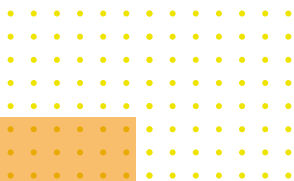


MUT
FLUENCER
*INNEN

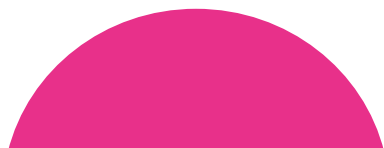


MEHR
MUT!



MUTFLUENCER*INNEN 3.0

Endbericht – Wirkungsmessung 2024-2025



Gefördert aus Mitteln
des Sozialministeriums

 Bundesministerium
Soziales, Gesundheit, Pflege
und Konsumentenschutz



Caritas

Inhaltsverzeichnis

Das Mutfluencer*innen Programm	3
Die Ausgangslage und Projektidee	3
Das Programm im Detail	4
Vision & Wirkungsziele	5
Vision	5
Mission	5
Umsetzung und Wirkung	6
Das IOOI Modell	6
Input	7
Output	7
Umgesetzte Aktivitäten	7
Öffentlichkeitsarbeit	9
Zielgruppen	10
Fotoauswahl	11
Outcome	13
Zufriedenheit mit der Programmteilnahme	13
Qualifikation und Kompetenzen	14
Kommunikation und Teamarbeit	15
Empowerment und Mut	16
Netzwerk & Psychosoziales Wohlbefinden	17
Nachhaltige Zukunftsperspektiven	17
Impact	18
Projekteinblicke	18
Franziska Fink: fraenz.space	18
Genet Glass & Andrada Monus: Haven	19
Gideon Pils: Chronexus	19
Hakan T. Cephe: War in the digital age	19
Hannah Horn: Kneipenfeminismus	20
Helka Ivanyi: U R WHAT U WASTE	20
Julia Auly & Pauline Knibbe-Klimt: (T)räume träumen Festival	20
Laurène Sindano: Child of Congo	21
Lilya Burhan: Accidental Wisdom	21
Mohanad Suwaed: Living the Hijab	21
Murtaza Alizada: Sportschlüssel	22
Sophie Bastirsch & Sofia Kelm: Stadt, Land, Gemeinsam	22
Herausforderungen und Learnings	23
Zusammenfassung der Erkenntnisse	24
Fazit	24
Ausblick	24
Annex	25

Das Mutfluencer*innen Programm

Mutfluencer*innen sind junge Erwachsene, die ihre eigenen Ideen zur Stärkung ihrer Generation in Taten umsetzen. Sie setzen Projekte mit sozialer Wirkung für junge Menschen in ihren Communities um und motivieren dadurch andere dazu ebenfalls mutig zu sein und aktiv zu werden. Allen gemein ist ein dringendes Verlangen, gesellschaftspolitisch wichtige Themen zu reflektieren, anzusprechen und aktiv zu bearbeiten.

Die umgesetzten Projekte reichen von Community-Sportprojekten zu der Veröffentlichung eines Buches oder der Schaffung von Kunst- und Austauschräumen, hin zu Videopodcasts in denen junge, geflüchtete Menschen ihre persönlichen Geschichten mitteilen. Die Erfahrungen, Lebenswelten, Bedürfnisse und kreativen Ideen der Mutfluencer*innen stehen im Vordergrund. Junge Menschen haben bemerkenswerte Talente, Ideen und Potentiale und wollen diese einbringen. Was ihnen oftmals fehlt, ist der sichere Raum, die Zeit und die Unterstützung, diese zu entfalten. Genau das bietet ihnen das Mutfluencer*innen Programm.

Die Ausgangslage und Projektidee

Das Mutfluencer*innen Programm wurde während der Corona Pandemie von der Caritas Wien entwickelt und zwischen Juni 2021 und Juli 2023 gemeinsam von ABZ* Austria, Teach for Austria, der Young Caritas und der Caritas Wien erstmals umgesetzt. Schon vor der Corona-Pandemie zählten Kinder und Jugendliche zu jener Gruppe, die besonders armuts- und ausgrenzungsgefährdet ist. Das Mutfluencer*innen Programm setzte deshalb bei der jungen Generation in Österreich an und zielte darauf ab, die kreativen, innovativen und sozialen Impulse von armuts- und ausgrenzungsbedrohten jungen Menschen zu

stärken und sie dabei zu unterstützen, die pandemie- und krisenbedingten Belastungen besser zu bewältigen. Zwischen Mai 2024 und Dezember 2025 wurde das Programm nochmals durch die Caritas Wien erprobt und Learnings gesammelt, um die Wirkung sichtbarer zu machen.

Nach wie vor zählen Kinder und Jugendliche zu jener Gruppe, die in Österreich am stärksten armuts- und ausgrenzungsgefährdet ist.¹ Die multiplen Krisen und globalen Entwicklungen der letzten Jahre (Pandemie, Ukrainekrieg, Klimawandel, Teuerung, Demokratiekrisen) haben diese Situation insbesondere im Bereich der (sozialen) Armut und Isolation verschärft.² Junge Menschen haben große Sorge um ihre Ausbildung und drohende Arbeitslosigkeit. Ökonomische Benachteiligung und Armut führen zu Einsamkeit, erhöhtem emotionalen Stress und können die physische und psychische Gesundheit schwer beeinträchtigen. Physische und/oder psychische Probleme verschärfen wiederum die Armutsgefährdung, es entsteht eine ausweglose Situation, aus der selbstständig zu entkommen schwer sein kann.³ Auch UNICEF ruft zu dringendem Handlungsbedarf auf: „Bereits vor der Pandemie hatten Kinder in vielen Bereichen Schwierigkeiten und keinen ausreichenden Zugang zu Unterstützungsangeboten – selbst in wohlhabenden Ländern“, sagte Bo Viktor Nylund, Direktor von UNICEF Innocenti, „Angesichts zunehmender wirtschaftlicher Unsicherheit müssen Länder die Bildung, Gesundheit und das Wohlergehen von Kindern priorisieren – zum Schutz ihrer Zukunftschancen und Lebenszufriedenheit, aber auch zur Sicherung der wirtschaftlichen Stabilität unserer Gesellschaften.“⁴

Der 8. Bericht zur Lage der Jugend in Österreich³ bestätigt, dass die 16–29 Jährigen in Verhältnis

1 <https://www.statistik.at/statistiken/bevoelkerung-und-soziales/einkommen-und-soziale-lage/armut>

2 https://www.armutskonferenz.at/media/schenk_kinder_unter_druck_2022.pdf & https://www.yep-austria.org/wp-content/uploads/2022/03/YEP-Jugendbericht_Skills4Future.pdf

3 https://www.bundestkanzleramt.gv.at/dam/jcr:34a6f40f-db02-425c-b5f7-96b1798cd05/8_jb_2023.pdf

4 <https://unicef.at/news/wohlergehen-von-kindern-in-den-wohlhabendsten-landern-der-welt-drastisch-verschlechtert/>

zu früheren Generation sorgenbesetzter sind. Kriege, Teuerung und Inflation liegt unter den größten externen Ängsten der Jugendlichen. Gefolgt von der Beeinträchtigung der eigenen psychischen Gesundheit. Auch der aktuelle UNICEF Länder Report zeigt auf, dass nur mehr 71% der österreichischen Jugendlichen mit ihrem Leben zufrieden sind gegenüber 77% 2018. Soziale Ungleichheiten und Krisen drohen sich mehr und mehr zu verschärfen und zu häufen. Umso wichtiger ist es, junge Menschen in ihrer Selbstwirksamkeit und Teilhabe zu unterstützen und zu stärken, ihre Sichtweisen und Zukunftsperspektiven müssen gehört und gefördert werden, um sie gegen zukünftige Schocks resilienter zu machen.⁵

Zusätzlich zu den genannten Belastungen, fühlt sich die junge Generation zunehmend schlecht auf die berufliche Zukunft und das Leben vorbereitet. Nur ein Viertel der befragten Jugendlichen gibt an, sich durch die Schule auf die Zukunft vorbereitet zu fühlen.⁶ Des Weiteren fühlen sich junge Menschen mit ihren Interessen, Sorgen und Ideen in der Gesellschaft zu wenig gehört und nicht ernst genommen, die Reaktion darauf sind oft Resignation und Rückzug.⁷ Jugendliche wünschen sich mehr Möglichkeiten eigene Ideen umzusetzen, selbstständig zu sein und soziale wie wirtschaftliche Kompetenzen zu erlernen.⁸ 94% befragter junger Menschen geben an, dass sie bei Themen, die sie betreffen, gerne ihre Stimme einbringen wollen und 97% würden sich in Zukunft öfter beteiligen, wenn sie spüren könnten, dass ihr Engagement Wirkung zeigt. Auch Demokratie möchten die jungen Menschen mitgestalten und im Alltag leben, viele wissen leider nicht wie und wo oder fühlen sich nicht gehört.⁹⁺¹⁰

Das Mutfluencer*innen-Programm setzt genau bei diesen Problemlagen an, indem es jungen Menschen einen Rahmen bietet, um eigene

Ideen zur Verbesserung der Situation ihrer Generation weiterzuentwickeln und sie mit der Unterstützung von erfahrenen Coaches sowie einer Gemeinschaft Gleichgesinnter umzusetzen.

Sie erlernen die für ihre Projekte notwendigen Kompetenzen, dürfen sich in ihrer Selbstständigkeit ausprobieren und erhalten eine öffentliche Plattform, um ihre Projekte zu präsentieren. Die Selbstverwirklichung der Mutfluencer*innen gibt nicht nur ihnen Mut, sondern auch ihrem Umfeld - Freunden, Familie, Bekannten. Die Peers die sie mit ihren Projekten erreichen, betrachten die Mutfluencer*innen als Rolemodels, die ihre Zukunft selbst in die Hand nehmen. Der Taten- und der Drang der Jugendlichen wird gesteigert, um in der Gesellschaft zu partizipieren und aktiv mitzuwirken.

Das Programm im Detail

Interessierte junge Menschen zwischen 16 und 29 Jahren konnten sich, mit einer Projektidee zur Förderung ihrer Generation sowie Hintergrundinformationen zu sich selbst, im Sommer 2024 und im März 2025, für einen Platz im Mutfluencer*innen Programm, bewerben. Das Team der Caritas Wien wählte mit Unterstützung einer Expert*innen-Jury sowie Mutfluencer*innen Alumni pro Durchgang je 6 Projekte mit hoher, potentieller, sozialer Wirkung von mehrheitlich sozio-ökonomisch benachteiligten Bewerber*innen aus.

Über einen Zeitraum von 6 Monaten setzten die ausgewählten Mutfluencer*innen dann mit Hilfe von persönlichen Coaches und einem umfangreichen Trainings-, Coachings- und Vernetzungsangebot ihre Projektideen um.

5 <https://www.unicef.org/innocenti/reports/child-well-being-unpredictable-world>

6 https://www.yep-austria.org/wp-content/uploads/2022/03/YEP-Jugendbericht_Skills4Future.pdf

7 <https://demokratie21.at/jugenddemokratie/>

8 <https://www.yep-austria.org/wp-content/uploads/2022/03/YEP-Jugendbericht-Wirtschaftsbildung.pdf>

9 <https://yep-works.org/yep-jugendbericht-wyld-2025-2/>

10 <https://www.kulturdidaktik.at/junge-frauen-machens-vor/> vorläufige Studienergebnisse präsentiert am 27.11.2025

Im Detail umfasste das Programm:

- Eine sechsteilige **Trainingsreihe** zu Krisenbewältigung, Projektmanagement, Kommunikation & Teamwork, Resilienz & Selfcare, Öffentlichkeitsarbeit, nachhaltige Implementierung und Zukunftsperspektiven (inklusive Vernetzung mit potentiellen Fördergebern oder sozialen (Entrepreneurship) Programmen etc.).
- Mindestens **5 Einzel- und 4 Peergruppen-Coachings** zur Vermittlung von Knowhow, Austausch und Beziehungsarbeit.
- **2.000€ Projektbudget** pro Mutfluencer*innen Projekt, das unter Supervision der Coaches selbst verwaltet wurde.
- Projektentwicklung, Projektplanung & Finanzplanung durch die Mutfluencer*innen selbst, angepasst an ihre Lebenswelt und Bedürfnisse.
- Peer-to-Peer Ansatz: Teilnehmende sind in eine **Peer-Group** eingebettet, inspirieren und unterstützen sich dadurch gegenseitig.
- Social Media Kampagnen sowie Kooperationen mit Jugendarbeit, Jugendzentren und Partnerorganisationen zur Gewinnung von Teilnehmenden sowie weiterführenden **Vernetzung**.
- Abschluss: **öffentliche Projektpräsentationen** und Feier, mit weiterführenden Vernetzungsangeboten.

