfassenden, präventionsorientierten und auf mehrere Interessengruppen ausgerichteten Ansatz für die psychische Gesundheit“ als „vorbildliches und vielversprechendes Verfahren mit Schwerpunkt auf der Förderung der psychischen Gesundheit, der Prävention sowie der Früherkennung und -intervention“ (Payne 2024), das Potenzial zu einer Umsetzung in ganz Europa hat.

¹ <https://www.actbelongcommit.org.au/> [Zugriff am 08.01.2025]

1.3 Die Kernbotschaften

Die „Act Belong Commit“-Kampagne bedient sich dreier einfacher Kernbotschaften zur Förderung der psychosozialen Gesundheit auf Bevölkerungsebene:

- Act/handeln: Tun Sie etwas. (Do something.)
- Belong/dazugehören: Tun Sie etwas mit jemandem. (Do something with someone.)
- Commit/sich engagieren: Tun Sie etwas Sinnvolles.² (Do something meaningful.)

Diese Kernbotschaften greifen Ansätze aus der Positiven Psychologie und aus verwandten Konzepten, wie jenem der „Five Ways to Wellbeing“ (Thompson 2011), auf. Der Leitfaden „5 steps to mental wellbeing“³ erweitert die oben angeführten Kernaussagen der ABC-Kampagne um einen Fokus auf Achtsamkeit. Es wird zusätzlich die positive Wirkung von Lernerfahrungen und Wissenserwerb für die psychosoziale Gesundheit betont, zudem orientieren sich diese 5 Schritte am salutogenetischen Ansatz von Antonovsky (Faltermaier 2023) und zielen darauf ab, das Kohärenzgefühl zu fördern (Donovan et al. 2021). Im Rahmen der ABC-Kampagne wurden diese Ansätze in einfach verständliche, leicht kommunizierbare und handlungsorientierte Aussagen überführt.

Der Appell „Act“ soll zu körperlichen, sozialen, mentalen und kulturellen Handlungen animieren: Regelmäßige Aktivitäten zeigen etwa eine positive Wirkung auf die Selbstkompetenzen (Karpinski et al. 2017). Sie fördern Glücksgefühle und Erfolgserlebnisse, Selbstwirksamkeit, das Selbstvertrauen sowie die mentale und körperliche Vitalität. Zudem wirken Hobbys langfristig positiv und tragen zur Reduktion von Einsamkeit und Depression bei (Donovan et al. 2021; Nurminen 2023), sie fördern die Entwicklung des Gehirns in jungen Jahren und beugen Demenz im Alter vor (Donovan et al. 2021).

„Belong“ adressiert die Bedeutung positiver sozialer Beziehungen, des Gefühls der Verbundenheit und Zugehörigkeit für das Wohlbefinden und die psychosoziale Gesundheit. Soziale Ressourcen und Unterstützung stellen, wie auch spezifisch für junge Menschen herausgearbeitet wurde (Bettge et al. 2003), einen entscheidenden Schutzfaktor für den Erhalt psychosozialer Gesundheit dar. Zudem fördert das Erleben positiver sozialer Beziehungen den sozialen Zusammenhalt, das Vertrauen, solidarisches Handeln und das Gefühl der Verbundenheit.

„Commit“ greift das Bedürfnis nach persönlichen Erfolgserlebnissen und nach Sinnerleben auf. Prosoziales Verhalten, sinnstiftende Aktivitäten, die mit Erfolgserlebnissen und Anerkennung verbunden sind, stehen in einem positiven Zusammenhang mit Resilienz und guter psychosozialer Gesundheit (Karpinski et al. 2017). Sie stärken das Kohärenzgefühl, fördern die Selbstwirksamkeit und das Sozialkapital sowie die Fähigkeiten zur aktiven Bewältigung von Herausforderungen (Donovan et al. 2021).

Die einfachen handlungsorientierten Botschaften sind ein besonderer Erfolgsfaktor der Kampagne (Donovan et al. 2012; Donovan et al. 2021; Meilstrup et al. 2022). Sie zeigen vielfältige, einfach umsetzbare Möglichkeiten, Aktivitäten zu setzen, die einen Beitrag zur Förderung der (eigenen) psychosozialen Gesundheit leisten. Durch die Betonung von Handlungsspielräumen

² <https://actbelongcommit.org.au/my-mental-health/how-do-i-keep-mentally-healthy/> [Zugriff am 28.11.2025]

³ <https://www.nhs.uk/mental-health/self-help/guides-tools-and-activities/five-steps-to-mental-wellbeing/> [Zugriff am 28.11.2025]

und Ressourcen sollen die psychosoziale Gesundheit auf Bevölkerungsebene gestärkt und das allgemeine Bewusstsein für die Rahmenbedingungen zum Erhalt des Wohlbefindens aller geschärft werden. Die oben angeführten Studien belegen die damit erreichbare langfristige positive Wirkung der durch die ABC-Kampagne angesprochenen Faktoren und Ressourcen auf die psychosoziale Gesundheit.

Die Botschaften erleichtern – wie die Erfahrungen aus unterschiedlichen Ländern zeigen – auch intersektorale Kooperationen, indem Organisationen aus unterschiedlichsten Bereichen eingeladen werden, diese mitzutragen. Die Vielfalt einbezogener Organisationen, darunter Schulen, Interessengruppen, Sport- und Hobbyvereine, und ihre Aktivitäten machen deutlich, dass die Förderung der psychosozialen Gesundheit bei der Schaffung gesunder Lebensbedingungen beginnt. Neben den Kompetenzen zur Erhaltung der psychosozialen Gesundheit wird damit auch die Bedeutung der sozialen Determinanten der psychosozialen Gesundheit, etwa das Einkommen, die Wohn- und Familiensituation, sowie deren Gestaltung kommuniziert (Donovan et al. 2021).

Das Netzwerk aus Bündnispartnerinnen und -partnern, das durch die Methode des Social Franchising erreicht wird, schafft zudem die umfangreiche Basis zur Verbreitung der zentralen Botschaften der Kampagne. Die Offenheit der Kernbotschaften ist für die Bildung dieser Bündnisse entscheidend. Denn die Möglichkeit, selbst Inhalte und Schwerpunkte entlang der Kernbotschaften einzubringen, fördert das Engagement der Trägerorganisationen – auf lokaler Ebene und in der Politik (Donovan et al. 2021).

Zusammenfassend wurden von Umsetzenden der ABC-Initiativen 5 Leitprinzipien formuliert, die eine Vergleichbarkeit zwischen den Ländern ermöglichen:

1. Die ABCs verfolgen einen universellen Ansatz: Psychische Gesundheit geht alle Menschen an, unabhängig von Faktoren wie ihrem psychischen Gesundheitszustand, ihrem sozioökonomischen Hintergrund oder ihrem Alter.
2. Es wird eine eindeutige ABC-Botschaft kommuniziert: (A) Tun Sie etwas. (B) Tun Sie etwas mit jemandem. (C) Tun Sie etwas Sinnvolles.
3. Die ABCs entsprechen einem salutogenetischen Verständnis von psychischer Gesundheit und Wohlbefinden: Gesundheitsfördernde Faktoren, Ressourcen und Settings werden in den Fokus genommen.
4. Mit den ABCs wird eine sektorenübergreifende Zusammenarbeit gefördert: Psychische Gesundheit ist etwas, das wir gemeinsam schaffen.
5. Lokale Anpassung von Initiativen: Der Rahmen der Initiative kann auf neue oder bestehende Interventionen angewendet werden (Nielsen et al. 2024).

1.4 Adaptierung der Elemente der ABC-Kampagne im Rahmen der Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“

Die in Österreich lancierte Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“ greift die oben beschriebenen methodischen und inhaltlichen Konzepte auf, wobei zentrale Elemente der Kampagne mit Bezug auf die Zielgruppe – junge Menschen und deren Bezugspersonen – für den deutschen Sprachraum und in Bezug auf den österreichischen Kontext adaptiert wurden.

Die zentralen Ziele der Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“ in Österreich sind folgende:

- Bezugspersonen junger Menschen, die mit diesen arbeiten oder leben, für psychosoziale Gesundheit zu sensibilisieren und Bewusstsein, Wissen und Kompetenzen zu den vielfältigen Möglichkeiten zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit von jungen Menschen zu vermitteln.
- Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sowie Bündnispartnerorganisationen zu motivieren und dabei zu unterstützen, Maßnahmen zur Verbesserung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen zu ergreifen.
- Wirksame und kostengünstige Informationen und Materialien zur Förderung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen zu bündeln und zugänglich zu machen, um deren Potenzial umfassender nutzen zu können.
- Expertinnen und Experten unterschiedlichster Bereiche zu unterstützen, mit einem Netzwerk aus Organisationen in Kontakt zu kommen, die zur Förderung der psychosozialen Gesundheit beitragen.

1.4.1 Adaption der Kernbotschaften für den deutschen Sprachraum

Um die Kernbotschaften für junge Menschen in Österreich lancieren zu können, entschieden wir uns, diese zu übersetzen. Denn für eine niederschwellige Vermittlung der Botschaften ist die Reduktion sprachlicher Hürden entscheidend. Zugleich wollten wir, um die Initiative für wissenschaftlich tätige Personen anschlussfähig zu halten und die inhaltliche Referenz zu den international bereits erprobten Vorbildern sichtbar zu machen, die Dachmarke „ABC“ nicht zu stark verändern. Die Botschaften wurden daher für den deutschen Sprachraum wie folgt adaptiert.

- **Act:** Achte auf dich. Tu etwas, das dir Freude bereitet! Sei aktiv, ob mental, körperlich oder sozial.
- **Belong:** Bleibe in Kontakt. Unternimm etwas gemeinsam mit anderen! Stärke deine sozialen Beziehungen, um verbunden zu sein.
- **Commit:** Check dein Umfeld. Engagiere dich für etwas, das dir wichtig ist! Beteilige dich und erlebe Sinn.

Insbesondere die Übersetzung des Wortes „Commit“ für den deutschsprachigen Raum als „Check Dein Umfeld“ erwies sich als verkürzt und schwierig. „Check dein Umfeld“ fokussiert primär auf eine Reflexion des Umfeldes, weniger auf prosoziales Engagement, auf Beteiligung und das Engagement für Dinge, die den jungen Menschen selbst wichtig sind. Das Engagement für diese und die daraus gewonnenen Erfolgserlebnisse sind aber ebenso wichtig für das eigene Wohlbefinden wie das Engagement für andere. Die Bewertung der Bündnispartnerorganisationen zu den Kernbotschaften, die in Kapitel 4.3.1 dargestellt wird, reflektiert diese Kritik.

Da jedoch in der Beschreibung und Kommunikation insgesamt dieses breite, zum englischen Begriff „Commit“ passende Verständnis kommuniziert wurde, konnten im Rahmen der Initiative die Inhalte und Ziele, die unter „Commit“ gefasst sind, dennoch gut transportiert werden. Aufgrund des Feedbacks wird die Initiative jedoch zukünftig stärker mit den englischen Botschaften operieren, um dieser Kritik Rechnung zu tragen.

1.4.2 Adaption der Initiative für den österreichischen Kontext

Die ABC-Kampagnen in Australien, Dänemark, auf den Färöer-Inseln und in Norwegen wurden ursprünglich als bevölkerungsweite Kampagnen umgesetzt. Die rund 400 Partner:innen in Australien sind etwa lokale Gruppen und Vereine, Gemeinden, Gesundheitsorganisationen und Interessenverbände (Curtin University 2024). Das Netzwerk in Dänemark umfasste 2022 beispielsweise rund 67 Partnerorganisationen, darunter 40 Gemeinden und die Region Süddänemark (Meilstrup et al. 2022). In den genannten Ländern wurde die Kampagne zudem jeweils von Universitäten lanciert und erst nach einer längeren Laufzeit zum Teil durch die Gesundheitsministerien in eine nachhaltige Finanzierung überführt.

Die Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“ kann, anders als die oben beschriebenen Kampagnen, als Pilot verstanden werden, welcher im Auftrag des Gesundheitsministeriums durch das Kompetenzzentrum Zukunft Gesundheitsförderung mit einer klar definierten, spezifischen Zielgruppe – nämlich Organisationen, die Angebote für junge Menschen setzen und deren Lebenswelten aktiv mitgestalten, bzw. Vertretungsorganisationen von jungen Menschen und Initiativen für junge Menschen – im Jahr 2023 gestartet wurde. Daher sind auch die im Rahmen der Bündnispartnerschaft angesprochenen Organisationen andere als in den genannten Ländern.

Kernidee des Social-Franchise-Konzepts ist, von den vorhandenen Strukturen, Ressourcen, Interessen und Organisationen, die in dem spezifischen Land aktiv sind und aktiv sein wollen, auszugehen. Durch deren Unterstützung und durch die Einbindung der Kampagnen-Inhalte und -Produkte in deren Aktivitäten sollen die Ziele erreicht werden. Die Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“ setzte daher insbesondere bei den Organisationsstrukturen im Bereich der Gesundheitsförderung sowie bei den Strukturen der offenen Jugendarbeit an. Insbesondere gab es eine intensivere Kooperation mit dem Netzwerk Gesundheitskompetente Jugendarbeit (boJA 2024).⁴ Mit Unterstützung des Netzwerkes wurde eine Hybridkampagne umgesetzt, die direkt junge Menschen anspricht, und es wurden Materialien für Mitarbeiter:innen zur Stärkung psychosozialer Gesundheitskompetenz entwickelt und verbreitet. Damit wurde ein Beitrag für Wissenstransfer und Vernetzung zum Thema Gesundheitskompetenz in der außerschulischen Jugendarbeit geleistet. Ein weiterer wichtiger Ansatzpunkt waren Kooperationen mit dem schulischen Bereich, etwa eine Kooperation mit dem Programm „Wohlfühlzone Schule“⁵ (FGÖ 2022) etabliert, das in Österreich mit pädagogischen Hochschulen und als Kooperation des Fonds Gesundes Österreich (FGÖ), des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Forschung (BMBWF) und der Versicherungsanstalt öffentlich Bediensteter, Eisbahnen und Bergbau (BVAEB) umgesetzt wird. Die Partner:innen tragen aktiv zur Umsetzung der ABC-Initiative bei.

Diese Form der Partnerschaft prägt auch die Art und Weise, wie die Initiative umgesetzt wird und welche Angebote in ihrem Rahmen gesetzt werden. Denn durch die bestehenden Netzwerke konnte die Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“ auf einer umfassenden Expertise aus unterschiedlichen Bereichen aufbauen, die durch eine digitale Ressourcenplattform sowie durch vor Ort und online stattfindende Events vernetzt und sichtbar gemacht wird. Ein primäres Ziel ist, die Vielzahl an professionellen evidenzbasierten Angeboten zur

⁴ <https://www.gesunde-jugendarbeit.at/netzwerk-gesundheitskompetente-jugendarbeit> [Zugriff am 08.01.2025]

⁵ <https://wohlfuehlzone-schule.at/> [Zugriff am 08.01.2025]

Förderung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen zu bündeln, auffindbar und dadurch leichter zugänglich zu machen sowie Organisationen unterschiedlichster Settings stärker miteinander zu vernetzen.

Zusätzliche Anbieter:innen und Vereine, die mit jungen Menschen arbeiten oder diese vertreten, wurden persönlich zur Initiative eingeladen. Zu nennen sind hier etwa Organisationen der verbandlichen Jugendarbeit oder auch Schulen und elementarpädagogische Einrichtungen. Über diese qualifizierten Partner:innen wurden in weiterer Folge, im Sinne des Social-Franchise-Konzepts, weitere Organisationen eingeladen.

Vom Bündnis ausgeschlossen sind Organisationen, die ihre Angebote überwiegend kostenpflichtig anbieten. Diese können an Vernetzungstreffen teilnehmen, werden aber nicht als Teil des Bündnisses sichtbar.

Die Initiative unterstützt im Auftrag des BMASGPK mit ihren Zielsetzungen und Aktivitäten die Umsetzung von aktuell in Österreich geltenden Strategien, die auf die Stärkung von Wissen, Kompetenzen und Maßnahmen zur Stärkung psychosozialer Gesundheit abzielen, so etwa der Gesundheitsziele Österreich (insbesondere Gesundheitsziel 9) und der Kinder- und Jugendgesundheitsstrategie. Sie trägt auch zur Umsetzung von Maßnahmenempfehlungen der „Roadmap Zukunft Gesundheitsförderung“ (Agenda Gesundheitsförderung 2023) bei, beispielsweise kommt sie dem Bedarf von Bürgerinnen und Bürgern nach niederschwellig zugänglicher Gesundheitsinformation, insbesondere zu Themen der psychosozialen Gesundheit, sowie nach einer Sensibilisierungskampagne zu Themen der psychosozialen Gesundheit entgegen.

Die Bündnispartner:innen der Initiative haben daher auch zur Erarbeitung von Empfehlungen für einen Aktionsplan zur Förderung der psychosozialen Gesundheit von jungen Menschen beigetragen. Die Empfehlungen dienen dazu, gemeinsam mit Stakeholderinnen und Stakeholdern, Umsetzerinnen und Umsetzern sowie jungen Menschen bestehende Strategien (v. a. die Gesundheitsziele Österreich) weiterzuentwickeln und auszudifferenzieren, und soll dabei unterstützen, Maßnahmen zu priorisieren. Das Empfehlungspapier soll eine strategische Orientierung geben, die Abstimmung unterschiedlicher Akteurinnen und Akteure erleichtern und damit die Umsetzung zentraler, wirksamer Maßnahmen anstoßen.

1.4.3 Adaption in Bezug auf die Zielgruppe

Bereits mehrfach wurde die ABC-Kampagne für verschiedene Kontexte und Zielgruppen in anderen Ländern adaptiert. In Australien wurde etwa mit „Mentally Healthy Schools“⁶ (Curtin University 2024) ein Konzept entwickelt, wie die Kernbotschaften in den Unterricht, das schulische Umfeld und die breitere Schulgemeinschaft integriert werden können, um das Wohlbefinden von Schülerinnen und Schülern, Lehrerinnen und Lehrern sowie der breiteren Schulgemeinschaft zu schützen und zu verbessern. Auch in Dänemark wurde die Kampagne für den Bildungskontext adaptiert (Koushede et al. 2020) und an der Universität, die das Netzwerk der Partner:innen koordiniert, eingeführt.

In Österreich wurde mit einer kleineren, zielgruppenspezifischen Initiative gestartet. Die Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“ wurde daher nicht als

⁶ <https://www.actbelongcommit.org.au/programs-initiatives/mentally-healthy-schools/>, [Zugriff am 08.01.2025]

bevölkerungsweite Kampagne lanciert, sondern richtet sich, wie oben ausgeführt, primär an Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sowie Organisationen, die selbst Angebote zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen setzen, sowie an Lehrkräfte, Jugendarbeiter:innen und Interessenvertretungen.

Durch die Fokussierung der Initiative auf junge Menschen und deren Bezugspersonen können altersgruppenspezifische Angebote und Tools sowie spezifische Weiterbildungen, die für die Stärkung der Ressourcen und Schutzfaktoren der psychosozialen Gesundheit junger Menschen besonders relevant sind, transportiert und zugänglich gemacht werden. Zudem kann das Netzwerk der Organisationen, die mit jungen Menschen arbeiten (Betreuungseinrichtungen, Schulen, Organisationen der außerschulischen Jugendarbeit, Jugendvereine), in seinen Kompetenzen zur Förderung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen gestärkt werden.

1.5 Zielsetzung der Initiative

Vision der Initiative ist es, gemeinsam mit einem breiten Netzwerk von Partnerinnen und Partnern die psychosoziale Gesundheit junger Menschen in Österreich zu stärken. Junge Menschen und deren Bezugspersonen sollen über die notwendigen Kompetenzen verfügen, psychosoziale Gesundheit zu erhalten und zu fördern, und niederschwellig auf Gesundheitsförderungs- und Präventionsangebote zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit zugreifen können.

Zu dem Zweck richtet sich die Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“ an Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sowie an Organisationen, die mit jungen Menschen arbeiten. Durch das gemeinsame kommunikative Dach der Initiative und die Vernetzung von Organisationen aus unterschiedlichsten Bereichen sollen Wissen und Ressourcen zur Förderung und zum Erhalt der psychosozialen Gesundheit junger Menschen gestärkt und damit indirekt die psychosoziale Gesundheit und die psychosoziale Gesundheitskompetenz junger Menschen und ihrer Bezugspersonen verbessert werden.

Die Kernbotschaften der Initiative greifen dabei auf Elemente der Positiven Psychologie zurück, welche die Stärkung der psychosozialen Ressourcen junger Menschen in den Fokus nimmt. Implizites Ziel ist es daher, langfristig einen Beitrag zur psychosozialen Gesundheitskompetenz und zu Lebenskompetenzen, wie etwa Problemlösungs-, Bewältigungs- und Copingstrategien (Achte auf dich) zum sozialen Zusammenhalt, zur Erhöhung des Gefühls der Verbundenheit (Bleibe in Kontakt), zur Stärkung des Kohärenzgefühls und des Sozialkapitals (Check dein Umfeld), aber auch zur Entstigmatisierung von psychischen Belastungen, zu leisten (Amtmann 2023; Seligman et al. 2000). Die Initiative versucht auf unterschiedlichsten Interventionsebenen Einfluss zu generieren:

1. Gesamtgesellschaftlich, indem – im Sinne der Gesundheitsförderung – Strukturen und Kapazitäten gestärkt werden, die dazu beitragen, Kindern und Jugendlichen ein gesundes Aufwachsen zu ermöglichen und deren psychosoziale Gesundheit zu stärken, etwa durch Einbringen und Diskussion von Themen in entsprechende Gremien und Strategieprozesse.
2. Auf Ebene der Organisationen, indem Bündnispartnerorganisationen dafür gewonnen werden, ihr Wissen und ihre Ressourcen zur Förderung der psychosozialen Gesundheit zu teilen und entlang der einfachen, ressourcenorientierten Botschaften der Initiative Wissen und Angebote zur Förderung der psychosozialen Gesundheit zu vermitteln.

3. Auf Ebene der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die mit Kindern und Jugendlichen arbeiten und über Bündnispartnerorganisationen sowie Weiterbildungs- und Trainingsangebote eingebunden werden.
4. Durch direkte Ansprache junger Menschen. Punktuell werden auch Kinder und Jugendliche direkt mit Angeboten der Initiative angesprochen.

Die Zusammenarbeit von Organisationen, die im Bereich der psychosozialen Gesundheit tätig sind, soll gestärkt und deren Ressourcen sollen gebündelt werden. Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene sollen empower, an der Maßnahmenplanung und -umsetzung beteiligt sowie bedarfsgerecht unterstützt werden.

Operative Ziele der Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit“ sind demnach:

1. Die Sensibilisierung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Organisationen, von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern, Bezugspersonen, die mit jungen Menschen arbeiten, sowie (vor allem indirekt) von jungen Menschen selbst, in Hinblick auf Möglichkeiten zur Förderung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen, insbesondere darauf, wie diese proaktiv und ressourcenorientiert, durch Ansätze der Gesundheitsförderung und Primärprävention gestärkt und erhalten werden kann.
2. Die Stärkung von deren Kompetenzen, um ihre eigene psychosoziale Gesundheit zu stärken und auch andere dabei zu unterstützen, sowie deren Sensibilisierung und Kompetenzstärkung insbesondere in Bezug darauf, wie psychosoziale Gesundheit durch Schaffung oder Ausbau von Beteiligungsmöglichkeiten unterstützt werden kann.
3. Die Erleichterung des Zugangs zu verfügbaren Angeboten zur Förderung der psychosozialen Gesundheit, sodass Informationen über Angebote an Schulen in Österreich und bei relevanten Akteurinnen und Akteuren im Bereich der außerschulischen Jugendarbeit vorliegen.
4. Die Stärkung des Zuganges zu und des Verbreitungsgrades von qualitätsgesicherten bzw. evidenzbasierten, niederschwellig zugänglichen Gesundheitsinformationen, Good-Practice-Beispielen sowie Tools und Weiterbildungen.
5. Die Anregung von Kooperationen und fachlichem Austausch zum Thema zwischen verschiedenen, für die psychosoziale Gesundheit junger Menschen relevanten Organisationen.
6. Die Förderung des Commitments, der Mitarbeit und des gemeinsamen Engagements von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern relevanter Organisationen zur Förderung der psychosozialen Gesundheit.

1.6 Aktivitäten

Um diese Ziele zu erreichen, setzt die ABC-Initiative zielgruppenspezifische Sensibilisierungs-, Informations-, Weiterbildungs- und Umsetzungsmaßnahmen:

- Wissensvermittlung: Die Plattform WohlfühlPOOL richtet sich vorrangig an Stakeholder:innen sowie Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die mit jungen Menschen arbeiten. Als Ressourcen- und Vernetzungsplattform bündelt der WohlfühlPOOL Wissen zur Sensibilisierung und Förderung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen.
- Trainings und Wissensaustausch, Weiterbildungen: Themenspezifische Weiterbildungen und Austauschtreffen werden angeboten, z. B. für Schulärztinnen und Schulärzte, Lehrkräfte, Personen im Bereich Jugendarbeit und Gesundheitsförderung. Die Angebote werden teilweise

direkt von der Initiative, finanziert durch das Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz im Rahmen der Agenda Gesundheitsförderung und den Fonds Gesundes Österreich, angeboten sowie von Partnerinnen und Partnern der Initiative kostenlos zur Verfügung gestellt. Ein kostenloses Coaching-Angebot für junge Menschen und ihre Bezugspersonen ist zusätzlich verfügbar.

- Qualitätsgesicherte Tools: Qualitätsgesicherte Tools (Fachliteratur, Unterrichtsmaterial, Erklärvideos, Leitfäden etc.) zur Stärkung von Wissen und Kompetenzen sowie zur Unterstützung im pädagogischen Alltag werden in einer digitalen Toolbox zur Verfügung gestellt und mit Unterstützung eines breiten Netzwerks verbreitet. Auch ein Good-Practice-Portal zur Darstellung wissenschaftlich fundierter sowie in der Praxis erprobter Good-Practice-Maßnahmen wird ergänzend zur Toolbox entwickelt, dessen Veröffentlichung Ende 2025 geplant ist und das über den WohlfühlPOOL zugänglich gemacht wird.
- Publikationen: Publikationen des Kompetenzzentrums zum Thema Gesundheitsförderung und Prävention im Bereich psychosozialer Gesundheit junger Menschen werden zur Verfügung gestellt, z. B. Factsheets zu aktuellen Strategien zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit (Teufl, Lukas et al. 2024) und ein Mapping von Angeboten zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit (Felder-Puig et al. 2023d) sowie Maßnahmenempfehlungen (Felder-Puig et al. 2023a) und ein partizipativ erarbeitetes Empfehlungspapier zur Förderung der psychosozialen Gesundheit (Felder-Puig et al. 2025b).
- Umsetzungsprojekte: Partizipative Gesundheitsförderungsmaßnahmen („Leuchtturmprojekte“) werden im Rahmen von Förderprojekten umgesetzt, die zumeist gemeinsam im Rahmen der Agenda Gesundheitsförderung und durch den Fonds Gesundes Österreich finanziert wurden, das sind beispielsweise Projekte zur Förderung der psychosozialen Gesundheitskompetenz und von sozial-emotionalen Kompetenzen bzw. Projekte zur Stärkung junger Menschen in Familien oder in Sozial-, Jugend- oder Bildungseinrichtungen (z. B. „TOPSY Toolbox“, „PERMA.teach“, „Familien stärken – Trauma bewältigen“, „Ich und Gesundheit“); es wurden auch einige Projekte mit Fokus auf die Entwicklung gesundheitsfördernder Körper(selbst-)bilder umgesetzt (z. B. „#body“, „Real Girls’ Art“).⁷ Junge Menschen wurden darüber hinaus direkt in der Hybridkampagne „Du bist ok!“ angesprochen, die vom bundesweiten Netzwerk Offene Jugendarbeit (boJA) umgesetzt wurde. Dabei wurden sie entlang der Kernbotschaften der Initiative zu Themen rund um die psychosoziale Gesundheit informiert, aktiviert und beteiligt.
- Kommunikation und Sensibilisierung: Darüber hinaus vermittelt die Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“ auf der Plattform WohlfühlPOOL über einen Newsletter und via Social-Media-Kanäle sowie vor allem mithilfe der Partnerorganisationen Wissen zum Thema psychosoziale Gesundheit und zu Angeboten in diesem Bereich.
- Bündnispartnernetzwerk: Um die ABC-Botschaften zu transportieren, sie den jungen Menschen zugänglich zu machen und die Rahmenbedingungen entsprechend zu gestalten, wurden Bündnisse mit Organisationen in ganz Österreich geschlossen, insgesamt gibt es über 160 Bündnispartner:innen aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen (Jugendarbeit, Gesundheitsförderung, Suchtprävention, Berufsverbände, Elternverbände, Schulen, Jugendhilfeeinrichtungen, Fachhochschulen, Sozialversicherung, Einrichtungen für kostenlose Angebote, Jugendorganisationen etc.). Diese Bündnispartner:innen wurden zu Tagungen, regelmäßigen Vernetzungs- und Abstimmungstreffen eingeladen.

