



Synopse der bestehenden
Informations- und Beratungsdienste
für Jugendliche und Fachkräfte zu
Mobilitätsfragen in Deutschland
2018



Fachstelle für Internationale Jugendarbeit
der Bundesrepublik Deutschland e.V.

Impressum

Die „Synopse der bestehenden Informations- und Beratungsdienste für Jugendliche und Fachkräfte zu Mobilitätsfragen in Deutschland“ wurde zusammengestellt von:

IJAB –
Fachstelle für Internationale Jugendarbeit der Bundesrepublik Deutschland e. V.
Godesberger Allee 142-148
53175 Bonn
Telefon: 0228 9506-0
Fax: 0228 9506-199

E-Mail: info@ijab.de
Internet: <http://www.ijab.de>

Stand: 21. November 2018

Verantwortlich: Marie-Luise Dreber

Autor und Ansprechpartner: Evaldas Rupkus (rupkus@ijab.de)

Redaktion: Dr. Dirk Hänisch, Daniel Poli, Susanne Klinzing

Vorlagengestaltung: <http://www.blickpunkt.x.de>, Köln

Im Internet nachzulesen unter: <http://www.ijab.de/jimapping>

Dieses Werk bzw. Inhalt steht unter einer Creative Commons Namensnennung-Nicht-kommerziell-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Deutschland Lizenz.

Die zusammengestellten Informationen wurden nach bestem Wissen recherchiert. Sie erheben keinen Anspruch auf Richtigkeit und Vollständigkeit. Hinweise, Änderungs- und Ergänzungsvorschläge nimmt die Redaktion gerne entgegen.

Gefördert vom:



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

Danksagung an Partner und Unterstützer

Das Projekt und diese Synopse wurden durch Beiträge aller – Koordinator(inn)en der Projekte und Netzwerke, Beteiligten der Umfrage, Interviewpartner/-innen und, besonders durch die Unterstützung in der Durchführung der Fallstudien, Herrn Konrad Flegr und Frau Sabine Heimann ermöglicht. Wir danken Ihnen!

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung der Synopse der bestehenden Informations- und Beratungsdienste für Jugendliche und Fachkräfte zu Mobilitätsfragen in Deutschland.....	5
Das Projekt „Mapping der bestehenden Informations- und Beratungsdienste für Jugendliche und Fachkräfte zu Mobilitätsfragen in Deutschland“: Ziele und Ablauf.....	7
Methodik, Sample.....	8
Deutschlandkarte mit allen erfassten Jugendinformations- und -beratungsdiensten..	11
Umfrage: Dienstleistungsthemen und Kanäle	12
SAMPLE: EINRICHTUNGSARTEN, NETZWERKE.....	12
<i>Netzwerkzugehörigkeit.....</i>	13
<i>Gruppenbildung für die weitere Auswertung</i>	14
<i>Partnerstrukturen</i>	15
MOBILITÄTSTHEMEN: DIENSTLEISTUNGEN	15
<i>Beratungs- und Informationsthemen</i>	17
<i>Informations- und Beratungsintensität der Netzwerke</i>	19
<i>Marginale Beratungs- und Informationsthemen.....</i>	25
KOMMUNIKATIONSKANÄLE FÜR DIE JUGENDINFORMATION UND -BERATUNG	26
KANÄLE FÜR DIENSTLEISTUNGEN NACH NETZWERKEN.....	27
<i>Zielgruppen und Reichweiten.....</i>	30
ABSCHLIEßENDE ZUSAMMENFASSUNG DER UMFRAERGEERGNISSE	31
Fallstudien	33
LANDKREIS ROTTWEIL (BADEN-WÜRTTEMBERG)	33
<i>Träger und Netzwerke</i>	34
<i>Dienstleistungen und Kanäle</i>	35
<i>Erreichen von Austauschverfahren.....</i>	36
<i>Herausforderungen und Perspektiven</i>	36
STADT BREMEN	37
<i>Träger und Netzwerke</i>	37
<i>Dienstleistungen und Kanäle</i>	39
<i>Erreichen von Austauschverfahren.....</i>	40
<i>Herausforderungen und Perspektiven</i>	41
SCHLUSSFOLGERUNGEN DER FALLBEISPIELE	43
Empfehlungen.....	44
Anhänge:	46
UMFRAGEBOGEN.....	46
INTERVIEWFRAGEBOGEN	51
DURCHSCHNITTSWERTE DER BERATUNGSINTENSITÄT: ALLE THEMEN UND NETZWERKE.....	52

IN KÜRZE: Zusammenfassung der Synopse der bestehenden Informations- und Beratungsdienste für Jugendliche und Fachkräfte zu Mobilitätsfragen in Deutschland

Das Projekt „Mapping der bestehenden Jugendinformations- und Beratungsdienste für Jugendliche und Fachkräfte zu Mobilitätsfragen in Deutschland“ leistet einen Beitrag zur Bestandsaufnahme und trägt zum Ausbau von Information und Beratung für Jugendliche und Fachkräfte zu Mobilitätsfragen bei. Das vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) geförderte Projekt wurde im Jahr 2018 von IJAB – Fachstelle für Internationale Jugendarbeit der Bundesrepublik Deutschland e. V. umgesetzt.

Im Rahmen des Projektes wurde die räumliche Versorgung mit Informations- und Beratungsdiensten für Jugendliche durch die Erfassung der bestehenden Netzwerke kartografisch dargestellt. Eine Online-Umfrage mit 108 ausgefüllten Fragebögen hat die Dienstleistungen und Kanäle identifiziert. Zwei Fallbeispiele mit 13 halbstrukturierten Interviews und Netzwerkanalysen haben tiefere Einblicke in die Partnerstrukturen vor Ort ermöglicht. Diese Synopse stellt alle Ergebnisse vor.

Es wurden 735 Angebote zur Jugendinformation und -beratung zu Mobilitätsfragen in Deutschland erfasst. Unter bit.do/synopse kann die kartografische Darstellung aufgerufen werden.

An der Online-Umfrage beteiligten sich insbesondere Personen, die den Netzwerken Eurodesk und „Kommune goes International“ angehören, als Mobilitätsberater/-in dem Förderprojekt der DIHK Service GmbH „Berufsbildung ohne Grenzen“ (BOG) angehören oder im Rahmen folgender Servicestellen und -projekte tätig sind: den (vom BMFSFJ geförderten) Innovationsfondsprojekten, Europe Direct, EURES, Euroguidance, Jugendinfonetz und dem Europeers-Netzwerk.

Kooperationspartner für die meisten Informations- und Beratungsdienste sind Schulen, Jugendverbände, Jugendämter und Ministerien.

Insgesamt ist bei den Themen Förderprogramme, Jugendbegegnung, Praktika, berufliche Aus- und Weiterbildung und Freiwilligendienste die höchste Beratungsintensität, bei den Mobilitätsthemen Reisen, Au pair, Auslandsschulaufenthalte, Auslandsstudium, Ferienfreizeiten und Sprachkurse eher eine geringe zu verzeichnen.

Aufgesplittet nach den verschiedenen Netzwerken zeigen sich Unterschiede: Bei den Mobilitätsthemen Au pair, Ferienfreizeiten, Reisen, Auslandsschulaufenthalte und Workcamps berichten Eurodesk und das Jugendinfonetz über eine intensivere Beratung als die übrigen identifizierten Netzwerke. Bei Themen wie Arbeiten und Jobben im Ausland sowie Sprachkurse beraten EURES/Euroguidance intensiver und bei Praktika und berufliche Aus- und Weiterbildung bieten „Berufsbildung ohne Grenzen“, EURES/Euroguidance und Eurodesk-Netzwerke die intensivste Beratung von allen. Bei den Freiwilligendiensten liegen Eurodesk, Europe Direct und Jugendinfonetz an der Spitze.

Unterschiede gibt es auch im Zusammenhang mit einem Auslandsstudium. Hier liegt EURES/Euroguidance hinsichtlich der Beratungsintensität an der Spitze.

Über Jugendbegegnungen wird in den meisten der identifizierten Netzwerke intensiver beraten. Lediglich die Berater/-innen von EURES/Euroguidance nennen hier eher „Nur Informationsweitergabe (ohne Beratung)“ und bei BOG/AHK spielt dieses Themenfeld so gut wie keine Rolle. Zu Förderprogrammen bieten EURES/Euroguidance und Europe Direct eigene begleitende Beratungen an, alle weiteren Netzwerke bieten zumindest Erstberatung an.

Fast alle Befragten nutzen Mail, Telefon und Internetportal als Kanäle für ihre Informations- und Beratungsdienstleistungen. Workshops und Vorträge, Druckmaterialien, Vertretung auf Messen kommen ebenfalls häufig vor. Aufsuchende Aktivitäten in Schulen und Newsletter/Verteiler nutzen über die Hälfte der Befragten. Weniger als die Hälfte nutzen den Peer-to-Peer-Ansatz, sind bei Sport- und Kulturveranstaltungen oder in Jugendclubs, -zentren, -treffs und -verbänden vertreten. 38 % der Befragten berichten über eine Nutzung von Medien [TV, Rundfunk, (Online-)Zeitungen]; von den Social-Media-Kanälen wird Facebook am häufigsten eingesetzt, andere stehen am Ende der Liste: Instagram, WhatsApp, YouTube, Twitter, Chat und weit abgeschlagen Snapchat.

Die Fallstudien haben gezeigt, dass die Initiative für die Einrichtung eines Mobilitätsberatungsdienstes von den Jugendinformationsstrukturen ausgeht und nicht von den Kommunen. Diese bieten begleitende Mobilitätsberatung an, wenn die lokalen Partner sich nur auf die Erstberatung einstellen. Sie verfügen aber über zu wenige Ressourcen, proaktiv Jugendliche anzusprechen und beraten nur nach Anfragen oder im Rahmen von Veranstaltungen.

Eurodesk-Angebote werden von lokalen Fachkräften als hilfreich hervorgehoben – besonders die Fortbildungsangebote und Informationsmaterialien.

Wenn die Fachkräfte selbst über Auslandsmobilitätserfahrung verfügen, sind sie proaktiver beim Bewusstseinsaufbau Jugendlicher zum internationalen Austausch. Sonst gestaltet sich das Erreichen austauschunerfahrener Jugendlicher als schwierig. Dafür fehlen oft zeitliche und finanzielle Ressourcen sowie einfachere Zugänge zu der Zielgruppe.