Vision & Wirkungsziele

Die Mutfluencer*innen sollen nach dem Peer-to-Peer Ansatz als Multiplikator*innen fungieren. Das Programm setzt hierbei stark auf die Erfahrungen, Lebenswelten, Bedürfnisse und Ideen dieser jungen Multiplikator*innen, die als Betroffene selbst am besten wissen, was sie selbst und ihre Peers benötigen.

Ziel ist es, deshalb die Mutfluencer*innen nicht nur zu ermutigen und zu motivieren, sondern ihnen auch das nötige Know-how und ein Repertoire an Handlungsmöglichkeiten mitzugeben, um armuts- und ausgrenzungsgefährdete Peers mit ihren Projekten erreichen zu können. Diese erreichten Jugendlichen und jungen Erwachse-

nen können in weiterer Folge ebenso in ihrem eigenen Umfeld andere Gleichaltrige stärken.

Vision

Alle jungen Menschen verfügen – unabhängig von (sozialer) Herkunft, Bildung, Geschlechteridentität, sexueller Orientierung, psychischer/ physischer Gesundheit – über die Fähigkeiten, Haltungen und Unterstützung, um aktiv ihre und die gesamtgesellschaftliche Zukunft mitzugestalten.

Mission

Junge Menschen werden durch das Mutfluencer*innen-Programm in ihrer Selbstwirksamkeit, ihrem Selbstvertrauen und ihrer mentalen Gesundheit nachhaltig gestärkt. Sie erwerben die nötigen Soft und Hard Skills sowie ein Netzwerk, das sie einerseits dazu befähigt, nachhaltige Bildungswege einzuschlagen und am Arbeitsmarkt Fuß zu fassen. Andererseits werden sie dazu ermächtigt, als Multiplikator*innen andere junge Erwachsene zu inspirieren. Sie säen Mut in ihrem Umfeld und ihrer Generation.

Gemeinsam finden sie innerhalb ihrer Peer-Projekte Ideen und Strategien, um auf kreative Art und Weise Herausforderungen ihrer Generation zu bewältigen.

(Soziale) Armut junger Menschen wird reduziert und vorgebeugt:

Direkte Zielgruppe:

Das Programm soll bei den Mutfluencer*innen ...

- zu einem Erwerb und einer Verbesserung wichtiger Soft und Hard Skills beitragen.
- Gemeinschaft und Netzwerke für Zukunftsperspektiven und Unterstützung ermöglichen.
- mentale Gesundheit stärken und Selbstfürsorge und Psychohygiene vermitteln.

- Selbstwirksamkeit/Resilienz/Selbstvertrauen stärken und Potentiale entfalten.
- Bildungs- und Berufsweg stärken, dadurch vor (sozialer) Armut und Isolation schützen.

Indirekte Zielgruppe:

Die Peers und das Umfeld der Mutfluencer*innen sollen ...

- Angebote zu Netzwerkaufbau, Perspektivenerweiterung und sozialer Teilhabe finden.
- inspiriert werden, selbst als Mutfluencer*innen aktiv zu werden/sich sozial zu engagieren.
- dadurch präventiv gegen Armut und Isolation geschützt werden.

Gesellschaftliche Ebene:

Das Programm soll beitragen zu ...

- gelebter sozialer, politischer und wirtschaftlicher Teilhabe der jungen Generation.
- Stärkung von Frauen/Mädchen und LGBTQIA+ Personen und Geschlechtergerechtigkeit.
- Stärkung der psychischen Gesundheit und Resilienz innerhalb der jungen Generation.
- Reduktion von Kinder und Jugendarmut und gesellschaftlichen Ungleichheiten.

Umsetzung und Wirkung

Das IOOI Modell

Für die Wirkungslogik und Messung, wurde das IOOI Modell (Input, Output, Outcome, Impact) gewählt. Um die erzielte Wirkung, oder den Outcome, zu messen, wurden mehrere Methoden angewendet. Bei den Mutfluencer*innen selbst wurde vor Programmstart eine **Präbefragung** durchgeführt, und nach erfolgreicher Absolvierung und Projektabschluss eine **Postbefragung**. Somit konnten Veränderungen in Fähigkeiten und Einstellung durch die Programmteilnahme verglichen werden. Unter anderem schätzten sich die Mutfluencer*innen selbst in Bezug auf Soft Skills, Hard Skills, Mental Health, Netzwerk und Motivation weitere Projekte umzusetzen ein.

Außerdem wurden in einem **Abschlusscoaching**, sowie einer **Selbstevaluation** des Projektes durch die Mutfluencer*innen, zusätzliche Wirkungen durch das Programm abgefragt und besprochen. Um auch die wahrgenommene Wirkung durch das Umfeld sowie Peers zu evaluieren, wurden **sieben qualitative Interviews** mit dem direkten Umfeld der Mutfluencer*innen (Freund*innen, Beziehungspersonen & Familie) sowie Peers der

Mutfluencer*innen, also der sekundären Zielgruppe, geführt. Während des ersten Durchgangs des Programms wurde gemeinsam mit den Mutfluencer*innen eine allgemeine **Evaluation der Wirkung auf die sekundäre Zielgruppe** (die Peers der Mutfluencer*innen) gestaltet, welche bei allen Mutfluencer*innen Projektveranstaltungen auflag und Teilnehmer*innen dazu aufgefordert wurden, diese kurze Befragung zu beantworten. **Es wurden 83 Ergebnisse gesammelt.** Außerdem wurden alle Trainingsmodule direkt nach dem Training durch die Mutfluencer*innen selbst bewertet und innerhalb zweier Fokusgruppen wurden sowohl Mutfluencer*innen Alumni sowie Expert*innen zu Möglichkeiten, die Wirkung des Programms auszuweiten befragt.

Input

Es gab zwei Programmdurchläufe mit je sechs Mutfluencer*innen Projekten, somit insgesamt 12 umgesetzte Projekte. Der erste startete im Oktober 2024 und endete im März 2025, der zweite startete im Mai 2025 und endete im Oktober 2025. Insgesamt lief das Programm diesmal für 20 Monate.

Zeitlicher Rahmen: 01.05.2024 – 31.12.2025

Finanzielle Ressourcen: € 270.000,00.-

Personal: im Laufe von 20 Monaten Programmlaufzeit haben 6 Personen, bzw. insgesamt 1,7 Vollzeitäquivalente, direkt am Programm mitgearbeitet.

Output

Während der Programmlaufzeit gab es unterschiedlichste Outputs, diese haben wir wie folgt zusammengefasst:

Umgesetzte Aktivitäten

Infoveranstaltungen

Während der 20-monatigen Programmlaufzeit wurden **zwei Informationsveranstaltungen** für die ausgewählten Mufluencer*innen der ausgewählten Projekte durchgeführt. Ziel dieser Termine war es, ein gemeinsames Verständnis über Inhalte und Ablauf des Programms zu schaffen sowie terminliche Abstimmungen vorzunehmen. Ein weiterer zentraler Punkt war die Klärung des zeitlichen Aufwands und des Engagements, das von den Mutfluencer*innen im Rahmen des Programms erwartet wird.

Trainingsmodule

Den Kern des Mutfluencer*innen-Programms bildeten die **Trainings**, die pro Durchgang aus sechs Trainingsmodulen bestanden. Ursprünglich waren pro Durchgang vier ganztägige Trainingsmodule geplant. In Rücksprache mit den aktiven Mutfluencer*innen sowie Alumni wurde dieses Konzept angepasst. Die ersten beiden Module fanden ganztägig zu Programmbeginn statt, um das Gemeinschaftsgefühl zu stärken und allen Teilnehmenden zu Beginn die notwendigen Werkzeuge für die Projektumsetzung mitzugeben.

Die restlichen zwei ganztägigen Module wurden in vier Halbtagsmodule auf die verbleibende

Programmlaufzeit aufgeteilt. Ganztägige Termine erwiesen sich für manche Teilnehmende als sehr fordernd und waren schwer mit anderen Verpflichtungen wie Schule oder Erwerbsarbeit zu vereinbaren. Die Umstellung auf Halbtagsformate ermöglichte eine bessere Verteilung der Arbeitsintensität sowie eine inhaltliche Abstimmung der Module auf die jeweilige Umsetzungsphase der Projekte. Zudem wurde dadurch ein regelmäßiger Kontakt innerhalb der Gruppe gefördert, da Trainings über die gesamte Programmlaufzeit verteilt stattfanden.

Inhalte der Trainingsmodule

Im **Modul 1 – „MUTausbrüche: Multiple Krisen und Projektideen“** stand zunächst das gegenseitige Kennenlernen sowie die Klärung der gemeinsamen Rahmenbedingungen im Fokus. Darüber hinaus wurde über multiple Krisen und die besonderen Herausforderungen der jungen Generation gesprochen. Anschließend arbeiteten die Teilnehmenden an ihren konkreten Projektideen. Es wurden Projektsteckbriefe erstellt, Zielgruppen und thematische Ausrichtungen definiert sowie Pitching und konstruktives Feedback geübt. Insgesamt stellte dieses Modul einen sehr produktiven und motivierenden Einstieg in das Programm dar.

Im **Modul 2 – „How to Project“** wurden grundlegende Elemente des Projektmanagements vermittelt. Die Mutfluencer*innen definierten ihre Zielgruppen weiter, setzten SMART formulierte Projektziele, legten Meilensteine fest und begannen mit der Ausarbeitung von Projektplänen und Budgets.

Im **Modul 3 – Teamwork und Kommunikation** standen unterschiedliche Kommunikationsformen im Mittelpunkt. Mithilfe von Rollenspielen wurden Elemente aus der gewaltfreien Kommunikation sowie aus dem Imago-Ansatz geübt. Zusätzlich reflektierten die Teilnehmenden ihre Zusammenarbeit im Team sowie ihre persönlichen Stärken und Potenziale.

Im **Modul 4 – Selfcare und Resilienz** vermittelte eine klinische Psychologin den Mutfluencer*innen praktische Übungen und Denkanstöße. Neben Achtsamkeitsübungen und einer kurzen Yogaeinheit wurde gemeinsam reflektiert, warum Selbstfürsorge im Alltag oft schwerfällt und welche Strategien hilfreich sein können.

Im **Modul 5 – Öffentlichkeitsarbeit** arbeiteten die Mutfluencer*innen gemeinsam mit Creative Studios CinCin. Im Fokus standen Branding, Kommunikation, Advertising sowie die konkrete Anwendung auf die eigenen Projekte. Dabei wurde deutlich, dass Einfachheit, Konsistenz und Kreativität zentrale Erfolgsfaktoren sind. Ein wichtiger Lernaspekt war das Prinzip „Kill your darlings“ also die Fähigkeit, flexibel zu bleiben und sich bei Bedarf von lieb gewonnenen, aber nicht zielführenden Projektbestandteilen zu trennen.