⁷ Siehe www.wohlfuehl-pool.at [Zugriff am 28.11.2025]

2 Evaluationskonzept

Die Evaluation der Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit“ orientiert sich konzeptionell an den Dimensionen des RE-AIM-Modells. Das RE-AIM-Modell zielt darauf ab, die erfolgreiche Anpassung und Umsetzung evidenzbasierter Interventionen, wie etwa des ABC-Konzepts, durch systematische Begleitforschung zu unterstützen. Es fokussiert dabei auf 5 Dimensionen:

- Reichweite (Reach)
- Effektivität (Effectiveness)
- Annahme (Adoption)
- Implementierung (Implementation)
- Nachhaltigkeit der Intervention (Maintenance)

Zusätzlich zum Modell des RE-AIM orientiert sich die Evaluation an den bereits in anderen Ländern umgesetzten Evaluationen vergleichbarer Kampagnen, insbesondere in Bezug auf die angestrebten Wirkungen (Outcomes) auf Ebene der Bevölkerung bzw. der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren (Meilstrup et al. 2022; Millar et al. 2020; Santini et al. 2022).

Die Reichweite der Intervention beschreibt, wie viele Personen oder Organisationen im Rahmen der Initiative erreicht werden konnten. Als Sensibilisierungs- und Informationsinitiative richtet sich diese an eine heterogene Gruppe von Multiplikatorinnen, Multiplikatoren und Personen, die mit jungen Menschen arbeiten, sowie an junge Menschen und deren Bezugspersonen. Informationen werden über soziale Medien, Newsletter und den WohlfühlPOOL breit gestreut. Die Trainings werden über die Bündnispartnerorganisationen direkt an die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren adressiert. Die Reichweite dieser Angebote wird als Teil der Implementierung betrachtet. Nebst Teilnehmer- und Zugriffszahlen, die im Rahmen des Monitorings erhoben werden (vgl. Kapitel 3) wird auch die Frage, wie die Zielgruppen erreicht wurden, in der Evaluation behandelt (vgl. Kapitel 4.2).

Die Effektivität der Kernbotschaften wurde für die ABC-Initiative bereits in mehreren internationalen Studien dargestellt (Donovan et al. 2021). Für den österreichischen Kontext wurde unter Bündnispartnerorganisationen im Rahmen der Evaluation erhoben, ob ihr Wissen über Angebote zur Förderung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen durch die Initiative verbessert wurde. Zudem wurde gefragt, ob sie aufgrund der Initiative neue Methoden und Ansätze zur Förderung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen im Alltag nutzen oder vermehrt auf die Förderung der psychosozialen Gesundheit in der alltäglichen Arbeit achten. Weiters wurde, entsprechend den operativen Zielen der Initiative, erhoben, ob sich der Zugang zu Angeboten aus Sicht der Bündnispartnerorganisationen verbessert hat. Auch die Nützlichkeit der Kernbotschaften zur Vermittlung von Inhalten und Kompetenzen zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit aus Sicht der Bündnispartner:innen und deren Übersetzung wurden evaluiert (vgl. Kapitel 4.3). Informationen zur Wirkung der Initiative bei jungen Menschen bzw. bei Eltern und pädagogischen Fachkräften konnten nicht direkt erhoben werden.

Die Annahme (Adoption) der Initiative stellt deren Übernahme und Anwendung durch die Bündnispartnerorganisationen in den Fokus und die konkrete Anwendung des ABC-Konzepts im Rahmen des Social-Franchise-Ansatzes. Evaluiert wurde insbesondere, wie viele Organisationen aus

unterschiedlichen Settings sich an der Initiative beteiligen und wie diese Organisationen die Initiative in ihrer eigenen Organisation umsetzen (vgl. Kapitel 4.1).

In dem Kapitel zu **Nachhaltigkeit (Maintenance)** wird insbesondere reflektiert, welche Verbesserungen aus Sicht der Bündnispartnerorganisationen vorgenommen werden können, damit die Initiative in ihren Organisationen umfassender genutzt werden kann. Bedingungen einer nachhaltigen Implementierung sind insbesondere auch in Kapitel 3.2 zur Bündnispartnerschaft und dem Social-Franchise-Konzept reflektiert.

Kapitel 3 umfasst ein Monitoring aller gesetzten Aktivitäten und Maßnahmen im Rahmen der Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit“ und fokussiert damit auf die ersten beiden Ebenen des RE-AIM-Modells: **Reichweite bzw. Zielgruppenerreichung (Reach)** sowie ausgewählte Kennzahlen zur Akzeptanz, also zum Engagement von Organisationen sowie Akteurinnen und Akteuren im Feld bzw. deren Aufgreifen von Elementen der ABC-Initiative in jugendrelevanten Settings (**Adoption**). Kennzahlen zur Wissensvermittlung und Sensibilisierung, zu Bündnispartnerschaft und Trainings sowie zur Kompetenzförderung im Rahmen der ABC-Initiative wurden für den Zeitraum ab Oktober 2023, dem Beginn der Initiative, bis 31. Oktober 2025 aufbereitet.

Kapitel 4 umfasst die Ergebnisse der quantitativen Erhebung. Das Kapitel ist nach den Dimensionen des RE-AIM-Modells strukturiert. Es ergänzt die Kennzahlen des Monitorings durch die Sichtweise der Bündnispartner:innen und gibt Auskunft über die Nutzung der Initiative im Feld und deren Bewertung.

3 Monitoring der Maßnahmen der Initiative

Im vorliegenden Bericht werden Indikatoren zur Implementierung und Reichweite der Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“ für die ersten beiden Jahre ihres Bestehens, zwischen 1. Oktober 2023 und 31. Oktober 2025, entlang der oben beschriebenen Aktivitäten dargestellt. Die Wirkung der einzelnen Maßnahmen und Aktivitäten in Bezug auf die psychosoziale Gesundheit von jungen Menschen auf Ebene der Bündnispartnerorganisationen sowie der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren wird hier nur konzeptionell anhand der intendierten Zielsetzungen angeführt.

Entlang der Zielsetzungen der Initiative ist der Bericht in 3 Hauptkapitel gegliedert, die den Kennzahlen zu zentralen Maßnahmen zugeordnet sind: Wissensvermittlung und Sensibilisierung, Bündnispartnerschaft sowie Trainings und Kompetenzförderung.

3.1 Wissensvermittlung und Sensibilisierung

Eine wichtige Säule der Initiative, um die oben beschriebenen Ziele zu erreichen, sind die Maßnahmen zur Wissensvermittlung und Sensibilisierung. Im Rahmen des Maßnahmenbündels „ABC-Info“ werden die Kernbotschaften „Achte auf dich“, „Bleibe in Kontakt“ und „Check dein Umfeld“ über verschiedene Kanäle verbreitet. Dies umfasst auch die Erklärung der Kernbotschaften, ihren Ursprung und die Evidenz zur Wirkung. Weiters sind auf der Plattform WohlfühlPOOL umfassende Informationen zur Initiative, Informationsmaterialien als Download und Publikationen zum Thema psychosoziale Gesundheit junger Menschen zu finden.

Um bestehendes Wissen zum Thema psychosoziale Gesundheit junger Menschen zu bündeln, werden in der ToolBOX des WohlfühlPOOL qualitätsgesicherte Angebote und Tools zur Stärkung von Wissen und Kompetenzen gesammelt. Weiters werden auch Aktivitäten und relevante Veranstaltungen von Bündnispartnerinnen und -partnern auf dem WohlfühlPOOL dargestellt, um diese zu verbreiten.

3.1.1 WohlfühlPOOL

Die Ressourcen- und Informationsplattform WohlfühlPOOL dient der Bündelung von Informationen rund um Förderung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen. Die Plattform wurde 2021 aufgesetzt, um niederschwellige Unterstützungsleistungen im Bereich psychosoziale Gesundheit und Wohlbefinden (z. B. Unterrichtsmaterialien, [Online-]Coachings, eine Webinarreihe, themenspezifische Veranstaltungen) in Kooperation mit dem Fonds Gesundes Österreich zur Verfügung stellen zu können. Im Rahmen der Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“ wurde die Plattform neu strukturiert und um Inhalte zur Bündnispartnerschaft sowie von Bündnispartnerinnen und -partnern ergänzt.

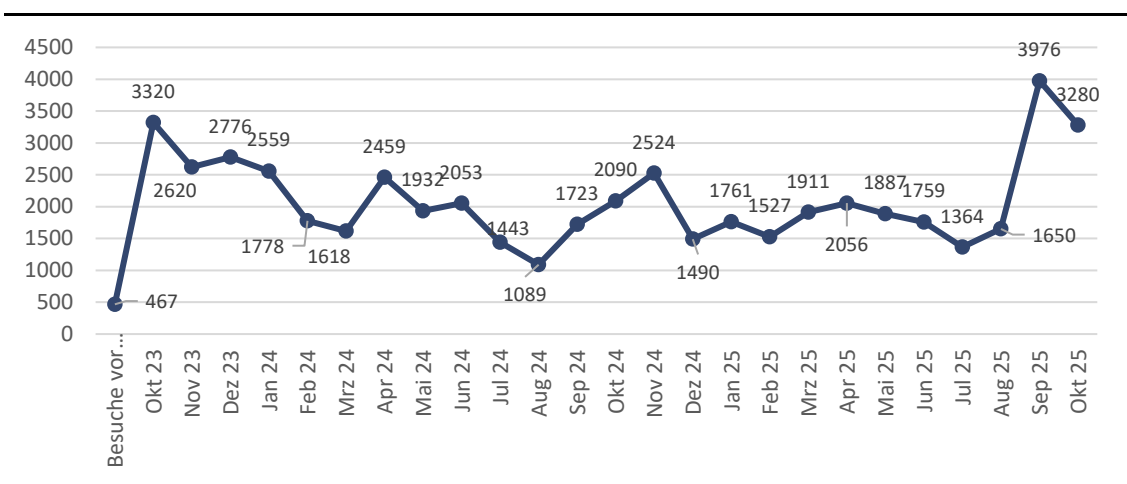
Die wesentlichen Ergänzungen auf der Plattform waren:

- die Aufbereitung der Informationen zum Rahmen der Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“, zur Evidenz der Wirkung der Kernbotschaften und zu internationalen Vorbildern der Initiative

- Informationen zur Bündnispartnerschaft im Rahmen der Initiative und Materialien für die Partnerorganisationen
- die Vorstellung und Beschreibung der Bündnispartnerorganisationen
- Ergänzung der ToolBOX des WohlfühlPOOL um qualitätsgesicherte Materialien von Bündnispartnerinnen und -partnern
- die Aufbereitung von Tools und Informationsmaterialien aus der Initiative für Multiplikatorinnen und Multiplikatoren
- die Sammlung und Verbreitung von Informationen zu Veranstaltungen von Bündnispartnerinnen und -partnern und der im Rahmen der Initiative gesetzten Angebote (Coaching, Training, Vernetzungstreffen, Informationsveranstaltungen)
- Bekanntmachung und Zurverfügungstellung von kostenlosen Weiterbildungen der Initiative oder der Bündnispartner:innen

Der WohlfühlPOOL wurde Ende Juni 2023 auf dem derzeitigen Server online gestellt. Zwischen Mitte September und Anfang Oktober 2023 wurden die Inhalte der Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“ dort integriert. Zwischen 1. Oktober 2023 und 31. Oktober 2025 wurde die Seite von insgesamt 52.285 Besucherinnen und Besuchern aufgerufen (2023/24: 27.100; 2025: 25.185 + 48 % zum Vorjahr).

Abbildung 1: Monatliche Besucher:innen auf der Plattform WohlfühlPOOL (1.10.2023-31.10.2025)



Quelle und Darstellung: GÖG

Die höchsten Zugriffszahlen verzeichnete die Seite WohlfühlPOOL im September 2025, dem Yellow September, einer Kampagne zur Suizidprävention, die über den WohlfühlPOOL unterstützt wurde. Im Oktober 2023, als die Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit“ erstmals mittels Pressekonferenz lanciert wurde, griffen 3.320 Personen auf die Seite zu. Der Rückgang der Zugriffe auf die Plattform Anfang des Jahres 2024 ist durch die geringere Akquisetätigkeit von Bündnispartnerorganisationen zu erklären. Mit der Integration neuer Angebote und Formate der Initiative auf der Plattform und durch deren Präsentation bei Veranstaltungen (vgl. Kapitel 3.1.3.2) sowie durch die Mitgliedschaft bei der Österreichischen Plattform Gesundheitskompetenz (ÖPGK) konnte die Zahl der Zugriffe auf die Plattform zwischen Oktober 2023 und Ende

Oktober 2024 auf einem mittleren Niveau von 2.053 Besucherinnen und Besuchern gehalten werden. Im Jahr 2025 griffen monatlich im Schnitt 2.117 Personen auf die Plattform zu.

Tabelle 1: Seiten, über die auf den WohlfühlPOOL zugegriffen wurde (1.10.2023-31.10.2025)

	Gesamt	1.10.2023– 31.10.2024	1.11.2024– 31.10.2025
Direkte Zugriffe	49 %	58 %	45 %
Suchmaschinen	32 %	21 %	39 %
Webseiten	13 %	15 %	12 %
Soziale Medien	5 %	7 %	3 %
QR-Codes auf Postkarten	1 %	0 %	1 %

Quelle: GÖG

49 Prozent der Besucher:innen steuerten die Website direkt an. 32 Prozent kamen über Suchmaschinen und 13 Prozent griffen über andere Websites, auf denen der WohlfühlPOOL gelistet ist, zu. 5 Prozent kamen über Links in Social Media Posts (Facebook, LinkedIn oder Instagram) auf die Website und rund 1 Prozent über QR-Codes von Postkarten. Im Vergleich zum ersten Jahr (Oktober 2023 bis Ende Oktober 2024) ist die Zahl derer, die direkt auf die Website zugegriffen, zwischen November 2025 und Ende Oktober 2025 deutlich gesunken. Das könnte ein Hinweis auf eine größere Bekanntheit der Plattform WohlfühlPOOL sein.

Die **Website**, über die am häufigsten auf den WohlfühlPOOL zugegriffen wurde, war der Internetauftritt der Initiative Wohlfühlzone Schule, in deren Projekten die ABC-Initiative im schulischen Setting aufgegriffen wurde. Von der Website von Wohlfühlzone Schule wurde der WohlfühlPOOL zwischen 1. Oktober 2023 und 31. Oktober 2025 insgesamt 1.025-mal aufgerufen. Zusätzlich griffen 565 Personen über die Website des FGÖ, 221 Personen über die Website der BVAEB und 134 Personen über die Website des Bildungsministeriums auf den WohlfühlPOOL zu. Das sind die Internetauftritte der zentralen Trägerorganisationen der Initiative Wohlfühlzone Schule. 65 Zugriffe kommen direkt von Verlinkungen in Lehrveranstaltungsangeboten der Pädagogische Hochschulen oder der Universitäten (z. B. Moodle).

Von der Informationsseite gesundheit.gv.at wurde zwischen Anfang Oktober 2023 und Ende Oktober 2025 rund 780-mal auf den WohlfühlPOOL zugegriffen. 218 Zugriffe kamen von der Website der Agenda Gesundheitsförderung und 120 Personen griffen über die Website der GÖG zu. Von der Website der ÖPGK, dessen Mitglied die ABC-Initiative ist, sind 120 Besuche zu verzeichnen. Von der Website des BMASGPK griffen rund 74 Personen auf den WohlfühlPOOL zu.

Über thematische Kampagne, wie etwa von der Website der European Mental Health Week (48 Zugriffe) und über Websites von körperbildbezogenen Projekten und Kampagnen – „feel-ok“ und „YOUareART“, dessen Internetauftritt im Juli 2025 online ging –, griffen im Betrachtungszeitraum insgesamt 35 Personen auf den WohlfühlPOOL zu.

Hervorzuheben sind weiters die Zugriffe auf den WohlfühlPOOL über die Projektwebsites „Gemeinsam stark werden“ (501 Zugriffe), einem von der ARGE Suchtprävention angebotenen Lebenskompetenzprogramm, sowie von der Website „Gesunde Jugendarbeit“ (176 Zugriffe), die von der bOJA, einer zentralen Bündnispartnerorganisation der Initiative in der außerschulischen Jugendarbeit, betrieben wird. Aus dem Bereich der Jugendarbeit gab es zudem Zugriffe von der

Website WienXtra (69 Zugriffe) sowie vom Internetauftritt des Steirischen Dachverband der offenen Jugendarbeit (48 Zugriffe).

Über die Website der Liga für Kinder- und Jugendgesundheit (119 Zugriffe) und die Webseite von Styria Vitalis (176 Zugriffe), welche jeweils ABC-Trainings anbieten, griffen insgesamt rund 240 Personen auf den WohlfühlPOOL zu. Rund 60 Zugriffe davon kamen von den im Rahmen des FGÖ-Projekts „KrisenFEST plus“ realisierten „Padlets“, die regionale Angebote zur Förderung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen in der Steiermark und in Salzburg sammeln.

Über die Website von GIVE wurden 98 Personen auf den WohlfühlPOOL weitergeleitet. Auch über die Website der im Netzwerk gesunde Schule vertretenen Organisationen (Salzburg, Kärnten, Niederösterreich, Salzburg, Tirol) griffen insgesamt rund 120 Personen auf den WohlfühlPOOL zu.

Weitere zu erwähnende Zugriffszahlen kommen von den Websites der Bündnispartnerorganisationen pro mente (82), Erste Hilfe für die Seele (44), KUKIS – KUKIS – Kreativität und Kommunikationsförderung für Kinder in Systemen (45) und der Elternseite von Rat auf Draht (32). Diese Zahlen sind Indikator für die Bedeutung der Bündnispartnerorganisationen und der von diesen gesetzten Angebote für die Verbreitung der Initiative und unterstreichen auch die Bedeutung des intersektoralen Charakters der Initiative.

Die meisten Besucher:innen, die die Website über **soziale Medien** ansteuerten, kamen über Facebook (982 Zugriffe; davon im 2. Initiativen-Jahr 25 %), gefolgt von LinkedIn (580 Besuche; davon im 2. Initiativen-Jahr 41 %) und Instagram (356 Besuche; davon im 2. Initiativen-Jahr 26 %) auf den WohlfühlPOOL. 131 griffen von YouTube aus, also aufgrund der Initiativenvideos, auf den WohlfühlPOOL zu (im 2. Initiativen-Jahr 2 %).

Über QR-Codes auf den beiden Postkarten-Entwürfen zu einzelnen Tools auf dem WohlfühlPOOL und zum Angebot PERMA.teach griffen im Gesamtzeitraum jeweils rund 100 Personen auf den WohlfühlPOOL zu.

3.1.1.1 Zugriffszahlen aus den unterschiedlichen Regionen

Aus Österreich wurde der WohlfühlPOOL im gesamten Zeitraum (1. Oktober 2023–31. Oktober 2025) insgesamt 39.532-mal aufgerufen (davon 49 % im 2. Initiativen-Jahr). Das entspricht rund 76 Prozent der gesamten Besucher:innen. Die meisten Zugriffe sind keiner Region in Österreich genau zuordenbar.

Von jenen Zugriffen, die regional verortbar sind, stammen die meisten aus Wien (12.746 Besuche), das entspricht 32 Prozent aller Besucher:innen aus Österreich. 7.458 Besucher:innen (19 %) griffen aus der Region Niederösterreich auf den WohlfühlPOOL zu, rund 2.965 Besucher:innen aus Oberösterreich und weitere 2.422 Personen aus der Steiermark. Die geringste Zugriffszahl ist mit 688 Besuchen aus dem Burgenland zu verzeichnen.

Im Verhältnis zur Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter zwischen 15 und 65 Jahren scheint der WohlfühlPOOL in Wien (9 ‰), Niederösterreich (7 ‰) und Salzburg (4,5 ‰) die höchste Bekanntheit zu haben. Die geringsten Zugriffswerte weisen im Verhältnis zur Bevölkerung Kärnten (2,4 ‰) und die Steiermark (2,9 ‰) auf.

Im Vergleich zum ersten Initiativen-Jahr hat die Zahl der Zugriffe auf den WohlfühlPOOL 2025 insbesondere in den Bundesländern Wien (+ 114 %), Salzburg (+ 87 %) und Vorarlberg (+ 65 %) zugenommen.

Tabelle 2: Regionale Seitenzugriffe auf den WohlfühlPOOL (1.10.2023–31.10.2025)

	Anteil der Zugriffe 1. Jahr	Anteil der Zugriffe 2. Jahr	Anteil der Zugriffe gesamt	Gesamtzahl der Zugriffe	Promille der Bevölkerung (zw. 15 und 65 Jahren)
Burgenland	0,9 %	2,7 %	1,7 %	688	3,6
Kärnten	1,0 %	3,6 %	2,2 %	882	2,4
Niederösterreich	12,2 %	26,6 %	18,9 %	7.458	6,7
Oberösterreich	4,5 %	11 %	7,5 %	2.965	3,0
Salzburg	3,6 %	4,8 %	4,2 %	1.649	4,4
Steiermark	3,4 %	9,3 %	6,1 %	2.422	2,9
Tirol	2,7 %	6,6 %	4,5 %	1.791	3,5
Vorarlberg	1,4 %	2,5 %	1,9 %	756	2,8
Wien	31,9 %	32,6 %	32,2 %	12.746	9,2

Quelle: GÖG

Weltweit wurde der WohlfühlPOOL von Besucherinnen und Besuchern aus insgesamt 123 Ländern aufgerufen, mit 2.012 Aufrufen (9 % aller Besucher:innen) am häufigsten aus Deutschland, gefolgt von den USA mit 2.012 Besucherinnen und Besuchern (4 %), den Niederlanden mit 741 Besucherinnen und Besuchern (1 %), der Schweiz und Irland (je rund 630 Besucher:innen; 1 %) und Albanien, Finnland und Slowakei (je rund 390 Besucher:innen; 1 %).

3.1.1.2 Zugriffszahlen auf unterschiedliche Subseiten und Informationen

Auf dem WohlfühlPOOL werden Hintergrundinformationen zur Initiative umfassend dargestellt, indem zusätzlich zu den Erläuterungen zu Auftraggeber:in, Umsetzer:in und der Vision der ABC-Initiative die umfassenden zielgruppenspezifischen Informations-, Weiterbildungs- und Umsetzungsmaßnahmen beschrieben und entsprechend verlinkt werden. Beschrieben werden außerdem die 3 Kernbotschaften der Initiative mit entsprechenden Informationsmaterialien sowie Informationen und Gründe für eine Bündnispartnerschaft und Evidenz zur Wirkung der Initiative. Über die geförderte Hybridkampagne „Du bist ok!“ der bOJA, welche die Kernbotschaften der ABC-Initiative direkt an junge Menschen vermittelt, wird ebenfalls informiert.

Im Folgenden werden die über die Ressourcen- und Informationsplattform WohlfühlPOOL am häufigsten aufgerufenen Informationen zur ABC-Initiative genauer beschrieben. Tabelle 3 gibt einen kurzen Überblick über die Zugriffe auf einzelne Subseiten des WohlfühlPOOL. Diese wurden inhaltlichen Clustern zugeordnet, die unterschiedlichen Zielsetzungen der Initiative

entsprechen. Da nicht alle Unterseiten einem Cluster zugeordnet sind, entspricht die Gesamtzahl der Zugriffe in der Tabelle nicht der Summe der Zugriffe auf die geclusterten Subseiten des WohlfühlPOOL.

Tabelle 3: Übersicht über eindeutige Seitenzugriffe auf der Informationsplattform WohlfühlPOOL nach Unterseitencluster WohlfühlPOOL (1.10.2023–31.10.2025)

	1.10.2023– 31.10.2024		1.11.2024– 31.10.2025		Gesamt	
	eindeutige Ansichten	%	eindeutige Ansichten	%	eindeutige Ansichten	%
Zugeordnete Seiten	37.217	76	34.648	80	71.865	78
Unterseitencluster: Materialien und Tools	11.248	23 %	14.869	34 %	26.117	28 %
Unterseitencluster: Hintergrundinformationen zur Initiative	8.566	18 %	3.541	8 %	12.107	13 %
Unterseitencluster: Bündnispartner:innen und Netzwerk	5.626	12 %	3.975	9 %	9.601	10 %
Unterseitencluster: Veranstaltungen und News	4.168	9 %	4.354	10 %	8.522	9 %
Unterseitencluster: Workshops, Training und Coaching	1.581	3 %	3.236	7 %	4.817	5 %
Unterseitencluster: Information/Psychoedukation	2.895	6 %	826	2 %	3.721	4 %
Unterseitencluster: Kampagnen/Projekte	590	1 %	2.289	5 %	2.879	3 %
Unterseitencluster: Good Practice und Leuchtturmprojekte	1.414	3 %	937	2 %	2.351	3 %
Unterseitencluster: Policy und Beteiligung	1.129	2 %	621	1 %	1.750	2 %
Gesamtzugriffe	48.822		43.312		92.134	

Quelle: GÖG

Am häufigsten aufgerufen wurden auf der Seite des WohlfühlPOOL Materialien und Tools; auf diese Seiten entfallen rund 28 Prozent der eindeutigen Seitenansichten seit Oktober 2023. Die Zahl der Zugriffe auf Seiten, die dem Cluster „Materialien und Tools“ zugeordnet sind (das sind insbesondere die Toolbox und die darin verlinkten Materialien) hat im zweiten Initiativen-Jahr im Vergleich zum Vorjahr zugenommen.

Vor allem im ersten Initiativen-Jahr wurden auch die Hintergrundinformationen zur Initiative häufig aufgerufen. Gezählt werden hier Seiten, die Informationen zur Trägerschaft der Initiative, zu ihrer Wirkung und Herkunft beinhalten. Insgesamt entfallen 13 Prozent der Aufrufe auf diese Seiten. Weitere 10 Prozent der Aufrufe beziehen sich auf Seiten, die Informationen zu den Bündnispartnerorganisationen und dem Netzwerk beinhalten.