Die Ergebnisse dieser Synopse führen zu folgenden Empfehlungen:

- Vernetzung zur Stärkung der Angebote vorantreiben, zeitgleich aber auch die Ressourcen dafür zur Verfügung zu stellen.
- Dienstleistungen und Kanäle an die Bedürfnisse der Zielgruppe anpassen, flexibler mit Social-Media-Kanälen umgehen.
- Niedrigschwellige Angebote der internationalen Jugendarbeit ermöglichen und Peer-to-Peer-Ansätze in der Jugendinformationsarbeit fördern.
- Jugendinformation stärken, um mehr junge Menschen zu erreichen: Multiplikator(inn)en und Fachkräfte auf Fortbildungsangebote zu Mobilitätsfragen aufmerksam machen und sie auf Organisationsebene unterstützen, daran teilzunehmen; vorhandene Materialien zu Mobilitätsfragen [bei Multiplikator(inn)en und Fachkräften] bekannter machen, so dass sie weiter verbreitet werden; Forschungsergebnisse in die Arbeit integrieren; mit bundesweiter Kampagne genau identifizierte Zielgruppen erreichen.

Das Projekt „Mapping der bestehenden Informations- und Beratungsdienste für Jugendliche und Fachkräfte zu Mobilitätsfragen in Deutschland“: Ziele und Ablauf

Dieses vom Bundesministerium für Familie, Frauen, Senioren und Jugend geförderte Projekt trägt zum Ausbau von Information und Beratung für Jugendliche und Fachkräfte zu Mobilitätsfragen bei und wird im Jahr 2018 umgesetzt. Ziele des Projektes sind:

- Erstellung einer Synopse bestehender Jugendinformations- und Jugendberatungsdienste in Deutschland auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene.
- Durchführung eines Expert(inn)en-Workshops zur Diskussion und Weiterentwicklung der Ergebnisse.
- Erstellung eines Gesamtkonzepts zur Weiterentwicklung von Information und Beratung.

Erwartete Ergebnisse

- Landkarte zur Sichtbarmachung und Analyse der Flächenabdeckung vorhandener Informations- und Beratungsdienste in Deutschland; aktuelle Kontaktliste der Informations- und Beratungsdienste in Deutschland.
- Dokumentation der Gelingensfaktoren und der aktuellen Barrieren im Rahmen der Informations- und Beratungstätigkeit sowie Empfehlungen für dieses Arbeitsfeld.
- Aufbereitung der Ergebnisse zur Schaffung einer Grundlage für künftige Projekte in den Bereichen Mobilitätsberatung und Jugendinformation.

Aktivitäten

Das Projekt ist in drei Phasen unterteilt. Am Anfang werden die relevanten Daten erhoben und aufbereitet, im zweiten Schritt werden sie von Expertinnen und Experten ausgewertet und am Ende des Prozesses dienen sie als Grundlage für spätere Entwicklungspläne und Projekte.

Erste Phase, März-Juli 2018:

- Geografische Abdeckung: Erfassung von Jugendinfodiensten und spezialisierten Diensten in Deutschland. Monitoring zur Vervollständigung bereits bestehender Kontakte. Erarbeitung und Aktualisierung einer Kontaktliste und Erstellung einer Landkarte zur räumlichen Sichtbarmachung der Informations- und Beratungsdienste.
- Quantitative Analyse: Erstellung, Versand und Auswertung eines Fragebogens an Verantwortliche in der Jugendinformation und -beratung zur quantitativen Erfassung von Reichweiten, (Partner-)Strukturen, Inhalten, Zielgruppen.

- Qualitative Analyse: zwei vertiefende Fallstudien zur Erfassung von Gelingensfaktoren, Netzwerken und Partnerstrukturen.

Zweite Phase, August-Oktober 2018:

- Erarbeitung einer Synopse, die die Ergebnisse der ersten Phase zusammenfasst und eine Bestandsaufnahme der Jugendinformations- und -beratungsdienste bietet.
- Fachtag für Fachkräfte, bei dem die Synopse präsentiert, bearbeitet und ergänzt wird.

Dritte Phase, November-Dezember 2018:

- Auf Grundlage der diskutierten Ergebnisse der Synopse und weiterer wissenschaftlicher Untersuchungen soll ein Gesamtkonzept mit konkreten Vorschlägen zur Weiterentwicklung von Information und Beratung in der europäischen und internationalen Jugendarbeit erarbeitet werden.

Methodik, Sample

Die Synopse besteht aus drei Teilen: Karte der Dienste, Ergebnisse der Umfrage über die Dienstleistungsthemen und Kommunikationskanäle bestehender Beratungsnetzwerke sowie Fallstudien.

Kartografische Darstellung

Bundesweit wurden Netzwerke der Jugendinformations- und -beratungsdienste in Deutschland identifiziert, die Informationen und Beratung für junge Leute zum Thema Auslandsmobilität anbieten.

Folgende Informations- und Beratungsnetzwerke mit ihren lokalen Gliederungen („Dezentralen“) sind identifiziert worden:

- Förderprojekt der DIHK Service GmbH „Berufsbildung ohne Grenzen“ und Mobilitätscoaches außerhalb des Projektes,
- EURES/Euroguidance,
- Europe Direct,
- Eurodesk,
- Innovationsfondsprojekte,
- Kommune-goes-International-Kommunen,
- Vertretung der Nationalagentur „JUGEND für Europa“ (Europeers).

Netzwerke, die eine regionale oder lokale Substruktur besitzen, stellten IJAB auf Anfrage ihre aktuellen Kontaktlisten mit den Standorten und Ansprechpartnern zur Verfügung. Diese Daten wurden mit den Angaben der Online-Umfrage (s. Umfrage - Dienstleistungsthemen und Kanäle) abgeglichen, wobei Organisationen, die keinem Netzwerk angehören,

ren, unter „Andere“ aufgelistet wurden. Da manche Netzwerke nicht mit Trägern, sondern direkt mit Personen (z. B. Beratern oder Peers) arbeiten, konnten aus datenschutzrechtlichen Gründen nur die Standortangaben ohne weitere Angaben übernommen werden. Diese Daten wurden in eine einheitliche Tabelle je Netzwerk überführt und anschließend als separate Schichten (Layers) in einer Google-Maps-Karte eingepflegt. Für die kartografische Darstellung wurden nur solche Dienste berücksichtigt, die eindeutig geografisch zugeordnet werden konnten, nicht aber solche, die nur per Internet oder Telefon erreichbar sind.

Online-Umfrage

Ein Fragebogen (s. Anhang – Umfragebogen) wurde zur Erfassung des thematischen Dienstleistungsspektrums sowie dessen Verbreitungskanäle entwickelt. Die Online-Umfrage erfolgte mit Hilfe des Tools „SurveyMonkey“ (www.surveymonkey.de). Das Tool ermöglicht eine webbasierte Erfassung und deskriptive Auswertung von Antworten auf einen vorgegebenen Fragenkatalog. Der Zugang zum Umfragetool wurde durch eine entsprechende Linksetzung auf Webseiten (ijab.de, jugendhilfeportal.de u. a.) sowie gezielt über einen Adressverteiler bestehender Kontakte und über die Social-Media-Kanäle bekannt gemacht. Oben genannte bundeszentrale Träger haben die Einladung zur Teilnahme direkt an ihre Dezentralen weitergeleitet.

Im Mai 2018 wurden die Fragebögen 108-mal von Fachkräften der Informations- und Beratungsstellen vollständig ausgefüllt, insgesamt wurden 188 Aufrufe erfasst. Ziel war es, von jedem Netzwerk ausgefüllte Fragebögen in ausreichender Zahl zu erhalten, damit aussagekräftige Auswertungen möglich sind. Dies wurde in den meisten Fällen eingehalten. Die Antworten auf die Fragen konnten mit dem Statistik-Tool SPSS analysiert und visuell aufbereitet werden. Die relevantesten Ergebnisse werden im weiteren Teil dieser Synopse vorgestellt.

Fallbeispiele

Um die Ergebnisse der Umfrage qualitativ zu verifizieren, wurden aus zwei Bundesländern eine mittelgroße bis große Stadt sowie eine ländliche Region ausgewählt. Die Wahl fiel auf den Landkreis Rottweil und auf die Freie und Hansestadt Bremen, wo Eurodesk-Partner angefragt wurden. Die lokal gut vernetzten Eurodesk-Kolleg(inn)en leisteten dabei Hilfestellung, lokale Jugendinformations- und –beratungsdienste im Bereich der Mobilität zu identifizieren und Interviewtermine zu vereinbaren.

Der Autor dieser Synopse führte halbstrukturierte Interviews mit Hilfe des Fragebogens (s. Anhang – Interviewfragebogen) durch. Im Landkreis Rottweil fanden vom 11. bis 12. Juni 2018 sechs, in Bremen vom 10. bis 12. Juli 2018 sieben Interviews mit verantwortlichen Fachkräften statt. Diese Interviews wurden transkribiert und nach Schlagwörtern und relevanten Zitaten analysiert. Leider standen nicht alle identifizierten potenziellen Gesprächspartner zeitlich für ein Interview zur Verfügung.

Am Ende jedes Interviews bewerteten die Befragten anhand einer Tabelle (s. Anhang – Interviewfragebogen) ihre Kooperationsintensität mit relevanten Partnern sowie mit selbst hinzugefügten Trägern. Die Angaben wurden zusammengetragen und mit dem Netzwerk-Analysetool Gephi nach bestehenden Communities mit automatischen Algorithmen gruppiert und farblich gekennzeichnet. Je nach Anzahl bestehender Kooperationen fiel die Größe des Knotens aus.

Vertreter und Vertreterinnen der folgenden Träger haben an den Interviews teilgenommen:

Im Landkreis Rottweil:

- Landratsamt Rottweil/Eurodesk
- Kinder- und Jugendreferat der Stadt Rottweil
- Kommunales Jugendreferat Dunningen/Eschbronn
- Jugendarbeit Dornhan
- Berufs-Informationszentrum
- Jugendmigrationsdienst

In Bremen:

- ServiceBureau Jugendinformation/Eurodesk
- Bremer Sportjugend
- EuropaPunkt Bremen (Europe Direct)
- Uni Bremen International Office
- Hochschule Bremen International Office (hat Fragen schriftlich beantwortet)
- Mitglied des Europeers-Netzwerkes („JUGEND für Europa“)
- NaturKultur e. V.

Deutschlandkarte mit allen erfassten Jugendinformations- und -beratungsdiensten

Es wurden 735 Angebote zur Jugendinformation und -beratung zu Mobilitätsfragen in Deutschland erfasst. Dies entspricht aber nicht der Anzahl der Träger und Anlaufstellen, da viele Träger mehreren Netzwerken angehören und somit Mehrfachnennungen nicht ausgeschlossen werden konnten.

Erfasste Dienste sind auf der Karte visualisiert und können nach ihrer Netzwerkzugehörigkeit unter bit.do/synopse geografisch identifiziert werden. Da die erhaltenen Datensätze von unterschiedlichem Umfang waren, bestand keine Möglichkeit für eine weitergehende Analyse, die z. B. Beurteilungen über die geografische (Unter-)Versorgung ermöglichen. Die Karte liefert aber schon eine erste Hilfestellung für weitere Untersuchungen.