Das **Modul 6 – Networking und was jetzt?** widmete sich der Zukunft der Mutfluencer*innen-Projekte. Thematisiert wurden mögliche Vernetzungen sowie Strategien zur Weiterentwicklung und nachhaltigen Verankerung der Projekte. Ein zentraler Schwerpunkt lag auf Fördermöglichkeiten: Die Mutfluencer*innen lernten unterschiedliche Förderstrukturen und aktuelle Ausschreibungen kennen, um sich aktiv mit der Weiterfinanzierung ihrer Projekte auseinanderzusetzen. Vertreter*innen des Social Impact Award Austria sowie von Ashoka Österreich gaben Inputs zu ihren Programmen und zeigten verschiedene Entwicklungsperspektiven auf.

Peer-Group-Coachings

Um einen kontinuierlichen Austausch zu ermöglichen und das Gruppengefühl zu stärken, wurden zusätzlich **Peer-Group-Coachings** durchgeführt. In diesen Treffen hatten die Teilnehmenden die Möglichkeit, in einem informelleren Setting über ihre Learnings, Herausforderungen und offenen Fragen zu sprechen. Besonders deutlich wurde dabei der Aspekt des gegenseitigen Lernens (Mutual Learning) zwischen den

Mutfluencer*innen. **Insgesamt fanden acht Peer-Group-Coachings statt** zu denen teilweise auch Alumni eingeladen wurden.

Einzelcoachings

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die Umsetzung der Projekte waren die **Einzelcoachings**, und die dadurch ermöglichte Beziehungsarbeit zwischen den Coaches und den Mutfluencer*innen. In diesen wurden unter anderem Budgets, Zeitpläne und konkrete Problemstellungen erarbeitet, reflektiert und bei Bedarf angepasst. Pro Projekt waren mindestens fünf Einzelcoachings vorgesehen, wodurch **insgesamt über 60 Einzelcoachings** umgesetzt wurden. Da einzelne Projekte und Personen einen höheren Betreuungsbedarf hatten, erhielten einige Projekte zusätzliche Coaching-Einheiten.

Projektpräsentationen

Zur Sichtbarmachung der Projekterfolge, zur Würdigung der Arbeit der Mutfluencer*innen sowie zur Förderung von Vernetzung und Nachhaltigkeit fanden nach beiden Durchgängen Projektpräsentationen statt, an denen **insgesamt rund 140 Gäste teilnahmen**.

Öffentlichkeitsarbeit

Auch die Öffentlichkeitsarbeit stellte einen wichtigen Bestandteil des Programms dar. Während der Programmlaufzeit wurden 45 Social-Media-Postings am Mutfluencer*innen Instagram Account gemacht, die kontinuierlich über Projektentwicklungen, Veranstaltungen und inhaltliche Schwerpunkte informierten. Darüber hinaus erschien [ein Pressebericht im Kurier](#), der das Mutfluencer*innen-Programm und ausgewählte Projekte aufgriff und einem überregionalen Publikum vorstellte. Zusätzlich war das Programm **in zwei Podcast-Formaten** präsent: Einerseits wurden Vertreter*innen des Programms für den [„Engagierte Stimmen Podcast“](#) im Rahmen des **Freiwilligen Staatspreises** interviewt und gaben Einblicke in Zielsetzung, Umsetzung und

Wirkung des Programms. Andererseits berichtete eine ehemalige Mutfluencerin in einem [weiteren Podcast](#) über ihre persönlichen Erfahrungen im Programm, wodurch auch die nachhaltige Wirkung der Teilnahme sichtbar wurde.

Die Öffentlichkeitsarbeit begleitete das Programm über die gesamte Laufzeit hinweg und diente der Dokumentation und Sichtbarmachung des Mutfluencer*innen-Programms sowie der umgesetzten Projekte.

Konferenzteilnahmen & Preiseinreichungen

Im Dezember 2023 wurde das Mutfluencer*innen Projekt für eine Key Note Speech bei der **Growing Youth Potential-Konferenz** in das Impact HUB Budapest eingeladen, wo es zu einer inspirierenden Vernetzung mit internationalen Jugendprojekten rund um das Thema NEET Jugendliche und Social Entrepreneurship kam. Das Mutfluencer*innen-Programm wurde außerdem als eines von 10 internationalen Projekten für den **Lighthouse Award des Caritas Europa Festivals 2024** ausgewählt und einem internationalen Publikum vorgestellt.

Die Preisträger*innen des Festivals wurden anschließend zu der **„Deep Dive Days“- Konferenz** in Bratislava vom 10. bis 12. September 2024 eingeladen. Das Thema der Konferenz war Wirkungsmessung in sozialen Projekten. In einer intensiven Gruppen-Session wurde das Programm „Mutfluencer*innen“ und das Wirkungsmodell vorgestellt. Es konnten sehr wertvolles Feedback und Input eingeholt werden. Diese nutzte das Programmteam, um die Wirkungsmessung zu verbessern und weiterzuentwickeln.

Zum zweiten Mal wurde im Jahr 2025 außerdem der **Staatspreis für freiwilliges Engagement** vom Bundeskanzleramt und Sozialministerium vergeben. Gewürdigt wurden Projekte, die mit Kreativität und Engagement die Gesellschaft stärken. Im Rahmen einer feierlichen Gala wurden die Gewinner*innen in fünf Kategorien ausgezeichnet. Das Programm Mutfluencer*innen erreichte den **ersten Platz in der Kategorie Partizipation**.

Deep Dive Days



Staatspreis für freiwilliges Engagement



Wir haben uns sehr gefreut den Preis zusammen mit zwei Mutfluencer*innen Alumni am 04.12.2024 entgegenzunehmen. Das Preisgeld, 5.000 Euro, haben wir in die Finanzierung des Programmes aufgenommen.

Im Jänner 2025 war das Mutfluencerinnen-Programm beim Kick-off-Event des Caritas Innovation Festivals 2025 vertreten, bei dem zwei Mutfluencer*innen-Projekte vorgestellt wurden und so einem innovations- und fachaffinen Pu-

blikum Einblicke in die Vielfalt und Wirkung des Programms ermöglichen.

Im November 2025 nahm das Mutfluencer*innen Programmteam am **Mitmacht Festival 2025** von Faktor D teil, wodurch ein Austausch mit anderen Initiativen, Organisationen und engagierten Personen aus dem zivilgesellschaftlichen Bereich ermöglicht wurde.

Insgesamt wurden drei Preiseinreichungen (Caritas Europa Innovationspreis (gewonnen), Freiwilligenstaatspreis (gewonnen) und Bank Austria Sozialpreis) umgesetzt, sowie 3 Konferenzen besucht.

Zielgruppen

Es wurden ausreichend Personen aus der primären Zielgruppe erreicht, dadurch gab es diesmal bei 12 Projekten, 15 Mutfluencer*innen (4 männlich, 11 weiblich; Staatsbürgerschaft 6 AT, 4 DE, 1 Irak, 1 Italien, 1 Syrien, 1 Afghanistan, 1 Ungarn). Der jüngste Teilnehmer war zu Programmstart 16 Jahre und der älteste 29 Jahre alt. Mindestens 75 Prozent der Mutfluencer*innen stammten aus sozio-ökonomisch benachteiligten oder isolationsgefährdeten Hintergründen und bis zu 25 Prozent aus einem eher privilegierten Hintergrund.

Die 12 Projekte haben während ihrer Umsetzung fast 9000 Personen aus der sekundären Zielgruppe erreicht (Peers). Dies gelang direkt über Projektveranstaltungen, Ausstellungen, Projekt-Workshops, Mitarbeit in der Projektumsetzung, Youtube Views und Social Media Interaktionen. Über Social Media wurden durch das Mutfluencer*innen Programm insgesamt mehr als 125.000 Personen erreicht.

Alle Mutfluencer*innen Projekte wurden umgesetzt und alle Mutfluencer*innen waren bis zum Programmende aktiv dabei. Auch die Trainingsevaluationen und das Feedback der Teilnehmer*innen war durchgehend positiv.

Fotoauswahl

Mitmacht Festival 2025



Kick-Off Caritas Europe Innovation Festival 2025



Modul 1 – 05.10.24 & 09.05.25



Modul 2 – 19.10.24 & 30.05.25



Modul 3 – 08.11.24 & 20.06.25



Modul 4 – 22.11.24 & 04.07.25



Modul 5 – 13.12.24 & 18.07.25



Modul 06.07.03.25 & 24.10.2



(T)räume träumen Festival 17.10.25



Abschlussveranstaltung 22.10.25



U R What U Waste Eröffnung 16.10.25



Abschlussveranstaltung 28.03.25



Outcome

Die positiven Outcomes des Mutfluencer*innen Programmes werden vor allem durch die erfreulichen Ergebnisse der Prä-Post Befragung sowie der Peer-Evaluation sichtbar. Sie lassen sich aber auch aus den Protokollen der Abschlusscoachings, sieben qualitativer Interviews und schriftlichem Feedback der Mutfluencer*innen ablesen. Die gesetzten Wirkungsziele des Programmes auf die Mutfluencer*innen selbst sowie ihre Peers konnten somit definitiv erreicht werden. In Folge werden die gesetzten Wirkungsziele und deren Erreichung erläutert.

Zufriedenheit mit der Programmteilnahme

Sehr erfreulich ist, dass 93% der Programmteilnehmer*innen angeben zufrieden oder sehr zufrieden mit der Umsetzung ihres eigenen Projektes zu sein. Noch eindeutiger geben 100% der Programmteilnehmer*innen an, dass ihnen die Programmteilnahme sehr gefallen hat. 73% geben außerdem an, dass sie definitiv neue Freundschaften durch das Programm geschlossen haben.

Besonders wichtig für die Teilnehmenden war die Struktur und Professionalität des Programmes, wodurch sie „ins Tun“ kamen und auch regelmäßig sowie mit einer klaren Frist am Projekt weiterarbeiten mussten. Außerdem wurde die Gemeinschaft, die gegenseitige Motivation und das regelmäßige Coaching als hilfreich wahrgenommen. Nicht zu vernachlässigen sind außerdem die neuen Kontakte und die finanzielle Unterstützung, die für viele erstmals die Umsetzung ihrer eigenen Ideen ermöglicht haben.

Die Rückmeldung in zahlreichen Abschlusscoachings, Einzelgesprächen und schriftlichen Rückmeldungen lässt klar werden, wie ermutigend und hilfreich die Teilnahme am Mutfluencer*innen Programm war:

„Ich bin viel selbstsicherer und selbstbewusster geworden! Ich weiß, was ich will und auch was

ich erreichen kann. Ich weiß genau, wer ich bin und was ich mag/nicht mag - das war tatsächlich nicht immer so. Mut an meinen eigenen Träumen zu arbeiten ist tatsächlich auch noch hinzugekommen durch die Teilnahme und das ist wirklich eins der besten Gefühle, die ich je erlebt habe. Letztendlich habe ich auch gelernt, dass Beschwerden und unterschiedliche Ansichten zu bestimmten Dingen/Vorgängen bei einem Projekt dazugehören, aber es ist trotzdem wichtig sich selbst nicht zu verlieren und weiterhin an sich selbst zu glauben!“

Zitat Mutfluencer*in

„Danke für die wunderschöne Zeit! Es war wirklich, wirklich toll.“

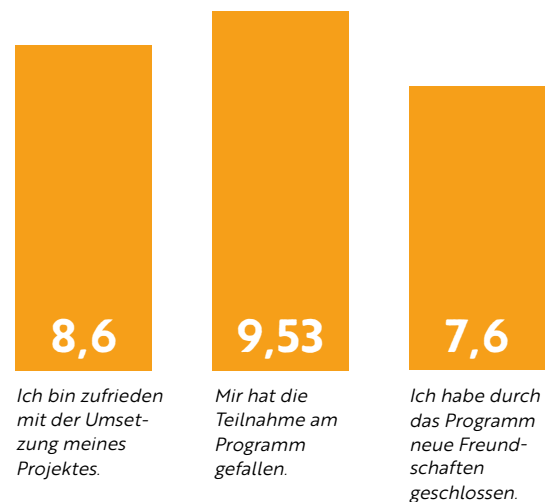
Zitat Mutfluencer*in

*„Die Struktur, die das [Mutfluencer*innen Programm] reingebracht hat, war richtig wichtig.“*

Zitat Peer

Post-Befragung 1

Projektteilnahme



Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Qualifikation und Kompetenzen

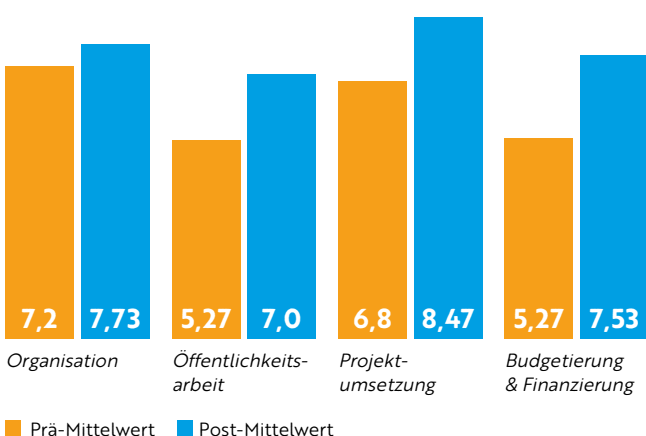
Ein zentraler Outcome des Mutfluencer*innen-Programms war der gezielte Erwerb professioneller, sozialer und persönlicher Kompetenzen, die für die Umsetzung gesellschaftlich wirksamer und wirtschaftlich nachhaltiger Projekte relevant sind.