Insgesamt wurden die allgemeinen Informationen zur ABC-Initiative⁸ auf dem WohlfühlPOOL im ersten Jahr des Bestehens (Anfang Oktober 2023 bis Ende Oktober 2024) 6.524-mal aufgerufen. Davon wurde 5.407-mal direkt auf die Website zugegriffen, woraus sich ableiten lässt, dass die Besucher:innen auf der Website des WohlfühlPOOL gezielt nach Informationen zur ABC-Initiative

⁸ <https://wohlfuehl-pool.at/abc> [Zugriff am 08.01.2025]

gesucht haben. Im zweiten Initiativen-Jahr ging die Zahl der eindeutigen Zugriffe auf diese Seite auf 2.302 Zugriffe zurück. Das liegt insbesondere daran, dass im zweiten Initiativen-Jahr der Schwerpunkt weniger auf die Anwerbung neuer Partner:innen gelegt wurde.

Die drei Kernbotschaften⁹ der ABC-Initiative „Achte auf dich“, „Bleibe in Kontakt“ und „Check dein Umfeld“, welche zum Empowerment und zur Förderung der psychosozialen Gesundheit beitragen sollen, werden auf dem WohlfühlPOOL detailliert beschrieben und wurden im Zeitraum Anfang Oktober 2023 bis Ende Oktober 2024 711-mal abgerufen, im zweiten Initiativen-Jahr insgesamt 772-mal.

Ebenso wie die Tools und Materialien werden – im Vergleich zum ersten Initiativen-Jahr – im zweiten Jahr die Seiten mit Informationen zu Veranstaltungen (10 % der Zugriffe) und zu Workshops, Trainings und dem Coaching (7 % der Zugriffe) häufiger aufgerufen. Hier werden nebst dem ABC-Training Informationen zu ABC-Exchange und dem Coachingangebot gezählt.

Verstärkte Zugriffe gab es auf Unterseiten, die bestimmten Kampagne und Projekten zugeordnet sind. Gezählt werden hier Zugriffe auf Informationen zum Projekt „Du bist OK“ (1. Initiativen-Jahr), die European Mental Health Week und die im zweiten Initiativen-Jahr erstmals durchgeführte Kampagne des Yellow September.

Zurückgegangen sind im Vergleich dazu die Zugriffe auf Seiten, die dem Untercluster Psychoedukation und Information zugeordnet sind, sowie jene auf Unterseiten, die Informationen und Angebote zur Mitwirkung im Policy-Bereich enthalten. Das betrifft insbesondere die „Fibel“, die im ersten Jahr stärkere Verbreitung fand, und die Unterseiten zu Maßnahmenempfehlungen zur Förderung der psychosozialen Gesundheit.

3.1.2 Informationsmaterial zur Initiative

Neben Informationen zu den Inhalten und Angeboten der Initiative auf der Website des WohlfühlPOOL wurden verschiedene weitere Formate wie Flyer, Poster, Postkarten und Videos entwickelt, um die Kernelemente der Initiative niederschwellig an die direkten und indirekten Zielgruppen zu vermitteln.

Die Flyer und Poster sind seit Beginn der Initiative auf der Website des WohlfühlPOOL zu finden und stehen für Bündnispartner:innen in einem ToolKIT der Initiative (siehe Kapitel 3.2.1) als Download zur Verfügung. Im Zeitraum Anfang Oktober 2023 bis Ende Oktober 2025 wurde das ABC-Poster über den WohlfühlPOOL insgesamt 212-mal und der ABC-Flyer insgesamt 241-mal heruntergeladen. Darüber hinaus wurden die Materialien bei diversen Veranstaltungen (siehe Kapitel 3.1.3.2) aufgelegt und an interessierte Multiplikatorinnen und Multiplikatoren verteilt.

Für einzelne Veranstaltungen wurden zudem Informationsflyer zu den Angeboten im Rahmen der ABC-Initiative, insbesondere zu den Trainings und Coachings, produziert, von denen rund 200 Stück verteilt wurden. Diese wurden unter anderem bei der Jugendgesundheitskonferenz in Graz aufgelegt, bei der rund 1.200 Besucher:innen – junge Menschen und pädagogische Fachkräfte – vor Ort waren.

⁹ <https://wohlfuehl-pool.at/kernbotschaften> [Zugriff am 08.01.2025]

3.1.2.1 Psychoedukative Informationen

Im Rahmen der ABC-Initiative wurden verschiedene psychoedukative Inhalte in unterschiedlichen Formaten aufbereitet, um Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sowie Interessierten fundierte Informationen zur Förderung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen zur Verfügung zu stellen.

Zur umfassenderen Aufbereitung von psychoedukativen Inhalten wurde 2023 das Informationspaket „Fibel zur Förderung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“ mit gebündeltem evidenzbasiertem Wissen geschnürt, das Multiplikatorinnen und Multiplikatoren kompakte Informationen, Zahlen, Daten und Fakten zu aktuellen Studienergebnissen und wissenschaftlich fundierten Maßnahmen vermitteln soll. Darüber hinaus wurde eine Auswahl an qualitätsgesicherten kostenlosen und bundesweit verfügbaren Tools und Unterstützungsangeboten zur Förderung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen aufbereitet und es wurden niederschwellige Anlaufstellen bei psychosozialen Problemen und Krisen von jungen Menschen zusammengestellt. Die Fibel¹⁰ steht seit Beginn der Initiative als Publikation im Format eines Foliensatzes sowie in Form einzelner Bausteine als Download auf der Website des WohlfühlPOOL sowie im ToolKIT für Bündnispartner:innen der Initiative (siehe Kapitel 3.1.2.1) zur Verfügung und wurde im Dezember 2023 zusätzlich als niederschwelliges Erklärvideo aufbereitet veröffentlicht.

Insgesamt wurde das psychoedukative Informationspaket seit Bestehen der Initiative auf der Website des WohlfühlPOOL 3.262-mal gesichtet und die einzelnen Elemente wurden 1.195-mal heruntergeladen. Die für unterschiedliche Altersgruppen aufbereiteten Tools sind der am häufigsten heruntergeladene Baustein der Fibel (insgesamt 244 Downloads, davon 184 Downloads im 1. Initiativen-Jahr und 60 Downloads im 2. Initiativen-Jahr). Gedruckte Exemplare der Fibel wurden zudem in einer Auflage von mindestens 100 Stück bei verschiedenen Veranstaltungen (siehe Kapitel 3.1.3.2) ausgelegt und an interessierte Multiplikatorinnen und Multiplikatoren verteilt. Das Erklärvideo zur Fibel wurde seit Veröffentlichung bis Oktober 2025 über YouTube rund 300-mal aufgerufen.

Zur Verbreitung des psychoedukativen Informationspakets an die Zielgruppe wurde dieses unmittelbar nach der Publikation über einen Newsletter des BMBWF 2024 an insgesamt 4.975 Schulen ausgesendet. Zudem wurden 3 Postkarten entwickelt, welche die Fibel kurz beschreiben und diese per QR-Code als Download zur Verfügung stellen. Die Postkarten wurden einerseits auf der Website des WohlfühlPOOL als Download zur Verfügung gestellt und andererseits als gedruckte Exemplare in Kooperation mit der Servicestelle für Gesundheitsförderung an Österreichs Schulen (GIVE) in einer Stückanzahl von 1.500 an interessierte Schulen versendet, in Kooperation mit der boJA in der Info- und Toolbox mit Materialien zu verschiedensten Gesundheitsthemen (Gesunde BoXXX) an Jugendbetreuer:innen weitergegeben sowie bei diversen Veranstaltungen (siehe Kapitel 3.1.3.2) aufgelegt und verteilt. Insgesamt wurden die Postkarten zur Fibel auf der Website des WohlfühlPOOL 253-mal heruntergeladen. Der QR-Code auf den gedruckten Postkarten wurde jedoch nur 68-mal gescannt, um die Fibel abzurufen.

2024 wurden zudem 5 Motivationskarten zu den ABC-Kernbotschaften gestaltet. Jede Karte enthält konkrete Anregungen zur Nutzung einzelner qualitätsgesicherter Tools für den pädagogischen Alltag. Sie stehen seit September 2024 auf dem WohlfühlPOOL als Download zur

¹⁰ <https://wohlfuehl-pool.at/infopakete> [Zugriff am 08.01.2025]

Verfügung. Die Karten wurden insgesamt 692-mal heruntergeladen.¹¹ Über den QR-Code auf den Karten wurden die darauf vorgestellten Tools rund 248-mal aufgerufen.

Die Karten konnten auch im Postkartenformat, als gedruckte Exemplare (bei Bedarf mit Begleitbrief für Schuldirektionen mit Hintergrundinformationen zur Initiative und zur Verwendung der Karten) bestellt werden. In Kooperation mit der Servicestelle GIVE wurden insgesamt 1.500 Motivationskarten mit Begleitbriefen zur Aussendung an interessierte Schulen verschickt. Zudem wurden auf Anfrage von Bündnispartnerinnen und -partnern weitere 1.000 Motivationskarten an einzelne Schulen, eine Jugendberatungsstelle und einen Verein zur Schulsozialarbeit versendet. 2025 wurden 2.000 Stück der Postkarten nachproduziert. Über die Kooperation mit der Wohlfühlzone Schule wurden 460 ABC-Motivationskarten an die 5 beteiligten Pädagogischen Hochschulen versendet, die diese in ihren jeweiligen Bundesländern (Burgenland, Steiermark, Tirol, Wien, Kärnten) weiterverbreiteten.

Nebst den Motivationspostkarten wurden 2025 zur Verbreitung der Kernbotschaften und zur Erklärung von Inhalten der Positiven Psychologie auch 9.000 Stück PERMA-Postkarten produziert, welche über Kerninhalte der Positiven Psychologie informieren. Diese konnten von Bündnispartnerorganisationen bestellt werden und wurden in ABC-Trainings verteilt. Sie wurden vollständig verteilt. Im Rahmen der Kooperation mit der Wohlfühlzone Schule wurden davon rund 1.380 Stück versendet. Über den WohlfühlPOOL wurden diese Postkarten nur 12-mal heruntergeladen.

3.1.2.2 Publikationen

Vier Publikationen¹² wurden seit Bestehen der ABC-Initiative auf der Website des WohlfühlPOOL veröffentlicht, die einen Überblick über rezente Studienergebnisse zur psychosozialen Gesundheit junger Menschen sowie zu wirksamen Angeboten und Unterstützungssystemen in Österreich bieten sollen. Dazu zählen zwei Factsheets, eines zu evidenzbasierten Maßnahmen (Felder-Puig et al. 2023a) und eines zu Strategien zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen (Teufl, L. et al. 2024), sowie ein Mapping zu kostenlosen Angeboten in Österreich (Felder-Puig, R. et al. 2023). Weiters wurden 2025 partizipativ erarbeitete Empfehlungen für Maßnahmen zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen veröffentlicht (Felder-Puig, R. et al. 2023), welche in relevante Gremien eingebracht werden und auch im Rahmen des Arbeitsprogramms der Agenda Gesundheitsförderung aufgegriffen werden.(Felder-Puig et al. 2025a).

3.1.2.3 Videos

Um die ABC-Initiative und ihre Kernelemente zu veranschaulichen, wurde im Mai 2024 ein Erklärvideo auf YouTube, auf der Website des WohlfühlPOOL und auf den Social-Media-Kanälen der Initiative veröffentlicht, das niederschwellig Informationen zum Konzept der Initiative vermittelt. Das Video wurde seitdem bis Ende November 2025¹³ insgesamt 571-mal (289-mal im 1. Initiativen-Jahr) auf YouTube aufgerufen. Über Instagram gab es

¹¹ 240910_Postkarten_FGÖ.indd [Zugriff am 24.11.2025]

¹² <https://wohlfuehl-pool.at/infopakete> [Zugriff am 08.01.2025]

¹³ Eine Einschränkung auf den Berichtszeitraum war in diesem Fall technisch nicht möglich.

19.578 Ansichten (19.522 im 1. Initiativen-Jahr) des Postings zum animierten Video und 23.384 Ansichten auf Facebook (23.289 Ansichten im 1. Initiativen-Jahr) sowie insgesamt 3.170 Ansichten auf LinkedIn.¹⁴ Zudem wurde das Video bei diversen Veranstaltungen (siehe Kapitel 3.1.3.2) zur Präsentation der Initiative und Anwerbung weiterer Bündnispartner:innen gezeigt.

Zur näheren Erläuterung und jugendgerechteren Verbreitung der ABC-Kernbotschaften in den Worten von jungen Menschen wurde im Sommer 2024 zudem ein Video mit Schülerinnen und Schülern des Sperlgymnasiums in Wien gedreht, in dem die einzelnen Botschaften – „Achte auf dich“, „Bleibe in Kontakt“ und „Check dein Umfeld“ – und ihre Bedeutung ausgeführt werden. Das Video wurde auf YouTube, auf der Website des WohlfühlPOOL und auf den Social-Media-Kanälen der Initiative veröffentlicht. Die Beschreibungen der Kernbotschaften wurden in Kurzvideos auch einzeln veröffentlicht. Die Videos (4-Minuten-Video zu allen 3 Kernbotschaften und die Videos zu den einzelnen Kernbotschaften) wurden seit der Veröffentlichung im Oktober 2024 insgesamt 284-mal (davon 159-mal im 1. Initiativen-Jahr) auf YouTube aufgerufen. Auf Facebook lag die Reichweite bei 69.055 Ansichten, auf Instagram bei 40.430 Ansichten und auf LinkedIn bei 6.292 Aufrufen.¹⁵

2025 wurde ein weiteres Video zu den Inhalten der ABC-Initiative, die sich speziell an pädagogische Fachkräfte richten, auf dem WohlfühlPOOL online gestellt. Das Video „Was sagen Pädagog:innen zur psychosozialen Gesundheit junger Menschen?“, in dem Zielsetzung, Schwerpunkte und Tools der Initiative vorgestellt werden, wurde auf YouTube insgesamt 102.435-mal, auf Instagram 146-mal und auf Facebook 770-mal aufgerufen. Auch auf dem offiziellen Instagram-Account des Wiener Gymnasiums wurde das Video am 1. April geteilt.¹⁶

3.1.2.4 ToolBOX und Leuchtturmprojekte

Die ToolBOX des WohlfühlPOOL¹⁷ ist eine Sammlung qualitätsgesicherter und kostenfreier Medien und beinhaltet Tools, Angebote und Materialien. Sie umfasst unter anderem Fachliteratur, Leitfäden, hilfreiche Websites, Methodenbeschreibungen, pädagogisches (Unterrichts-)Material, Angebote zur persönlichen Beratung und Unterstützung sowie digitale Materialien wie beispielsweise Videos, Apps oder Podcasts. Ziel der ToolBOX ist, die Fähigkeiten und Ressourcen der Zielgruppe zu stärken sowie Resilienz und psychosoziales Wohlbefinden zu fördern. Ursprünglich wurden in der ToolBOX Tools, Angebote und Materialien aus Förderprojekten des FGÖ gesammelt, die somit die Kriterien der Gesundheitsförderung erfüllen. Seit Beginn der ABC-Initiative wurde die ToolBOX erweitert, indem auch weitere, intersektorale Tools aufgenommen werden. Dazu gehören aus öffentlichen Mitteln finanzierte Medien, Tools und Unterrichtsmaterialien, die zentrale Themen der Gesundheitsförderung aufgreifen, jedoch nicht nach den Kriterien der Gesundheitsförderung geprüft sind. Alle Bündnispartner:innen der Initiative werden dazu eingeladen, Tools mittels Onlinefragebogen mit der Initiative zu teilen, damit diese zwecks Aufnahme geprüft werden können.

Zum Zeitpunkt Oktober 2024 umfasste die ToolBOX insgesamt 136 Tools von 27 verschiedenen Organisationen. Mit Ende Oktober 2025 sind insgesamt 153 Tools in der Toolbox zu finden.

¹⁴ Die Kennzahl ergibt sich aus organischen Ansichten und Ansichten durch Werbeeinschaltungen.

¹⁵ Die Kennzahl ergibt sich aus organischen Ansichten und Ansichten durch Werbeeinschaltungen.

¹⁶ https://www.instagram.com/reel/DH5eLX5qDOr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA== [Zugriff am 21.11.2025]

¹⁷ <https://wohlfuehl-pool.at/toolbox> [Zugriff am 08.01.2025]

Einzelne Bündnispartner:innen haben Tools über den Onlinefragebogen gemeldet. Zudem konnten viele Organisationen, die bereits vorab Tools zur Verfügung gestellt hatten, für die Bündnispartnerschaft gewonnen werden.

Mit 7.385 eindeutigen Seitenansichten zwischen Oktober 2023 und Oktober 2025 (1. Initiativen-Jahr: 3.839 Aufrufe; 2. Initiativen-Jahr: 3.546 Aufrufe) ist die ToolBOX eine der meistaufgerufenen Subseiten des WohlfühlPOOL. Ein Good-Practice-Portal zur Darstellung wissenschaftlich fundierter sowie in der Praxis erprobter Good-Practice-Maßnahmen wird ergänzend zur Toolbox entwickelt, dessen Veröffentlichung Ende 2025 geplant ist.

Weiters sind auf dem WohlfühlPOOL Informationen zu partizipativen Gesundheitsförderungsmaßnahmen („Leuchtturmprojekte“) veröffentlicht. Diese werden im Rahmen von Förderprojekten umgesetzt, die zum Teil bereits vor Beginn der ABC-Initiative begonnen haben und zumeist gemeinsam im Rahmen der Agenda Gesundheitsförderung und durch den Fonds Gesundes Österreich finanziert wurden. Deren Maßnahmen und Produkte wurden möglichst umfassend in die Maßnahmen und Angebote der Initiative miteingebunden. Dabei handelt es sich beispielsweise um Projekte zur Förderung der psychosozialen Gesundheitskompetenz und von sozial-emotionalen Kompetenzen bzw. Projekte zur Stärkung junger Menschen in Familien oder in Sozial-, Jugend- oder Bildungseinrichtungen (z. B. „TOPSY Toolbox“, „PERMA.teach“, „Familien stärken – Trauma bewältigen, „Ich und Gesundheit“); es wurden auch einige Projekte mit Fokus auf die Entwicklung gesundheitsfördernder Körper(selbst-)bilder umgesetzt (z. B. „#body“, „Real Girls’ Art“). Die Produkte aus PERMA.teach und die TOPSY Toolbox werden beispielsweise in den ABC-Trainings aufgegriffen.

Junge Menschen wurden darüber hinaus direkt mit der Hybridkampagne „Du bist ok!“ angesprochen, die vom bundesweiten Netzwerk Offene Jugendarbeit (boJA) umgesetzt wurde. Dabei wurden sie entlang der Kernbotschaften der Initiative zu Themen rund um die psychosoziale Gesundheit informiert, aktiviert und beteiligt. Die Sensibilisierungsmaßnahmen fanden im digitalen Raum auf Instagram, TikTok und Snapchat statt und wurden von Pop-up-Studios in Jugendzentren und im öffentlichen Raum begleitet. Dabei wurden auch Materialien zur Stärkung der psychosozialen Gesundheitskompetenz in die „Gesunde BoXXX“ integriert – ein Informations- und Methodenkoffer, der zur Stärkung der Gesundheitskompetenz im Bereich der offenen Jugendarbeit im Einsatz ist.

3.1.3 Öffentlichkeitsarbeit

Zum Start der Initiative fand kurz vor dem jährlichen Welttag für psychische Gesundheit (10. Oktober) am 5. Oktober 2023 eine Pressekonferenz statt, um die Initiative der Presse vorzustellen. In den Tagen nach der Pressekonferenz (05.–09.10.2023) wurde die ABC-Initiative in insgesamt 18 Berichten in Print- und Onlinemedien thematisiert. Darüber hinaus wurde die Initiative bis inklusive Mai 2024 in 15 weiteren Berichten behandelt. Im gesamten Zeitraum der Initiative gab es zwei APA-OTS-Aussendungen.

Um die Inhalte der Initiative breit zu streuen, wurde über diese in unterschiedlichsten Newslettern berichtet. Neben dem Newsletter für Bündnispartner:innen und dem Newsletter des WohlfühlPOOL wurden dafür insbesondere die Newswetter der Gesundheit Österreich GmbH (GÖG) und des Fonds Gesundes Österreich bespielt. Weiters wurde die Initiative in den Newslettern anderer Initiativen, wie „Kinder essen gesund“, „Auf gesunde Nachbarschaft!“,

„Gesundheitsförderung international“, der Österreichischen Kompetenz- und Servicestelle für Selbsthilfe (ÖKUSS), der Österreichischen Plattform für Gesundheitskompetenz (ÖPGK), der Wiener Allianz für Gesundheitsförderung in Gesundheitseinrichtungen sowie 2024 über den Newsletter des Gesundheitsportals (gesundheit.gv.at) vorgestellt.

Den initiativeneigenen Newsletter für Bündnispartner:innen haben Ende Oktober 2025 insgesamt 204 Organisationen abonniert. Dieser wurde seit Bestehen 9 Mal versendet. Den Newsletter des WohlfühlPOOL, der monatlich verschickt wird, erhalten derzeit 777 Abonnentinnen und Abonnenten.

Über die unterschiedlichen Newsletter konnten 2024 über 27.000 Abonnentinnen und Abonnenten erreicht werden. 2025 wurden mittels der unterschiedlichen Newsletter der GÖG rund 7.025 Abonnentinnen und Abonnenten erreicht. Zudem wurden Informationen zur Initiative im Newsletter der Servicestelle GIVE und im Jugendnewsletter des Bundeskanzleramts geteilt.

Insgesamt konnten im Rahmen der Initiative seit Oktober 2023 rund 64 Newsletter-Beiträge an die Abonnentinnen und Abonnenten von 15 verschiedenen Newslettern geschickt werden. Weiters wurde die Initiative über die Social-Media-Kanäle der GÖG, des FGÖ und der ÖPGK geteilt.

2024 wurde auch ein Beitrag im Newsletter der Österreichischen Gesellschaft für Public Health (ÖGPH) (Rohrauer-Näf et al. 2024) zur Initiative veröffentlicht. Zudem sind Informationen zur Initiative auf der Plattform der ÖPGK nachzulesen, deren Mitglied die Initiative ist.¹⁸

2025 wurde die Broschüre des FGÖ zur psychosozialen Gesundheit aktualisiert.¹⁹ Diese enthält zum Schwerpunkt „Psychosoziale Gesundheit bei Kindern und Jugendlichen“ auch umfassende Informationen zum Angebot der ABC-Initiative und ihren Kernbotschaften. Die Broschüre wurde in einer Auflage von 10.000 Stück gedruckt.

Auf der Website des WohlfühlPOOL wurden von Anfang Oktober 2023 bis Ende Oktober 2025 insgesamt 130 Newsmeldungen zur ABC-Initiative und zu Aktivitäten von Bündnispartnerinnen und -partnern veröffentlicht, welche zu einer höheren Reichweite der vielfältigen Angebote zur Förderung der psychosozialen Gesundheit in Österreich beitragen sollen.

2024 kooperierte die Initiative zwischen dem 13. und 19. Mai mit der Onlinekampagne der European Mental Health Week 2024 von Mental Health Europe²⁰ (Mental Health Europe 2024). Die Kooperation soll den Beteiligten helfen, die von ihnen angebotenen Formate zur Förderung der psychosozialen Gesundheit bekannter zu machen, Gespräche über psychische Gesundheit anzuregen und Möglichkeiten zu bieten, international Wissen zu teilen, Neues kennenzulernen und die Zusammenarbeit zu stärken. Der Fokus des Jahres 2024 lag auf dem Thema „better together: co-creating the future of mental health“.

Im Rahmen der Kooperation wurde zum einen das ABC-Exchange bekannt gemacht (ABC-Exchange-Onlinetreffen: „ACT für junge Menschen – Lebenskompetenzen aktiv stärken“) und zum anderen ein im Rahmen des EU-geförderten Projekts MEET (MEntal WEll-being in education for disadvantaged YOUth) veranstaltetes Webinar zum Thema „The Gender Gap in Mental Health

¹⁸ ABC-Initiative der psychosozialen Gesundheit junger Menschen - ÖPGK [Zugriff am 24.11.2025]

¹⁹ Neu überarbeitet: Broschüre Psychosoziale Gesundheit | Fonds Gesundes Österreich [Zugriff am 24.11.2025]

²⁰ <https://www.mentalhealthurope.org/european-mental-health-week-2024/> [Zugriff am 08.01.2025]

of Young People“ abgehalten. In dem Webinar wurde die Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit“ einem internationalen Publikum vorgestellt. In dem Zeitraum der Mental Health Week wurde zudem ein Video zur Vorstellung der ABC-Initiative veröffentlicht mit Referenz auf die damals 150 Bündnispartnerorganisationen (siehe Kapitel 3.1.2.3). Weiters gab es anlässlich der European Mental Health Week eine Presseaussendung (GÖG 2024)²¹ anlässlich der Benchmark der 150 Bündnispartnerorganisationen.

Besonders viel Sichtbarkeit brachte im Jahr 2025 zudem die Kooperation im Rahmen des Yellow September. Der Yellow September²² bezeichnet den Monat zwischen dem 10. September (dem Welttag der Suizidprävention) und dem 10. Oktober (dem Welttag der mentalen Gesundheit). In dieser Zeit soll das Bewusstsein für die Bedeutung der psychosozialen Gesundheit und der Suizidprävention durch eine gezielte Kampagne gestärkt werden. In Österreich wurden bei der Kommunikation die Kernbotschaften der ABC-Initiative berücksichtigt. Der Yellow September wurde als Dachmarke für bereits existierende Veranstaltungen zur psychosozialen Gesundheit genutzt und Organisationen wurden dazu animiert, in diesem Zeitraum Aktionen (Info-Tage, Vorträge, Webinare, Aussendungen ...) unter der Dachmarke zu organisieren. Auch die ABC-Partnerorganisationen wurden dazu eingeladen, ihre Veranstaltungen zu teilen. In dem Zeitraum wurden 26 Veranstaltungen mit Schwerpunkt Suizidprävention und psychosoziale Gesundheitsförderung auf dem WohlfühlPOOL im Veranstaltungskalender aufgenommen.

3.1.3.1 Infotermine

Um interessierte Organisationen über die Bündnispartnerschaft näher zu informieren, einen ersten Kontakt mit dem Team der Initiative zu ermöglichen und etwaige Fragen zur Initiative zu beantworten, wurden seit Beginn der Initiative 15 Onlineinformationstermine abgehalten. Im Zeitraum Oktober 2023 bis Oktober 2024, in dem der Schwerpunkt der Initiative auf der Anwerbung neuer Bündnispartner:innen lag, fanden 11 Informationstermine für Bündnispartner:innen und Interessierte statt. 2024 gab insgesamt 112 Anmeldungen für den Infotermin. Im selben Zeitraum haben sich 97 Organisationen über den Onlineanmeldebogen für die Aufnahme ins Bündnis angemeldet, von denen 84 die Kriterien erfüllten und somit aufgenommen wurden.

Seit 2025 findet der Infotermin zweimal jährlich (im April und im Oktober) statt. Zwischen 1. November 2024 und 31. Oktober 2025 meldeten sich insgesamt 31 Interessierte zu einem der 4 in dem Zeitraum angebotenen Informationsterminen an. Tatsächlich an einem der beiden 2025 angebotenen Informationstermine teilgenommen haben schließlich 12 Personen.