Statistik der Dezentralen nach Netzwerken (Stand Mai 2018):

- 79 Mobilitätsberater vom Förderprojekt der DIHK Service GmbH „Berufsbildung ohne Grenzen“ und außerhalb des Projektes,
- 220 EURES-Berater,
- 47 Europe-Direct-Stellen,
- 52 Eurodesk-Partner, 10 Eurodesk-Mobilitätslotsen, 14 Eurodesk-Infopoints,
- 14 Innovationsfondsprojekte (Projekte des Innovationsfonds BMFSFJ),
- 31 Kommune-goes-International-Kommunen,
- 264 Mitglieder des Europeers-Netzwerkes der Vertretung der Nationalagentur „JUGEND für Europa“
- 30 andere (durch Umfrage erfasst)¹.



¹ Die Akademischen Auslandsämter der Hochschulen wurden nicht erfasst, ihre Daten sind aber unter <https://www.daad.de/deutschland/nach-deutschland/angebote/de/57386-kontakt-daten-akademischer-auslandsaemter-in-deutschland/> abrufbar (aufgerufen am 10.09.2018).

Umfrage: Dienstleistungsthemen und Kanäle

Im Mai 2018 wurde die Online-Umfrage durchgeführt. Der Fragenkatalog umfasste: Kooperationspartnerstrukturen, Dienstleistungsthemen und Intensität der Beratung, Kommunikationskanäle und ihre Nutzung sowie Zielgruppen. Die Beantwortung der Frage nach den Zielgruppen war optional. Da nur wenige Befragten dazu Angaben machten, sind die Daten nicht aussagekräftig genug und werden hier nicht berücksichtigt.

Sample: Einrichtungsarten, Netzwerke

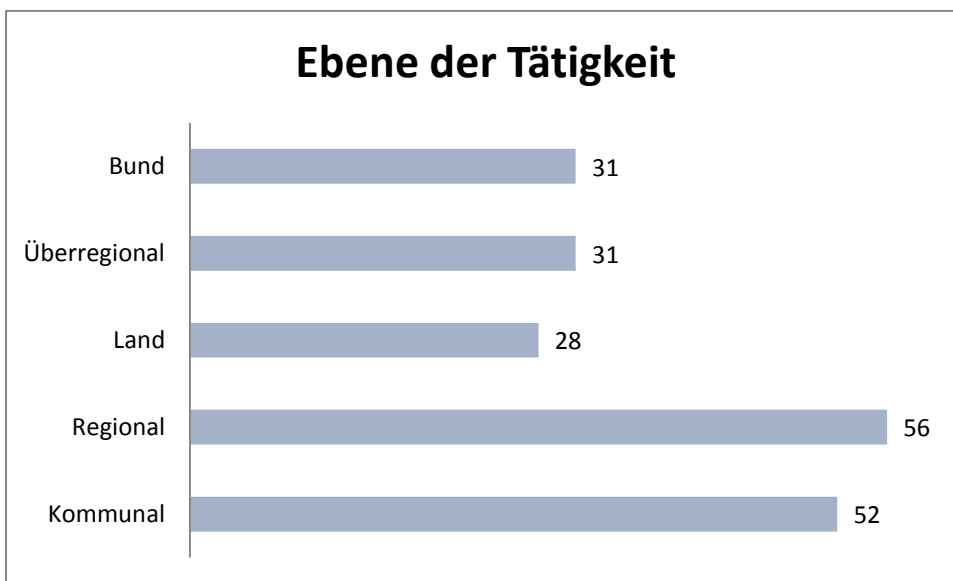


Abbildung 1 Ebene der Tätigkeit, mehrere Antworten möglich

Von den 108 vollständig ausgefüllten und auswertungsfähigen Antworten entfielen mehr als die Hälfte auf regionale und/oder kommunale tätige Einrichtungen. Je ein Drittel der Befragten gab an, auch auf Landes- oder Bundesebene tätig zu sein.

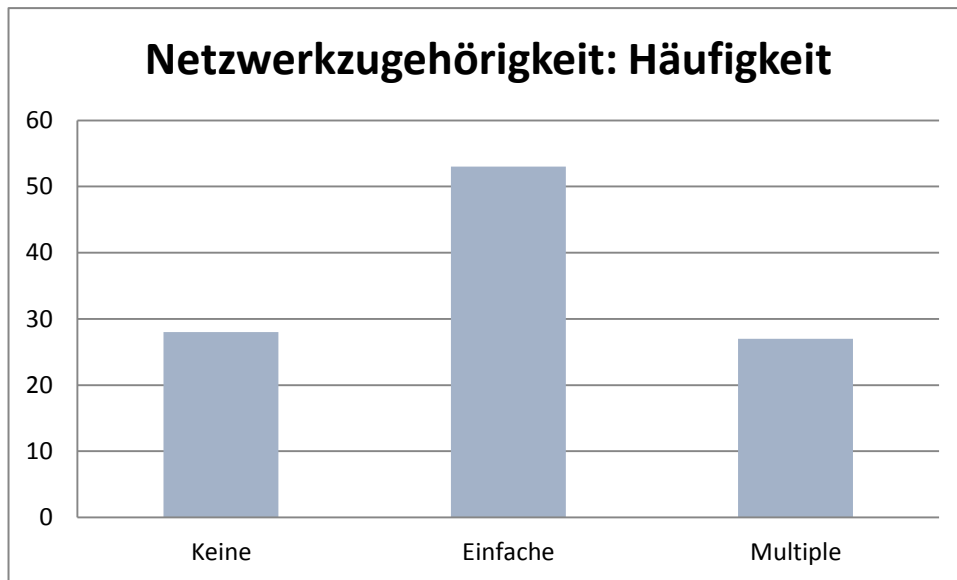


Abbildung 3 Netzwerkzugehörigkeit: Häufigkeit

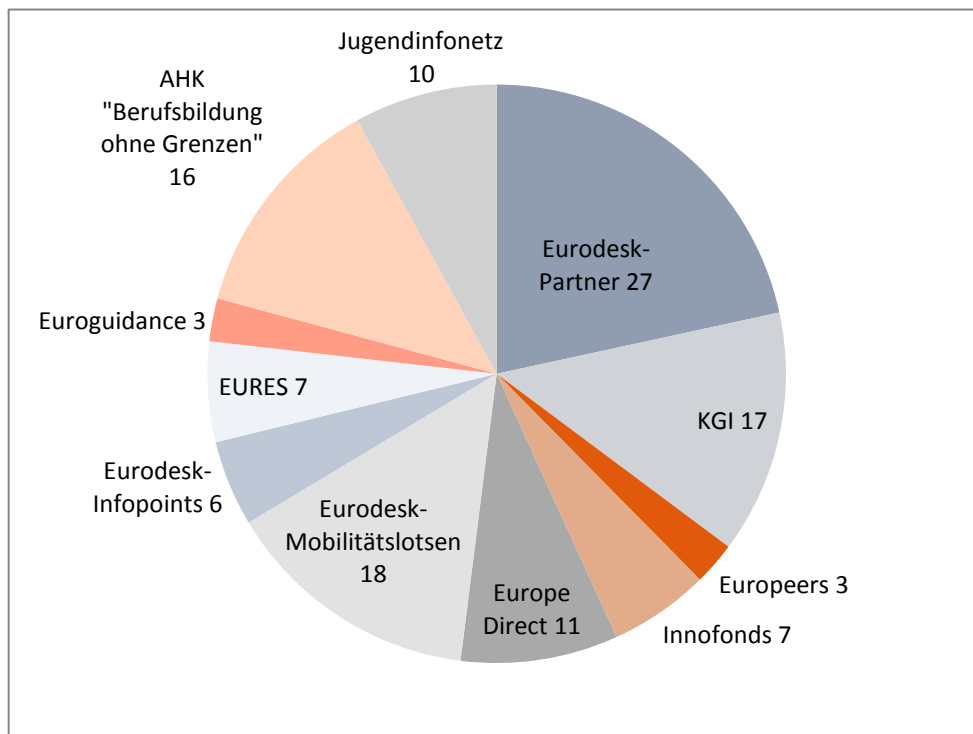


Abbildung 4 Netzwerkzugehörigkeit der Befragten, absolute Zahlen (Mehrfachnennungen möglich)

Die meisten Befragten, die mindestens einem der angegebenen Netzwerke angehören, geben folgende Zugehörigkeit an: Eurodesk-Partner (27) oder Eurodesk-Mobilitätslotsen (18), Kommunen des Netzwerks „Kommune goes International“ (KGI; 17) oder Mobilitätsberater des Förderprojekts der DIHK Service GmbH „Berufsbildung ohne Grenzen“ (16). Zu beachten ist hier wieder, dass Mehrfachzugehörigkeiten zu den Netzwerken möglich sind.

Gruppenbildung für die weitere Auswertung

Einige Netzwerke sind im Vergleich zu anderen relativ gering repräsentiert, wodurch valide Aussagen nur mit Vorsicht zu treffen sind. Um eine Datenanalyse in diesen Fällen zu verbessern, wurden einige Netzwerkzugehörigkeiten zusammengefasst. Kriterium

dabei war ihre relative thematische Nähe zueinander. Letztlich wurden acht Netzwerkgruppen gebildet: Eurodesk (bestehend aus Eurodesk-Partnern, Eurodesk-Mobilitätslotsen, Eurodesk-Infopoints) – insgesamt 36 Zugehörigkeiten, KGI-Kommunen - 17, Innofonds (Projekte des BMFSFJ-Innovationsfonds) - 7, Europe Direct - 11, EURES/Euroguidance (EURES, Euroguidance) - 7, BOG/AHK (Mobilitätsberater "Berufsbildung ohne Grenzen") - 16, Jugendinfonetz - 10, Andere (andere Netzwerkangaben, Europeers-Netzwerk) - 31.

Partnerstrukturen

Eindeutige Kooperationspartner für die meisten Einrichtungen sind Schulen (63 Nennungen). Jugendverbände (31), Jugendämter (27) und Ministerien (26) sind für ein Drittel der Befragten wichtige Partner in der Zusammenarbeit. Servicestellen (16), Jugendarbeit (14), Medien (13), Berufsschulen (10), Vereine, Arbeitsagentur und noch viele mehr wurden genannt. Da die Angaben im freien Text erfolgt sind, kann nur eine Schlagwortanalyse in Form einer Wortwolke durchgeführt werden.



Abbildung 5 Partnerstrukturen (mit wortwolken.com erstellt)

Mobilitätsthemen: Dienstleistungen

Ein Ziel dieser Umfrage war die Erhebung der Beratungsintensität nach Themen und Netzwerken. An Informations- und Beratungsthemen wurden den Befragten vorgegeben:

- Au pair,
- Berufliche Aus- und Weiterbildung,
- Ferienfreizeiten,
- Freiwilligendienst im Ausland,
- Internationale Jugendbegegnungen,

- Arbeiten und Jobben im Ausland,
- Praktika im Ausland,
- Schulaufenthalt,
- Sprachkurse,
- Workcamps,
- Studium im Ausland,
- Reisen,
- Förderprogramme (Fachkräfte/Organisationen).