Der Fokus lag auf einer Verbesserung an Organisationsfähigkeiten, Projektmanagementskills, Öffentlichkeitsarbeits-, und Finanzkompetenzen. In allen Bereichen zeigt ein Vergleich der Prä- und Postbefragungswerte einen deutlichen Zugewinn an Fähigkeiten. Auch die Gespräche mit den Mutfluencer*innen haben klar gemacht, dass sie viel gelernt und vor allem Selbstvertrauen gewonnen haben. Die Gespräche mit dem Umfeld der Mutfluencer*innen, haben oftmals Begeisterung und Staunen über die Professionalität der umgesetzten Projekte ausgedrückt. Die Peer-Evaluation hat aufgezeigt, dass durch die Mutfluencer*innen Projekte vieles gelernt und neue Perspektiven kennengelernt wurden.

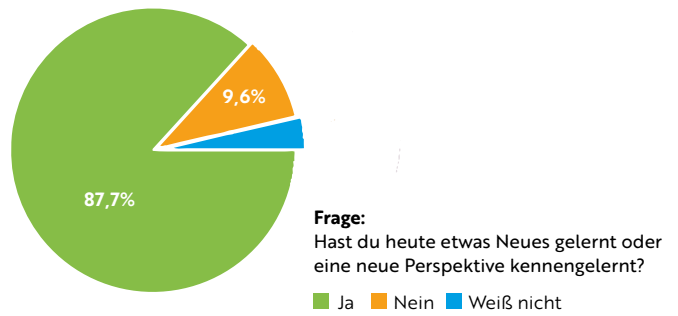
„Ich habe einen klareren Überblick, wie man Projekte anfangen, planen und durchsetzen kann. Ich traue mir auch mehr in dem ganzen Prozess [zu].“
Zitat Mutfluencer*in

„Ich habe nun einen konkreteren Zugang zur Planung und Umsetzung von Projekten und die Confidence vielleicht unbequeme und sensible Themen mit Respekt und einer klaren Aussage anzugehen. Meine Stress Resilienz und mein Durchhaltevermögen haben sich deutlich gebessert und ich habe einen sehr produktiven Workflow erlernt. Auch habe ich gelernt mit dem Arbeiten neben der Schule umgehen zu können.“
Zitat Mutfluencer*in

Prä- & Post-Befragung 1 Qualifikation und Kompetenzen



Peer-Evaluation 1



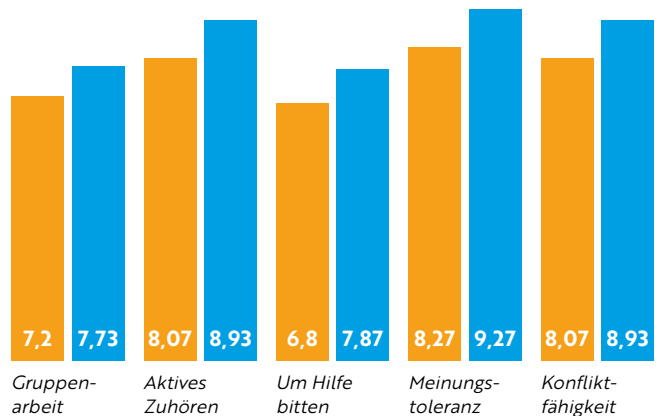
Kommunikation und Teamarbeit

Hier war eine direkte Rückmeldung während eines Trainings sehr repräsentativ für die kollektive Wahrnehmung: „Warum haben wir das noch nirgends gelernt? Warum lernen wir das nicht in der Schule?“ Es ist ersichtlich, dass, egal aus welchem Hintergrund die jungen Menschen kommen, Teamarbeit und wertschätzende Kommunikation unsichere Bereiche sind. Die Ergebnisse der Prä- und Postbefragung zeigen auch hier ein klares Wachstum der Kompetenzen, egal, ob es um Teamarbeit, aufmerksames Zuhören, um Hilfe bitten, oder darum, andere Meinungen und Perspektiven zu respektieren, oder den Umgang mit Konflikten geht.

„Ich kenne meine Stärken besser.“
Zitat Mutfluencer*in

„Aufgabenverteilung innerhalb der Gruppe ist notwendig und müssen wir in Zukunft besser machen.“ – Zitat Peer

Prä- & Post-Befragung 2 Kommunikation und Teamarbeit



Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Empowerment und Mut

Ein zentrales Ziel des Mutfluencer*innen Programms war es, junge Menschen zu ermutigen, ihre eigenen Ideen zur Stärkung ihrer Generation zu entwickeln, Verantwortung zu übernehmen und ihre Stärken, Ressourcen und Handlungsspielräume bewusst wahrzunehmen. Das Programm setzte dabei nicht nur bei den teilnehmenden Mutfluencer*innen selbst an, sondern verstand Empowerment als einen sozialen Prozess, der auch das direkte Umfeld, Peers sowie Besucher*innen und Teilnehmer*innen der umgesetzten Projekte mit einbezieht.

Die Ergebnisse der Post-Befragung zeigen im Vergleich zur Prä-Befragung eine deutlich positive Entwicklung in mehreren Bereichen: Die Mutfluencer*innen geben an, ein gestärktes Selbstvertrauen, ein höheres Maß an Selbstwirksamkeit sowie mehr Mut zur Umsetzung eigener Ideen entwickelt zu haben. Außerdem haben sie ihre Stärken besser kennengelernt und setzen sich konkrete Ziele. Besonders sichtbar wurde auch eine Zunahme an Durchhaltevermögen, der Fähigkeit, mit Herausforderungen umzugehen, sowie der Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen und Entscheidungen zu treffen.

Darüber hinaus konnten auch im Umfeld der Mutfluencer*innen merkbare positive Veränderungen beobachtet werden. Peers, Kooperationspartner*innen und Besucher*innen der Projekte wurden durch die Aktivitäten, Formate und öffentlichen Auftritte der Mutfluencer*innen inspiriert selbst aktiv zu werden, eigene Ideen zu formulieren oder bestehende Vorhaben weiterzuentwickeln.

Die Peer Evaluation zeigt, dass Empowerment nicht nur individuell wirkte, sondern auch auf das Umfeld der Mutfluencer*innen Einfluss nahm. Auch die qualitativen Interviews bestätigen, dass viele Mutfluencer*innen, durch das Programm, einen wichtigen Anstoß erhalten haben ihre Komfortzone zu verlassen und über sich hinaus zu wachsen. Das zu beobachten hat

auch Freund*innen und Familienmitgliedern der Mutfluencer*innen Mut gemacht, selbst Mut zu fassen und eigene Ideen umzusetzen.

*„Ich hatte immer schon Lust, ein Projekt zu starten und mit Menschen zu Themen zu arbeiten, für die ich brenne und wo ich meine Passion und Wissen weitergeben kann. Es hat mir viel Spaß gemacht, mich auszuprobieren und ich wurde sehr motiviert dazu, das weiterhin zu verfolgen. Ich strebe eine Selbstständigkeit in diesem Bereich an. Auch die Leidenschaft der anderen Teilnehmer*innen und auch kritisches Feedback hat sehr motiviert, weiterzumachen.“*

Zitat Mutfluencer*in

„Ich habe mehr Mut gesammelt, um nun neue Projekte starten zu können und ich glaube mehr an mich.“

Zitat Mutfluencer*in

„Ich war wirklich, wirklich einfach sprachlos von der Abschlussveranstaltung.“

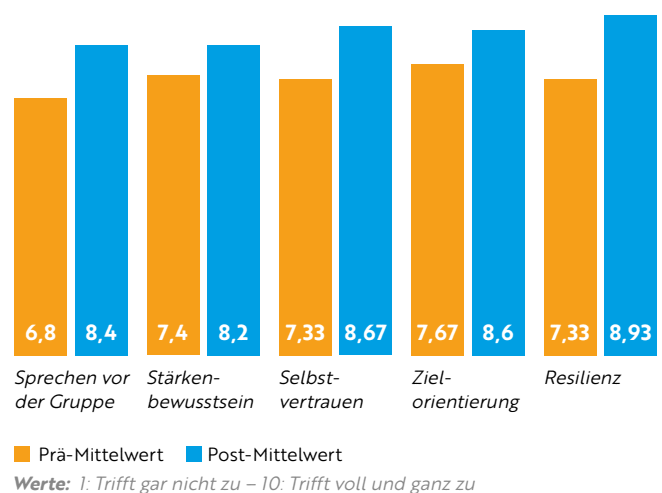
Zitat Peer

„Es ist voll schön, motivierte und gleichgesinnte Leute zu sehen. Das macht Mut – dass man nicht alleine ist.“

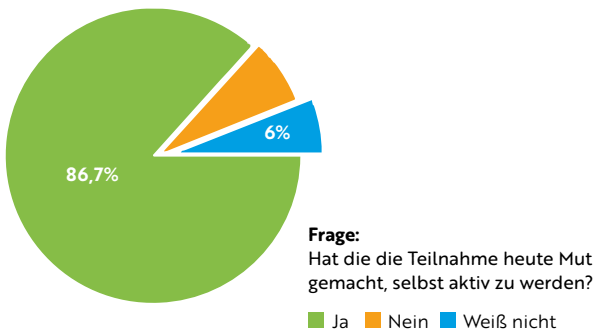
Zitat Peer

Prä- & Post-Befragung 3

Empowerment und MUT



Peer-Evaluation 2



Netzwerk & Psychosoziales Wohlbefinden

Im Kontext der multiplen gesellschaftlichen Krisen sehen sich viele junge Erwachsene mit erhöhten psychosozialen Anforderungen konfrontiert. In einem geschützten Rahmen wurde es den Teilnehmenden ermöglicht, offen über psychische Belastungen zu sprechen und ein stärkeres Bewusstsein für psychosoziales Wohlbefinden, Selfcare und Resilienz zu entwickeln. Die Trainings, Coachings und gemeinsamen Reflexionsräume boten nicht nur fachliche Unterstützung, sondern förderten auch gegenseitige Solidarität und Vertrauen innerhalb der Gruppe.

Durch die kontinuierliche Zusammenarbeit entstanden neue soziale Netzwerke, tragfähige Beziehungen und ein gestärktes Gemeinschaftsgefühl. Diese Verbindungen wirken über die Programmlaufzeit hinaus und tragen dazu bei, Isolation zu reduzieren, Ressourcen zu bündeln und langfristig zur Stärkung der psychischen Gesundheit der Teilnehmenden beizutragen.