3.1.3.2 Veranstaltungen

Zur Information und Sensibilisierung für die Förderung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen und zur Verbreitung der ABC-Initiative unter Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sowie potenziellen Bündnispartnerorganisationen war das Kompetenzzentrum Zukunft Gesundheitsförderung bei einer Vielzahl an Veranstaltungen vertreten. Dazu wurden sowohl

²¹ https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20240513_OTS0108/european-mental-health-week-von-13-19-mai-unter-dem-motto-better-together, [Zugriff am 08.01.2025]

²² [Yellow September | WohlfühlPOOL](#) [Zugriff am 24.11.2025]

Informationsmaterialien zur Initiative (siehe Kapitel 3.1.2) aufgelegt als auch Beiträge und Vorträge gehalten, bei denen die Inhalte der Initiative vorgestellt wurden:

- Konferenz der Österreichischen Plattform für Gesundheitskompetenz (ÖPGK) am 11. Oktober 2023 und 24. Oktober 2024
- Plenum der Gesundheitsziele Österreich am 16. Oktober 2023 und am 24. April 2024
- Komitee-Sitzungen für Kinder und Jugendgesundheit am 17. Oktober 2023 und am 5. November 2024
- Jahrestagung der bOJA am 13. Oktober 2023
- Vernetzungstagung der Wohlfühlzone Schule am 14. Oktober 2023 und am 1. Oktober 2024
- Forum zur Jugendstrategie am 28. November 2023
- TOPSY-Abschlussveranstaltung der Österreichischen Liga für Kinder- und Jugendgesundheit am 28. Februar 2024
- Follow-up-Event mit Bürgerräten und Gesundheitsminister zum partizipativen Strategieprozess „Zukunft Gesundheitsförderung“ am 19. März 2024
- Generalversammlung der Bundesjugendvertretung am 21. März 2024
- European Mental Health Week (EMHW) von 13. bis 17. Mai 2024
- Hybridkonferenzen zum Aktionsplan zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit zwischen 3. und 18. Juni 2024
- FGÖ-Konferenz am 11. und 12. Juni 2024
- Sitzung des Vorarlberger Familienbeirats am 24. Juni 2024
- Vorstellung bei der Gesunde-Schule-Tagung an der PH Wien in Sommersemester
- Vorstellung im Rahmen der beiden Skalierungswerkstätten am 25. November 2024 und im Juni 2025
- Vorstellung bei der PH³ Wintertagung am 24. Jänner 2025
- Interview durch „Wirkt“ (Innovate4Kids) am 22. Jänner
- Wohlfühlzone-Schule-Vernetzungstreffen der Projektleiter:innen im Sommersemester 2025
- Präsentation im Rahmen des interaktiven Ideenfindungsworkshops von YEP (Open Innovation Factory) am 27. Mai 2025
- Präsentation bei der Tagung des Gesunde-Schule-Netzwerks am 30. September 2025, organisiert von GIVE
- Vorstellung bei der internen Lehrerfortbildung des BORG 3 im Oktober 2025
- Präsentation beim Meeting der JA PRISM in Kopenhagen am 3. November
- Vorstellung bei der Wohlfühlzone-Schule-Tagung am 6. November (Auflegen der ABC-Materialien; 125 Teilnehmer:innen)
- Vorstellung bei den Jugendgesundheitskonferenzen Graz und Wien Leopoldstadt (Auflegen der ABC-Materialien)

Wichtig für die Verbreitung der Inhalte der Initiative ist insbesondere die Kooperation mit der Wohlfühlzone Schule. Die Kernelemente der ABC-Initiative werden sowohl in den Förderprojekten der Wohlfühlzone Schule aufgegriffen als auch bei den Vernetzungsveranstaltungen bekannt gemacht. Im Sommersemester 2025 wurden die Materialien der ABC-Initiative im Rahmen der regelmäßigen Vernetzungstreffen den Projektleiterinnen und Projektleitern von 5 Pädagogischen Hochschulen (Wien, Steiermark, Burgenland, Kärnten, Tirol) vorgestellt. Über diese werden die Kerninhalte der ABC-Initiative auch in den Weiterbildungsangeboten der Pädagogischen Hochschulen und in deren Curricular verankert (vgl. Kapitel 3.2.1).

Die wichtigste eigene Veranstaltung zur Verbreitung von Informationen der ABC-Initiative war das im November 2025 organisierte Vernetzungstreffen, welches in Kapitel 3.2.2 genauer beschrieben wird. Zudem wurde die Initiative bei verschiedenen Veranstaltungen der Bündnispartner:innen mitkommuniziert und Informationsmaterialien wurden verbreitet.

3.1.3.3 Social Media

Die Initiative ist auf den Plattformen Instagram, Facebook und LinkedIn mit Accounts unter dem Namen „ABC der psychosozialen Gesundheit“ vertreten. Über diese Kanäle wurden seit Bestehen der Initiative jeweils rund 190 Beiträge (97 Beiträge im 1. Initiativen-Jahr, 94 im 2. Initiativen-Jahr) veröffentlicht. Insgesamt kamen dadurch seit Oktober 2023 knapp über 1,6 Millionen Konten mit den Inhalten der ABC-Initiative in Kontakt. Mit 1.549.100 erreichten Profilen (796.444 im 1. Initiativen-Jahr; 752.656 im 2. Initiativen-Jahr), die mindestens einen Beitrag sahen, hatte die Initiative über Facebook die größte Reichweite. Der Rückgang der Sichtkontakte ist auf eine Reduktion der Werbeschaltungen zurückzuführen.

Die meisten Follower:innen zählt die Initiative mit Stand 12.11.2025 auf Instagram mit 818 Follower:innen und Followern Ende Oktober 2025, die meisten Interaktionen mit den Beiträgen (Reaktionen, Kommentare, Teilen, Klicks) fanden 2025 auf Facebook statt. Eine genaue Auflistung der Social-Media-Kennzahlen (Reichweite, Seitenaufrufe, Interaktionen und Follower) ist in Tabelle 4 ausgewiesen.

Tabelle 4: Social-Media-Kennzahlen pro Plattform (1.10.2023–31.10.202)

	Facebook		Instagram		LinkedIn	
	1. Jahr	2. Jahr	1. Jahr	2. Jahr	1. Jahr	2. Jahr
Reichweite	796.444	418.339	597.550	334.317	14.261	23.912
Interaktionen	1.164	4.280	806	4.001	3.200	231
Follower:innen	140	192	453	818	520	652

Quelle: GÖG

Auch im Kontext der Social-Media-Aktivitäten sind Kampagnen für die Sichtbarkeit der Inhalte der ABC-Initiative entscheidend. In der Zeit des Yellow September wurden über die ABC-Kanäle 8 Postings mit dem Schwerpunkt „Yellow September/Suizidprävention“ veröffentlicht. Eines dieser Postings wurde auf Instagram und Facebook insgesamt 93.234-mal aufgerufen. Das über Meta am häufigsten aufgerufene Posting ist jedoch jenes zur Jugendgesundheitskonferenz in Wien Leopoldstadt mit 104.097 Sichtkontakten.

Auf LinkedIn bekamen ebenso 2 Postings, die im Rahmen des Yellow September geschaltet wurden, die meiste Aufmerksamkeit. Das Testimonial-Video mit Bundesministerin Korinna Schumann wurde mit 3.300 Sichtkontakten am häufigsten gesehen.

Bündnispartner:innen haben die ABC-Initiative insgesamt rund 250-mal in ihren Postings erwähnt oder den Hashtag „ABCderpsychosozialenGesundheit“ verwendet.

3.2 Bündnispartnerschaft

Um Bündnispartnerorganisationen für die Initiative zu gewinnen, wurden österreichische Organisationen angesprochen, die Angebote für junge Menschen setzen und deren Lebenswelten aktiv mitgestalten (z. B. Bildungseinrichtungen) bzw. Vertretungsorganisationen von jungen Menschen (beispielsweise die Bundesjugendvertretung²³) und Initiativen für junge Menschen (z. B. „Gut, und selbst?“²⁴). Ein besonderes Ziel der Initiative war, Organisationen aus unterschiedlichsten Bereichen einzubinden, um einerseits Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die direkt mit Kindern und Jugendlichen arbeiten, wie Lehrkräfte, Schulärztinnen und -ärzte sowie Jugendarbeiter:innen, über deren Organisationen besser ansprechen zu können, und andererseits Synergien der Zusammenarbeit von Organisationen aus unterschiedlichen Expertisebereichen (Kinder- und Jugendschutz, Bildung, Gesundheit, Suchtprävention, Verwaltung ...) effektiver nutzen zu können.

Mit Stand Oktober 2025 umfasst das Bündnis der Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen“ 179 Bündnispartnerorganisationen (+12 Organisationen im 2. Initiativen-Jahr). Seit 1. November 2024 gab es 13 Neuanmeldungen und eine Abmeldung, da die betroffene Organisation nicht mehr überwiegend kostenfreien Angebote setzte.

Alle Partnerorganisationen der Initiative sind auf der Website des WohlfühlPOOL dargestellt. Die regionale Verteilung der Hauptstandorte der Partnerorganisationen ist in Tabelle 5 dargestellt. Die Verteilung der Art der Organisation und des Haupttätigkeitsbereichs des Bündnisses geht aus der darunter stehenden Tabelle 6 hervor. In dieser sind alle Organisationen nach 2 inhaltlichen Kriterien geclustert: Zum einen wurde die Art der Organisation bzw. deren Organisationsform erfasst, zum anderen wurde das Haupttätigkeitsfeld der jeweiligen Organisation inhaltlich beschrieben. Anhand dieser beiden Kriterien sollte die bereichsübergreifende Verteilung der Bündnispartnerorganisationen (z. B. in den Bereichen Gesundheit, Bildung, Soziales und Jugendarbeit) dargestellt werden.

Tabelle 5: Regionale Verteilung der Hauptstandorte der Bündnispartnerorganisationen (n = 179)

Bundesland	Anteil in % (absolute Anzahl) 2024	Anteil in % (absolute Anzahl) 2025
Burgenland	5,4 % (9)	5,0 % (9)
Kärnten	4,2 % (7)	4,5 % (8)
Niederösterreich	13 % (22)	14,0 % (25)
Oberösterreich	4 % (7)	3,9 % (7)
Salzburg	6 % (10)	5,6 % (10)
Steiermark	11,4 % (19)	11,2 % (20)
Tirol	4,8 % (8)	4,5 % (8)
Vorarlberg	7,2 % (12)	6,1 % (11)
Wien	43,7 % (73)	45,3 % (81)

Quelle: GÖG

²³ <https://wohlfuehl-pool.at/organisation/bjv> [Zugriff am 08.01.2025]

²⁴ https://wohlfuehl-pool.at/organisation/gut_und_selbst [Zugriff am 08.01.2025]

Seit Beginn des Jahres 2024 gibt es den ABC-Guide, einen Onlinefragebogen, der Bündnispartner:innen durch die Angebote der Initiative leiten soll und die Möglichkeit gibt, weitere Informationen mit der Initiative zu teilen. Dazu gehören unter anderem: Art der Organisation, regionale Aktivität, Zielgruppe(n) der Organisation, geplante Veranstaltungen, gewünschte Austauschthemen und Social-Media-Kanäle der Organisation. Das Ausfüllen des Guides beruht auf freiwilliger Basis. Seit Bestehen des Guides wurde der Onlinefragebogen von 35 Organisationen ausgefüllt. Der Guide wurde Anfang des Jahres 2025 angepasst und vereinfacht. Seither haben nur 5 weitere Organisationen den Guide genutzt. Die meisten Bündnispartnerorganisationen schicken ihre Tools und Veranstaltungen per E-Mail an das Team des Kompetenzzentrums.

Tabelle 6: Verteilung nach Art der Organisation und Haupttätigkeitsbereich der Bündnispartnerorganisationen (n=179)

Art der Bündnispartnerorganisation	Anteil in % (absolute Anzahl)	Haupttätigkeitsbereich der Bündnispartnerorganisation	Anteil in % (absolute Anzahl)
NGOs, Vereine und Freiwilligenarbeit	21,8 % (39)	Bildung	21,8 % (39)
Beratungsstellen und Hotlines	13,4 % (24)	Gesundheitswesen und Gesundheitsförderung	21,8 % (39)
Jugendorganisationen	13,4 % (24)	Soziales	16,8 % (30)
Initiativen, Netzwerke und Kooperationen	8,4 % (15)	Jugendarbeit	14,5 % (26)
Berufs-, Interessenvertretungen und Dachverbände	9,5 % (17)	Geschlechtsspezifische Angebote	7,3 % (13)
Bildungs- und Forschungseinrichtungen	10,1 % (18)	Therapie und Coaching	5,0 % (9)
Gesundheitsförderungseinrichtungen und Suchtprävention	12,3 % (22)	Suchtprävention	3,4 % (6)
Gesundheitsdienstleister	7,3 % (13)	Selbstvertretung	1,7 % (3)
Verwaltung	3,9 % (7)	Forschung	2,8 % (5)
		Freizeit und Bewegung	2,8 % (5)
		Jugendhilfe und Kinderschutz	2,2 % (4)

Quelle: GÖG

3.2.1 Social Franchising

Mit der Bündnispartnerschaft der ABC-Initiative wurde ein breites Netzwerk an engagierten Organisationen zur Förderung der psychosozialen Gesundheit in Österreich aufgebaut, das im Sinne eines Social-Franchising-Ansatzes bzw. Schneeballsystems die Kernelemente der Initiative mitträgt, diese bei Aktivitäten und Angeboten mitkommuniziert und im erweiterten Netzwerk der Partner:innen verbreitet.

Dazu steht Bündnispartnerorganisationen ein eigenes ToolKIT zur ABC-Initiative zur Verfügung, das einen ausführlichen Leitfaden zur Initiative enthält sowie Informationsmaterialien (Poster, Postkarten und Flyer), grafische ABC-Unterlagen (Logos und Patches zur Kennzeichnung der Bündnispartnerschaft sowie Aktivitäten und Produkte, Postingvorlagen für Social Media) zur Verbreitung der Initiative und ein Anschreiben zur Anwerbung weiterer

Bündnispartnerorganisationen. Darüber hinaus stehen die aufbereiteten psychoedukativen Inhalte in unterschiedlichen Formaten und mit dazugehörigen Informationsmaterialien, wie Post- und Motivationskarten,²⁵ zur Verfügung. Das ToolKIT zur ABC-Bündnispartnerschaft, welches neue Bündnispartner:innen per E-Mail als Unterstützung für ihre Aktivitäten im Rahmen der Initiative zugesendet bekommen, wurde auf der Website des WohlfühlPOOL seit Bestehen der Initiative insgesamt 62-mal aufgerufen. Hier enthalten sind auch die Zugriffe auf das ToolKIT für Bündnispartnerorganisationen. Dieses wurde pro Jahr von rund 75 Organisationen aufgerufen. Im zweiten Initiativen-Jahr haben 88 Partner:innen das ToolKIT heruntergeladen.

Bündnispartner:innen, welche Fort- und Weiterbildungen im Rahmen der Initiative (ABC-Training siehe Kapitel 3.3) anbieten, wie die Österreichische Liga für Kinder- und Jugendgesundheit und Styria vitalis, vermitteln die ABC-Kernelemente im Rahmen ihres Angebots direkt an Multiplikatorinnen und Multiplikatoren aus dem schulischen und außerschulischen Bereich.

Die bundesweite Offene Jugendarbeit (bOJA) kooperierte als Bündnispartnerorganisation unter anderem im Rahmen der Hybridkampagne „Du bist ok!“ (2024) mit der ABC-Initiative und verbreitete insbesondere die psychoedukativen Informationen der Initiative an 664 Einrichtungen der offenen Jugendarbeit (OJA) in ganz Österreich.

Im Rahmen des Programms Wohlfühlzone Schule wurde in allen Fördervereinbarungen der seit 2024 umgesetzten Projekte festgehalten, dass die Inhalte und Botschaften der ABC-Initiative, die Angebote des WohlfühlPOOL und die entsprechenden Social-Media-Informationen in die Aktivitäten der Projekte zu integrieren und zu verbreiten sind. Diese sollen für und mit den Schülerinnen und Schülern und Lehrkräften aufgegriffen werden. Die Projekte setzen diesen Auftrag in unterschiedlicher Weise um und tragen auf diese Weise jeweils zur Verbreitung der Kerninhalte der Initiative bei. Alle 5 Projekte involvieren Pädagogische Hochschulen und Anbieter:innen von Gesundheitsförderung in der Schule und zielen auf eine breite Sensibilisierung für die psychosoziale Gesundheit durch das für Lehrkräfte in Ausbildung gesetzte Angebot ab. Ergänzend dazu werden über die Pädagogischen Hochschulen jeweils 10 Schulen über eine längere Phase im Rahmen eines Schulentwicklungsprozesses begleitet, um gesundheitsfördernde Maßnahmen mit einem Schwerpunkt auf die psychosoziale Gesundheit strukturell an den Schulen zu verankern.

In dem Projekt „Der Kompass zur Wohlfühlzone Schule“ (Private Pädagogische Hochschule (PPH) Burgenland) wurden etwa zur breiten Sensibilisierung und Wissensvermittlung Erklärvideos zur psychosozialen Gesundheit erstellt. Durch diese werden erste kompakte Informationen über psychosoziale Gesundheit, Gesundheitsförderung im Setting Schule, wirksame Methoden und zielgruppenspezifische Materialien zur Anwendung im Schulalltag vermittelt. Die Erklärvideos sollen auch Eltern und Erziehungsberechtigten zugänglich gemacht werden. Die Überblickvideos verweisen unter anderem auf den WohlfühlPOOL und die Kerninhalte der ABC-Initiative.²⁶ Zudem werden im Rahmen des Projekts niederschwellige Angebote zum Thema psychosoziale Gesundheit und Resilienz an 25 Schulen umgesetzt (Workshops, Fortbildungen etc.).

²⁵ <https://wohlfuehl-pool.at/toolkit-der-abc-initiative>, [Zugriff am 08.01.2025]

²⁶ https://www.youtube.com/watch?v=7j_XRrUIGPk [Zugriff am 26.11.2025]

Abbildung 2: Bedarfsorientierte Workshops mit jungen Menschen im Rahmen des Projekts „Der Kompass zur Wohlfühlzone Schule“



Quelle: Projektpräsentation PPH Burgenland beim Vernetzungstreffen der Projekte der Wohlfühlzone Schule

An der Pädagogischen Hochschule (PH) Wien wurde darüber hinaus ein standortspezifischer Lehrgang gestartet. Maßnahmen zur Sensibilisierung, Prävention und Gesundheitsförderung sollen im Rahmen dessen gemeinsam mit Schulentwicklungsberaterinnen und -beratern partizipativ entwickelt und umgesetzt werden.

Insgesamt sind in die 5 Projekte, die im Rahmen der Wohlfühlzone Schule umgesetzt werden, 116 Schulen in 5 Bundesländern eingebunden; 48 Schulen sind in einen umfassenderen Schulentwicklungsprozess eingebunden. Für 2024 liegt ein Evaluationsbericht vor, welcher eine hohe Zufriedenheit mit den Angeboten und einen Wissenszuwachs durch diese bei den Lehrkräften bestätigt (Felder-Puig 2004).

3.2.2 Vernetzung

Um Stakeholder:innen und Umsetzungsorganisationen des Feldes miteinander zu vernetzen, den Austausch zu fördern und somit Kooperationen anzuregen und Synergien auszuloten, wurde 2024 das Format „ABC-Exchange“ umgesetzt. Das ABC-Exchange ist ein Onlineaustausch- und -vernetzungstreffen für Bündnispartner:innen und Interessierte, das jeweils zu einem ausgewählten Schwerpunktthema stattfindet. Die Veranstaltungen fanden im Mai und September 2024 zu den Themen „ACT für junge Menschen: Lebenskompetenzen aktiv stärken“ und „ABC im Rahmen der Hybridkampagne ‚Du bist ok!‘ direkt mit und für junge Menschen“ statt. Für die beiden Veranstaltungen gab es insgesamt 75 Anmeldungen (inkl. Vortragende). Im Anschluss wurden die Kontaktdaten von allen damit einverstanden Personen mit den Teilnehmenden zum Zwecke

des Austauschs und der Vernetzung geteilt. Auf diesem Wege konnten durch die Austausch- und Vernetzungstreffen im Rahmen von ABC-Exchange insgesamt 66 Personen aus unterschiedlichsten Bereichen vernetzt werden (siehe Tabelle 7).

Im Jahr 2025 fanden zwei weitere Onlineaustauschtermine in diesem Rahmen statt: Im Juni 2025 fand das Austauschtreffen zum Schwerpunktthema „Förderung der psychosozialen Gesundheit im Setting Schule“ statt, im Oktober 2025 jenes zum Thema „Suizidprävention bei jungen Menschen“. Zu den beiden ABC-Exchange-Terminen meldeten sich 2025 nur 28 Personen an, 18 Personen nahmen schließlich daran teil.

Wichtigstes Vernetzungsevent war jedoch die erstmals in Präsenz abgehaltene Vernetzungsveranstaltung zum Thema „Jugendbeteiligung: Gemeinsam stark für die psychosoziale Gesundheit junger Menschen“, (WohlfühlPool 2025) zu der 92 Interessierte angemeldet waren und an der 82 Personen aus 73 verschiedenen Organisationen teilnahmen. Da es sich um eine Präsenzveranstaltung handelte, nahmen primär Personen aus Wien (67 %) und Niederösterreich (15 %) daran teil.

Tabelle 7: Bei ABC-Exchange vernetzte Personen nach Organisationsbereich

Cluster	1. Initiativen-Jahr	2. Initiativen-Jahr
Jugendarbeit	17	27
Gesundheitsförderung	12	20
Gesundheitsförderung im schulischen Bereich	10	6
Sucht- und Suizidprävention	7	5
Therapie und Coaching	7	0
Bildung	4	24
Psychologische Angebote	3	5
Interessenvertretung	3	3
Familienberatung	2	1
Verwaltung	1	10
Angewandte Forschung		4
Gesamt	66	100

Quelle: GÖG

Zur intersektoralen Abstimmung wurde die Initiative bei den Gesundheitszielen Österreich und im Komitee der Kinder- und Jugendgesundheitsstrategie vorgestellt und es wurden die Akteurinnen und Akteure zur Bündnispartnerschaft eingeladen. Zudem gab es Vernetzungstreffen mit dem Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung (BMBWF), unter anderem im Rahmen der Initiative Wohlfühlzone Schule mit dem Förderschwerpunkt Stärkung von psychosozialer Gesundheit und Resilienz an Schulen, sowie mit dem Bundeskanzleramt (BKA) zum Austausch insbesondere zur außerschulischen Jugendarbeit (siehe Veranstaltungen in Kapitel 3.1.3.2).

3.2.3 Beteiligungsmöglichkeiten bei der Entwicklung von Maßnahmenempfehlungen

Zur partizipativen Entwicklung eines Empfehlungspapiers zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen (Felder-Puig et al. 2025a) wurden die Bündnispartner:innen der ABC-Initiative gemeinsam mit Akteurinnen und Akteuren relevanter Gesundheitsziele und Settings, wie intersektoralen Vertreterinnen und Vertretern aus Ministerien, Sozialversicherungen, dem Beirat für psychosoziale Gesundheit und Mitwirkenden der Kinder- und Jugendgesundheitsstrategie, zwischen März und Juni 2024 eingeladen, eine Sammlung von Maßnahmen zur Förderung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen anhand einer Onlineumfrage und in Hybridkonferenzen zu konkretisieren. Insgesamt beteiligten sich 104 Bündnispartnerorganisationen an der Onlineumfrage. Zu den 6 Hybridkonferenzen meldeten sich insgesamt 129 Personen aus den 104 beteiligten Partnerorganisationen an.

Im Herbst 2024 fanden schließlich Fokusgruppen mit jungen Menschen statt, um deren Perspektive zu den Maßnahmen in verschiedenen Lebenswelten einzuholen. An diesen Fokusgruppen nahmen insgesamt 12 junge Menschen im Alter zwischen 14 und 19 Jahren teil. Diese bewerteten die Relevanz der priorisierten Angebote und nahmen dazu Stellung, wie Angebote gestaltet sein müssen, damit sie von jungen Menschen genutzt werden.

Die Ergebnisse sind in dem Bericht „Maßnahmen zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen. Setting-orientierte Empfehlungen für einen Aktionsplan“ (Felder-Puig et al.

2025a) nachzulesen und wurden im Laufe des Jahres 2025 in relevanten Gremien, insbesondere dem Beirat für Kinder- und Jugendgesundheit, eingebracht.

Ergänzend dazu wurde über die neue Jugend-Beteiligungsplattform der GÖG eine Umfrage unter jungen Menschen durchgeführt zu der Frage: „Wie sollen Angebote zur Stärkung der psychischen Gesundheit junger Menschen gestaltet sein?“ Insgesamt beteiligten sich 273 junge Menschen zwischen 14 und 25 Jahren an der Umfrage.²⁷ Die Ergebnisse sind auf der Beteiligungsplattform nachzulesen und wurden im Rahmen der Vernetzungstagung präsentiert und nachbesprochen (vgl. Kapitel 3.2.2).

3.3 Trainings und Kompetenzförderung

Zur Kompetenzförderung wurden im Rahmen der ABC-Initiative kostenlose Fort- und Weiterbildungen angeboten, die ABC-Kernelemente im Rahmen ihres Angebots direkt an Multiplikatorinnen und Multiplikatoren aus dem schulischen und außerschulischen Bereich vermitteln.

Die Österreichische Liga für Kinder- und Jugendgesundheit setzte in Kooperation mit der Bundesjugendvertretung, dem Frauengesundheitszentrum FEM – Mädchenberatungsstelle, der sozialpädagogischen Wohngemeinschaft NEUEWEGE und Akzente Salzburg von Dezember 2024 bis Oktober 2025 insgesamt 10 ABC-Trainings (2 in Präsenz und 8 online) zur TOPSY-Toolbox für haupt- und ehrenamtliche Fachkräfte ohne psychosozialen Hintergrund (Jugendcoaches, Pädagoginnen und Pädagogen, Jugendarbeiter:innen sowie Expertinnen und Experten aus der Gesundheitsförderung) um, in denen Grundlagen- und Handlungswissen sowie Methoden zur Förderung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen vermittelt wurden. Insgesamt nahmen 99 Personen aus allen österreichischen Bundesländern teil.

Styria vitalis setzte von November 2024 bis September 2025 insgesamt 6 online verfügbare psychoedukative ABC-Trainings im Rahmen des Projekts „krisenFEST plus“ um, in denen unter dem Titel „Was heißt denn Psyche?“ Pädagoginnen und Pädagogen der Sekundarstufe sowie Elementar- und Primarpädagoginnen und -pädagogen zur Kommunikation über und im Umgang mit psychischer Gesundheit und Krankheit von Kindern und Jugendlichen geschult wurden.

PERMA.teach bietet im Rahmen des ABC-Trainings bietet online PERMA.teach-Fortbildungen an. Die Fortbildungen werden in Form von 2 Modulen und einem Stärken-Café angeboten. Als Zielgruppen werden Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sowie Eltern adressiert. Es geht um die Auseinandersetzung mit Positiver Psychologie, dem PERMA-Modell von Martin Seligman, Leitfragen zum Nachdenken und dem Transfer von PERMA in unser Leben und in die Arbeit mit Kindern und Jugendlichen. Zusätzlich gibt es vertiefende Module für einzelne Zielgruppen. Im Zeitraum November 2024 bis Oktober 2025 fanden in diesem Rahmen 19 Seminare, mit insgesamt 601 Teilnehmer:innen statt. Dadurch konnten 351 Pädagoginnen und Pädagogen erreicht werden.