Die Befragten konnten jedes der Informations- und Beratungsthemen (Item) individuell anhand einer Skala nach der Dienstleistungsintensität ihres Netzwerks bewerten. Diese Skala umfasste die Antwortvorgaben „Nur Informationsweitergabe (ohne Beratung)“, „Erstberatung und Verweis auf externe Beratungsangebote“ und „eigene begleitende Beratungsdienstleistung“.

Damit diese Angaben zu den einzelnen Items ausgewertet werden können, wurden die Bewertungen codiert und gewichtet. Da die Antwortvorgaben in ihrer Reihung gewissermaßen eine Skala mit ansteigender Intensität darstellen, sind die Antworten auf die Items durch Punktvergabe gewichtet worden: „Nur Informationsweitergabe (ohne Beratung)“ – 1 Punkt, „Erstberatung und Verweis auf externe Beratungsangebote“ – 2 Punkte, „eigene begleitende Beratungsdienstleistung“ – 3 Punkte. Da nicht alle vorgegebenen Themen zum Beratungsportfolio der Netzwerke gehören und entsprechend keine Beratungsleistungen erfolgten, wurden bei Nichtnennung eines Themas 0 Punkte vergeben.

Diese Form der Skalenbildung ist durchaus üblich. Sie erleichtert den Vergleich und macht Unterschiede in der Beratungs- und Informationsintensität der Netzwerke sichtbar. Die so gebildeten Mittelwerte sehen nach Vernetzungshäufigkeit wie folgt aus:

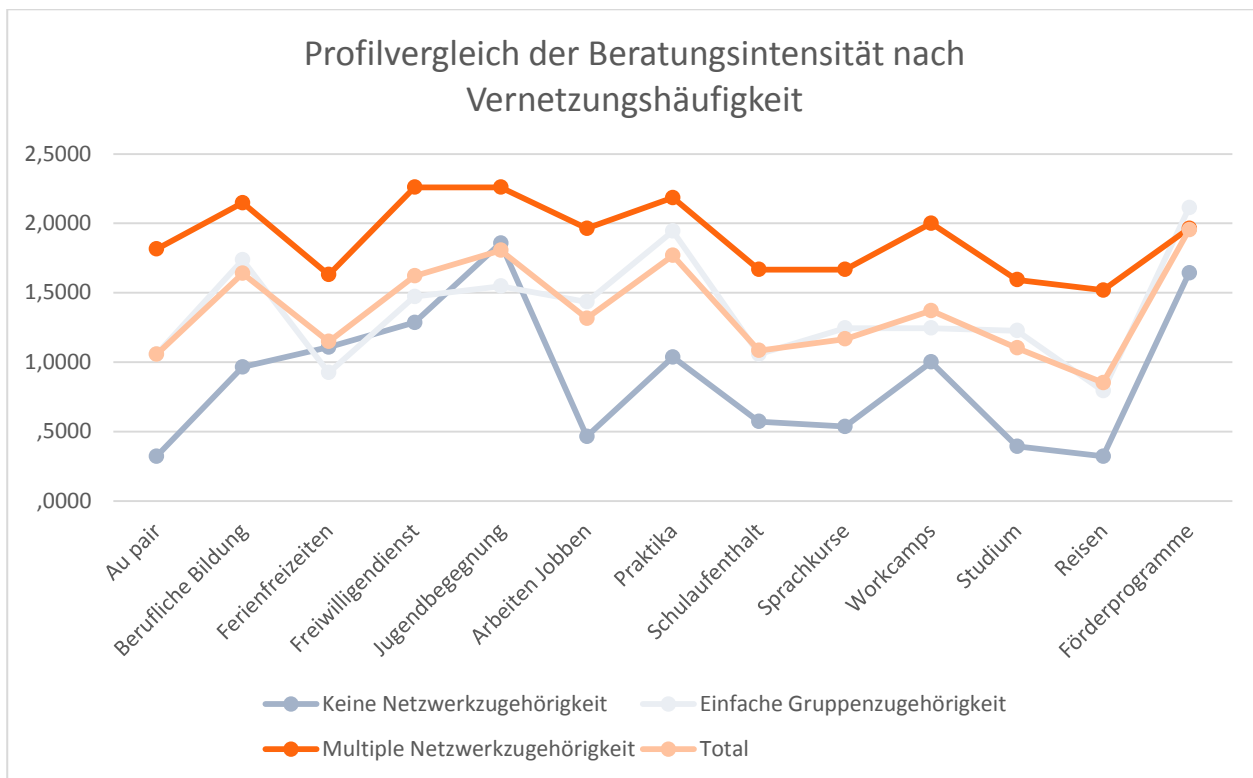


Abbildung 6 Beratungsintensität nach Vernetzungshäufigkeit

Das Gesamtbild zeigt eine spannende Erkenntnis, die bei allen Themen mit Ausnahme der Förderprogramme deutlich wird. **Je mehr eine Einrichtung vernetzt ist, desto intensiver fällt die themenspezifische Beratung aus.** Das war gewissermaßen zu erwarten, denn jede weitere Vernetzung steigert die eigene Beratungsleistung, oft auch die -angebote, etwa durch zusätzliche externe Broschüren, Flyer und andere Informationsmaterialien.

Beratungs- und Informationsthemen

Blickt man zunächst auf alle Netzwerke (siehe die folgenden Abbildungen), so lassen sich durch einen einfachen Mittelwertvergleich die fünf beratungsintensivsten Themen identifizieren.

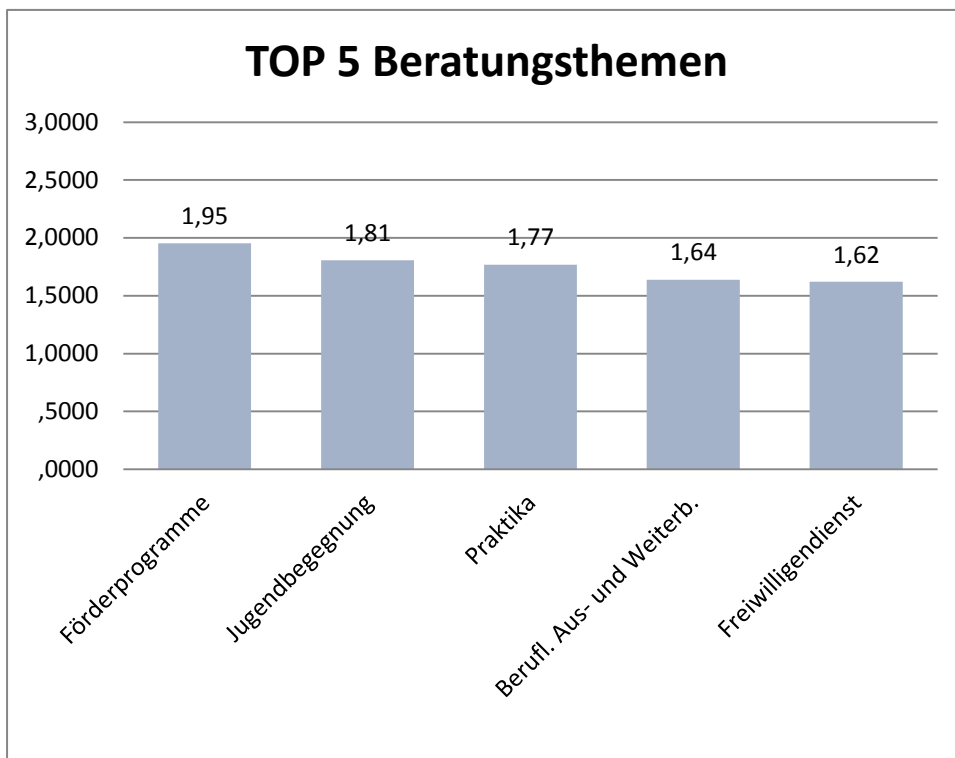


Abbildung 7 TOP 5 Beratungsthemen

Themen rund um **Förderfragen, Jugendbegegnungen, Praktika, berufliche Aus- und Weiterbildung sowie Freiwilligendienste** sind diejenigen Mobilitätsbereiche, für die die intensivste Beratung angeboten wird.

Informations- und Beratungsintensität der Netzwerke

Wie sieht nun die Informations- und Beratungsintensität der einzelnen Netzwerke aus? Für den Vergleich wurden wieder Mittelwerte gebildet und diese als Säulendiagramme je nach Themenbereich abgetragen. Alle Werte sind in der Tabelle ‚Durchschnittswerte der Beratungsintensität: alle Themen und Netzwerke‘ (s. Anlage) zu finden.

EURES/Euroguidance bieten bei Themen wie Arbeiten und Jobben sowie Sprachkursen die intensivste Beratung (2 Punkte). Diese Themen sind bei den Innofondsprojekten nur gering im Dienstleistungsprofil vertreten (0,7 Punkte).