Ein Vergleich der Prä- und Postbefragungsergebnisse zeigt deutliche Zugewinne bei Freundschaften und sozialem Auffangnetz, Kennen von Methoden zur Stressreduktion, Kenntnis psychosozialer Hilfestellungsangebote, dem Gefühl von der Gesellschaft gehört zu werden und allgemeiner Zufriedenheit. In Gesprächen mit den Mutfluencer*innen und dem Umfeld wurde außerdem deutlich, dass die enge Betreuung durch die Coaches besondere Sicherheit vermittelt hat und die Programmteilnahme u. a. auch persönliche Grenzen aufgezeigt und legitimiert hat:

„Ich hab gelernt, ich darf auch Nein sagen, ich muss nicht alles tun!“

Zitat Mutfluencer*in.

„Zu hören, dass ich nicht alles schaffen muss, nicht jedes Problem der Welt lösen muss, hat extrem gutgetan.“

Zitat Mutfluencer*in

„Es hat mir einfach gezeigt, wie schön es ist, neue Menschen zu treffen. Es hat mich auf jeden Fall motiviert, weiterhin an Veranstaltungen teilzunehmen, wo Leute zusammenkommen, die man im Alltag sonst nicht trifft.“

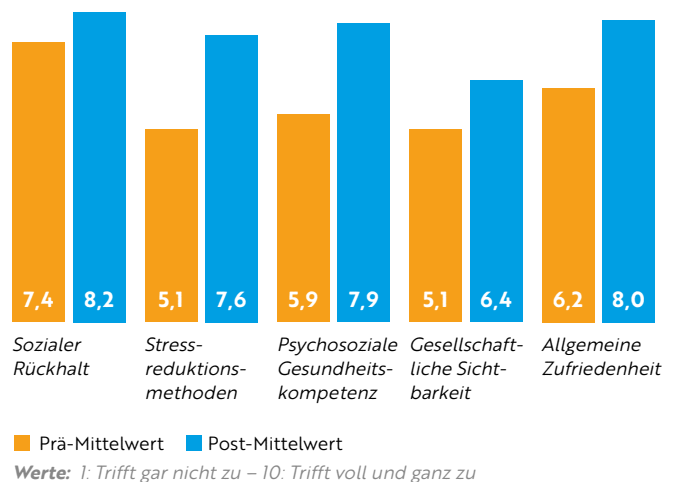
Zitat Peer

„Also fürs Kontakteknüpfen war es [das Projekt] super.“

Zitat Peer

Prä- & Post-Befragung 4

Netzwerk & Psychosoziales Wohlbefinden



Nachhaltige Zukunftsperspektiven

Das Mutfluencer*innen-Programm trug außerdem dazu bei, für die teilnehmenden, jungen Erwachsenen langfristige Zukunftsperspektiven zu eröffnen. Die im Programmverlauf erworbenen Qualifikationen, Erfahrungen und Kontakte wirken über die unmittelbare Programmlaufzeit hinaus und unterstützen die Mutfluencer*innen sowohl in ihrer weiteren Ausbildungs- und Be-

rufsorientierung als auch in ihrem gesellschaftlichen Engagement.

Die neu gewonnenen Netzwerke fungierten bereits vielfach als Sprungbrett für weiterführende Projekte, berufliche Schritte oder neue Formen gesellschaftlicher Beteiligung. Viele benachteiligte junge Menschen sind von Netzwerken in Österreich ausgeschlossen, diese Netzwerke bieten allerdings wertvolle Unterstützung im Hinblick auf Bildungschancen sowie berufliche Zukunftsperspektiven. Das Mutfluencer*innen Programm versucht diese Netzwerke zu öffnen und zu erweitern, sei es durch die Durchmischung unterschiedlicher junger Menschen oder durch Kontaktvermittlung durch die Coaches.

Der Bruder einer Mutfluencerin hat diese Unterstützung in einem Interview besonders hervorgehoben: die Verknüpfung mit Organisationen und Menschen die individuell helfen können, die finanzielle Hilfe, um ein Projekt zu kickstarten und dadurch Selbstvertrauen und Hoffnung zu fördern, es weiterzuführen. Das hat nachhaltige Wirkung auf seine Schwester, aber auch auf ihn und seine Zukunft.

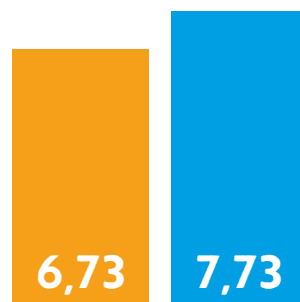
Die im Programm gestärkte Motivation, Selbstwirksamkeit und das gewonnene Selbstvertrauen wirkten sich somit nicht nur auf die Mutfluencer*innen selbst aus, sondern zeigten auch Effekte im Umfeld und bei ihren Peers. Die Ergebnisse der Peer-Evaluation, der qualitativen Interviews als auch der Prä- und Post Befragung deuten maßgeblich darauf hin, dass die Teilnehmenden ermutigt wurden, weiterhin eigene Projektideen zu verfolgen, Fördermöglichkeiten in Anspruch zu nehmen und sich langfristig aktiv in gesellschaftliche Gestaltungsprozesse einzubringen.

„Ich glaub, das war ein richtig gutes Selbstwirksamkeitserlebnis!“

Zitat einer Mutfluencer Freundin

Prä- & Post-Befragung 1

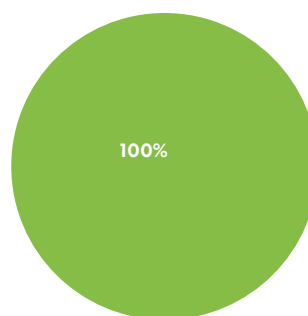
Ich habe ein Netzwerk, dass mir bei meinem zukünftigen Berufs- oder Bildungsweg weiterhilft.



■ Prä-Mittelwert ■ Post-Mittelwert

Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

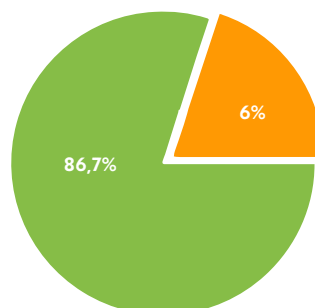
Post-Befragung 2



Aussage:
Ich bin motiviert, weitere Projekte für und mit jungen Menschen umzusetzen.

■ Ja ■ Nein ■ Weiß nicht

Post-Befragung 3



Aussage:
Durch das Programm haben sich neue Zukunftsperspektiven für mich eröffnet.

■ Ja ■ Nein ■ Weiß nicht

Impact

Der Impact den das Mutfluencer*innen Programm auf die Mutfluencer*innen selbst, ihre Peers und die Gesellschaft allgemein hat, zeigt sich erst im Laufe der Zeit. Was wir aus den vergangenen Durchgängen des Mutfluencer*innen Programmes beobachten können ist, dass ehemalige Programmteilnehmer*innen nachhaltig in ihrem gesellschaftlichen und persönlichen Engagement gestärkt wurden. Viele Teilnehmer*innen haben eigene Vereine gegründet, haben Bücher geschrieben, sind bei weiterführenden Programmen wie den GenC Changemakers von Ashoka aufgenommen worden, haben Förderungen im Kulturbereich erhalten oder ihre Leidenschaft zu ihrer beruflichen Zukunft gemacht. Und sie haben einen Role Model und „Mutmach“ Effekt, der dadurch belegt wird, dass so gut wie alle nachkommenden Mutfluencer*innen von Alumni dazu motiviert wurden sich selbst für das Programm zu bewerben.

Viele Mutfluencer*innen Projekte werden auch diesmal in der einen oder anderen Form weitergeführt, Franziska ist nun selbstständig, Hannah trägt das Projekt Kneipenfeminismus in den gesamten deutschsprachigen Raum weiter, Lilya arbeitet bereits an der nächsten Podcastfolge und Murtaza bastelt an der Skalierung des Sportschlüssel Projektes. Das sind nur einige Beispiele, welche die nachhaltige Wirkung des Programmes aufzeigen. Die Mutfluencer*innen und ihre Peers werden langfristig noch mehr junge Erwachsene erreichen und dazu inspirieren, selbst aktiv zu werden und an sich zu glauben.

Klar ist, dass die gewonnene Gemeinschaft, das Netzwerk, die erlernten Skills und die Motivation, die geschöpft wurden, Lebenswege positiv beeinflussen. Armutsgefährdung wird durch bessere Ausbildungs- und Berufschancen, sowie gestärktes Selbstvertrauen vermindert. Die erlernten Fähigkeiten zur Resilienz und Selbstfürsorge, sowie der offene Umgang mit psychischen Belastungen während des Programmes, federn die verstärkte Belastung durch die multiplen Kri-

sen ab. Auch die entstandenen Freundschaften können präventiv gegen Isolation wirken und die mentale Gesundheit stärken.

Die Tatsache, dass so viele junge Erwachsene, und vor allem junge Frauen und Mädchen, eine Plattform für ihre Ideen, Wünsche und Sorgen erhalten haben, hat sie als Generation bestärkt und motiviert sich weiterhin gesellschaftlich einzubringen und an ihre persönlichen Fähigkeiten zu glauben.

Projekteinblicke

Franziska Fink: fraenz.space

Franziska hat in ihrer Zeit als Mutfluencerin Sexualpädagogik Workshops für Jugendliche und Jugendarbeiter*innen konzipiert und durchgeführt. Franziska arbeitete fleißig am Konzept und der Vermarktung ihrer Workshops. Mit dem Mädchenzentrum *peppa gab es Ende Februar einen Workshop mit Betreuer*innen sowie Workshops mit Peers in verschiedenen Museen in Wien. Im Rahmen des Caritas Europe Innovation Festivals wurde das Mutfluencer*innen Programm eingeladen, wo auch Franziska eine Präsentation über ihr Projekt hielt und wichtige Vernetzungen machen konnte. **Bis Dezember 2025 konnte sie mit ihrem Projekt 190 Personen erreichen.** Die Teilnahme am Mutfluencer*innen Programm war Franziska's Startschuss für eine Karriere in der Sexualpädagogik, im Anschluss an das Programm wagte sie den Schritt in die Selbstständigkeit und wurde auch Teil einer WKO-Initiative die sie dabei unterstützte.



Genet Glass & Andrada Monus: Haven

Mit dem Kurzfilm Haven setzt Genet Glass ein eindringliches künstlerisches und politisches Zeichen gegen häusliche Gewalt in Adoptivfamilien und macht ein Thema sichtbar, über das noch viel zu selten gesprochen wird, insbesondere, wenn es um BIPOC-Kinder und Jugendliche in weißen Familienstrukturen geht. Über den Film hinaus versteht sich Haven als partizipatives Projekt: Mehr als 40 Peers der Mutfluencer*innen waren in unterschiedlichen Rollen an der Umsetzung beteiligt. Ergänzend zur Filmproduktion wurden öffentliche Diskussionen und partizipative Formate organisiert, die Räume für Austausch zwischen Überlebenden, Aktivist*innen und Künstler*innen schafften. Bei den ersten zwei Veranstaltungen wurden dadurch 260 Personen erreicht. Da Filmproduktion sehr komplex ist und von vielen beteiligten Akteur*innen abhängt sowie einige unvorhergesehene Faktoren die Arbeit verlangsamt haben, ist der Film nach wie vor in Post Produktion.



Gideon Pils: Chronexus

Chronexus ist ein Videospiel, das sich mit historisch wichtigen Persönlichkeiten auseinandersetzt und Schüler*innen und Lehrkräften zur Verfügung gestellt werden soll. Da Gideon vor seiner Zeit bei den Mutfluencer*innen noch keinerlei Erfahrung mit Programmieren oder Videospielentwicklung machen konnte und sich der Prozess als deutlich zeitintensiver und komplexer als erwartet herausstellte, konnte er das Spiel während der Projektlaufzeit nicht

fertigstellen. Gideon bastelt allerdings nach wie vor fleißig an seinem Computerspiel und kooperiert mit Matthias Steinböck vom Zentrum für Lehrer*innenbildung – Digitalisierung im Bildungsbereich der UNI Wien, um das Spiel in einer BETA-Version dann mit Schüler*innen zu testen.