Speziell für Schulärztinnen und -ärzte wurden in Kooperation mit dem BMBWF über Styria vitalis Fortbildungen zu den Themen „Wenn die Psyche wackelt“ (06.11.2024), „Erste Hilfe in

²⁷ [Umfrage zu Bedarfen](#) | [Zugriff am 25.11.2025]

psychischen Krisen bei Kindern und Jugendlichen“ (21.11.2024) und „Worte finden – Psychoedukation im Kontext Schule“ (10.12.2024) organisiert. Zu den Fortbildungen waren insgesamt 298 Personen angemeldet. Die folgende Tabelle 8 zeigt die Zahl der Schulärztinnen und -ärzte, die an den Fortbildungen teilgenommen haben. Die meisten Teilnehmer:innen kamen aus der Steiermark (rund 21 %), jeweils rund 16 Prozent kamen aus Niederösterreich und Wien. Aus den kleineren Bundesländern Burgenland und Vorarlberg nahmen jeweils 5 Personen teil.

Tabelle 8: Anmeldungen und Teilnahmen bei der Schulärztesfortbildung nach Bundesland

	Teilnahmen 06.11.2024	Teilnahmen 21.11.2024	Anmeldungen 10.12.2024
Steiermark	19	25	28
Niederösterreich	14	23	18
Wien	12	28	15
Oberösterreich	9	23	14
Salzburg	11	12	16
Kärnten	4	10	12
Tirol	6	9	9
Vorarlberg	3	5	7
Burgenland	5	1	5
nicht zugeordnet	2	1	
Gesamt	85	137	124

Quelle: GÖG

3.3.1 ABC-Coaching

Das ABC-Coaching ist ein kostenloses Coachingangebot, das sich an junge Menschen und ihre Bezugspersonen richtet, um Unterstützung bei Fragen rund um das Thema psychosoziale Gesundheit zu bieten. In den Coachingeinheiten werden durch verschiedene Coachingmethoden Lösungen für die Anliegen der jungen Menschen und ihrer Bezugspersonen entwickelt, Lebenskompetenzen entlang der Kernbotschaften gestärkt und es wird Wissen vermittelt. Pro Anfrage können bis zu 5 Coachingeinheiten vereinbart werden. Diese können sowohl als Einzelcoaching als auch in Gruppen in Anspruch genommen werden. Für die Umsetzung des ABC-Coachings wurden die Anbieter Institut Kutschera Resonanz GmbH und die möwe – Kinderschutz gemeinnützige GmbH beauftragt. Insgesamt konnten von Oktober 2024 bis November 2025 durch das ABC-Coaching beider umsetzender Organisationen 332 Personen erreicht werden. Im Schnitt wurden die Coachingstunden zu 30 Prozent von Kindern und Jugendlichen genutzt. 24 Prozent entfielen auf Erziehungsberechtigte und 45 Prozent der Stunden wurden von Pädagoginnen und Pädagogen in Anspruch genommen.

Durch das vom Institut Kutschera umgesetzte ABC-Coaching konnten im Erhebungszeitraum insgesamt 180 Personen durch 210 Coachingeinheiten erreicht werden. Von diesen 152 erreichten Personen waren 43 Prozent Kinder und Jugendliche, 32 Prozent Bezugspersonen und 22 Prozent Pädagoginnen und Pädagogen.

Durch den Umsetzer die möwe wurden im Erhebungszeitraum 171 Coachingeinheiten im Rahmen des ABC-Coachings durchgeführt. Dadurch konnten insgesamt 152 Personen erreicht werden. Davon wurden 88 Personen im Einzelsetting gecoacht, die restlichen 37 im Gruppensetting.

Von den erreichten Personen waren 21 Prozent Kinder und Jugendliche, 22 Prozent Bezugspersonen und 72 Prozent Pädagoginnen und Pädagogen.

Personen, die von Oktober 2024 bis November 2025 an Coachingeinheiten teilgenommen hatten, wurden dazu eingeladen, einen Fragebogen auszufüllen, um Feedback zum Coaching zu geben. Von den Personen ($n = 76$), die den Fragebogen ausgefüllt hatten, gaben 96 Prozent an, mit dem Coaching insgesamt zufrieden gewesen zu sein. 99 Prozent gaben an, dass sie die Art der Gesprächsführung als angenehm empfanden; 80 Prozent berichteten, dass das Angebot geholfen habe, ihr Problem besser zu verstehen, und 82 Prozent, dass sie Anhaltspunkte zur Problemlösung erhalten haben.

4 Ergebnisse der quantitativen Befragung zur Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit“

Von August bis September 2025 wurde eine quantitative Befragung der ABC-Bündnispartner:innen zur Evaluierung der Initiative „ABC der psychosozialen Gesundheit“ durchgeführt. Ziel der Erhebung war eine umfassendere Evaluation der Wirkung, Implementierung und Nachhaltigkeit der Initiative, insbesondere auch in Bezug auf den Kompetenzerwerb zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen.

Die Befragung wurde online durchgeführt. Es wurden alle Bündnispartner:innen, zu dem Zeitpunkt 173, per Mail eingeladen, an der Erhebung teilzunehmen. Versandt wurde der Fragebogen an insgesamt 186 E-Mailadressen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die als Ansprechpartner:innen der Bündnispartnerorganisationen genannt wurden. In Summe gingen 139 Antworten ein. Nach einer systematischen Datenbereinigung, unter dem Ausschluss von Dubletten und leeren Datensätzen, konnten 100 verwertbare Datensätze in die Auswertung übernommen werden, davon 91, die den Fragebogen vollständig beantwortet haben. Jene, die den Fragebogen nicht vollständig ausgefüllt haben und in der Auswertung berücksichtigt sind, haben zumindest den ersten Teil des Fragebogens zur Nutzung der Inhalte der Initiative in ihrer Organisation beantwortet.

Themen der Befragung waren,

- in welcher Form und in welchem Umfang die Initiative in den jeweiligen Strukturen verankert wurde.
- welche Materialien, Methoden oder Angebote konkret zum Einsatz kamen.
- wie gut die Kernbotschaften der ABC-Initiative aufgegriffen werden konnten.
- in welchem Ausmaß die Bündnispartnerorganisationen von der Initiative und der Vernetzung mit anderen Bündnispartnerinnen und -partnern profitieren konnten.
- welche Zielgruppen die Bündnispartner:innen mit den Angeboten der ABC-Initiative erreichen konnten.
- welche Erfahrungen, Chancen und Herausforderungen im praktischen Einsatz sichtbar wurden.

Die genaue Struktur der Stichprobe ist in Tabelle 9 abgebildet. In der bereinigten Stichprobe von $n = 100$ Bündnispartnerinnen und -partnern sind Organisationen aus allen Bundesländern vertreten. Rund 86 Prozent davon stehen direkt in Kontakt mit jungen Menschen und arbeiten zumindest fallweise mit der Zielgruppe zusammen. Der Großteil der befragten Bündnispartner:innen ist in ganz Österreich tätig (33 %), häufig vertreten sind auch Organisationen mit Angeboten in Wien (19 %), der Steiermark (17 %) und Niederösterreich (15 %). Repräsentiert sind vor allem die Tätigkeitsbereiche Bildung (25 %), Gesundheitsförderung und Prävention (22 %), Jugendarbeit/Jugendinformation (17 %) sowie Beratung, Training und Coaching (17 %) – diese Verteilung deckt sich mit der Struktur Grundgesamtheit der Bündnispartner:innen. Als Zielgruppen der befragten Organisationen werden junge Menschen (73 %), Eltern (52 %), schulisch-pädagogische Berufsgruppen (52 %) und Berufsgruppen aus dem Sozialbereich (43 %) am häufigsten genannt.

Die Organisationen, die an der Erhebung teilnahmen, waren fast alle bereits im ersten Initiativen-Jahr Mitglied der ABC-Initiative.

Tabelle 9: Struktur der bereinigten Stichprobe, Angaben zu befragten Organisationen (n = 100)

Bundesländer, in denen die Organisation aktiv ist (Mehrfachnennungen)	Anteil in % (absolute Anzahl)	Haupttätigkeitsbereich der Bündnisorganisation	Anteil in % (absolute Anzahl)
Ganz Österreich	33 % (33)	Bildung	25 % (25)
Wien	19 % (19)	Gesundheitsförderung und Prävention	22 % (22)
Steiermark	17 % (17)	Beratung, Training und Coaching	17 % (17)
Niederösterreich	15 % (15)	Offene Jugendarbeit, Jugendinformation	17 % (17)
Vorarlberg	9 % (9)	Therapie, Diagnostik und Behandlung	6 % (6)
Oberösterreich	9 % (9)	Freizeit, Sport, Bewegung und verbandl. Jugendarbeit	4 % (4)
Burgenland	8 % (8)	Menschen mit besonderen Bedürfnissen	4 % (4)
Tirol	7 % (7)	Jugendhilfe und Kinderschutz	3 % (3)
Salzburg	6 % (6)	Sonstiges	2 % (2)
Kärnten	4 % (4)		
Zielgruppen (Mehrfachnennungen)	Anteil in % (absolute Anzahl)	Organisationsform	Anteil in % (absolute Anzahl)
Junge Menschen	73 % (73)	NGO bzw. Verein	59 %
Eltern und primäre Bezugspersonen	52 % (52)	Hochschule/Forschungseinrichtung/Schule	10 %
Schulisch-pädagogische Berufsgruppen	52 % (52)	Öffentliche Verwaltungseinrichtung	9 %
Berufsgruppen im Sozialbereich	43 % (43)	Dachverband/ Initiative mehrerer Organisationen	8 %
Berufsgruppen im elementarpädagogischen Bereich	37 % (37)	Sonstiges	14 %
Berufsgruppen im Bereich Freizeit und Bewegung	28 % (28)		
Berufsgruppen im medizinischen Bereich	18 % (18)		
Berufsgruppen im psychosozialen Bereich	18 % (18)	Organisationsgröße	Anteil in % (absolute Anzahl)
		Weniger als 10 Beschäftigte	34 % (34)
		10 bis 49 Beschäftigte	41 % (41)
Direkte Zusammenarbeit mit jungen Menschen	Anteil in % (absolute Anzahl)	50 bis 249 Beschäftigte	14 % (14)
Ja	54 % (54)	250 Beschäftigte und mehr	11 % (11)
Ja, aber andere Zielgruppen	32 % (32)		
Nein	14 % (14)		

Quelle: GÖG

Die Darstellung der Ergebnisse der Befragung gliedert sich, wie im methodischen Teil zum Evaluationskonzept (Kapitel 2) beschrieben, nach den Kernthemen des RE-AIM-Modells. In Kapitel 4.1 werden Ergebnisse der Befragung vorgestellt, welche die Bewertung der Implementierung der Initiative durch das Kompetenzzentrum Zukunft Gesundheitsförderung betreffen, sowie Ergebnisse zur Übernahme der Kerninhalte der Initiative durch die Bündnispartnerorganisationen (Annahme/Adaption und Implementierung/Implementation). In Kapitel 4.2 werden, ergänzend zu den im Monitoring-Teil des Berichts dargestellten Kennzahlen zur Reichweite, von den Bündnispartnerorganisationen berichtete Kennzahlen zu ihrer Reichweite dargestellt. In Kapitel 4.3 wird die Wirkung der Initiative entlang der zentralen operativen Zielsetzungen – Wissensvermittlung und Sensibilisierung, Kompetenzförderung sowie Vernetzung von Bündnispartnerorganisationen (Effectiveness) – dargestellt. In diesem Kapitel wird auch thematisiert, wie hilfreich aus Sicht der Bündnispartner:innen die Kernbotschaften der Initiative sind, um die psychosoziale Gesundheit junger Menschen zu fördern. Im abschließenden Kapitel 4.4 werden Entwicklungsmöglichkeiten der Initiative auf Basis des Feedbacks der ABC-Partner:innen (Maintenance) dargestellt.

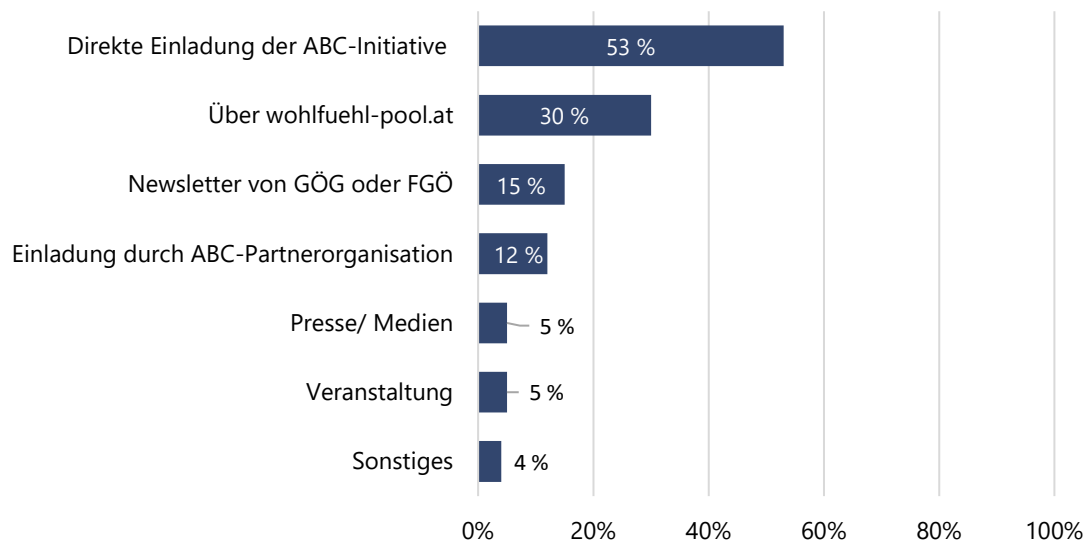
4.1 Annahme und Implementierung

Um Daten zur Implementierung zu erhalten, wurden verschiedene Aspekte der Prozessevaluation erfasst. Erhoben wurden Fragen zur Umsetzung und der Effektivität der im Rahmen der Initiative gesetzten Kommunikationsmaßnahmen und zur Nutzung der Angebote der ABC-Initiative durch die Bündnispartnerorganisationen. Ein Fokus liegt zudem auf der Bewertung der von der Initiative bereitgestellten Materialien zum Onboarding und dem Onboardingprozess für Bündnispartner:innen. Zudem wird, mit Bezug auf die Annahme der Initiative, evaluiert, wie die Initiative in den Organisationen aufgenommen, verankert und praktisch umgesetzt werden konnte.

4.1.1 Bekanntwerdung der Initiative

Als häufigste Informationsquelle, über die die Organisationen zur Initiative gefunden haben, wird die direkte Einladung an diese durch das Kompetenzzentrum Zukunft Gesundheitsförderung, als Trägerorganisation der ABC-Initiative, genannt oder die eigenständige Information direkt über die Informationsplattform WohlfühlPOOL. Andere Kommunikationsmaßnahmen wie Einladungen über Newsletter der GÖG oder des FGÖ oder Weiterleitungen der Einladung über Bündnispartner:innen an andere Organisationen waren weniger erfolgreich. Dabei wurde von den Bündnispartnerinnen und -partnern im Rahmen der Erhebung berichtet, dass diese in Summe geschätzte 1.600 Einladungen an andere Organisationen weitergeleitet haben.

Abbildung 3: Wie haben Sie von der ABC-Initiative erfahren? (Mehrfachantworten) (n = 100)



Quelle: GÖG

Das Ergebnis (siehe Abbildung 3) kann ein Hinweis darauf sein, dass viele der Organisationen in der ABC-Partnerschaft als einschlägige Fachstelle bekannt sind und daher über die Trägerorganisation direkt kontaktiert wurden. Das Ergebnis kann auch darauf hindeuten, dass das Angebot der ABC-Bündnispartnerschaft von Organisationen, die auch das Kompetenzzentrum oder den WohlfühlPOOL kennen, eher akzeptiert wird. Insgesamt lässt sich schlussfolgern, dass das Potenzial für eine Anwerbung weiterer Bündnispartner:innen vor allem bei Organisationen liegt, die das Kompetenzzentrum noch nicht kennen und gleichzeitig auch über den Weg der direkten Bewerbung der Initiative durch das Kompetenzzentrum selbst als umsetzende Organisation. Um weitere Bündnispartnerorganisationen einzubinden, müssen demnach neue Settings stärker in den Blick genommen werden.

4.1.2 Wahrgenommene Vorteile der ABC-Initiative für Bündnispartnerorganisationen

Als wahrgenommener Vorteil der ABC-Bündnispartnerschaft für die Organisationen wird mit Abstand am häufigsten die gesellschaftliche Sensibilisierung für psychosoziale Gesundheit junger Menschen genannt, fast 8 von 10 Organisationen geben dies an. Regelmäßig über Neuigkeiten in diesem Bereich informiert zu werden, die Vernetzung mit anderen Organisationen und die Sichtbarkeit des eigenen Engagements sind jeweils für circa die Hälfte der Bündnispartner:innen relevant. Die Stärkung der psychosozialen Kompetenzen sieht fast jede dritte Organisation als einen Vorteil. Qualitätssteigerung durch die Nutzungen qualitätsgesicherter Tools, eine höhere Reichweite und Sichtbarkeit für die Angebote und insbesondere die auf der Policy-Ebene angesiedelte Beteiligung an der Entwicklung von Maßnahmenempfehlungen werden dagegen seltener als Vorteile der Initiative wahrgenommen.

Abbildung 4: Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Vorteile der ABC-Bündnispartnerschaft für Sie und Ihre Organisation? (Mehrfachantworten) (n = 99)



Quelle: GÖG

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass die ABC-Initiative vor allem als Plattform für Sensibilisierung, Vernetzung und Informationsaustausch zum Thema psychosoziale Gesundheit junger Menschen überzeugen konnte. Das zeigt potenziell auch, dass insbesondere die von der Trägerorganisation gesetzten Angebote genutzt werden und als Vorteil gesehen werden (wie Newsletter, Austauschformate, Vernetzungstagung etc.), es jedoch schwieriger ist, den Mehrwert innerhalb der eigenen Organisation oder auf der politischen Ebene festzumachen.

4.1.3 Feedback zum Onboarding der Bündnispartnerorganisationen

Beim Beitritt zur Initiative erhalten Bündnispartner:innen ein Willkommens-E-Mail mit einem Link zu einem ToolKIT. Dieses ist ein Leitfaden zur Implementierung der Bündnispartnerschaft und stellt die Materialien vor, die vonseiten der Initiative zur Implementierung der ABC-Initiative über die eigene Organisation geboten werden (wie etwa Patches, Motivationskarten etc.). Zur Evaluation dieses Angebots wurde gefragt, ob die Materialien den Partnerinnen und Partnern bekannt sind, ob sie diese genutzt haben und ob sie diese als hilfreich empfanden.

Der Leitfaden mit Hintergrundinformationen zur Initiative und zur Nutzung der ABC-Materialien als Anleitung zur Umsetzung der Initiative wurde von den Bündnispartnerinnen und -partnern am häufigsten verwendet. Jedoch gaben nur zwei Drittel der Organisationen an, diesen genutzt zu haben. Er ist jedoch 90 Prozent der Organisationen bekannt. Am ergänzenden Informationstemin für Interessierte haben nur 43 Prozent der Befragten teilgenommen (vgl. Kapitel 4.1.7.).

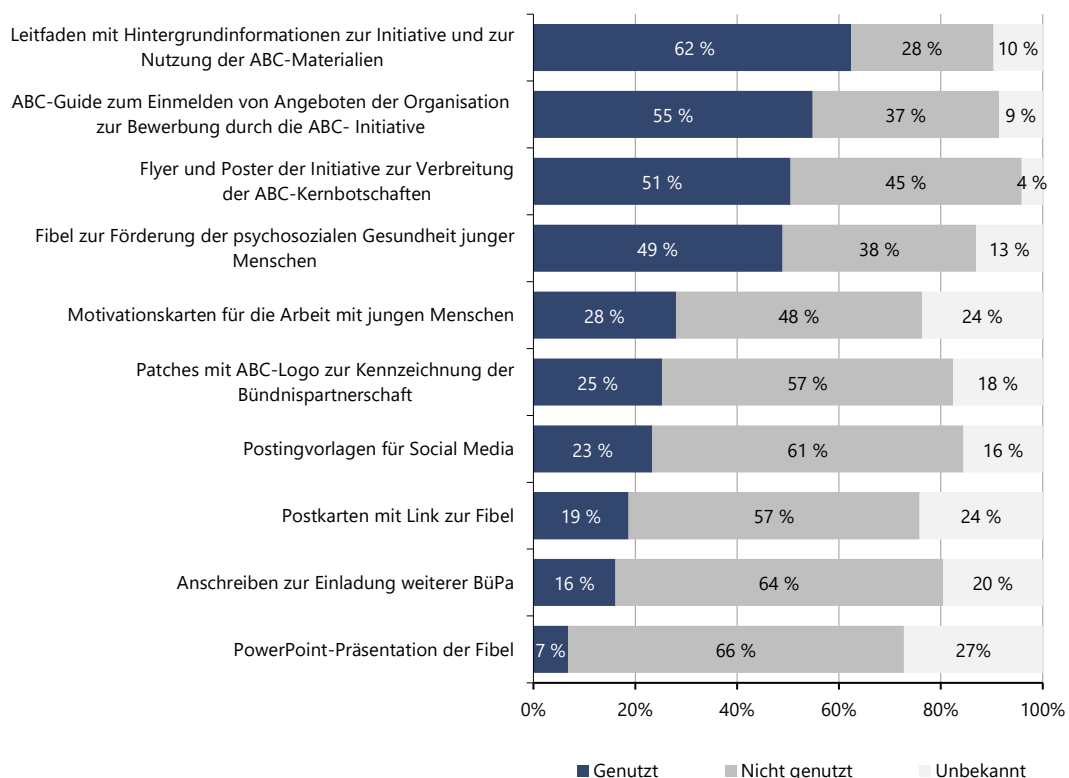
Rund die Hälfte der Organisationen hat den ABC-Guide ausgefüllt. Dieser Fragebogen ermöglicht es Bündnispartnerinnen und -partnern, das eigene Angebot in die Initiative

einzubringen. Er ist entlang der Angebote der Initiative strukturiert und erhebt Veranstaltungen, Tools, Informationen zu Social-Media-Kanälen und zu Vernetzungsbedarf und Themenschwerpunkten, mit denen sich die Bündnispartnerorganisationen beschäftigen.

Jede zweite Bündnispartnerorganisation hat zudem Flyer und Poster der Initiative mit den ABC-Kernbotschaften sowie die Fibel mit evidenzbasiertem Wissen zur Förderung der psychosozialen Gesundheit genutzt. Die Fibel transportiert auch psychoedukative Inhalte und kann direkt in der Arbeit mit jungen Menschen sowie Multiplikatorinnen und Multiplikatoren genutzt werden. Plakate, Flyer und Fibel sind auch jeweils rund 9 von 10 Bündnispartnerinnen und -partnern bekannt.

Die weiteren Inhalte, die mit dem ToolKIT ausgeschickt wurden – Logo-Patches, Postkarten, Vorlagen, Präsentationen –, dienen vordergründig zur Kommunikation und Bewerbung der Initiative und wurden tendenziell seltener genutzt. Sie sind zudem häufiger den Bündnispartnerinnen und -partnern nicht bekannt. Insbesondere die Powerpoint-Präsentation der Fibel, welche durch eigene Inhalte ergänzt werden kann, wurde wenig genutzt. Auch das vorformulierte Anschreiben zur Werbung weiterer Bündnispartnerorganisationen hat für die Bündnispartnerorganisationen bisher wenig Relevanz.

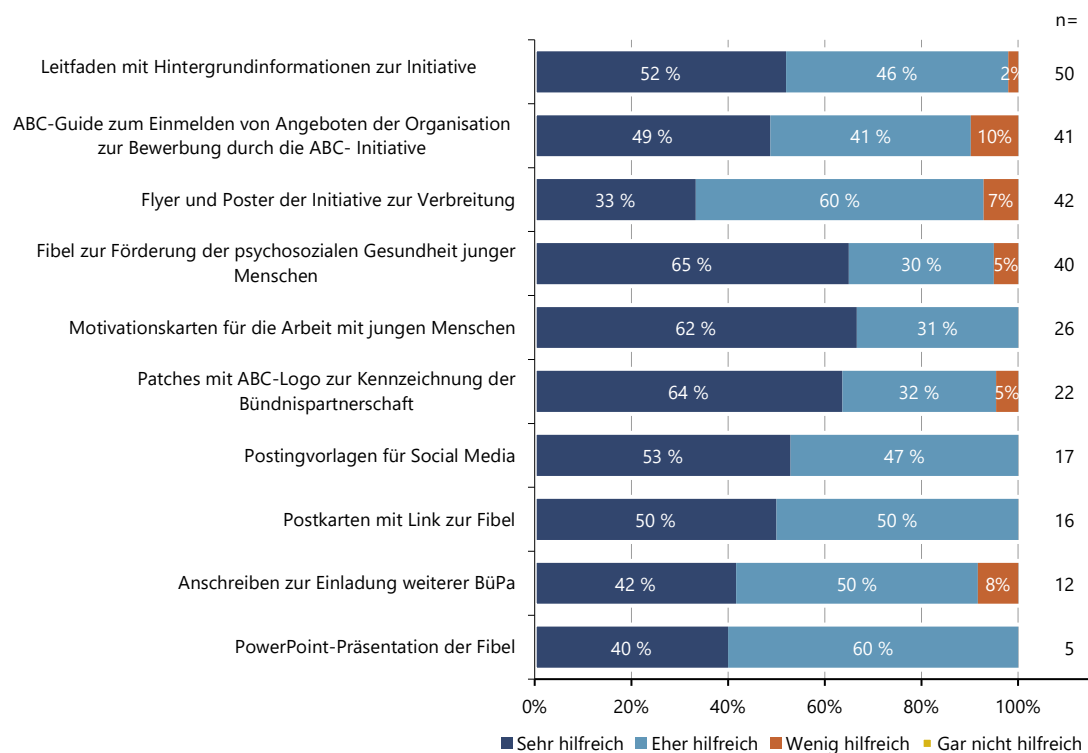
Abbildung 5: Welche Materialien der ABC-Initiative wurden genutzt (n = 99)



Quelle: GÖG

Von jenen Organisationen, die die Inhalte des ToolKITs genutzt haben, wurden diese durchwegs zu hohen Anteilen als „sehr“ oder „eher hilfreich“ bewertet. Besonders die Fibel, die Logo-Patches und die Motivationskarten wurden für die Arbeit mit jungen Menschen als hilfreich empfunden. Zwei Drittel der nutzenden Bündnispartnerorganisationen bewerten sie als „sehr hilfreich“. Der Flyer der Initiative, die Anschreiben für weitere Bündnispartnerorganisationen, aber auch der Guide werden im Vergleich kritischer bewertet.

Abbildung 6: Wie hilfreich waren die genutzten Tools und Materialien?



Quelle: GÖG

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass das nach Anmeldung zur Bündnispartnerschaft via E-Mail verschickte Onboardingprogramm mit dem ToolKIT für Bündnispartner:innen und dem ABC-Guide von den meisten Organisationen positiv angenommen wird. Die wichtigsten Elemente des ToolKITs sind rund 9 von 10 der befragten Organisationsvertreterinnen und -vertretern bekannt. Kleinteiligere Materialien zur Bewerbung der Initiative – Postkarten, Vorlagen, Präsentationen – sind weniger bekannt als grundlegendere Dokumente zu ihrem Verständnis und zu ihrer Implementierung sowie Materialien, die über die Initiative verbreitet werden. Problematisch für die Sichtbarkeit der Initiative ist, dass auch die Logo-Patches wenig genutzt werden, um sich selbst als Teil der Initiative zu präsentieren.