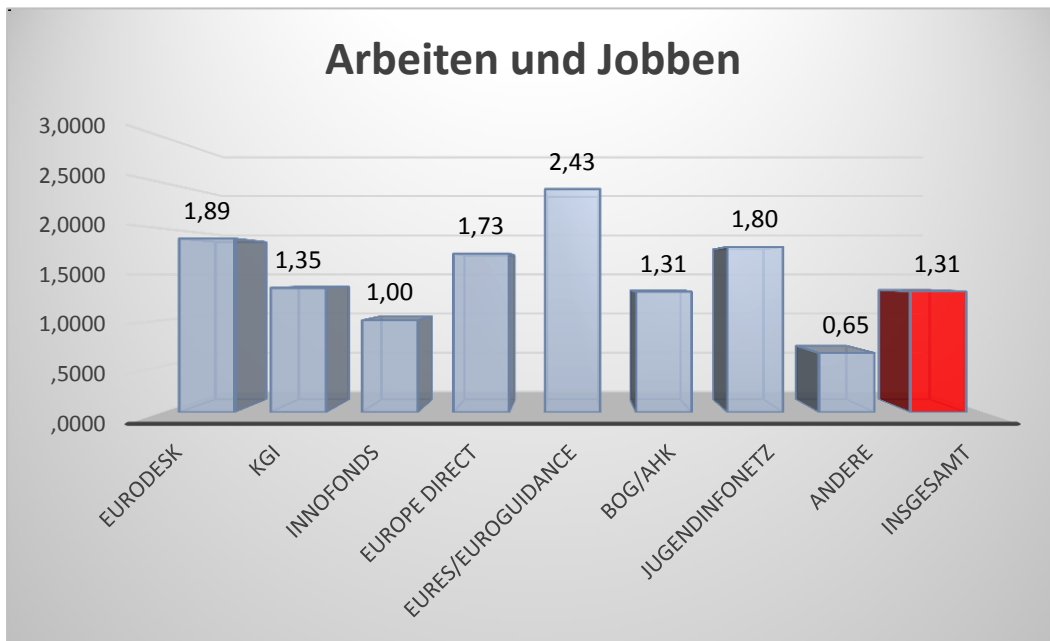


Abbildung 8 Arbeiten und Jobben

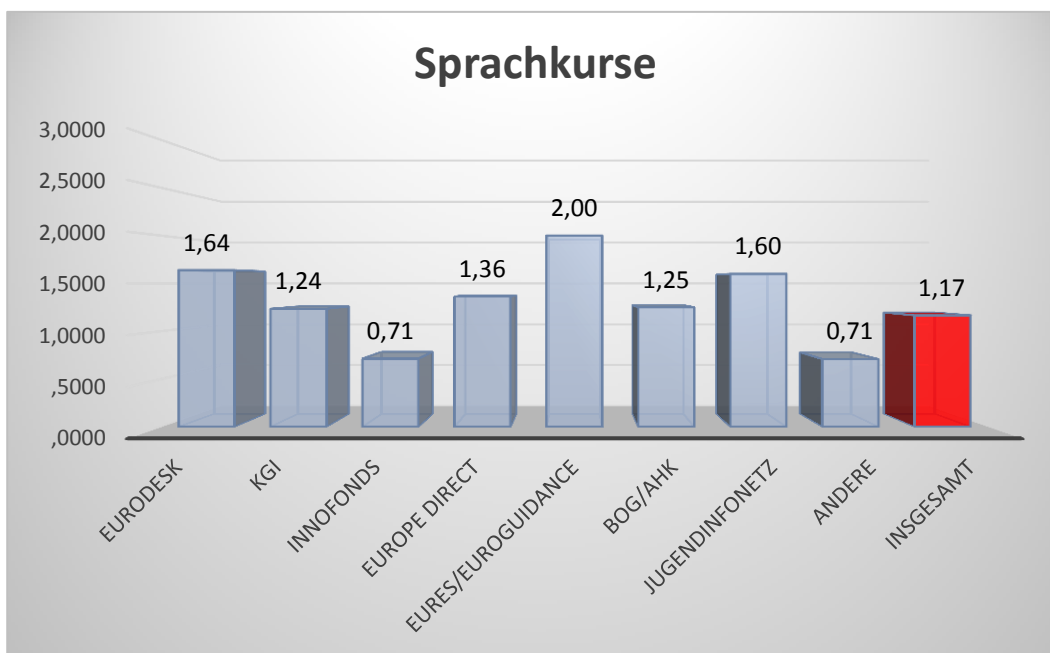


Abbildung 9 Sprachkurse

Bei den Themen Praktika und Berufliche Aus- und Weiterbildung bieten „Berufsbildung ohne Grenzen“, EURES/Euroguidance und die Eurodesk-Netzwerke die intensivste Beratung (2,6 und 2,3 Punkte).

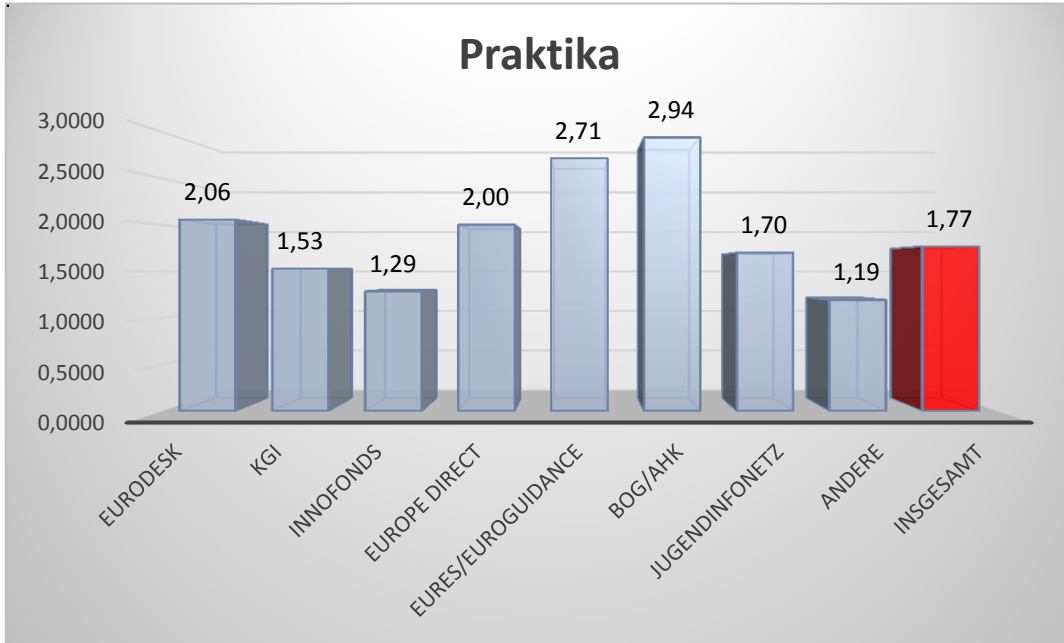


Abbildung 10 Praktika

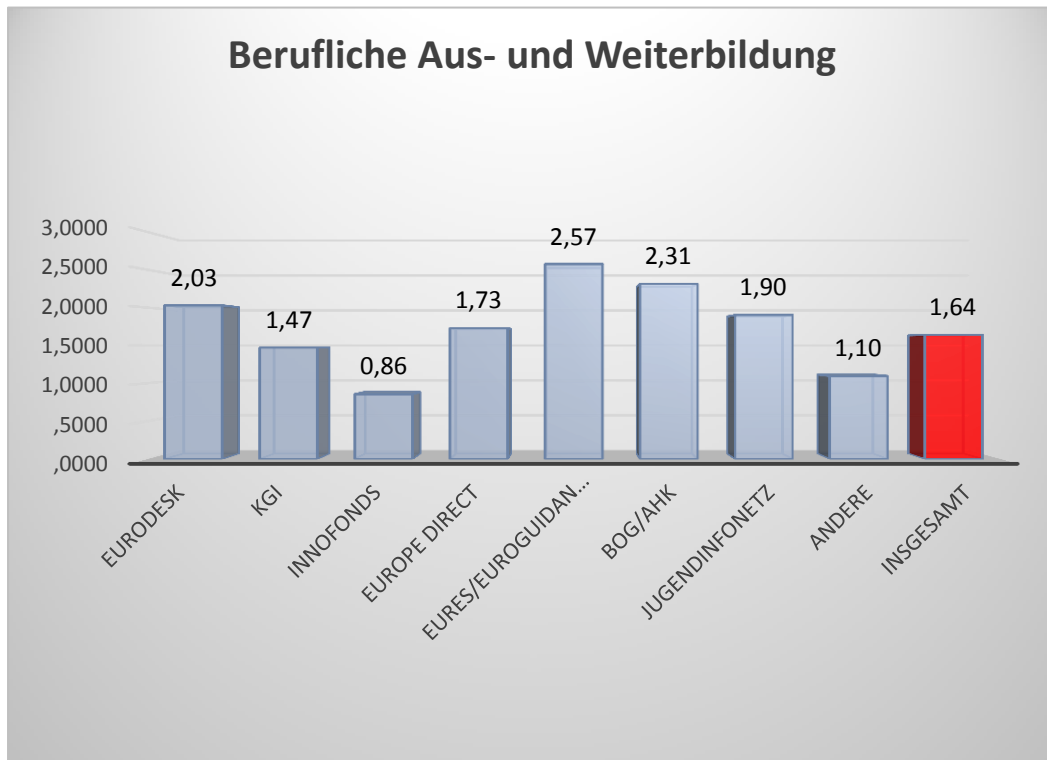


Abbildung 11 Berufliche Aus- und Weiterbildung

Eurodesk und Jugendinfonetz sind auch die Vorreiter bei der Beratung zu den Themen Reisen (ca. 1,5 Punkte) und Workcamps (knapp 2 Punkte). Hier ist zu beachten, dass das Thema Reisen den niedrigsten Mittelwert hat (0,8) und damit im Beratungsalltag eine eher marginale Rolle spielt.