Hakan T. Cephe: War in the digital age

War in the digital age, ist eine interaktive Ausstellung zum digitalen Erleben von Krieg und dessen Auswirkungen auf unsere mentale Gesundheit. In seiner Recherche sammelte Hakan tausende Beiträge auf sozialen Netzwerken und stellte die Ambivalenz zwischen Kriegscontent und der aktuellen Memekultur gegenüber. Außerdem produzierte er 6 Stunden Musikmaterial, um die Ausstellung akustisch zu untermalen. Er bereitete interaktive Stationen vor, mit denen die audiovisuelle Erfahrung im Raum verändert werden konnte. Hakan's Ausstellung wurde von mindestens 120 Personen besucht. Momentan arbeitet er an einer Website, in der seine Ausstellung digital erlebbar gemacht wird.



Hannah Horn: Kneipenfeminismus

Kneipenfeminismus bringt Feminismus dorthin, wo Menschen ganz selbstverständlich zusammenkommen: in Kneipen. Mit einfachen, aber wirkungsvollen Mitteln, wie feministischen Bierdeckeln oder kurzen Interventionen, regt das Projekt Gespräche über Sexismus, geschlechtsspezifische Gewalt und Machtverhältnisse im Alltag an. Ziel ist es, Themen sichtbar zu machen, die oft normalisiert oder übersehen werden, und Menschen zum Nachdenken und Austauschen zu bringen. Nach einer erfolgreichen Launch Veranstaltung mit u.a. einer Podiumsdiskussion im Jetzt! in Wien folgten mehrere Kooperationsveranstaltungen. Eine deutsche Gemeinde hat sogar eine eigene Auflage der Bierdeckel gedruckt und verbreitet. Währenddessen arbeitet Hannah fleißig an weiteren Kampagnen. Somit hat Hannah mit ihrem Projekt mindestens 100 Leute direkt erreicht und durch die über 2000 gedruckten Bierdeckel in verschiedensten Kneipen im deutschsprachigen Raum noch zahlreiche mehr.



Helka Ivanyi: U R WHAT U WASTE

Mit der Ausstellung U R WHAT U WASTE setzt Helka Ivanyi ein künstlerisches Zeichen für ökologisches Bewusstsein, persönliche Verantwortung und gesellschaftliche Reflexion. Kuratiert und künstlerisch geleitet von Helka, richtet das Projekt den Blick auf unseren alltäglichen Umgang mit Müll, sowohl auf individueller als auch auf struktureller Ebene. Im Zentrum der Ausstellung stehen Ivanyis Müllporträts, die den Abfall von Einzelpersonen sichtbar machen und damit

intime Einblicke in Konsumgewohnheiten, Routinen und Lebensstile geben. Ergänzend hat Helka 10 weiteren Wiener Kunstschaffenden, die sich aus unterschiedlichen künstlerischen Zugängen mit ökologischen Fragestellungen, Nachhaltigkeit und gesellschaftlicher Verantwortung auseinandersetzen, die Möglichkeit gegeben, ihre Arbeiten zu präsentieren. U R WHAT U WASTE wurde am 16. Oktober 2025 im Viktoria – Verein für künstlerische Forschung und Social Design in Wien eröffnet und war bis 18. Oktober 2025 zugänglich. In den zwei Tagen wurden mindestens 190 Personen erreicht, mit einer aufwendigen Instagram Kampagne erreichte Helka mehr als 50 000 Interaktionen.



Julia Auly & Pauline Knibbe-Klimt: (T)räume träumen Festival

Mit dem zweitägigen Kunst- und Kulturfestival (T)räume träumen haben Julia Auly und Pauline Knibbe-Klimt, im Rahmen ihres gemeinnützigen Vereins Sternatelier 5, einen offenen Raum für Kunst, Austausch und Gemeinschaft geschaffen. Unter dem Motto „Gemeinschaft und die Welt, wie wir sie uns erträumen“ wurde das Festival am 17. und 18. Oktober 2025 in Wien umgesetzt und verstand sich als Einladung, gemeinsam über persönliche, gesellschaftliche und künstlerische Zukunftsbilder nachzudenken. Das Festival verband unterschiedliche Formate wie Konzerte, DJ-Sets, eine Gruppenausstellung, Workshops und Lesungen und brachte Künstler*innen mit vielfältigen Hintergründen zusammen. Besonderer Wert wurde auf Niederschwelligkeit und Zugänglichkeit gelegt: die Location war barriere-

refrei, das Programm richtete sich bewusst an ein breites Publikum und konnte 600 Personen erreichen.



Laurène Sindano: Child of Congo

Laurène hat ihr Buch *Child of Congo* finalisiert, veröffentlicht und es anschließend bei einem sehr erfolgreichem Book Launch in der Galerie Zippenfenig in Kooperation mit den Vienna African Writers präsentiert. Teil des Abends war eine Lesung mit Q+A, sowie einem Diskussionspanel mit einigen Gastsprecher*innen aus Politik und Literatur. Der Gedichtband *Child of Congo* von Laurène setzt sich mit der humanitären Krise in der Demokratischen Republik Kongo auseinander und beleuchtet ihre anhaltenden seelischen und gesellschaftlichen Auswirkungen. Laurène's Arbeit hat so viele Menschen inspiriert, dass im Anschluss an ihre Zeit als Mutfluencerin sofort eine zweite Auflage gedruckt wurde. Als Resultat wurde *Child of Congo* ebenfalls in Bern, Zürich sowie in New York präsentiert. Laurène hat mit ihrem Projekt mindestens 300 Personen direkt erreicht. Durch die große Aufmerksamkeit und zahlreiche Einladungen zu weiteren Veranstaltungen, haben wir keinen Zweifel, dass Laurène noch viele junge Menschen inspirieren wird.



Lilya Burhan: Accidental Wisdom

In ihrem Podcast *acciwis* gibt Lilya dem oft überhörten „accidental wisdom“ junger Menschen mit Fluchtgeschichte in Österreich eine Stimme. Die Gespräche beleuchten Erfahrungen von Migration, Anpassung und Selbstfindung, die im Alltag selten sichtbar, aber von großer gesellschaftlicher Bedeutung sind. Durch ehrliche Erzählungen und reflektierte Dialoge schafft der Podcast ein Archiv gelebter Weisheit und eröffnet neue Perspektiven auf Zugehörigkeit, Identität und Empowerment. Mit Stand Dezember 2025 wurden Lilya's zwei ersten Podcast Folgen von ungefähr 6.000 Menschen gesehen.



Mohanad Suwaed: Living the Hijab

Die Dokumentation *Living the Hijab* von Mohanad beleuchtet die Vielfalt der Erfahrungen und Perspektiven von Frauen in ganz Europa, die sich dazu entscheiden, einen Hijab zu tragen. Der Film zeigt, dass diese Entscheidung keineswegs einheitlich verstanden werden kann, sondern von unterschiedlichen kulturellen, religiösen, politischen und persönlichen Kontexten geprägt ist. *Living the Hijab* gibt diesen Frauen eine Stimme und eröffnet einen dringend notwendigen Dialog über Freiheit, Sichtbarkeit und Respekt in einer pluralistischen Gesellschaft. Sein Film wurde beim Jahrgangsabschluss des SAE-Instituts und bei beiden Mutfluencer*innen Projektpräsentationen gezeigt und wurde somit bereits von 180 Personen gesehen.



Sophie Bastirsch & Sofia Kelm: Stadt, Land, Gemeinsam

StadtLandGemeinsam ist ein Projekt von Sophie, Sofia und engagierten jungen Menschen, das sich mit dem Stadt-Land-Gefälle und den damit verbundenen Vorurteilen auseinandersetzt. Ziel ist es, Menschen aus unterschiedlichen Lebensräumen in den Austausch zu bringen und zur kritischen Reflexion bestehender Bilder und Zuschreibungen anzuregen. Dafür wurden Begegnungs- und Gesprächsformate sowohl in Gänserndorf als auch in Wien am Brunnenmarkt organisiert. Ergänzend entstehen Social-Media-Formate, in denen Menschen aus Stadt und Land zu ihren Perspektiven befragt werden und so Gemeinsamkeiten wie Unterschiede sichtbar werden. Bei den Aktivitäten von Stadt, Land, Gemeinsam sind mindestens 105 Personen ins Gespräch gekommen und auf sozialen Netzwerken hat das Projekt 6.000 Interaktionen.



Murtaza Alizada: Sportschlüssel

Sportschlüssel ist ein Community-Projekt, das den Zugang zu Sport als Werkzeug für gesellschaftlichen Zusammenhalt nutzt. Durch kostenlose Schnupperstunden, Gruppenevents und niederschwellige Begegnungsangebote öffnet das Projekt jungen Menschen mit und ohne Migrations- oder Fluchtgeschichte neue Wege zu Teilhabe, Selbstwirksamkeit und sozialer Integration. Ziel des Projekts ist es, durch regelmäßige Aktivitäten soziale Isolation zu verringern, mentale Gesundheit zu fördern und positive Zukunftsperspektiven für junge Menschen zu eröffnen. Während seiner Zeit als Mutfluencer arbeitete Murtaza an der Onlinepräsenz seines Projekts und erzielte 11.500 Interaktionen auf Instagram. Außerdem wurden 5 Sportschlüssel-Veranstaltungen mit 58 Teilnehmer*innen veranstaltet, und bei der Mutfluencer*innen Abschlussveranstaltung haben 100 Leute einen Eindruck bekommen, durch von Murtaza angeleitete Übungen.



Herausforderungen und Learnings

Themenbereich	Das hat sehr gut funktioniert	Herausforderungen & Anpassungsbedarf	Neue Ideen & Ansätze
Trainings & Inhalte	Resilienz/Self-Care Training großer Bedarf; Öffentlichkeitsarbeit kurz vor Projektumsetzung mit externer Agentur; Kommunikations- & Teamwork Training notwendig, bisher nicht erhalten (Schule, Studium etc.); Zukunftsperspektiven-Workshop nach Projektabschluss sehr guter Abschluss.	Zeitliches Commitment für fixe Termine ist für junge Leute (Schule/Arbeit/Ehrenamt) oft zu hoch. Führt zu kurzfristigen Absagen oder Ausstieg aus Programm.	Finanzbildung als eigener Termin; Mental health noch stärker verankern; ein „geballtes“ Projektwochenende zu Beginn. Dann einmal pro Monat Treffen in Gruppe.
Akquise & Zielgruppe	Mundpropaganda, spezifische WhatsApp Gruppen bespielen, Einbindung von Alumni; befruchtende Diversität und Durchmischung der Teilnehmenden.	Social Media generiert Aufmerksamkeit, aber kaum Direktbewerbungen; NEET-Jugendliche sind schwer zu erreichen; Programm oft zu hochschwierig.	Positiveres Framing (Zukunftsvisionen statt Krisen); Leichte Sprache; mehr persönliche Akquise vor Ort; Trainings- und Coachingtermine bereits in der Bewerbungsphase fix kommunizieren.
Projektstruktur & Teamdynamik	Persönliche Einzelcoachings und starke Beziehungsarbeit; Auswahlverfahren mit Expert*innen-Fokusgruppe & Einbezug sozioökonomischer Faktoren.	Wenige Einzelprojekte erschweren insges. Gruppendynamik; zu große Projektgruppen führen zu Kommunikationsproblemen. Am besten 2 Mutfluencer*innen pro Projekt, 10-15 Mutfluencer*innen pro Durchgang.	Vorgabe, mindestens zu zweit einzureichen; Projektlaufzeit auf 8–9 Monate verlängern.
Finanzen & Wirkung	2000 € Budget ziehen viele Bewerber*innen an. Peer-Evaluation durch Online Umfrage. Prä- Postbefragung der Mutfluencer*innen.	Hohe Nachfrage nach Kunstprojekten ohne klaren „Community Impact“; Anstoß zum Ausfüllen der Peer Evaluation bei Events schwierig.	Restriktionen (z.B. keine Selbstauszahlung) der Budgetnutzung in Bewerbung klar kommunizieren. Kunstprojekte fördern, wenn soziale Komponente (z. B. Community Festival, Workshop) integriert wird.
Vernetzung & Abschluss	Alumni-Einbindung in Trainings; große Abschlusspräsentation zur Vernetzung und Inspiration.	Kleines Zwischen-Abschluss-Event war zu wenig besucht; Vernetzung der zwei Durchgänge miteinander war resourcentechnisch schwierig.	Ein großes Event für alle zum Abschluss. Alumni als Praktikant*innen/Freiwillige einbinden.