Insgesamt gilt, dass die Nutzungsrate der einzelnen Inhalte des ToolKITs durchaus höher sein könnte. Denn in Summe geben 38 Prozent der Ansprechpartner:innen der Organisationen an, den „Leitfaden“ zur Implementierung der Initiative nicht genutzt oder nicht gekannt zu haben.

Aus einigen offenen Feedbacks zur Initiative geht hervor (siehe Kapitel 4.4), dass zeitliche Ressourcen für eine nähere Auseinandersetzung mit der Initiative in den Bündnispartnerorganisationen mitunter sehr knapp sein können – dies spiegelt sich hier in den geringeren Nutzungsraten wider. Eine gute Kommunikation, eine bessere Gliederung des ToolKITs oder auch die verpflichtende Nutzung von Elementen im Rahmen der Bündnispartnerschaft könnten die Nutzung steigern. Ein Element, das diesen Bedarf aufgreifen kann, ist das 2025 ausgearbeitete Bündnispartnertraining.

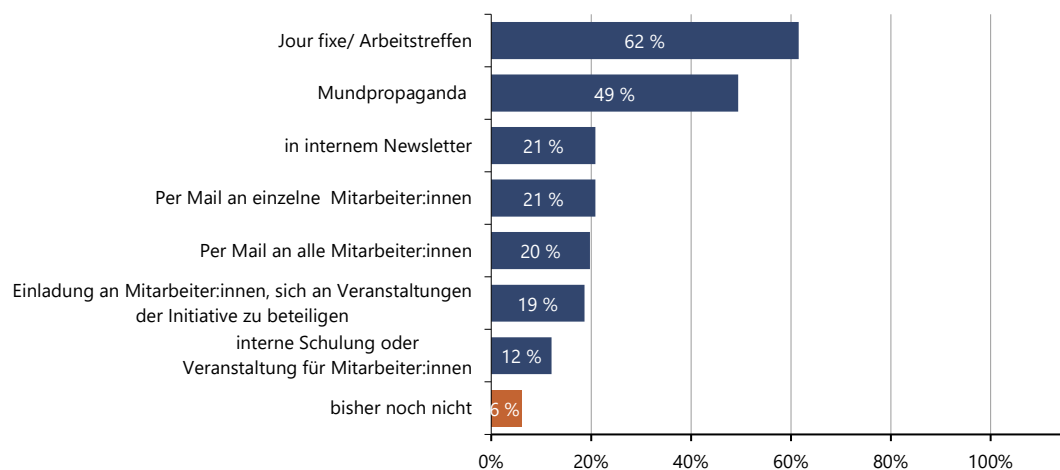
Zur Qualitätssteigerung könnten zusätzlich auch einzelne wichtige Elemente des ToolKITs, die etwas seltener mit „sehr hilfreich“ bewertet wurden, wie Leitfaden, ABC-Guide und Flyer/Poster, zur Verbreitung der ABC-Kernbotschaften überarbeitet werden.

4.1.4 Annahme der Initiative in den Organisationen durch Bekanntmachung

Bei der Evaluation der Dimension Annahme (Adoption) geht es um die Frage, wie umfassend die Initiative innerhalb der Bündnispartnerorganisationen aufgegriffen und verankert werden konnte. Dass den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einer Organisation die ABC-Initiative bekannt ist, ist Voraussetzung für die organisationelle Verankerung.

Intern kommuniziert wurde die ABC-Initiative in zwei Dritteln der Organisationen über Arbeitstreffen und zur Hälfte über Mundpropaganda. Andere Wege, wie die Bekanntmachung über Newsletter, E-Mail oder die Einladung zur Beteiligung, nennen jeweils circa ein Fünftel der Organisationen. Eigene Veranstaltungen zum Thema organisierten 12 Prozent. Dass die Initiative intern gar nicht weiterkommuniziert wurde, trifft nur auf 6 Prozent der Organisationen zu.

Abbildung 7: Wie haben Sie die ABC-Initiative in Ihrer Organisation bekannt gemacht?
(Mehrfachnennung möglich) (n = 97)

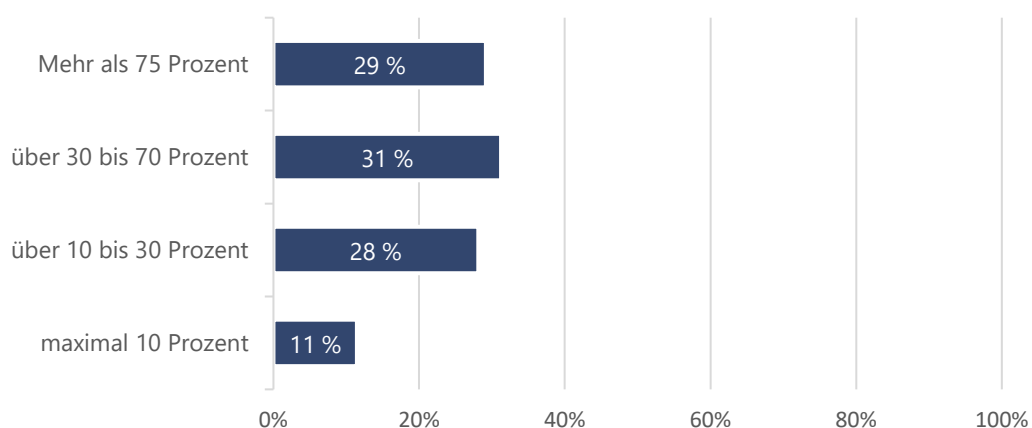


Quelle: GÖG

In rund zwei Dritteln der Organisationen wurde die Initiative über verschiedene Wege bekannt gemacht (Abbildung 7). In kleineren Organisationen mit weniger als 50 Beschäftigten wurde Information via E-Mail, aber auch gezielte Kommunikation wie Veranstaltungen, Schulungen und Weiterleitung von Einladungen etwas häufiger gewählt. Kommunikation über Arbeitstreffen/Jour Fixe wurde von größeren Organisationen ab 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (73 %) öfter berichtet.

Rund 4 von 10 Organisationen gehen von einem geringen Bekanntheitsgrad der ABC-Initiative von maximal 30 Prozent in ihrer Organisation aus. 3 von 10 schätzen den Bekanntheitsgrad mit über 70 Prozent der Mitarbeiter:innen vergleichsweise hoch ein. Über alle Organisationen gerechnet wird geschätzt, dass jede zweite Person in der Organisation die ABC-Initiative kennt. Erwartungsgemäß zeigt sich in den Daten, dass der Bekanntheitsgrad der Initiative in der Organisation mit der Organisationsgröße abnimmt (Unter 10 Beschäftigte Mittelwert = 65 %; 10 bis 49 Beschäftigte Mittelwert = 49 %; 50 bis 249 Beschäftigte Mittelwert = 38 %; 250 Beschäftigte Mittelwert = 22 %).

Abbildung 8: Wie hoch, schätzen Sie, ist der Anteil der Mitarbeiter:innen in Ihrer Organisation, die die ABC-Initiative kennen? (n = 96)



Quelle: GÖG

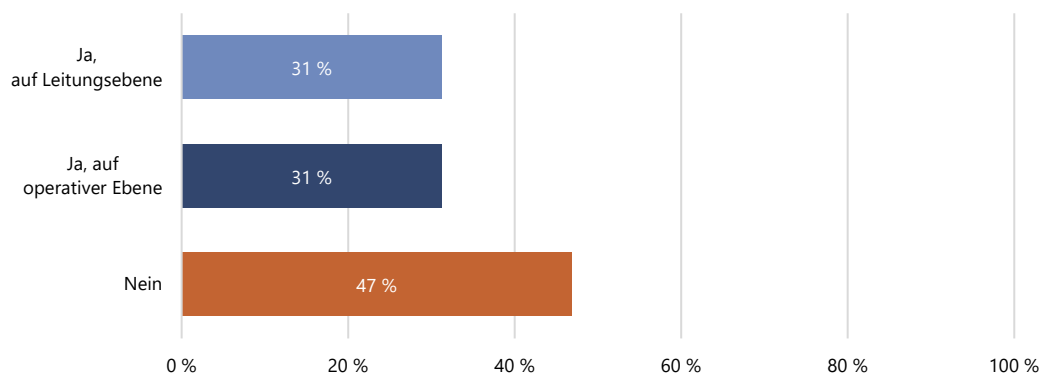
Die Ergebnisse zeigen, dass die Bündnispartner:innen fast alle auch Aktivitäten zur Bekanntmachung der Initiative unter den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern setzen. Deutlich wird, dass die Organisationen in unterschiedlichem Ausmaß in die breite Kommunikation der Initiative investieren, dies steht aber auch im Zusammenhang mit der Organisationsgröße und ist für größere Organisationen mit breiteren Aufgabengebieten und verschiedenen Zielgruppen ein sinnhaftes Vorgehen. Interessant wäre, wie den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Angebote und Inhalte der Initiative vermittelt werden. Dieser Aspekt wurde in der aktuellen Evaluation nicht erhoben und könnte bei der nächsten Erhebung aufgegriffen werden, insbesondere auch mit Blick auf das Bündnispartnertraining, das 2025 entwickelt wurde.

4.1.5 Strukturelle Einbettung der Initiative in den Organisationen

Als Indikatoren für die strukturellen Einbettung der Initiative in der Organisation wurde zudem gefragt, ob es zuständige Ansprechpersonen für die ABC-Bündnispartnerschaft in der Organisation gibt und wie viel zeitliche Ressourcen in die Umsetzung der Initiative investiert wurden.

Dezidiert zuständige Personen und Ansprechpersonen für die Umsetzung der ABC-Initiative gibt es in jeder zweiten Organisation. Unter diesen ist bei 41 Prozent die:der Verantwortliche auf der Leitungsebene tätig, bei 41 Prozent auf der operativen Ebene. 18 Prozent haben sowohl auf Leitungsebene als auch auf operativer Ebene eine Zuständigkeit definiert.

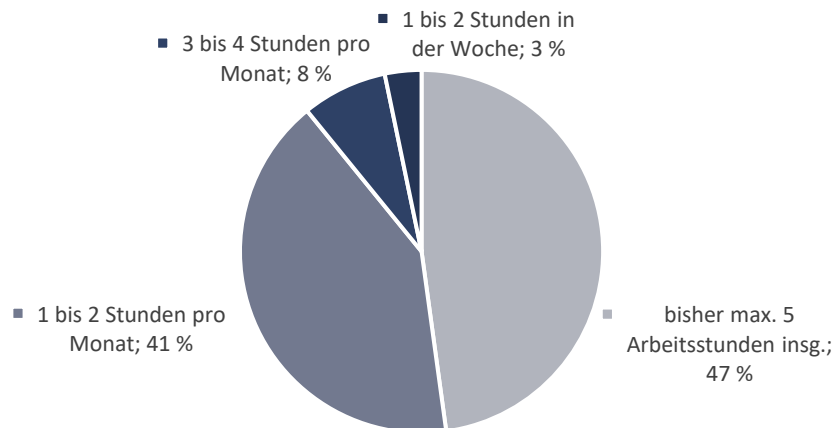
Abbildung 9: Gibt es in Ihrer Organisation einen oder mehrere Personen, die für die Umsetzung der Initiative verantwortlich sind? (n = 96)



Quelle: GÖG

Von den Organisationen, die an der Befragung teilgenommen haben, hat knapp die Hälfte bisher insgesamt maximal 5 Stunden in die Bündnispartnerschaft investiert. Angesichts der Tatsache, dass die meisten bereits über ein Jahr Teil der Initiative sind, ist das vergleichsweise wenig. Nur rund 52 Prozent nehmen sich regelmäßiger Zeit für die ABC-Initiative und können mithin als aktive Partner:innen gezählt werden.

Abbildung 10: Was schätzen Sie, wie viele Stunden haben Mitarbeiter:innen Ihrer Organisation durchschnittlich für Aktivitäten im Rahmen der ABC-Initiative aufgewendet? (n = 96)



Quelle: GÖG

Erwartungsgemäß ist unter den Organisationen, die keine zuständigen Personen für die Initiative definiert haben, auch der Anteil derer am höchsten, die bisher max. 5 Stunden in die Initiative investieren konnten (rund zwei Drittel bei Organisationen ohne definierte Zuständigkeit im Vergleich zu knapp einem Drittel bei Organisationen mit definierter Zuständigkeit).

Die Ergebnisse zeigen damit insgesamt, dass in den Bündnispartnerorganisationen häufig Strukturen und Ressourcen für die Umsetzung der Initiative fehlen. Hinsichtlich der strukturellen Einbettung innerhalb der Organisationen gibt es durchaus noch Verbesserungspotenzial.

4.1.6 Umsetzung von ABC-Aktivitäten durch die Organisationen

Im Rahmen ihrer Mitgliedschaft wurden die Bündnispartnerorganisationen zur Teilnahme an eine Reihe von Aktivitäten aufgerufen. 90 Prozent der Organisationen haben zumindest eine der Aktivitäten umgesetzt.

Am häufigsten wurde dem Aufruf gefolgt, der ABC-Initiative auf Social Media zu folgen (63 %), mit 46 Prozent haben die Organisationen auch relativ häufig an einer der ABC-Veranstaltungen teilgenommen. Jeweils 4 von 10 Organisationen haben Infos über die Initiative über die eigenen Kanäle geteilt oder die Initiative genutzt, um eigene Aktivitäten bekannt zu machen. Ebenfalls 4 von 10 haben sich bei der Priorisierung von Maßnahmen zur Förderung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen beteiligt. Einladungen zur Bündnispartnerschaft an andere Organisationen weitergeleitet haben 36 Prozent der Bündnispartner:innen. Davon haben 29 Organisationen auch Angaben dazu gemacht, wie viele andere Organisationen sie angeschrieben haben. Die Hälfte hat mehr als 10 Organisationen eingeladen, 10 Prozent sogar 100 oder mehr. Insgesamt wurden laut Schätzung der Bündnispartner:innen mehr als 1.600 Einladungen an andere Organisationen weitergeleitet.

Andere, ressourcenintensivere Aktivitäten, wie die Organisation von Veranstaltungen, wurden nur von einem kleineren Kreis umgesetzt.

Abbildung 11: Welche Aktivitäten hat Ihre Organisation in der ABC-Initiative gesetzt? (n = 95)



Quelle: GÖG

Nähere Analysen zeigen zudem, dass 82 Prozent aller befragten Organisationen angeben, eine Aktivität gesetzt zu haben, die über ein Following der Initiative auf Social Media hinausgeht. 60 Prozent haben 2 oder mehr dieser Aktivitäten umgesetzt.

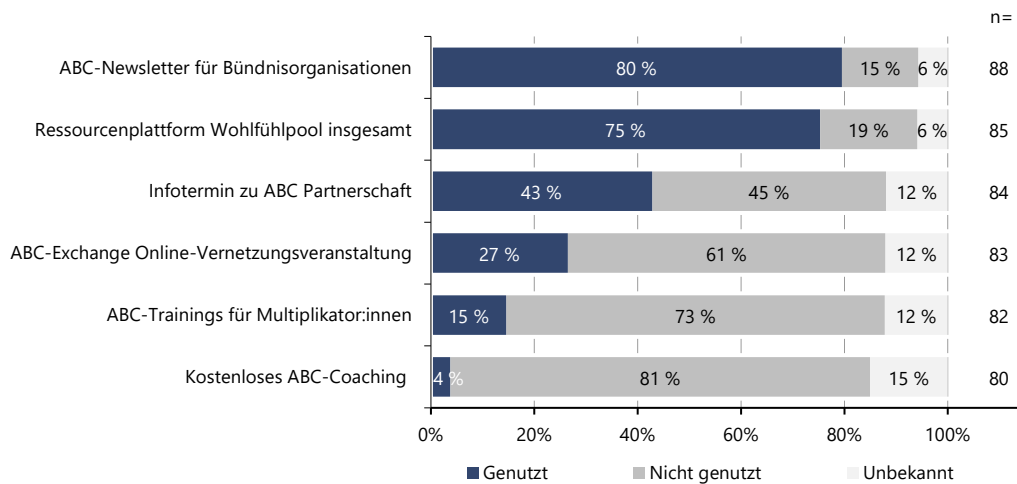
Um Reichweite zu erzielen, ist es für die Initiative insbesondere wesentlich, dass die Inhalte der ABC-Initiative auch über die Kanäle der Bündnispartnerorganisationen bekannt gemacht werden. Um gute Inhalte durch die Social-Franchise-Struktur zu erhalten, ist das Einmelden von Materialien und Veranstaltungen seitens der Bündnispartner:innen essenziell. Beide Aktivitäten wurden bislang nur durch 4 von 10 Organisationen aufgegriffen.

4.1.7 Inanspruchnahme von Unterstützung und Weiterbildungsangeboten der ABC-Initiative

Die ABC-Initiative stellt den Bündnispartnerorganisationen kostenlose Angebote, von Information über Unterstützung und Weiterbildung, zur Verfügung. Davon werden am häufigsten der ABC-Newsletter (80 %) und der WohlfühlPOOL (75 %) in Anspruch genommen. Infotermine zur ABC-Partnerschaft wurde von 43 Prozent genutzt, die Onlinevernetzungsveranstaltung von 27 Prozent.

ABC-Trainings werden online, speziell für die Zielgruppe von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, wie Jugendarbeiterinnen und -arbeitern sowie pädagogischen Fachkräften, angeboten und wurden von 15 Prozent der Organisationen genutzt. ABC-Coachings zeigen einen geringen Nutzungsgrad bei den Bündnispartnerorganisationen, adressieren aber auch eine andere Zielgruppe, nämlich junge Menschen und deren Eltern sowie Personen, die direkt mit jungen Menschen arbeiten, wie Jugendarbeiter:innen und pädagogische Fachkräfte als deren Bezugspersonen. Selbst wenn die Angebote wenig genutzt sind, sind sie bekannt. Etwa 9 von 10 der befragten Organisationen kennen die in der Befragung erwähnten Angebote.

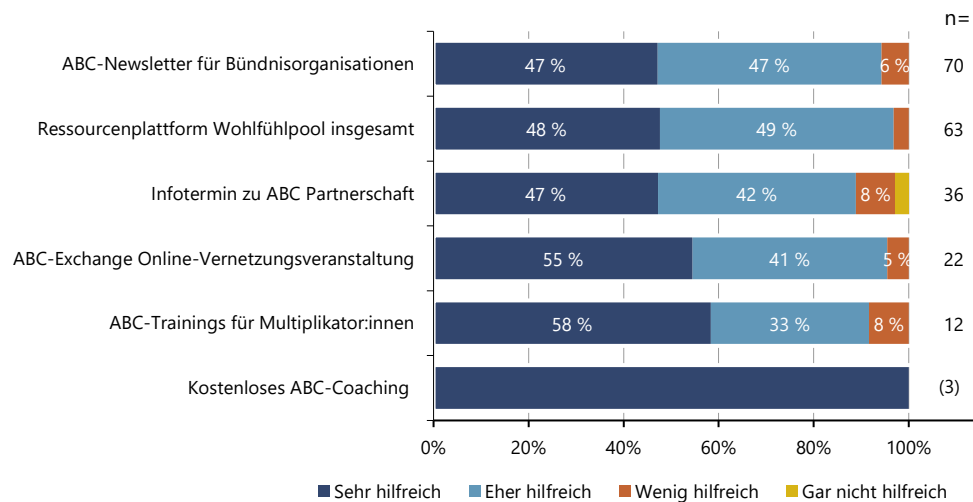
Abbildung 12: Nutzen Sie die folgenden Angebote der ABC-Initiative? (Mehrfachnennung)



Quelle: GÖG

Die Trainings-, Informations- und Weiterbildungsangebote werden zudem zu großen Teilen als „hilfreich“ oder „sehr hilfreich“ bewertet. Besonders gute Rückmeldung erhielten interaktive Formate, wie ABC-Exchange, und das ABC-Training.

Abbildung 13: Und wie hilfreich fanden Sie diese Angebote der ABC-Initiative für Ihre Arbeit? (Mehrfachnennungen)



Quelle: GÖG

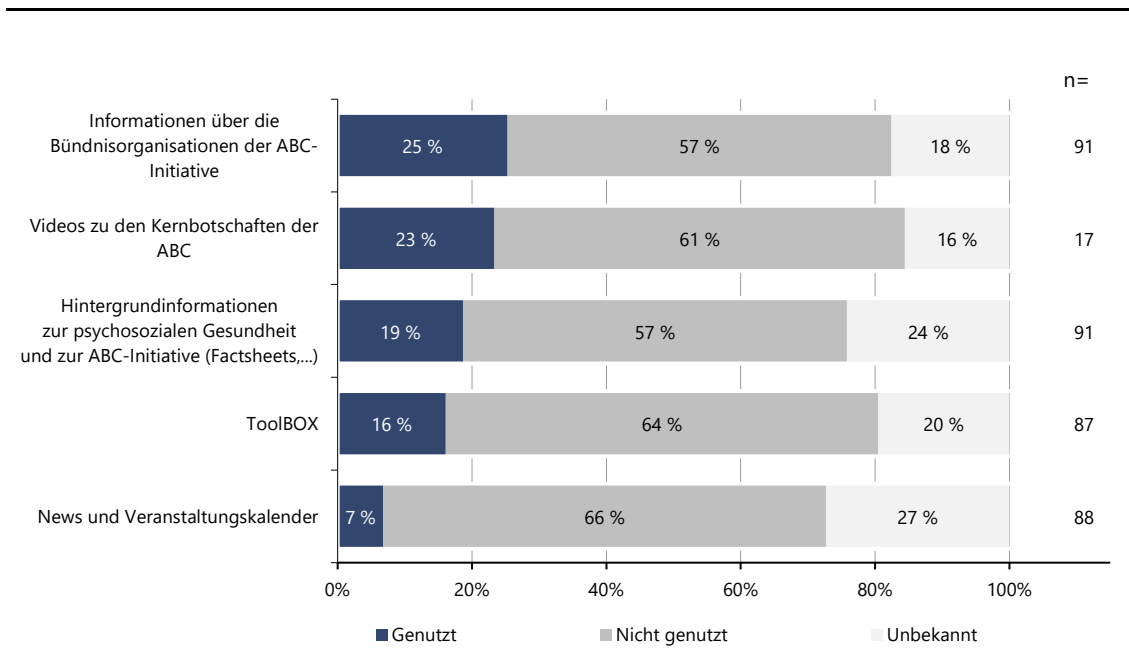
Die Frage nach der Nutzung wurde so gestellt, dass sie tendenziell nach der persönlichen Inanspruchnahme der Person fragte, die für die Organisation an der Befragung teilnahm. Insofern scheinen die Nutzungsraten für die Angebote nachvollziehbar und nicht zu gering. Für ABC-

Exchange wäre es spannend und wichtig, die interaktiven Elemente auszubauen, Partner:innen einzubeziehen und das Format damit umfassender zu bewerben.

4.1.8 Inanspruchnahme von Informationsangeboten

Von den Informationsangeboten der Initiative werden laut der Befragung am häufigsten Informationen über die Bündnispartnerorganisationen (25 %) und die Videos zu den ABC-Kernbotschaften (23 %) genutzt. Das spiegelt sich auch in den Zugriffszahlen auf die Videos wider (vgl. Kapitel 3.1.2.3.) Seltener wurden die evidenzbasierten Hintergrundinformationen zur psychosozialen Gesundheit und zur ABC-Initiative (19 %), die ToolBOX (19 %) sowie News und Veranstaltungskalender am WohlfühlPOOL (7 %) genutzt. Das zeigt im Vergleich zu den im Monitoring berichteten Kennzahlen, dass die ToolBOX, die am WohlfühlPOOL am häufigsten aufgerufen wird (vgl. Kapitel 3.1.1.2) potenziell von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die im schulischen Setting mit jungen Menschen arbeiten und den Fragebogen seltener befüllten, stärker genutzt wird und nicht direkt von den Organisationen im Bündnis.

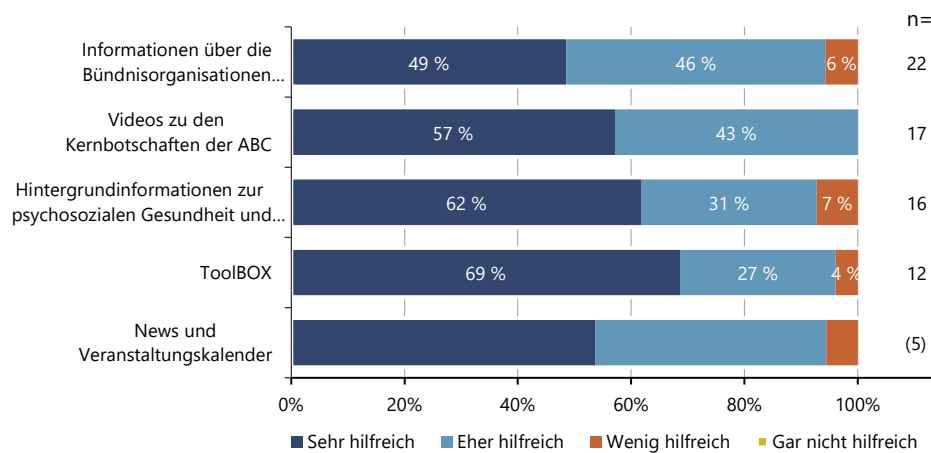
Abbildung 14: Welche der auf dem WohlfühlPOOL veröffentlichten Informationsangebote nutzen Sie? (Mehrfachantworten)



Quelle: GÖG

Von den Nutzerinnen und Nutzern werden die Informationsangebote der Initiative größtenteils als „sehr“ oder „eher hilfreich“ beurteilt. Besonders gute Bewertungen erzielten die ToolBOX und die evidenzbasierten Hintergrundinformationen.

Abbildung 15: Welche der auf dem WohlfühlPOOL veröffentlichten Informationsangebote nutzen Sie? (Mehrfachantworten)



Quelle: GÖG

Während die Informations- und Weiterbildungsangebote deutlich bekannter sind, erreichen die meisten Angebote des WohlfühlPOOL dennoch einen relativ zufriedenstellenden Bekanntheitsgrad. Demgegenüber ist die Nutzungsrate der verschiedenen Informationsangebote deutlich geringer. Bei der Interpretation muss allerdings mitbedacht werden, dass die Frage nach der Nutzung tendenziell die persönliche Inanspruchnahme der Person erfasst, die für die Organisation an der Befragung teilgenommen hat.

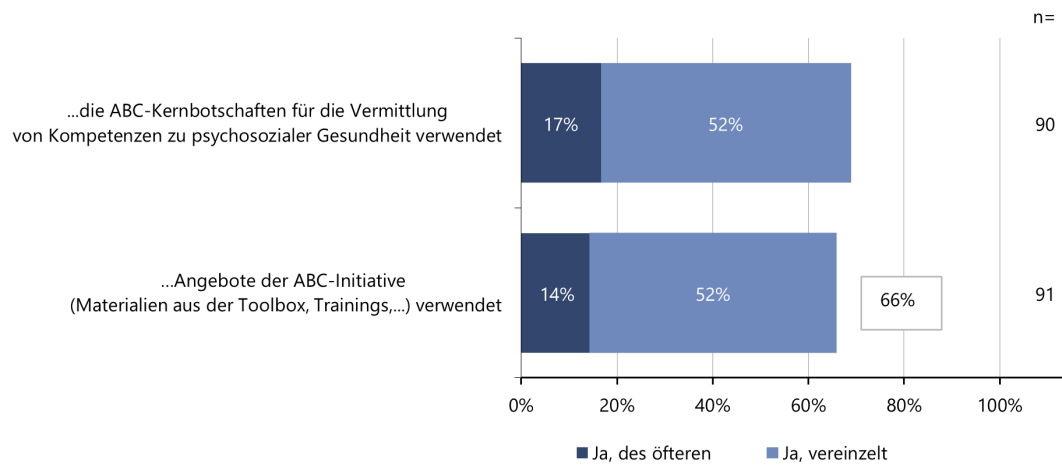
Höhere Inanspruchnahmen auch durch die Bündnispartnerorganisationen wären insbesondere für die ToolBOX und den Veranstaltungskalender wünschenswert, da diese ein Kernangebot für die Bündnispartner:innen zur Bekanntmachung ihrer eigenen Produkte und Aktivitäten darstellen und einen Mehrwert bereithalten, der mit überschaubarem Aufwand einhergeht. Durch Maßnahmen der gezielten Kommunikation der Nutzungsmöglichkeiten dieses Angebots, möglicherweise aber auch durch eine Überarbeitung der Angebote, wie im offenen Feedback zum Teil vorgeschlagen wurde (siehe Kapitel 4.4), könnte dieses Potenzial durch die Initiative besser genutzt werden.