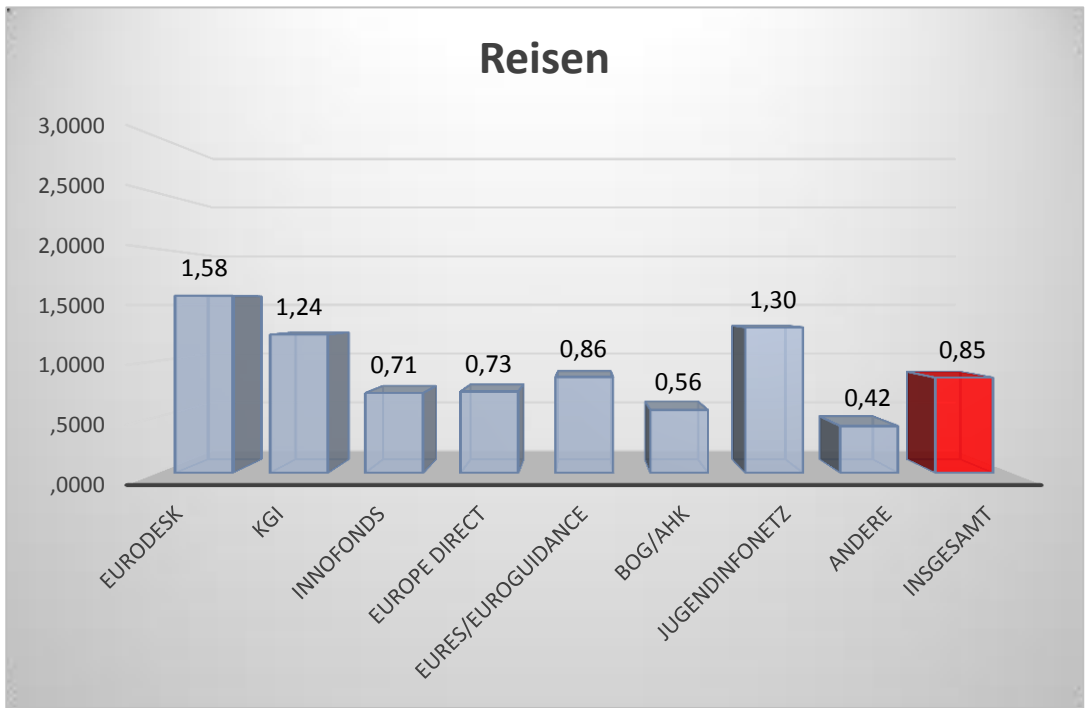


Abbildung 12 Reisen

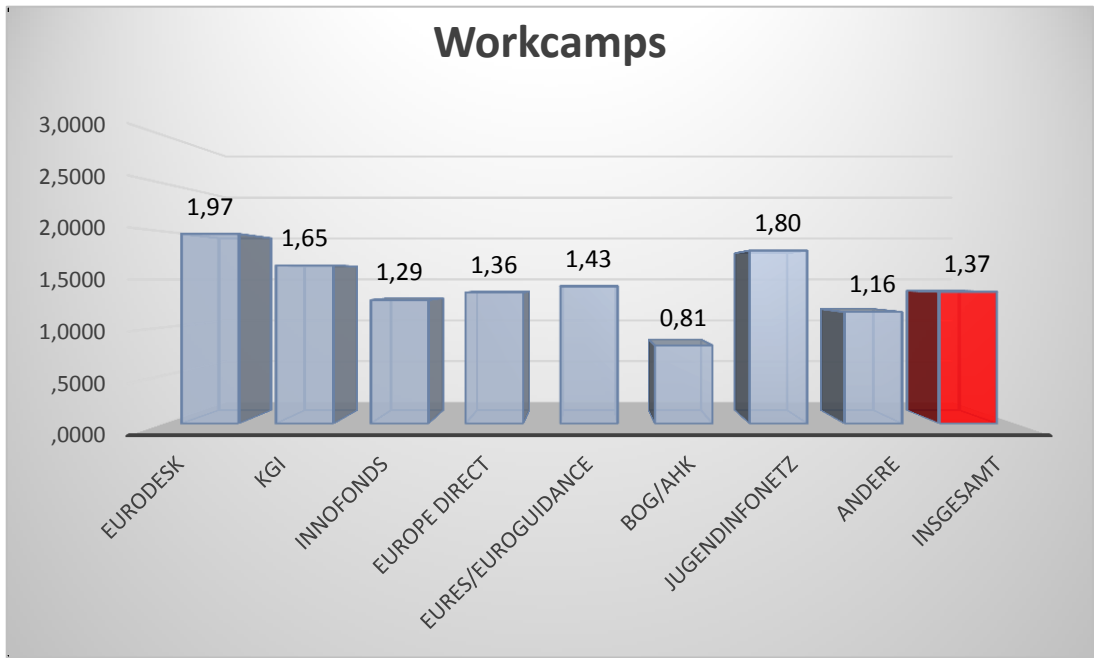


Abbildung 13 Workcamps

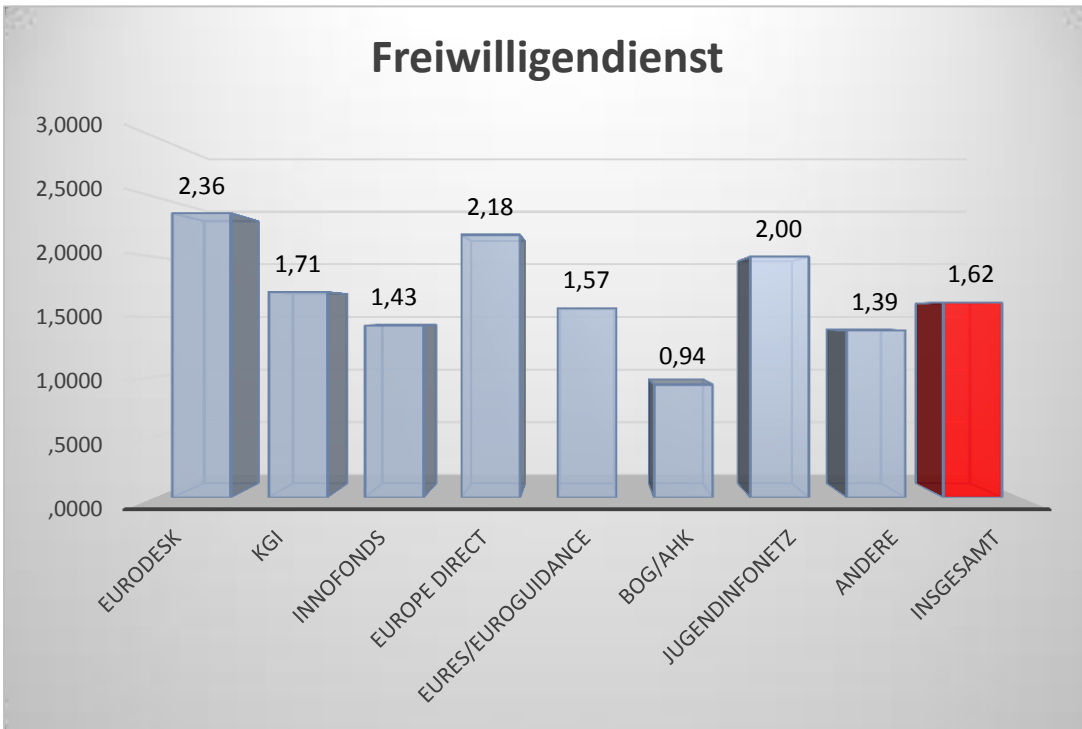


Abbildung 14 Freiwilligendienste

Rund um die Freiwilligendienste beraten und informieren Eurodesk (2,4 Punkte), Europe Direct (2,2) und Jugendinfonetz (2,0) am intensivsten, während das Netzwerk „Berufsbildung ohne Grenzen“ zu diesem Thema selten oder gar nicht berät (0,9). Ähnlich verhält es sich rund um die Schulaufenthalte im Ausland. Obwohl ein eher marginales Thema (Schnitt: 1,1 Punkte), beraten hier Eurodesk (1,8) und Jugendinfonetz (1,7) am intensivsten von allen Netzwerken.