Zusammenfassung der Erkenntnisse

Die Analyse zeigt, dass das Programm besonders durch seine inhaltliche Qualität und die persönliche Betreuung punktet. Die spezifischen Trainings zu Selfcare und Resilienz, Kommunikation und Teamwork sowie Zukunftsperspektiven stießen auf sehr positive Resonanz und unterstrichen den hohen Bedarf an „Life Skills“, die im regulären (Schul)system oft fehlen. Ein großer Erfolg ist zudem die wachsende Community: Die Einbindung von Alumni und die großen Abschluss-Events schaffen wertvolle Netzwerke und stärken die Sichtbarkeit des Programms.

Gleichzeitig offenbaren sich **strukturelle Hürden bei der Verbindlichkeit und Erreichbarkeit** bestimmter Zielgruppen. Das hohe zeitliche Commitment kollidiert oft mit den dichten Terminkalendern junger Menschen, was zu kurzfristigen Absagen führt. Während die Diversität der Teilnehmenden ein weiteres Erfolgskriterium ist, bleibt die Integration von NEET-Jugendlichen eine Herausforderung, da das Programm für sie oft noch zu hochschwellig ist. Auch die Gruppendynamik leidet unter Einzelprojekten oder zu großen Teams, was den Austausch innerhalb der Kohorte erschwert.

Fazit

Das Mutfluencer*innen-Programm ist ein etabliertes Modell mit einem starken Netzwerk, das jungen Menschen wichtige Werkzeuge für ihre persönliche und projektbezogene Entwicklung bietet. Um die Wirkung in Zukunft zu erweitern, sollte der **Fokus auf einer Flexibilisierung der Struktur** (z. B. Block-Wochenenden statt vieler Einzeltermine) **und einer niederschwelligeren, positiveren Bewerbung** liegen. Durch die gezielte Förderung von Projekt-Einreichungen von Mutfluencer*innen Teams und die Integration

von Finanzbildung können zudem die Nachhaltigkeit der Projekte und die Kompetenzen der Teilnehmenden weiter gestärkt werden

Ausblick

Der Bedarf für eine Weiterführung des Mutfluencer*innen Programmes ist nach wie vor hoch und einige junge Menschen haben sich bereits für einen zukünftigen Durchgang vorge-merkt. Auch die Wirkung des Programmes ist breit und nachhaltig. Für die involvierten, jungen Menschen verändert das Programm Lebenswege und eröffnet neue Perspektiven und Netzwerke.

Allerdings gibt es auf Grund der herausfordernden wirtschaftlichen und sozialen Lage, derzeit noch keine konkrete Aussicht auf eine Weiterfinanzierung des Mutfluencer*innen Programmes. Das Team wird intensiv und mit voller Leidenschaft daran arbeiten neue, potentielle Fördergeber*innen ausfindig zu machen und das Programm auch weiterhin international als innovatives, Demokratie förderndes, Mut stiftendes und Armut reduzierendes Programm für junge Menschen aus diversen, sozio-ökonomisch schwierigen Hintergründen positionieren. Die Learnings und Erkenntnisse aus der Durchführung des Programmes werden mit Kolleg*innen, innerhalb der Caritas Wien und auch extern geteilt und dadurch in zukünftigen Jugendprojekten berücksichtigt werden.

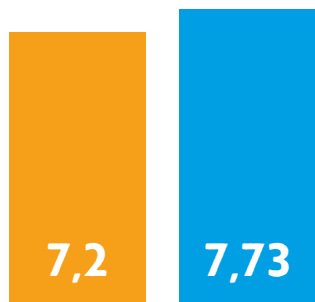
Annex: Mutfluencer*innen

Wirkungsmessung 2024-2025

Annex 1: Prä- & Post-Befragungen

Annex 1.1

Ich bin gut organisiert.

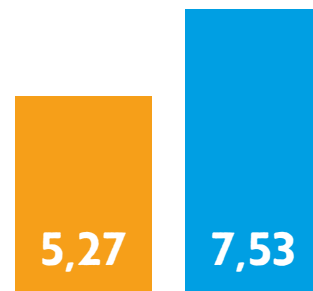


■ Prä-Mittelwert ■ Post-Mittelwert

Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Annex 1.4

Ich weiß wie ich ein Budget erstelle und meine Ausgaben plane.

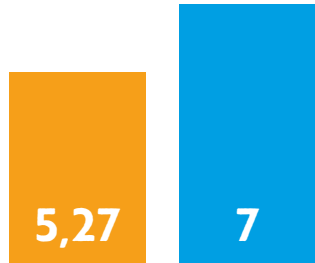


■ Prä-Mittelwert ■ Post-Mittelwert

Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Annex 1.2

Ich kenne mich mit Öffentlichkeitsarbeit aus (Marketing, Branding, etc.).

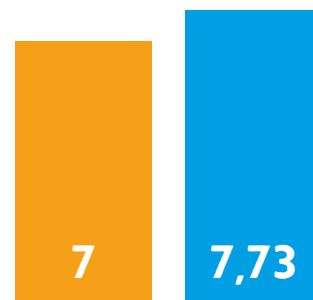


■ Prä-Mittelwert ■ Post-Mittelwert

Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Annex 1.5

Ich kann gut in Gruppen arbeiten.



■ Prä-Mittelwert ■ Post-Mittelwert

Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Annex 1.3

Ich kann Projekte erfolgreich planen und umsetzen.

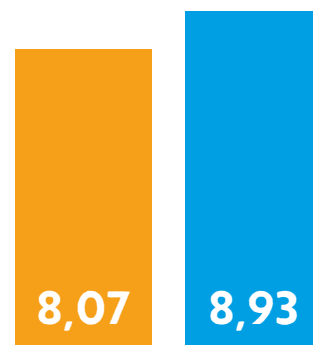


■ Prä-Mittelwert ■ Post-Mittelwert

Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Annex 1.6

Ich höre aufmerksam zu und frage nach wenn etwas unklar ist.

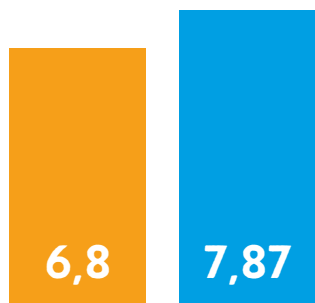


■ Prä-Mittelwert ■ Post-Mittelwert

Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Annex 1.7

Ich bitte um Hilfe, wenn ich sie brauche.

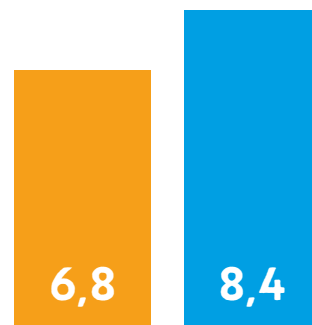


■ Prä-Mittelwert ■ Post-Mittelwert

Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Annex 1.10

Ich traue mich vor einer Gruppe von Menschen zu sprechen.

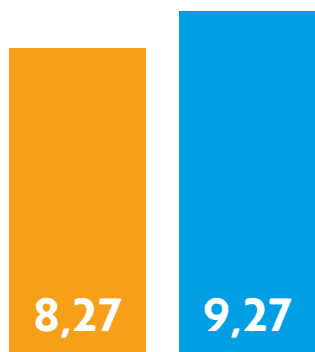


■ Prä-Mittelwert ■ Post-Mittelwert

Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Annex 1.8

Ich akzeptiere andere Meinungen und Perspektiven.

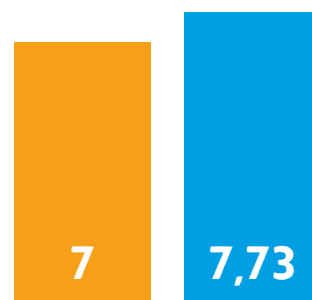


■ Prä-Mittelwert ■ Post-Mittelwert

Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Annex 1.11

Ich kenne meine Stärken.

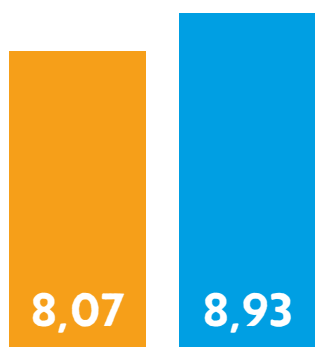


■ Prä-Mittelwert ■ Post-Mittelwert

Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Annex 1.9

Bei Konflikten bleibe ich ruhig und versuche eine gemeinsame Lösung zu finden.

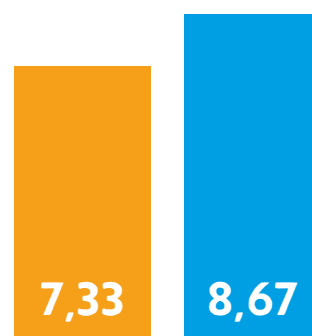


■ Prä-Mittelwert ■ Post-Mittelwert

Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Annex 1.12

Ich habe Vertrauen in mich und mein Können.

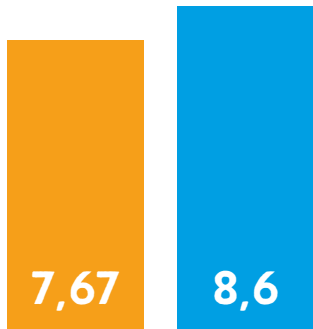


■ Prä-Mittelwert ■ Post-Mittelwert

Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Annex 1.13

Ich setze mir Ziele und arbeite daran, sie zu erreichen.

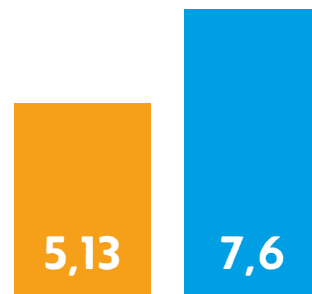


■ Prä-Mittelwert ■ Post-Mittelwert

Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Annex 1.16

Ich kenne Methoden zur Stressreduktion und nutze sie.

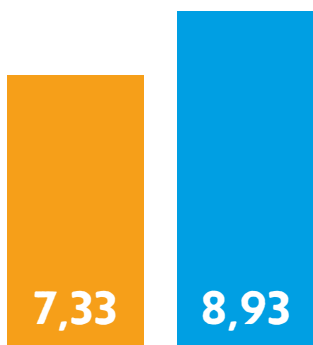


■ Prä-Mittelwert ■ Post-Mittelwert

Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Annex 1.14

Ich habe Durchhaltevermögen und bleibe trotz Hindernissen oder Rückschlägen dran.

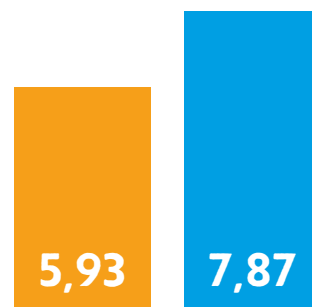


■ Prä-Mittelwert ■ Post-Mittelwert

Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Annex 1.17

Wenn es mir psychisch nicht so gut geht, weiß ich wo ich Hilfe bekomme.



■ Prä-Mittelwert ■ Post-Mittelwert

Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Annex 1.15

Ich habe Freund*innen und eine Gemeinschaft auf die ich mich in schwierigen Situationen verlassen kann.