4.2 Reichweite der Bündnispartner:innen

Wesentliche Informationen zur Reichweite der ABC-Initiative bietet Kapitel 3. Ergänzend wurde in der Befragung der Bündnispartnerorganisationen erhoben, wie intensiv und für welche Zielgruppen sie die ABC-Initiative anwenden.

Allgemein wurde erfasst, dass die ABC-Kernbotschaften von 69 % der Organisationen bereits zur Vermittlung von psychosozialer Gesundheitskompetenz verwendet wurden und die Angebote der Initiative von 66 % genutzt wurden. Jeweils rund die Hälfte der Befragten gibt an, dass die Anwendung bisher vereinzelt vorkam.

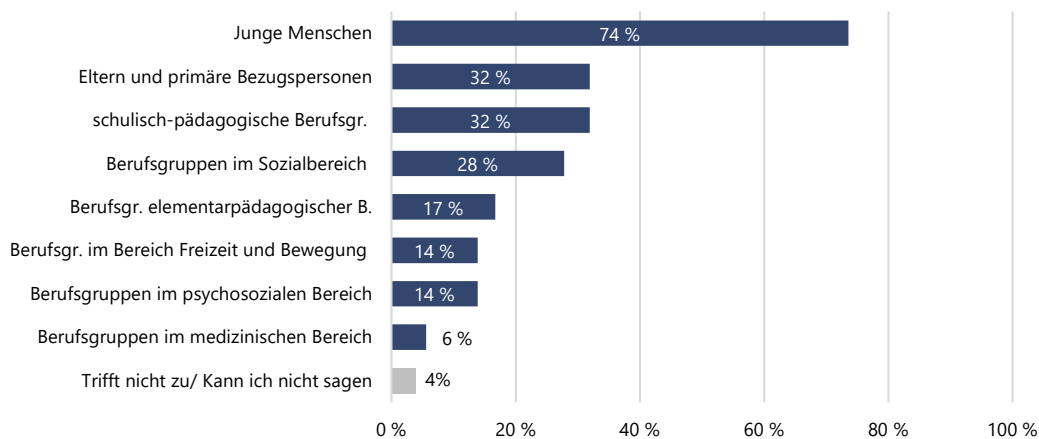
Abbildung 16: Wir haben für eigene Veranstaltungen, Projekte und Programme ...
(Mehrfachantworten)



Quelle: GÖG

Als Zielgruppe, die von den Bündnispartnerorganisationen mit Inhalten und Materialien der ABC-Initiative adressiert wurde, wurde mit Abstand am häufigsten junge Menschen genannt (74 %). Häufig adressiert wurden auch Eltern und primäre Bezugspersonen (32 %), schulisch-pädagogische Berufsgruppen (32 %) und Berufsgruppen im Sozialbereich (28 %).

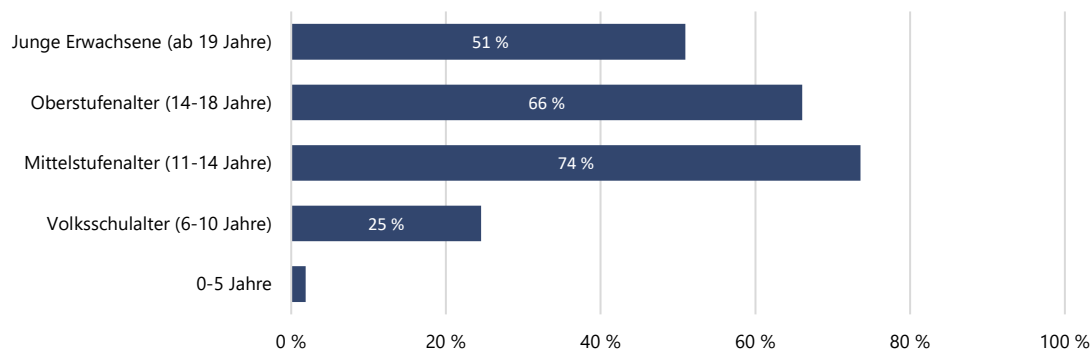
Abbildung 17: An welche Zielgruppen richten sich die Angebote, in deren Rahmen Sie die Inhalte und Materialien der ABC-Initiative aufgreifen konnten? (n = 72)



Quelle: GÖG

In der Zielgruppe der jungen Menschen wurden die ABC-Inhalte und Materialien am häufigsten für die Zusammenarbeit mit der Altersgruppe der 11- bis 14-Jährigen (74 %) und der 14- bis 18-Jährigen (66 %) verwendet. Zu 51 Prozent wurden junge Erwachsene ab 19 Jahren adressiert. Für die Arbeit mit Kindern unter 10 Jahren wurde ABC wesentlich seltener angewandt.

Abbildung 18: Welche Altersgruppen werden durch Ihre Angebote, in dessen Rahmen Sie die ABC-Initiative aufgegriffen haben, besonders unterstützt? (n = 53)



Quelle: GÖG

In Bezug auf die Personenanzahl wurden nach Schätzung der Bündnispartner:innen mit 11.545 Personen ebenfalls am häufigsten junge Menschen und mit 9.315 Personen schulisch-pädagogisches Personal erreicht. Ebenfalls gute Reichweite hat die Initiative – über die Organisationen vermittelt – bei den Berufsvertreterinnen und -vertretern aus dem elementarpädagogischen Bereich mit 3.740 Personen, bei Berufsvertreterinnen und -vertretern im Sozialbereich mit 3.705 Personen sowie bei Eltern und primären Bezugspersonen mit 1.980 Personen.

Tabelle 10: Durch die Bündnispartnerorganisationen erreichte sekundäre Zielgruppen²⁸

	Personen aus den angeführten Zielgruppen, erreicht von allen Bündnispartner:innen bzw. -partnern insgesamt (Schätzung, aufsummiert und gerundet)
junge Menschen	11.545
schulisch-pädagogische Berufsgruppen	9.315
Berufsgruppen elementarpädagogischer Bereich	3.740
Berufsgruppen im Sozialbereich	3.705
Eltern und primäre Bezugspersonen	1.980
Berufsgruppen im Bereich Freizeit und Bewegung	505
Berufsgruppen im psychosozialen Bereich	215
Berufsgruppen im medizinischen Bereich	80
Insgesamt	31.085

Quelle: GÖG

²⁸ Fragestellung der Erhebung: Was schätzen Sie, wie viele Personen der folgenden Zielgruppen konnten Sie über die Angebote, in denen Sie die Inhalte der ABC-Initiative aufgegriffen haben, erreichen?

Die Ergebnisse zur Reichweite zeigen, dass die ABC-Initiative bereits breit genutzt wird und auch insbesondere in der Arbeit mit jungen Menschen gut verankert ist. Die Kernbotschaften und Angebote werden von rund zwei Dritteln der Bündnispartnerorganisationen eingesetzt, wenn auch vielfach noch punktuell. Als wichtigste Zielgruppe stehen klar junge Menschen im Fokus, die sowohl in der Anwendungshäufigkeit als auch in der erreichten Personenanzahl dominieren.

Darüber hinaus gelingt es der Initiative, auch zentrale Multiplikatorinnen und Multiplikatoren wie schulisch-pädagogisches Personal, Fachkräfte aus der Elementar- und Sozialpädagogik sowie Eltern und Bezugspersonen in relevanter Breite zu erreichen. Insgesamt belegen die Ergebnisse eine solide Reichweite der Initiative mit klaren Stärken in der Arbeit mit Jugendlichen und Fachkräften.

4.3 Effektivität

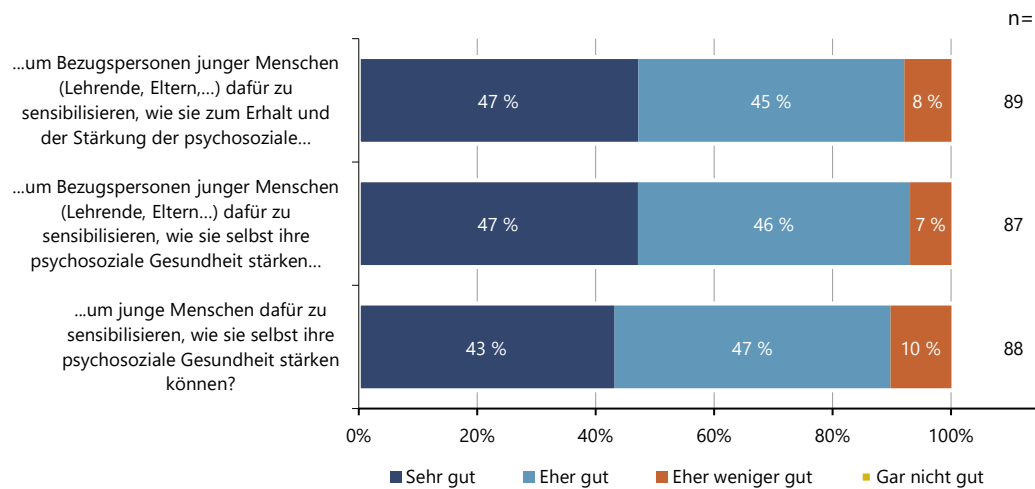
Um die Effektivität darzustellen, wurden Wirkungsindikatoren erhoben, die verschiedene Elemente der Initiative in den Blick nehmen. Erhoben wurde die Einschätzung der Bündnispartnerorganisationen zu wahrgenommenen Wirkungen der Initiative und der ABC-Kernbotschaften im Hinblick auf die Zielsetzungen von Vernetzung, Sensibilisierung und Wissensvermittlung zur psychosozialen Gesundheit von Kindern und Jugendlichen.

4.3.1 Nutzung der ABC-Kernbotschaften

Die Kernbotschaften der ABC-Initiative dienen der Sensibilisierung für Einflussfaktoren auf die psychosoziale Gesundheit junger Menschen und vermitteln Ansätze, diese zu fördern. Für den österreichischen Kontext wurden den Kernbotschaften der australischen Kampagne, Act – Be-long – Commit, deutsche Übersetzungen als Slogans zur Seite gestellt.

Im Rahmen der Erhebung wurden die Bündnispartner:innen gefragt, inwieweit sich die Botschaften aus ihrer Sicht für die Sensibilisierung verschiedener Zielgruppen für das Thema psychosoziale Gesundheit junger Menschen eignen. Diesbezüglich gaben 9 von 10 Organisationen an, dass die Botschaften ihrer Wahrnehmung nach „sehr“ oder „eher“ gut geeignet sind, um junge Menschen und ihre Bezugspersonen zu sensibilisieren und Bezugspersonen Möglichkeiten zur Förderung der psychosozialen Gesundheit zu vermitteln. Eine sehr gute Eignung der Botschaften empfinden 47 Prozent der Befragten hinsichtlich der Zielgruppe der Bezugspersonen. In Bezug auf die Zielgruppe der Jugendlichen bewerten 43 Prozent die Botschaften mit „sehr gut“.

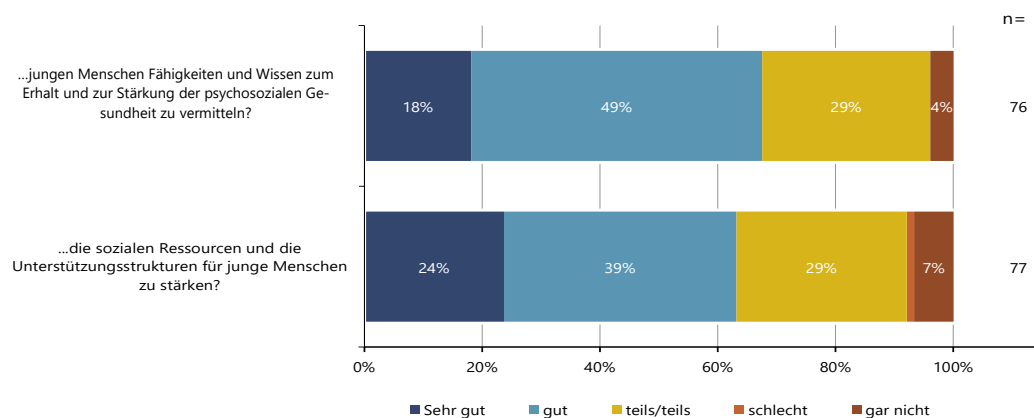
Abbildung 19: Wie gut eignen sich die Kernbotschaften (Act – Belong – Commit) aus Ihrer Sicht, ... (Mehrfachantworten)



Quelle: GÖG

Die Bündnispartner:innen wurden zudem gebeten einzuschätzen, wie geeignet sie die Kernbotschaften zur Kompetenzvermittlung und zur Stärkung von Unterstützungsstrukturen für junge Menschen bewerten. Rund zwei Drittel der Organisationen bescheinigen diesen eine gute Eignung.

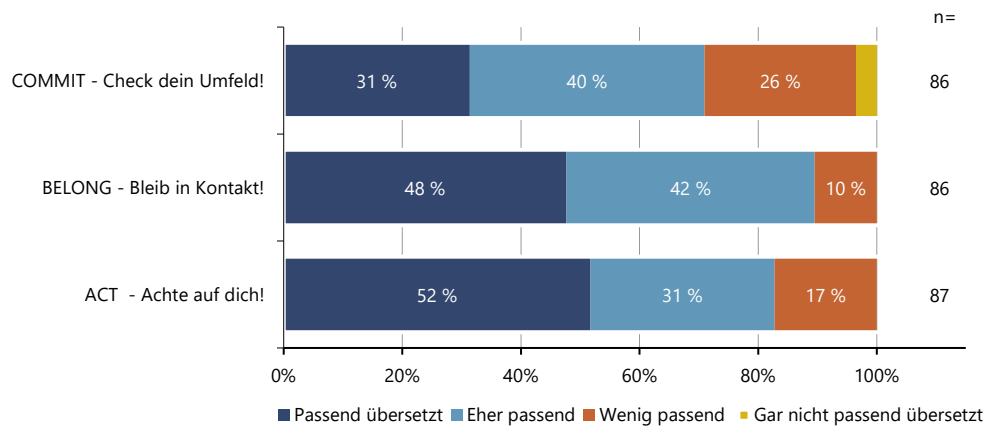
Abbildung 20: Wie sind Ihrer Meinung nach die Kernbotschaft der Initiative geeignet, um ...



Quelle: GÖG

Die ins Deutsche übersetzten Kernbotschaften werden überwiegend positiv bewertet. Act – Achte auf dich! wird zu 83 Prozent als passend oder eher passend übersetzt bewertet, Belong – Bleib in Kontakt! zu 90 Prozent und Commit – Check dein Umfeld nur zu 71 Prozent.

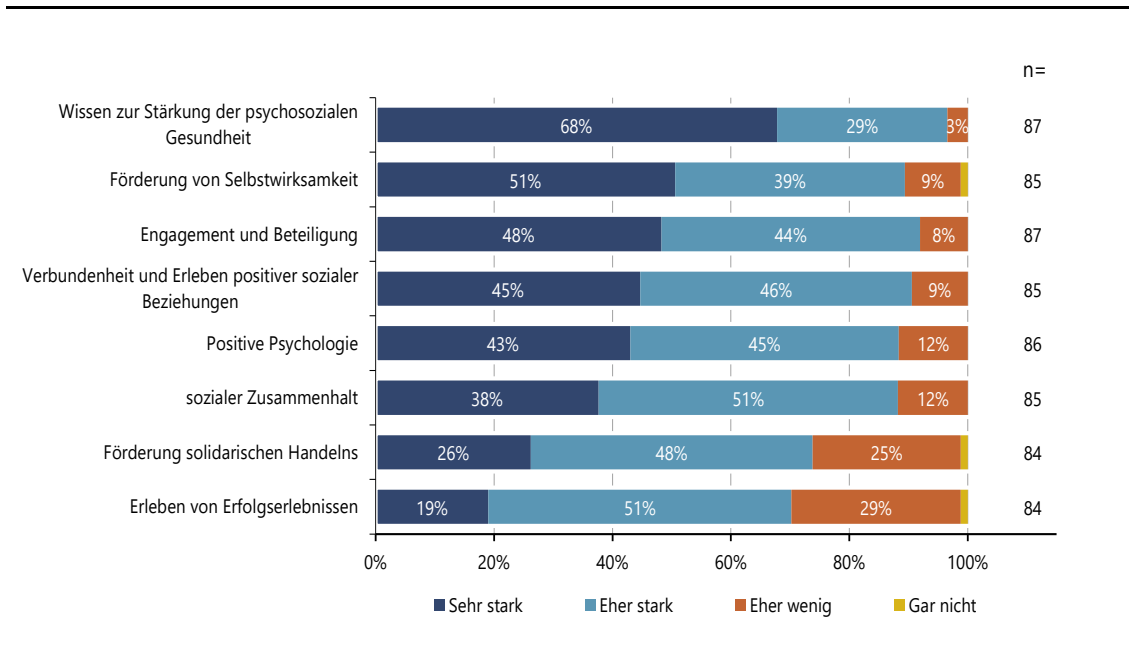
Abbildung 21: Wie bewerten Sie die Übersetzung der Botschaften Act – Belong – Commit ins Deutsche, die die ABC-Initiative in Österreich nutzt?



Quelle: GÖG

Von abgefragten Begriffen wird mit den Kernbotschaften von Act – Belong – Commit am stärksten „Wissen zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit“ in Verbindung gebracht, 97 Prozent der Befragten assoziieren die Kernbotschaften als „sehr“ oder „eher“ stark damit. Rund 9 von 10 Organisationen assoziieren auch „Förderung von Selbstwirksamkeit“, „Engagement und Beteiligung“, „Verbundenheit und Erleben sozialer Beziehungen“, „Positive Psychologie“ „sehr“ oder „eher“ stark damit. Weniger mit den Kernbotschaften verbunden werden „Förderung solidari-schen Handelns“ und „Erleben von Erfolgserlebnissen“.

Abbildung 22: Wie sehr assoziieren Sie die folgenden Begriffe mit den Kernbotschaften der ABC-Initiative?



Quelle: GÖG

Die Kernbotschaften Act – Belong – Commit wurden ursprünglich für den Kulturraum Australien entwickelt und durch die ABC-Initiative in den österreichischen Kontext übertragen. Die Ergebnisse (siehe Abbildung 22) zeigen, dass sie von den Bündnispartnerorganisationen auf jeden Fall als geeignet für die Sensibilisierungsarbeit und Wissensvermittlung zur Förderung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen in Österreich angesehen werden. Dass sie nur von maximal rund der Hälfte der Befragten als „sehr geeignet“ beurteilt werden, ist vor dem Hintergrund des kulturellen Transfers der Botschaften zu sehen. Bezogen auf die Zielgruppen werden sie in der Tendenz als passender für Bezugspersonen bewertet als für junge Menschen.

Einzelne der ins Deutsche übersetzten Slogans werden als wenig passend übersetzt wahrgenommen. Rund ein Drittel melden dies für „Commit – Check dein Umfeld“ und knapp ein Fünftel für „Act – Achte auf dich zurück“. Daraus lässt sich ableiten, dass die englischen Originalformulierungen in Summe als besser geeignet wahrgenommen werden.

In Verbindung gebracht werden die Kernbotschaften am deutlichsten mit „Wissen zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit“ sowie jenen gesundheitsfördernden Wirkungen, die von den Botschaften auch angesprochen werden („Förderung von Selbstwirksamkeit“, „Engagement und Beteiligung“, „Verbundenheit und Erleben positiver sozialer Beziehungen“).

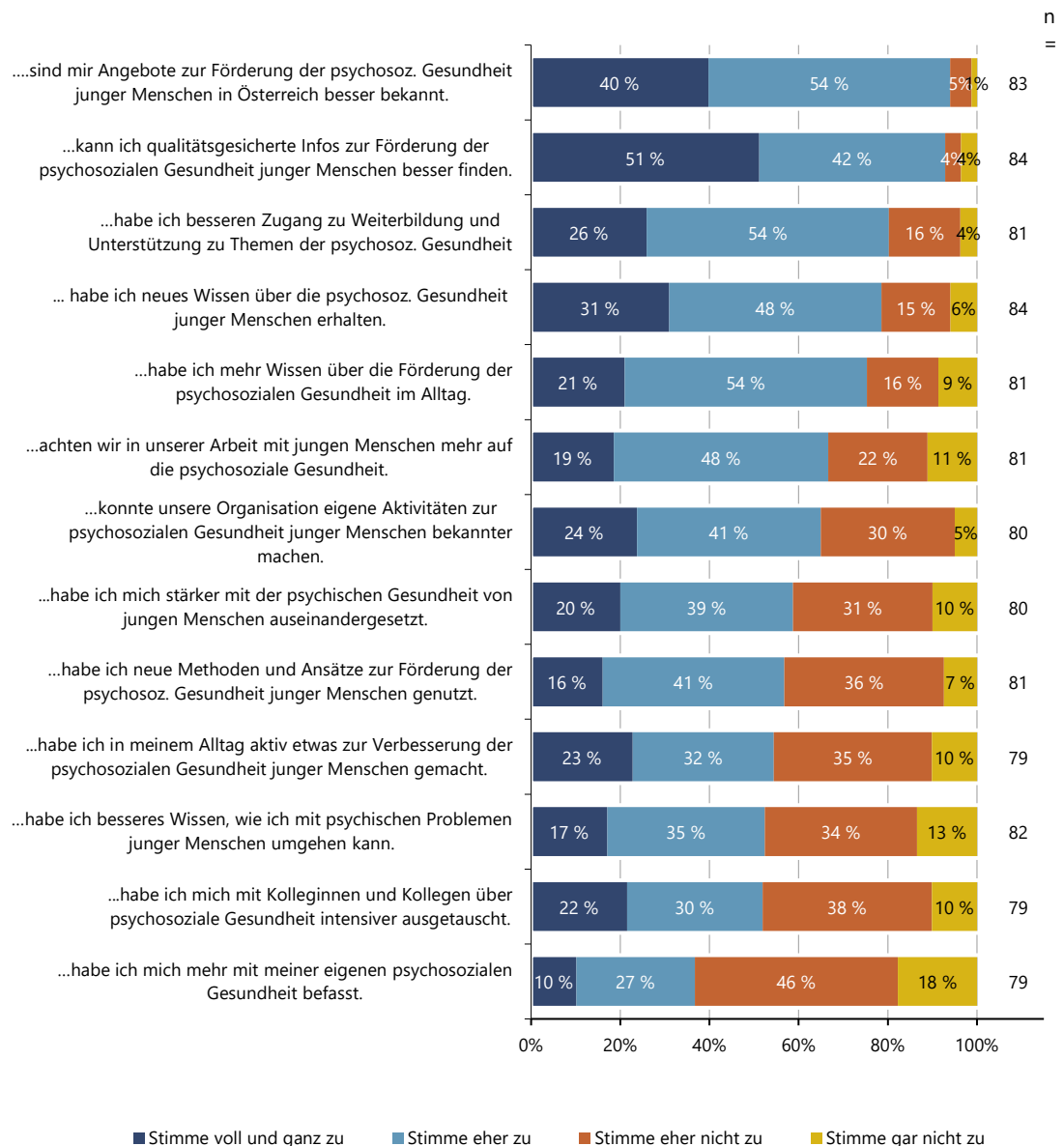
4.3.2 Wirkung der Initiative

Als direkte Wirkung der Initiative nehmen die Bündnispartner:innen am häufigsten wahr, dass sie qualitätsgesicherte Informationen zur Förderung der psychosozialen Gesundheit besser finden (93 % Zustimmung) und ihnen auch die einschlägigen Angebote besser bekannt sind (94 % Zustimmung). Auch besserer Zugang zu Weiterbildung und Unterstützung zu Themen der psychosozialen Gesundheit (80 % Zustimmung), neues Wissen über psychosoziale Gesundheit

junger Menschen (79 % Zustimmung) und Möglichkeiten zur Förderung der psychosozialen Gesundheit (75 % Zustimmung) sind Effekte, die der Initiative besonders oft zugerechnet werden.

Als Wirkung der Initiative in geringerem Ausmaß festgestellt werden intensivere Auseinandersetzung mit der eigenen psychosozialen Gesundheit (37 % Zustimmung), stärkerer Austausch mit Kolleginnen und Kollegen zum Thema psychosoziale Gesundheit (52 % Zustimmung) und Wissen zum Umgang mit psychischen Problemen junger Menschen (52 % Zustimmung).

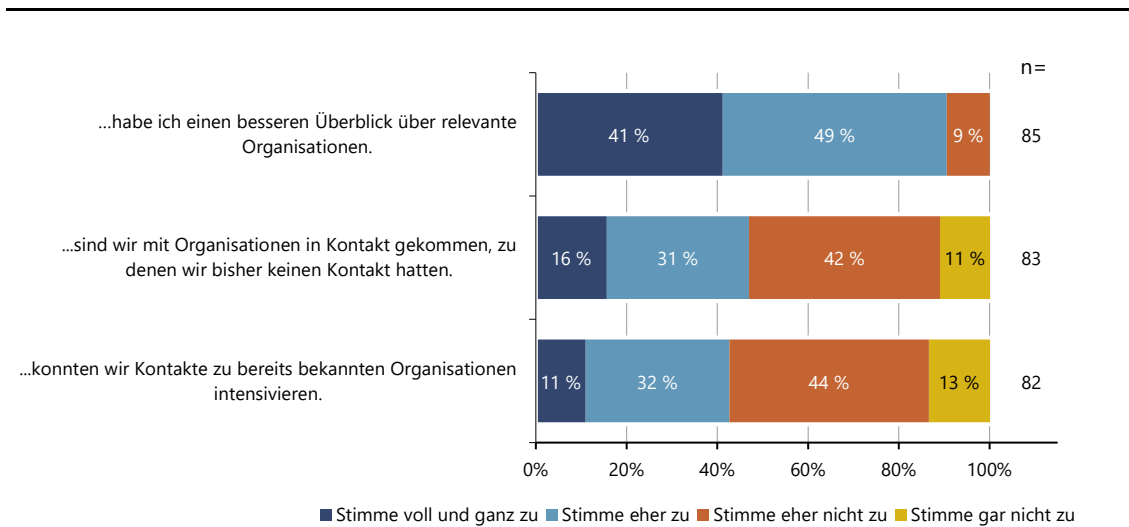
Abbildung 23: Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu? Durch die ABC-Initiative ...



Quelle: GÖG

Als positiver Effekt des „Netzwerks der ABC-Initiative“ wird von den Bündnispartnerinnen und -partnern am häufigsten rückgemeldet, dass sie einen besseren Überblick über relevante Organisationen erhalten haben – dies berichten 9 von 10 Organisationen. Auch andere Effekte wurden in geringerem Ausmaß wahrgenommen: Mit noch unbekannten Organisationen in Kontakt gekommen zu sein, geben 47 Prozent an und Kontakte zu anderen Organisationen intensivieren zu können 43 Prozent.