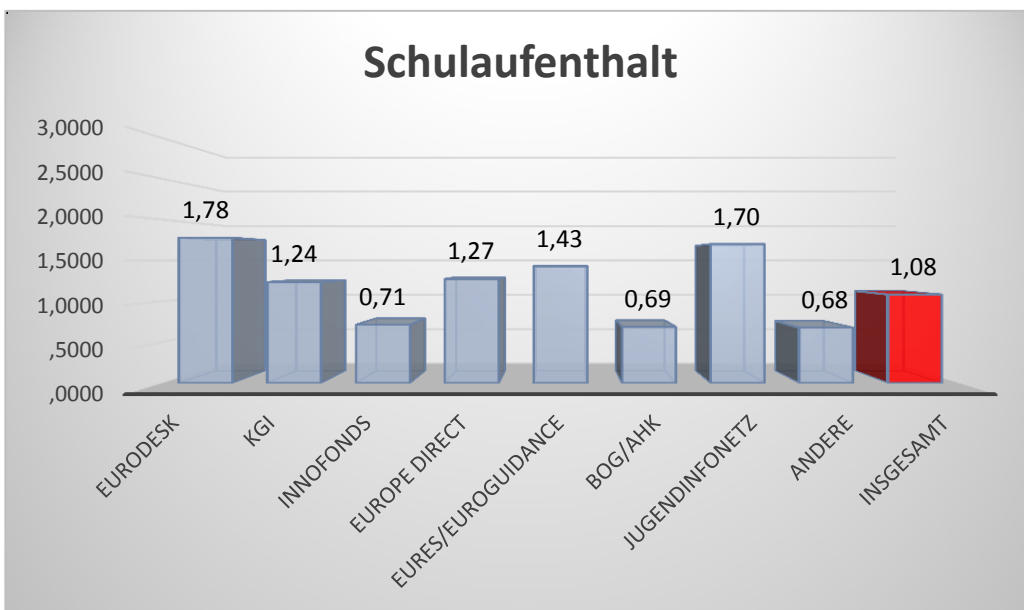


Abbildung 15 Schulaufenthalt

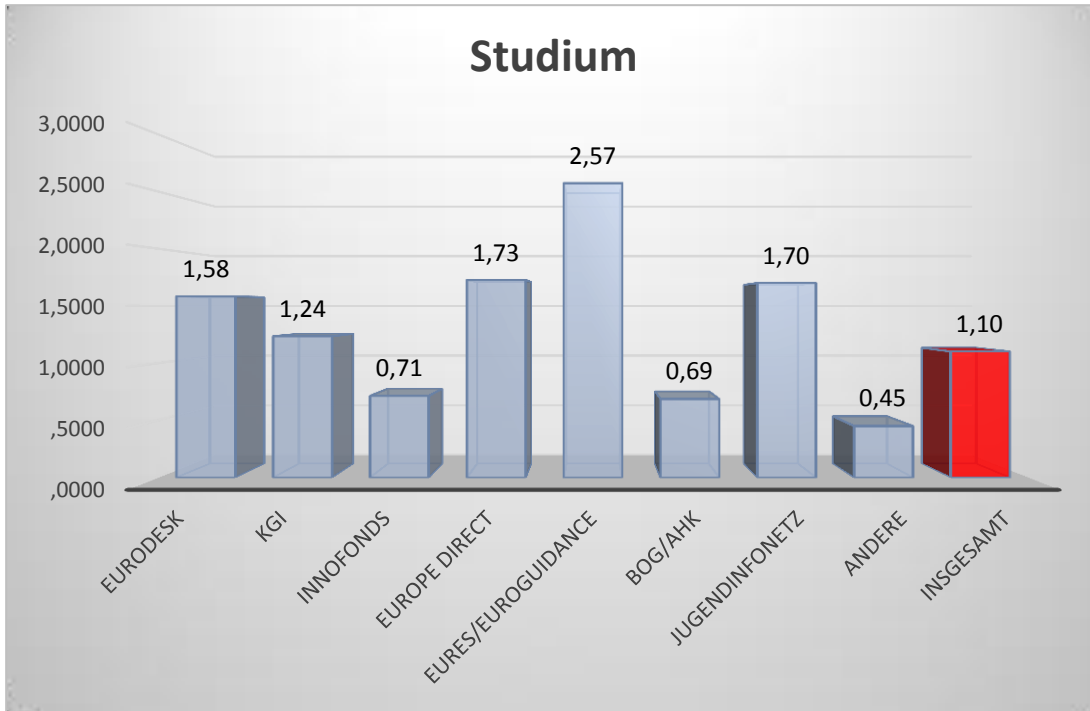


Abbildung 16 Studium

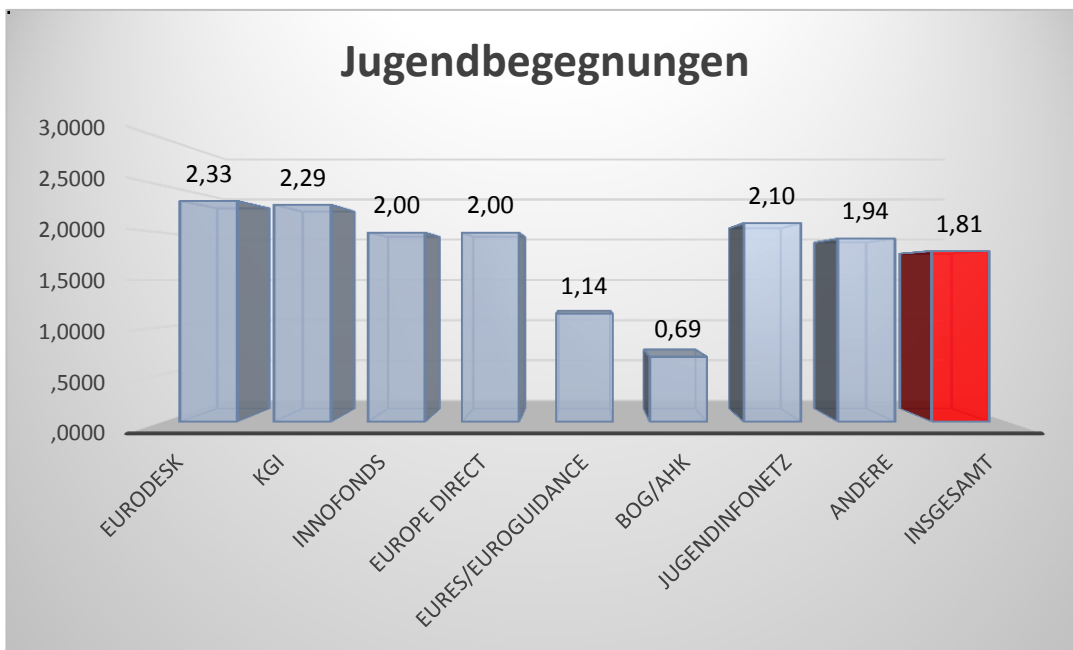


Abbildung 17 Jugendbegegnungen

Auch zu Fragen rund ums Studium im Ausland wird bei den meisten Netzwerken kaum oder nur wenig beraten. Hier bietet insbesondere EURES/Euroguidance eine begleitende Beratung (2,5 Punkte). **Jugendbegegnungen haben den zweithöchsten Mittelwert (1,8 Punkte)** von allen vorgegebenen Themenbereichen. Eurodesk, Kommune goes International (beide 2,3) und Jugendinfonetz (2,1) bieten die intensivste Beratung, Inno-fondsprojekte und Europe Direct (beide 2,0) haben dieses Thema ebenfalls in ihrem Beratungsportfolio. Jugendbegegnungen werden lediglich von den Netzwerken EURES/Euroguidance und BOG/AHK eher selten oder gar nicht in der Beratungs- und Informationsleistung thematisiert.

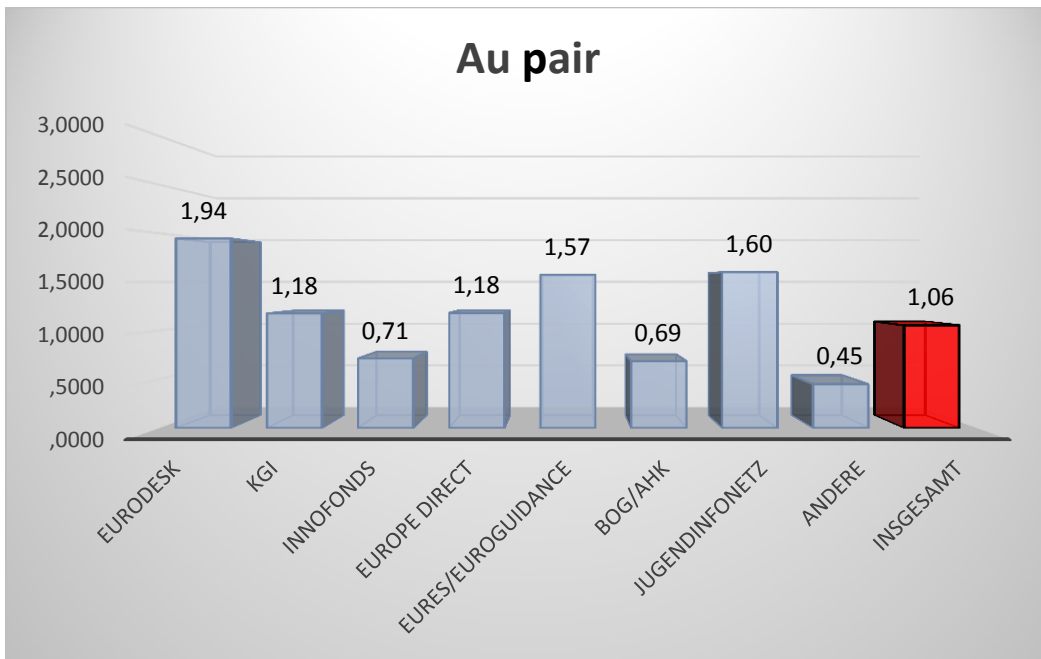


Abbildung 18 Au pair

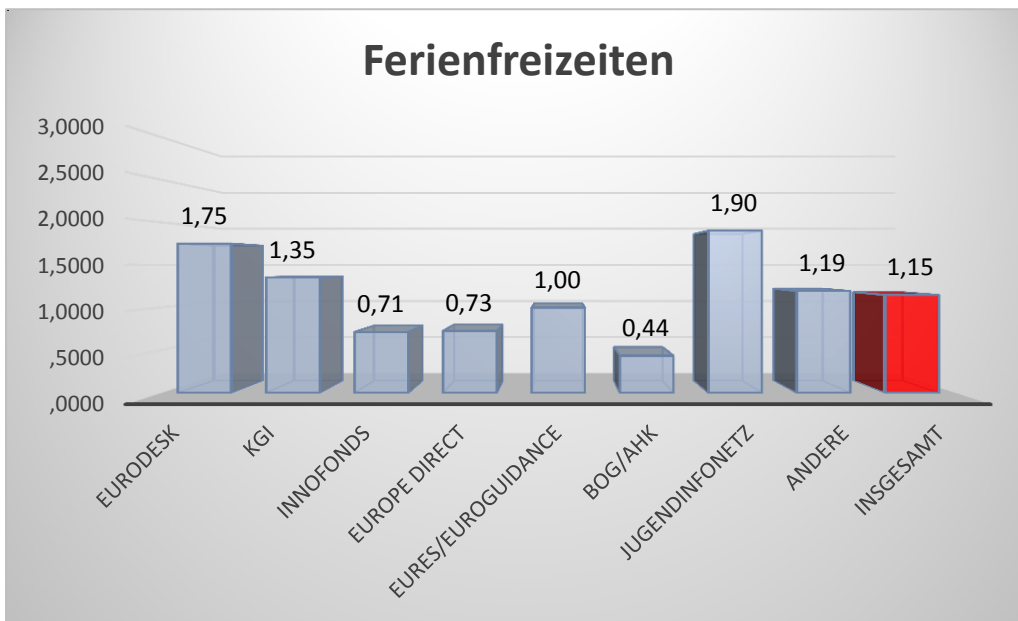


Abbildung 19 Ferienfreizeiten

Bei Themen wie Au pair und Ferienfreizeiten beraten und informieren Eurodesk (respektive 1,9 und knapp 1,8 Punkte) und das Jugendinfonetz (1,6 und 1,9) nach eigenen Angaben am intensivsten im Vergleich zu den anderen Netzwerken. Die beiden Themen Au pair (1,1) und Ferienfreizeiten (1,2) werden dagegen im Rahmen der Informations- und Beratungstätigkeit aller Netzwerke insgesamt weniger intensiv behandelt.

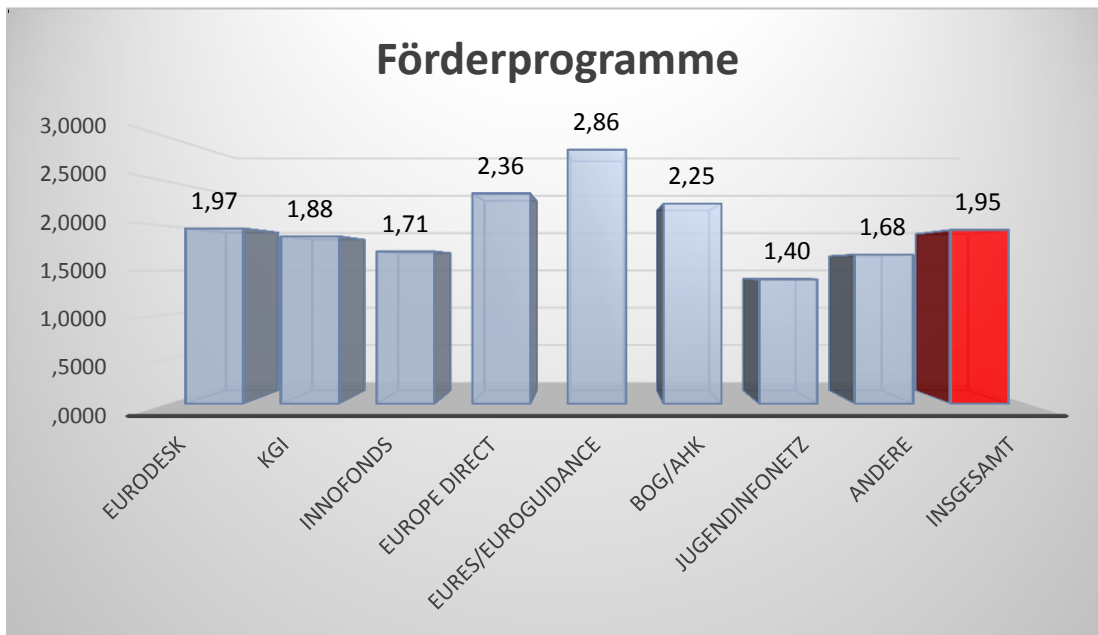


Abbildung 20 Förderprogramme

Das Thema Nr. 1 bei den meisten Netzwerken (gesamter Mittelwert 2,0) ist **Förderprogramme**. Begleitende Beratung wird am häufigsten von EURES/Euroguidance (2,9) und Europe Direct (2,4) angeboten, alle weiteren Netzwerke bieten zumindest im Schnitt Erstberatung an.

Marginale Beratungs- und Informationsthemen

Da diese Synopse das Ziel verfolgt, Weiterentwicklungspotenziale zu ermitteln, ist auch die Identifikation von eher unterdurchschnittlich beratungsintensiven Themen wichtig.

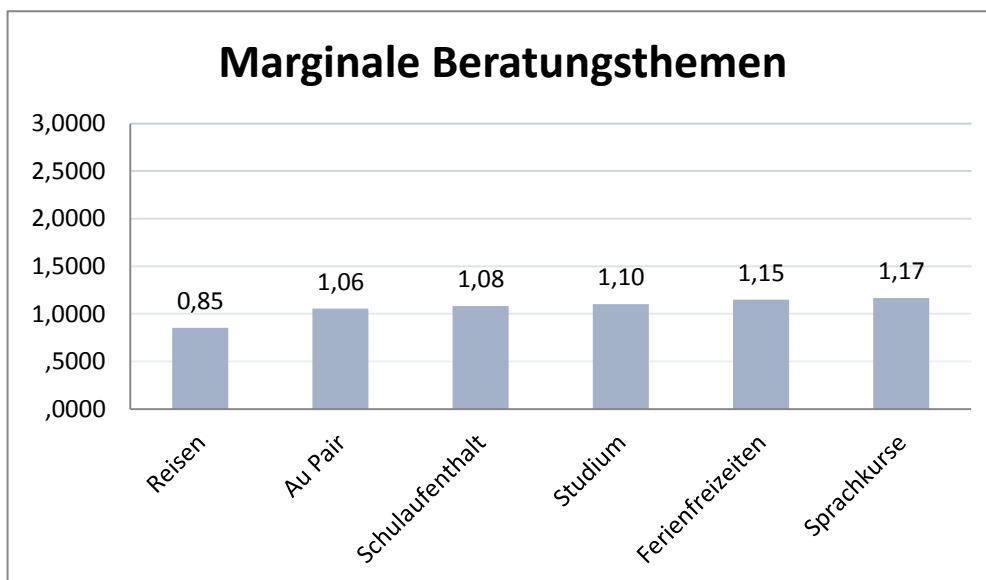


Abbildung 21 Marginale Beratungsthemen

Reisen, Au pair, Schulaufenthalte, Studium³, Ferienfreizeiten und Sprachkurse liegen unter dem Wert von 1,2 Punkten und sind damit **marginale Beratungsthemen**.