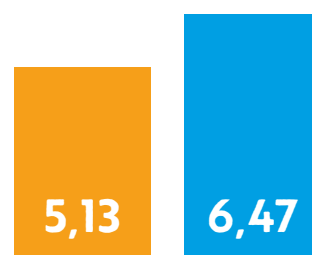


■ Prä-Mittelwert ■ Post-Mittelwert

Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Annex 1.18

Ich fühle mich gehört und gesehen von der Gesellschaft.



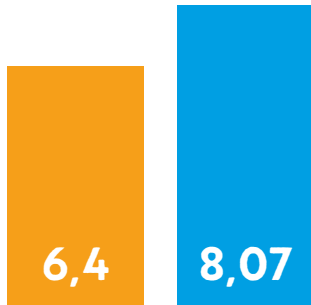
■ Prä-Mittelwert ■ Post-Mittelwert

Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Annex 2: Trainingsevaluationen

Annex 1.19

Ich bin zufrieden.

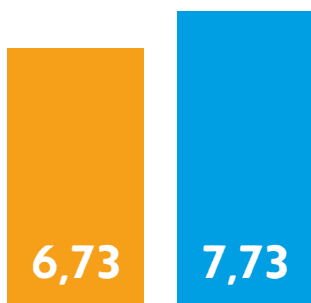


■ Prä-Mittelwert ■ Post-Mittelwert

Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Annex 1.20

Ich habe ein Netzwerk, das mir bei meinem zukünftigen Berufs- oder Bildungsweg weiterhilft.

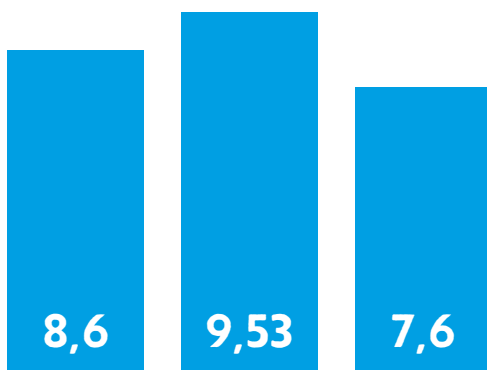


■ Prä-Mittelwert ■ Post-Mittelwert

Werte: 1: Trifft gar nicht zu – 10: Trifft voll und ganz zu

Annex 1.21

Extra-Post-Befragung



Ich bin zufrieden mit der Umsetzung des Projekts.

Mir hat die Teilnahme am Mutfluencer*innen Programm gefallen.

Ich habe durch das Programm neue Freundschaften geschlossen.



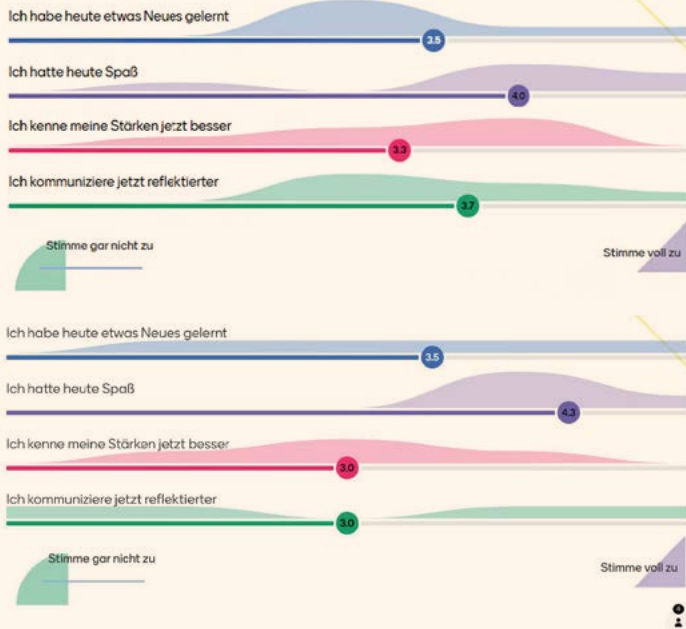
Annex 2.1: Modul 1



Annex 2.2: Modul 2

Wie erfolgreich war der Tag?

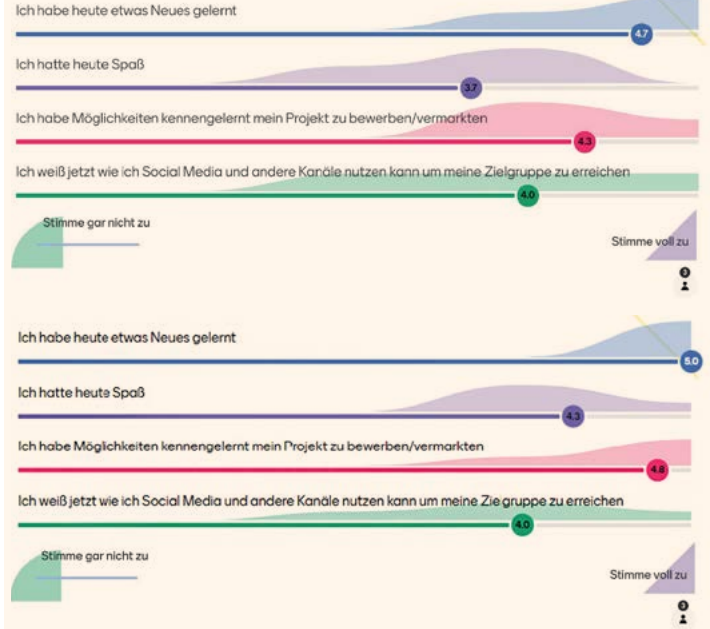
Mentimeter



Annex 2.1: Modul 3

Wie erfolgreich war der Tag?

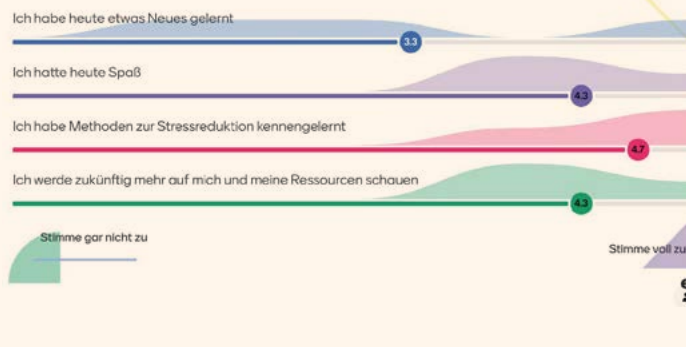
Mentimeter



Annex 2.1: Modul 5

Wie erfolgreich war der Tag?

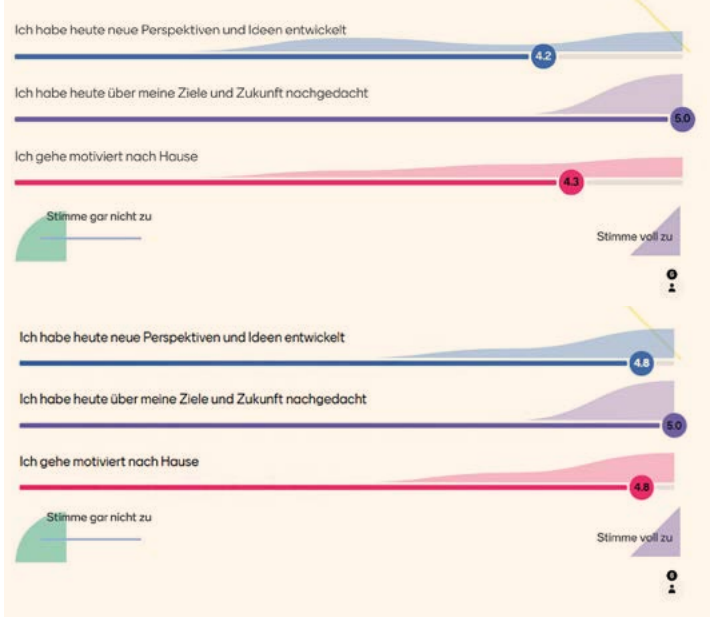
Mentimeter



Annex 2.2: Modul 4

Wie erfolgreich war der Tag?

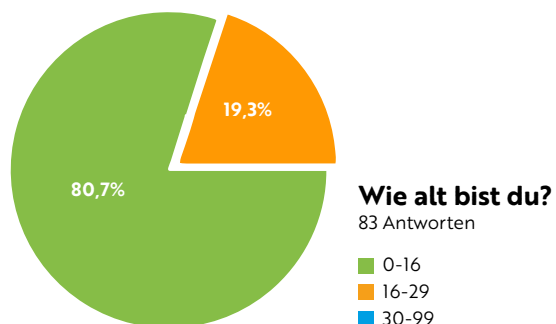
Mentimeter



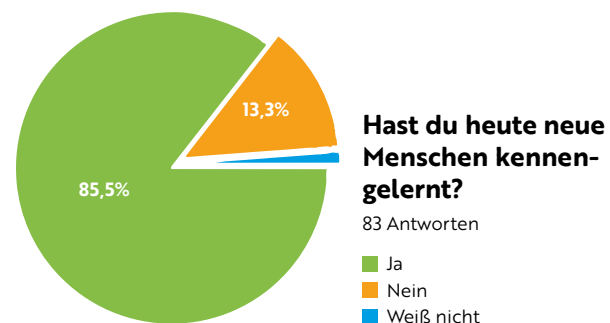
Annex 2.2: Modul 4

Annex 3:Peer-Evaluation

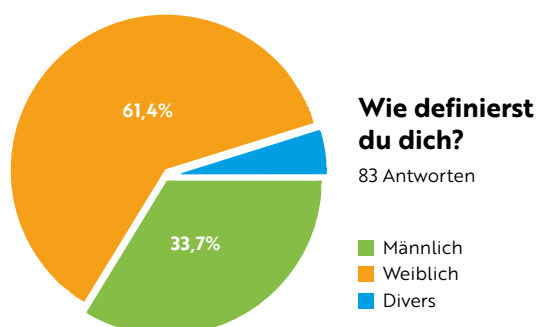
Annex 3.1



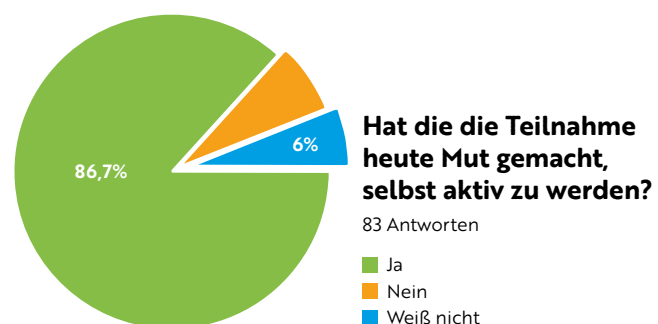
Annex 3.4



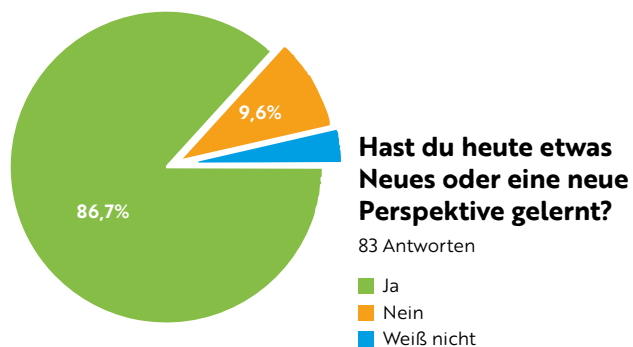
Annex 3.2



Annex 3.5



Annex 3.3





Impressum

Herausgeber

Caritas der Erzdiözese Wien-Missing
Link; Türkenstraße 3, Stiege 1, 3. Stock
1090 Wien
missing.link@caritas-wien.at
<https://caritas-wien.at/missinglink>

Redaktion

Caritas Wien, Missing Link

Layout

Caritas Wien

Fotos

Sämtliche Fotos im Bericht sind im
Rahmen des Projektes entstanden;
Copyright: Caritas Wien, Lea Horsten,
Magdalena Schmoegner, Madeleine
Golosetti