Abbildung 24: Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu? Durch das Netzwerk der ABC-Initiative ...



Quelle: GÖG

Die Ergebnisse zeigen, dass die Initiative insbesondere als wirkungsvolle Informations- und Orientierungsplattform wahrgenommen wird. Aus Sicht der Bündnispartner:innen verbessert sie für die Organisation den Zugang zu qualitätsgesicherten Informationen deutlich, erhöht die Bekanntheit relevanter Angebote und erleichtert Weiterbildung sowie Wissensaufbau zur psychosozialen Gesundheit junger Menschen. Auch das „Netzwerk der ABC-Initiative“ leistet einen zentralen Beitrag, indem es einen umfassenden Überblick über relevante Organisationen ermöglicht.

Wirkungen auf der individuellen Ebene wie die stärkere Auseinandersetzung mit der eigenen psychosozialen Gesundheit oder häufigerer Austausch mit Kolleginnen und Kollegen zum Thema werden in geringerem Ausmaß berichtet. In Summe entfaltet die Initiative somit vor allem struktur- und wissensbezogene Effekte, während Potenziale für individuelle Verhaltensänderung von Organisationsmitarbeiterinnen und -mitarbeitern und auch intensivere Vernetzung zwischen Bündnispartnerinnen und -partnern weiter ausgebaut werden können.

4.4 Nachhaltigkeit und Weiterentwicklung

Abschließend wurden die Bündnispartnerorganisationen gebeten, ihre Ideen zur Weiterentwicklung und effektiven Weiterführung der Initiative zu teilen. Zu dem Zweck wurden zwei offene Fragen gestellt: „Wie könnte sich die ABC-Initiative aus Ihrer Sicht verbessern oder weiterentwickeln?“ und „Gibt es bestimmte Themenschwerpunkte (Methoden, Inhalte, Zielgruppen ...), die im Rahmen der Initiative gesetzt werden sollten, um einen stärkeren Beitrag zur Förderung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen zu leisten?“ Insgesamt 34 Organisationen nutzten die Möglichkeit, ihre Ideen einzubringen. Nachstehend wird das Feedback auf die unterschiedlichen zentralen Angebote der Initiative dokumentiert.

Den Mehrwert der Initiative sehen die Partner:innen vor allem in der Sensibilisierung für psychosoziale Gesundheit: „Der Wert der Initiative ist die Vernetzung für ein gemeinsames positives Weltbild, die Schaffung von Bewusstsein, das Realität werden kann. Wenn die Initiative es schafft, dieses Bewusstsein herzustellen, ist allen geholfen.“

Einige der Rückmeldungen unterstreichen, dass die Fülle der Angebote, die über die Initiative vermittelt wird, dazu führen kann, dass den Bündnispartnerorganisationen die Orientierung fehlt, welche Inhalte wichtig sind und wie sie das Angebot aufgreifen können. Speziell angeregt wird in diesem Zusammenhang eine engere Betreuung und Orientierung der Partner:innen bei der Umsetzung, z. B. durch die Kommunikation der spezifischen Ansprechperson der Trägerorganisation.

In Bezug auf Struktur und Aufbau des **WohlfühlPOOL** und der **ToolBOX** wurde angeregt, diesen einfacher zu gestalten, da die Suche nach passenden Methoden dort oft zeitintensiv ist. Gewünscht sind konkrete Methodenbeschreibungen, Anwendungsbeispiele und Materialien zu verschiedenen Themen und Altersgruppen. Dem entspricht auch die Anregung, die Angebote nach Regionen bzw. Bundesländern suchbar bzw. filterbar darzustellen. Das würde es den Partnerinnen und Partnern erleichtern, die relevanten Angebote auf ihren eigenen Kanälen zu verbreiten.

Angeregt wird auch, dass auf der Plattform Angebote integriert und sichtbar gemacht werden, die sich direkt an junge Menschen richten, und dass diese sich auch selbst über die Angebote informieren können. Die Art und Weise, wie der WohlfühlPOOL, der sich primär an Multiplikatorinnen und Multiplikatoren richtet, derzeit aufgebaut ist, bietet diese Möglichkeit nicht. Dahingehend wird gewünscht, dass die Angebote im Rahmen der Initiative so gestaltet sein sollen, dass sie für Kinder und Jugendliche sowie deren Eltern und Bezugspersonen niederschwellig und bekannt sind und nicht nur primär Institutionen oder Fachleute adressieren. Angeregt wird in diesem Sinne auch, dass Peers bzw. junge Menschen selbst (Schülervertretungen oder junge Multiplikatorinnen und Multiplikatoren) direkt eingebunden werden – als Botschafter:innen oder Influencer:innen –, um Angebote dort bekannt zu machen, wo Jugendliche sind (Social Media, Freizeit, Vereine).

Einzelne Bündnispartnerorganisationen sehen im Vergleich zu anderen Plattformen vor allem im Bereich der **Methoden**, die auf der Plattform präsentiert werden, einen „Aufholbedarf“. Angeregt wird insbesondere die Integration von Information zu Methoden und Tools, wie im Alltag, abseits von Projekten, die psychosoziale Gesundheit gefördert werden kann. In diesem Zusammenhang werden etwa konkrete Methoden wie ein „6-Minuten-Tagebuch“ oder andere Ideen zur Selbstreflexion angeregt. Diese Anmerkung kann auch ein Hinweis darauf sein, dass die Kernbotschaften allein im Alltag zu wenig Anhaltspunkt bieten.

Unterrepräsentiert ist aus Sicht der Bündnispartnerorganisationen insbesondere der Altersbereich Säuglinge und Kleinkinder. Auch für Kindergartenkinder, deren Eltern und pädagogische Fachkräfte werden zusätzliche Angebote auf dem WohlfühlPOOL und im Rahmen der Initiative gewünscht.

In Bezug auf die **Motivationskarten** wurde bemerkt, dass diese eher für Unterstufen-Schüler:innen geeignet sind und eine eigene Ausgabe für die Oberstufe (14–19 Jahre) angeregt.

Auch in Bezug auf die **Kommunikation und den Newsletter** wurde der Wunsch geäußert, klar herauszuarbeiten, welche Angebote in allen Bundesländern genutzt werden können und welche

nur in einzelnen zugänglich sind. Zudem sollte im Newsletter aus Sicht der Bündnispartner:innen eventuell stärker hervorgehoben werden, für welche Zielgruppe (Jugendliche oder Multiplikator:innen bzw. Multiplikatoren) die Angebote gedacht sind.

Zudem wird angeregt, über alle Kanäle der Initiative mehr Möglichkeiten für die Bündnispartnerorganisationen zu schaffen, die eigenen Angebote über die Initiative zu verbreiten. Das verweist auf die Notwendigkeit vonseiten der Trägerorganisation, die Kommunikationskanäle mit den Bündnispartnerorganisationen zu schärfen und den „Guide“ bekannter zu machen.

Angeregt wird, ganz generell, die Verwendung von einfacher Sprache (adressatenbezogene Kommunikation, praktischere Ansätze anstelle von theoretischem Fachwissen) über die Kommunikationskanäle der Initiative. Weiters weisen die Partner:innen auf den Mehrwert multilingualer und/oder sprachfreier Materialien (z. B. Videos) hin.

Mit Bezug auf die **Vernetzungsangebote** ist anzudenken, diese interaktiver zu gestalten und sie in einem regelmäßigen Rhythmus anzubieten. Diese sollen, wenn möglich, bereits lange im Voraus angekündigt werden. Gewünscht werden zudem unterschiedliche Schwerpunktthemen.

Obschon die settingübergreifende Vernetzung ein besonderer Mehrwert der Initiative ist, sehen einige Bündnispartnerorganisationen auch den Bedarf, Vernetzungstreffen von bestimmten Organisationen (z. B. nur der Organisationen in der offenen Jugendarbeit) zu organisieren. Der settingübergreifende Austausch wird aufgrund unterschiedlicher Zielgruppen als „unbrauchbar“ bewertet. Andererseits möchten Bündnispartnerorganisationen den Mehrwert der in unterschiedlichen Lebensräumen junger Menschen operierenden Initiative auch aktiver genutzt sehen. Sie wünschen sich mehr Veranstaltungen/Sichtbarkeit durch gemeinsame Veranstaltungen etwa mit Interessensvertretungen, Sportverbänden, Schülervertretungen, Unternehmen, kirchlichen Organisationen, Jugendgruppen und Blaulichtorganisationen. Insbesondere auch, um Lehrlinge besser einbinden zu können und die Themen außerhalb der Schule besser unterbringen zu können, wird eine Kooperation mit Unternehmen angeregt. Gewünscht wird zudem eine engere Kooperation der Initiativenträger mit anderen Ministerien, insbesondere dem Bildungsministerium.

Dass die Vernetzungsangebote besser kommuniziert werden müssen und auch der Mehrwert der Verankerung der Initiative in unterschiedlichen Lebenswelten einen Mehrwert darstellt, zeigt die Anmerkung, dass aus Sicht einzelner Bündnispartnerorganisationen der außerschulische Kontext stärker in den Fokus genommen werden soll und nicht nur der schulische Kontext adressiert werden sollte.

In Bezug auf Angebote und Methoden zur Förderung der psychosozialen Gesundheit wurden zudem unterschiedliche **spezifische Themenschwerpunkte** angeregt, wie etwa ein Fokus auf Methoden, welche die Bedeutung von Bewegung für die Persönlichkeitsentwicklung von Kindern und Jugendlichen hervorheben. Themen wie Ernährung und Übergewicht sollen ebenso stärker behandelt werden, um den Zusammenhang von körperlichem Wohlbefinden und psychosozialer Gesundheit zu kommunizieren. Das Thema Kinderschutz im Alltag, insbesondere der Schutz vor Gewalt und Missbrauch, wird ebenso gewünscht.

Auch eine engere Verknüpfung zu den Themen „Bildung und Beruf“ wird gewünscht, mit einem besonderen Fokus auf Angebote für junge Erwachsene und Übergangsphasen. Eine Ergänzung

um Programme für Eltern zur Stärkung der Selbstwirksamkeit ihrer Kinder (Ermutigung versus Lob, Präsenz, natürliche Autorität) wird ebenso angeregt.

Vorgeschlagen wird weiters ein spezieller Fokus der Initiative auf Menschen mit traumatischen Erfahrungen, die Erweiterung zu einer generationenübergreifenden Initiative für alle Altersgruppen und ein Fokus auf geschlechtsspezifische Angebote sowie eine Sichtbarmachung der Angebote jener Organisationen, die in diesen Bereichen Expertise haben. Die Nutzung von Social Media und deren mögliche Auswirkung auf das psychosoziale Wohlbefinden soll aus Sicht der Partner:innen stärker in den Fokus gerückt werden. In diesem Sinn wünschen sich Partner:innen, dass Medienkompetenz auch über die ABC-Initiative mitvermittelt wird.

Im Feedback werden aber auch **allgemeine Bedarfe aus dem Feld rückgemeldet**, die in dieser Form im Rahmen der ABC-Initiative nicht aufgegriffen werden können, sondern etwa im Rahmen der Schulentwicklung etabliert werden müssen. Genannt wird etwa der Wunsch nach einer individuellen Beratung und Unterstützung für einzelne Schulen, basierend auf ihren individuellen Herausforderungen und Bedingungen. Besonders im Schulbereich wird ein strukturierter Ansatz bei den Maßnahmen gewünscht. Auch der Bedarf nach einem eigenen Schulfach oder curricularen Angeboten, in denen junge Menschen lernen, mit Stress und Belastungen umzugehen und psychische Gesundheit präventiv zu stärken (idealerweise lange bevor akute Krisen auftreten), wird genannt.

Thematische Erweiterungen, wie Gewaltschutz, scheinen im Rahmen der ABC-Initiative nur schwer integrierbar. Gewünscht wird in diesem Zusammenhang, dass klarer an junge Menschen vermittelt wird, wo Hilfe und Schutz bei familiärer Gewalt oder Missbrauch zu finden sind, wie Betroffene Unterstützung bekommen können, wie Verletzungen dokumentiert werden und an wen sie sich wenden können. Hier gibt es andere Trägerorganisationen, die diese Aufgabe besser wahrnehmen können.

5 Ausblick und Learnings

Im Rahmen der Evaluation der ABC-Initiative 2023–2025 wurden Monitoringzahlen und das Feedback der Bündnispartner:innen ausgewertet. Auf dieser Basis wurden die folgenden Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Initiative formuliert. Sie fassen die zentralen Learnings aus den ersten zwei Jahren der Initiative zusammen.

Vor dem Hintergrund der Monitoringzahlen zur Implementierung und des Feedbacks der Bündnispartner:innen im Rahmen der Evaluation lassen sich folgende Empfehlungen für die Weiterentwicklung der Initiative ableiten:

Der WohlfühlPOOL als zentrale Informations- und Ressourcenplattform der Initiative hat sich bewährt und wird umfassend genutzt. Insbesondere die Materialien und Tools, die dort zu finden sind, werden häufig abgerufen. Dennoch wurde von Bündnispartnerinnen und -partnern für den WohlfühlPOOL eine klarere Strukturierung angeregt. Dies betrifft insbesondere den Veranstaltungskalender sowie die Gliederung der ToolBOX. Angesichts der föderalen Förderlandschaft in Österreich wäre es zudem sinnvoll, eine Filterfunktion nach Bundesländern aufzunehmen oder deutlicher herauszuarbeiten, welche Angebote bundesweit genutzt werden können.

Zur **Stärkung der Bündnispartnerschaft** sollte die Etablierung verbindlicherer Onboarding-Strukturen angestrebt werden. Dabei wäre zu überlegen, ob im Rahmen der Bündnispartnerschaft eine schriftliche Vereinbarung eingeführt wird, die das Commitment der Partnerorganisationen zur Umsetzung der ABC-Kerninhalte stärkt. Eine solche Vereinbarung könnte beispielsweise die Verpflichtung beinhalten, an der Evaluation teilzunehmen und rückzumelden, wie die ABC-Kernelemente in der eigenen Organisation verankert werden. Für bereits bestehende Bündnispartnerorganisationen könnte ein entsprechender Passus im Zuge eines persönlichen Gesprächs zur Erneuerung der Partnerschaft eingeführt werden. Für neue Partner:innen sollte diese Vereinbarung in den Anmeldeprozess integriert werden. Zudem wäre zu prüfen, ob aktive Partner:innen sichtbarer gemacht werden können als jene, die derzeit eher passiv bleiben.

Die Evaluation zeigte, dass derzeit nur jede zweite Bündnispartnerorganisation sich aktiv an der Umsetzung der ABC-Initiative beteiligt, also regelmäßig Zeit für die ABC-Initiative aufbringt und eigene Veranstaltungen und Schwerpunkte in deren Rahmen sichtbar macht. In vielen Organisationen fehlen Strukturen und Ressourcen für die Umsetzung der Initiative. Zugleich scheinen manche Schwierigkeiten auch aus Mangel an Orientierung in Bezug auf die Strukturen der ABC-Initiative selbst zu resultieren.

Ein wichtiger Schritt in diese Richtung ist das 2025 entwickelte Informationsprogramm für ABC-Bündnispartner:innen, das 2026 erweitert und erprobt werden soll. Das Informationsprogramm, das als „Botschaftertraining“ entwickelt wurde, zielt darauf ab, in den Organisationen zentrale Ansprechpartner:innen zu identifizieren, die in weiterer Folge als Peers innerhalb ihrer eigenen Organisation wirken und die ABC-Kernelemente und -Angebote weitervermitteln. Im Zuge dessen sollte der ABC-Guide überarbeitet werden.

Um das **Onboarding der Bündnispartner:innen** weiter zu verbessern, sollte auch die Struktur des ToolKITs überprüft und eine intuitivere Gliederung entwickelt werden. Ein einseitiger Leitfaden mit Schritt-für-Schritt-Anleitung könnte hier hilfreich sein. Insbesondere jene Elemente, die seltener als „sehr hilfreich“ bewertet wurden (z. B. Leitfaden, Flyer/Poster), sollten überarbeitet

werden. Darüber hinaus benötigen Partner:innen mehr Unterstützung dabei, wie sie die Initiative in ihre eigenen Kommunikationskanäle integrieren oder die Kanäle der Initiative nutzen können, um ihre Angebote sichtbarer zu machen.

Weiterführend ist zu überlegen, wie die systematischere Einbindung der Partner:innen über die bestehenden oder ggf. zu entwickelnden **Vernetzungsangebote** der Initiative erreicht werden könnte. In Australien werden im Rahmen der Act-Belong-Commit-Kampagnen vierteljährliche regionale Treffen abgehalten. Für Österreich ist zu überlegen, wie ähnliche Formate mit geringem Aufwand für die Partnerorganisationen umgesetzt werden können. Regelmäßige Vernetzungstreffen und ein interaktiveres Format sind jedenfalls empfehlenswert. Gegebenenfalls kann überlegt werden, ergänzend zu den an alle Bündnispartnerorganisationen gerichteten Treffenssettingspezifische Treffen (pädagogische Fachkräfte bzw. Schulen, außerschulische Jugendarbeit, Freizeitvereine etc.) anzubieten. Angeregt wurde zudem, neue Organisationen, etwa Sportvereine oder Blaulichtorganisationen, stärker einzubinden. Auch die Zielgruppe der Eltern wurde mehrfach als sinnvolle Erweiterung der ABC-Initiative erwähnt.

Hinsichtlich der **ABC-Trainings und der Kompetenzförderung** von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sollte angestrebt werden, diese in offizielle Weiterbildungsprogramme einzubinden, sodass für die Teilnahme berufsspezifische Weiterbildungspunkte gesammelt werden können (wie bereits bei der Schulärztesfortbildung 2024 gelungen). Dies könnte durch Kooperationen mit zertifizierten Weiterbildungsanbietern wie Pädagogischen Hochschulen oder anerkannten Lehrgängen im Bereich der Jugendarbeit erfolgen.

Monitorings und Evaluation sollten ebenso systematisch und in Referenz zu den internationalen Initiativen weitergeführt werden. Für die kommenden Jahre steht insbesondere die Einbettung der österreichischen Initiative im Rahmen der Joint Action PRISM im Fokus.

Literatur

- Agenda Gesundheitsförderung (2023): 10 Maßnahmenbündel für eine gesundheitsfördernde Zukunft in Österreich. Roadmap „Zukunft Gesundheitsförderung“. Gesundheit Österreich, Wien
- Amtmann, Elfriede (2023): ELLA-Kindergarten: Wirksamkeit eines Trainings zur Förderung der emotionalen und sozialen Kompetenzen für Drei- bis Sechsjährige. 3 Innsbrucker Fachtagung zur Elementarpädagogik INTERAKTION - BEZIEHUNG - BINDUNG, Pädagogische Hochschule Tirol, Innsbruck
- Bettge, S.; Ravens-Sieberger, U. (2003): Protective factors for mental health of children and adolescents--empirical results validating a concept. In: Gesundheitswesen 65/3:167-172
- BMSGPK (2024): Suizid und Suizidprävention in Österreich 2023. BMSGPK, Wien
- bOJA (2024): Netzwerk Gesundheitskompetente Jugendarbeit [online]. <https://www.gesunde-jugendarbeit.at/netzwerk-gesundheitskompetente-jugendarbeit> [Zugriff am 08.01.2025]
- Curtin University (2024): act belong commit. Mentally Healthy WA [online]. <https://www.actbelongcommit.org.au/>, [Zugriff am 08.01.2025]
- Curtin University (2024): act belong commit tm, Mentally Healthy WA [online]. Curtin University [Zugriff am 02.12.2025]
- Donovan, Robert J.; James, Ray; Jalleh, Geoffrey; Sidebottom, Colby (2012): Implementing Mental Health Promotion: TheAct-Belong-CommitMentally Healthy WA Campaign in Western Australia. In: International Journal of Mental Health Promotion 8/1:33-42
- Donovan, Robert J.; Koushede, Vibeke J; Drane, Catherine F; Hinrichsen, Carsten; Anwar-McHenry, Julia; Nielsen, Line; Nicholas, Amberlee; Meilstrup, Charlotte; Santini, Ziggi Ivan (2021): Twenty-One Reasons for Implementing the Act-Belong-Commit-'ABCs of Mental Health' Campaign. In: Int J Environ Res Public Health 18/21: 11095. doi: 10.3390/ijerph182111095. PMID: 34769615; PMCID: PMC8583649.
- Faltermaier, Thomas (2023): Salutogenese. Leitbegriffe der Gesundheitsförderung und Prävention Glossar zu Konzepten, Strategien und Methoden, Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA), Köln
- Felder-Puig, Rosemarie; Vana, Irine; Lindner, Brigitte; Schlee, Lisa; Rohrauer-Näf, Gerlinde (2023): Angebote zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen: Überblick über die Angebote, die sich direkt an die Zielgruppen wenden. Ergebnisbericht. Gesundheit Österreich, Wien
- Felder-Puig, Rosemarie (2004): Wohlfühlzone Schule Phase II. Evaluationsbericht für 2024 Gesundheit Österreich, Wien

- Felder-Puig, Rosemarie; Lindner, Brigitte; Vana, Irina; Schlee, Lisa; Rohrauer-Näf, Gerlinde (2023a): Maßnahmen zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit von Kindern, Jugendlichen und/oder jungen Erwachsenen. Factsheet. Hg. v. Österreich, Gesundheit, Wien
- Felder-Puig, Rosemarie; Teufl, Lukas; Kern, Daniela; Lindner, Brigitte; Vana, Irina ; Schlee, Lisa; Rohrauer-Näf, Gerlinde (2025a): Maßnahmen zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen. Setting-orientierte Empfehlungen für einen Aktionsplan. Gesundheit Österreich, Wien
- Felder-Puig, Rosemarie; Teufl, Lukas; Kern, Daniela; Lindner, Brigitte; Vana, Irina; Schlee, Lisa; Rohrauer-Näf, Gerlinde (2025b): Maßnahmen zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit junger Menschen. Setting-orientierte Empfehlungen für einen Aktionsplan. Gesundheit Österreich, Wien
- Felder-Puig, Rosemarie; Teutsch, Friedrich; Winkler, Roman (2023b): Gesundheit und Gesundheitsverhalten von österreichischen Schülerinnen und Schülern. Ergebnisse des WHO-HBSC-Survey 2021/22. Hg. v. Österreich, Gesundheit. BMSGPK, Wien
- Felder-Puig, Rosemarie; Teutsch, Friedrich; Winkler, Roman (2023c): Psychische Gesundheit von österreichischen Jugendlichen. HBSC Factsheet 01 aus Erhebung 2021/22. Hg. v. BMSGPK. Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz (BMSGPK), Wien
- Felder-Puig, Rosemarie; Vana, Irina, Lindner, Brigitte, Schlee, Lisa, Rohrauer-Näf, Gerlinde (2023d): Angebote zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Überblick über die Angebote, die sich direkt an die Zielgruppen wenden. . Hg. v. Österreich, Gesundheit, Wien
- FGÖ (2022): Wohlfühlzone Schule [online]. <https://wohlfuehlzone-schule.at/> [Zugriff am 08.01.2025]
- GÖG (2024): European Mental Health Week von 13.-19. Mai unter dem Motto „better together“. Gesundheit Österreich, Wien
- Gubbels, Jannet; van der Put, Claudia; Assink, Mark (2019): Risk Factors for School Absenteeism and Dropout: A Meta-Analytic Review. In: J Youth Adolescence 48: 1637–1667
- Karpinski, Norbert; Popal, Narges; Pluck, Julia; Petermann, Franz; Lehmkuhl, Gerd (2017): Leisure activities, resilience and mental stress in adolescents. In: Zeitschrift für Kinder und Jugendpsychiatrie und Psychotherapie 45/1:42-48
- Koushede, Vibeke Jenny ; Rasmussen, Mikkel Vedby (2020): Institutleder og dekan: Det er tid til at få mental sundhed på pensum [online]. Altinget [Zugriff am 12.12.2025]
- Meilstrup, Charlotte; Koushede, Vibeke; Donovan, Robert J.; Krokstad, Steinar; Mohr, Magni; Hall, Eric; Ivan Santini, Ziggi (2022): The Act-Belong-Commit 'ABCs of Mental Health' campaign for mental health promotion. In: Open Access Government 36/1:182-182-183

- Mental Health Europe (2024): Better together: Co-creating the Future of Mental Health. 13-19 Mai 2024. [online]. <https://www.mentalhealtheurope.org/european-mental-health-week-2024/> [Zugriff am 08.01.2025]
- Millar, L.; Pollard, C. (2020): Detailed monitoring and evaluation report: File Number: 33355. Creating a Mentally Healthy WA: The Act Belong Commit Program Phase VI (2020 – 2022). Hg. v. University, Curtin, Bentley, Western Australia.
- Nielsen, Line; Bermejo-Martins, Elena; Nelausen, Malene K.; Madsen, Celine S.; Riva, Elena; Koushede, Vibeke J.; Meilstrup, Charlotte B. (2024): The ABCs of mental health at the university: a multi-level intervention design for promoting mental well-being. In: Front Public Health 12/:1382393
- Nurminen, Minna; Stepanova, Elena; Casabianca, Elizabeth; (2023): Policy considerations for loneliness interventions. JRC133369. Hg. v. European Commission, Brussels
- Payne, Rachel; Molgaard, Hilal Erkoca; Christensen, Hanna (2024): Act-Belong-Commit partnership on mental health promotion to be highlighted as best practice in European Commission 'online marketplace' [online]. International Sport and Culture Association (ISCA)
- Rohrauer-Näf, Gerlinde;; Vana, Irina;; Schlee, Lisa (2024): Initiative "ABC der psychosozialen Gesundheit junger Menschen". Projektbericht. In: ÖGPH Newsletter Dezember 2024/:31-33
- Santini, Ziggi Ivan; Nelausen, Malene Kubstrup; Kusier, Amalie Oxholm; Hinrichsen, Carsten; Schou-Juul, Frederik; Madsen, Katrine Rich; Meilstrup, Charlotte; Donovan, Robert J.; Koushede, Vibeke; Nielsen, Line (2022): Impact evaluation of the "ABCs of Mental Health" in Denmark and the role of mental health-promoting beliefs and actions. In: Mental Health and Social Inclusion 26/3:271-291
- Seligman, M. E.; Csikszentmihalyi, M. (2000): Positive psychology. An introduction. In: Am Psychol 55/1:5-14
- Singh, V.; Kumar, A.; Gupta, S. (2022): Mental Health Prevention and Promotion-A Narrative Review. In: Front Psychiatry 13/:898009
- Teufl, L.; Felder-Puig, R.; Lindner, B.; Vana, I.; Schlee, L.; Rohrauer-Näf, G. (2024): Strategien zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit von jungen Menschen. Gesundheit Österreich, Wien
- Teufl, Lukas ; Felder-Puig, Rosemarie ; Lindner, Brigitte ; Vana, Irina ; Schlee, Lisa ; Rohrauer-Näf, Gerlinde (2024): Strategien zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit von jungen Menschen. Factsheet. Gesundheit Österreich, Wien
- Thompson, Jody Aked; Sam (2011): Five Ways to Wellbeing. New applications, new ways of thinking. NHS confederation, London
- WohlfühlPool (2025): Nachlese zur ABC-Vernetzungstagung: "Jugendbeteiligung: Gemeinsam stark für die psychosoziale Gesundheit junger Menschen. <https://wohlfuehl-pool.at/save-date-abc-vernetzungstagung-zu-jugendbeteiligung-gemeinsam-stark-fuer-die-psychosoziale>. [Zugriff am 17.12.2025]