Kommunikationskanäle für die Jugendinformation und -beratung

Ein weiterer Aspekt dieser Umfrage ist die Identifizierung der Häufigkeit der Nutzung von Kommunikationskanälen für die Beratung und Information. Im Zusammenhang mit der Analyse der Erreichbarkeit bestimmter Zielgruppen hilft es zu überprüfen, ob die gewählten Kanäle zur Ansprache dieser Zielgruppen auch die effektivsten sind.

Bei der Frage nach der Nutzung von Servicekanälen wurde den Befragten ein Katalog von Möglichkeiten vorgegeben, die genannt oder nicht genannt werden konnten.

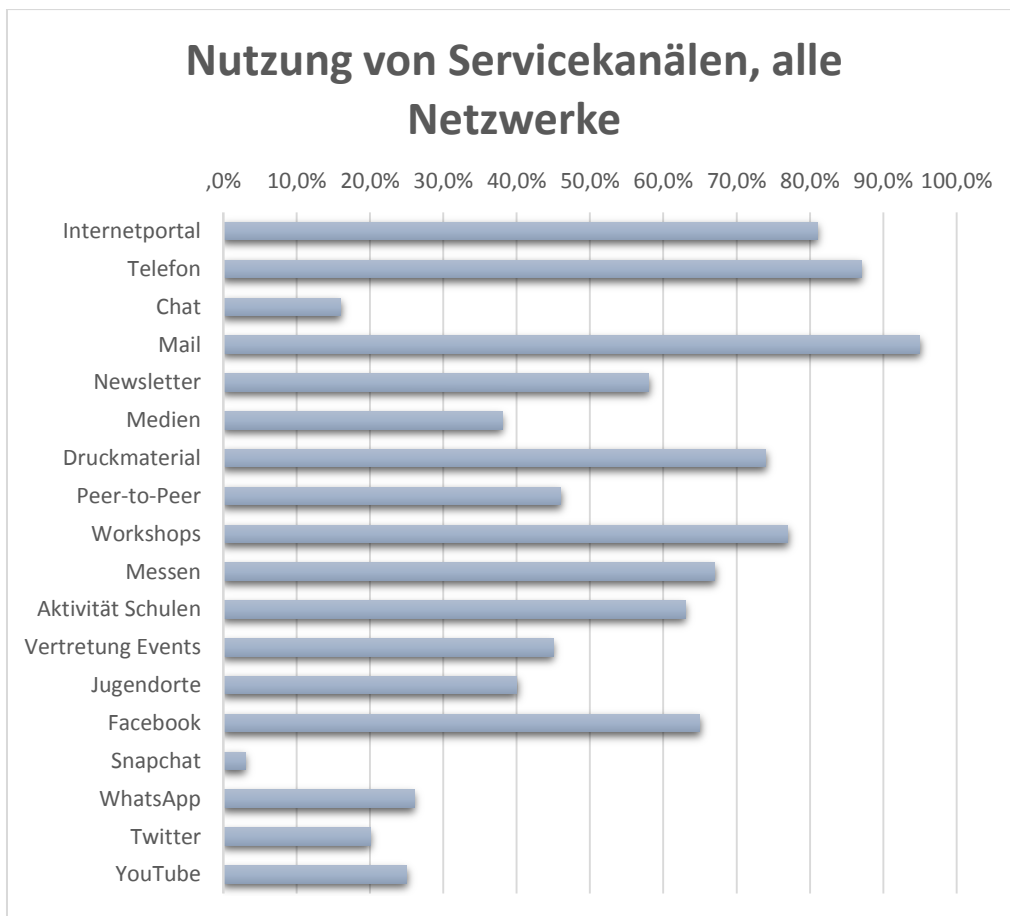


Abbildung 22 Nutzung von Servicekanälen, alle Netzwerke (Mehrfachnennung möglich)

95 % der Befragten nutzen in ihrer Beratungs- und Informationstätigkeit Mail, Telefon (87 %) und Internetportal (81 %). Das sind die TOP 3 der Beratung. Workshops und Vorträge (77 %), Druckmaterialien (74 %), und Vertretung auf Messen (67 %) kommen ebenfalls häufig vor. **Facebook ist am beliebtesten bei den Social-Media-Kanälen** mit 65 %. Aufsuchende Aktivitäten in Schulen werden von 63 % genutzt, Newsletter/Verteiler von 58 %. Weniger als die Hälfte nutzt den Peer-to-Peer-Ansatz zur Information (46 %), 45 % sind bei Sport- und Kulturveranstaltungen vertreten, 40 % in Jugendclubs, -zentren, -treffs und -verbänden. 38 % der Befragten nutzen Medien [TV, Rundfunk, (Online-)Zeitungen] als Servicekanal. Social-Media-Kanäle und Tools sind am Ende der Liste:

³ Hier ist zu beachten, dass die Akademischen Auslandsämter der Hochschulen an der Umfrage nicht beteiligt waren.

26 % nutzen WhatsApp, 25 % Instagram, 25 % YouTube, 20 % Twitter, 16 % Chat und nur 3 % Snapchat.

Kanäle für Dienstleistungen nach Netzwerken

Auch die Frage, ob es sichtbare Abweichungen bei der Nutzung der Kommunikationskanäle bei den einzelnen Netzwerken gibt, wurde anhand der erhobenen Daten ausführlich untersucht.

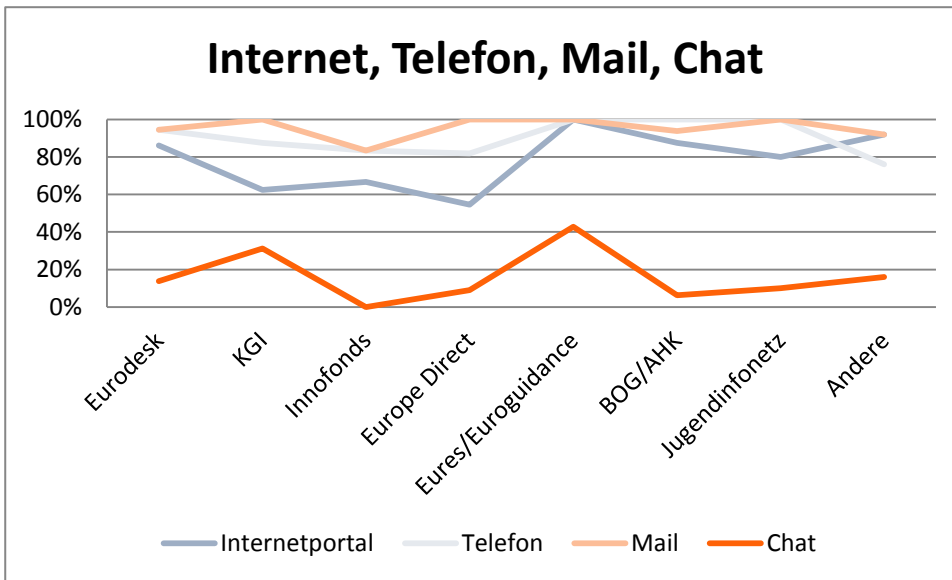


Abbildung 23 Internet, Telefon, Mail, Chat

Es zeigt sich, dass auch hier die persönliche Ansprache über die eher „klassischen“ Formen Telefon und Mail bei allen Netzwerken im Vordergrund steht. Das Internetportal wird bei einigen Netzwerken nicht ganz so häufig benutzt und die direkte Ansprache durch Chats wurde deutlich weniger häufig genannt. Die „Schwelle“ von 20 % beim Chat wird nur bei den Netzwerken KGI-Kommunen und EURES/Euroguidance überschritten.

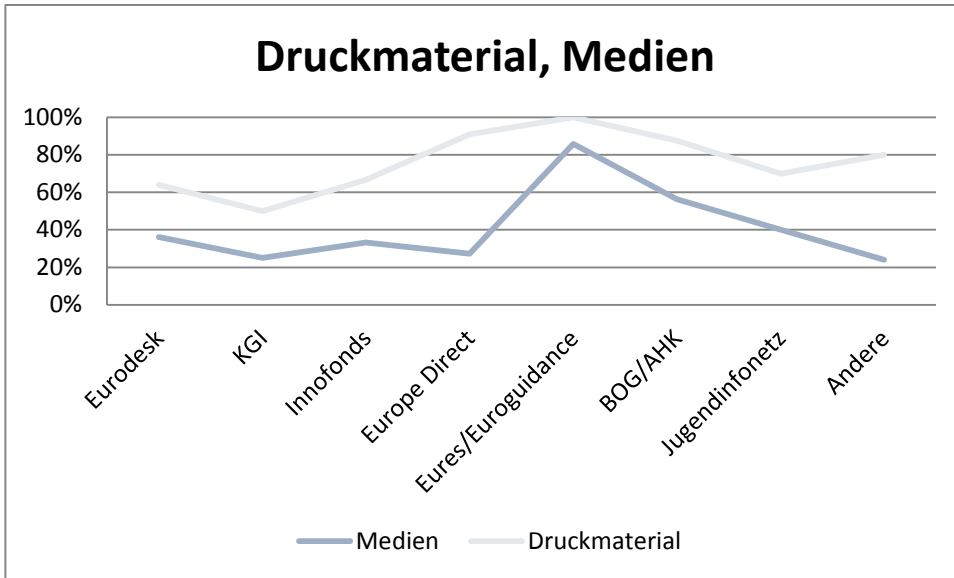


Abbildung 24 Druckmaterialien, Medien

Medien als Servicekanal werden insbesondere häufiger von EURES/Euroguidance und „Berufsbildung ohne Grenzen“ in Anspruch genommen. Druckmaterialien wie Broschüren, Flyer und Ähnliches werden durchschnittlich von allen Netzwerken häufiger als Medien eingesetzt; die 80-Prozent-Schwelle wird von EURES/Euroguidance und „Berufsbildung ohne Grenzen“ und Europe Direct überschritten.

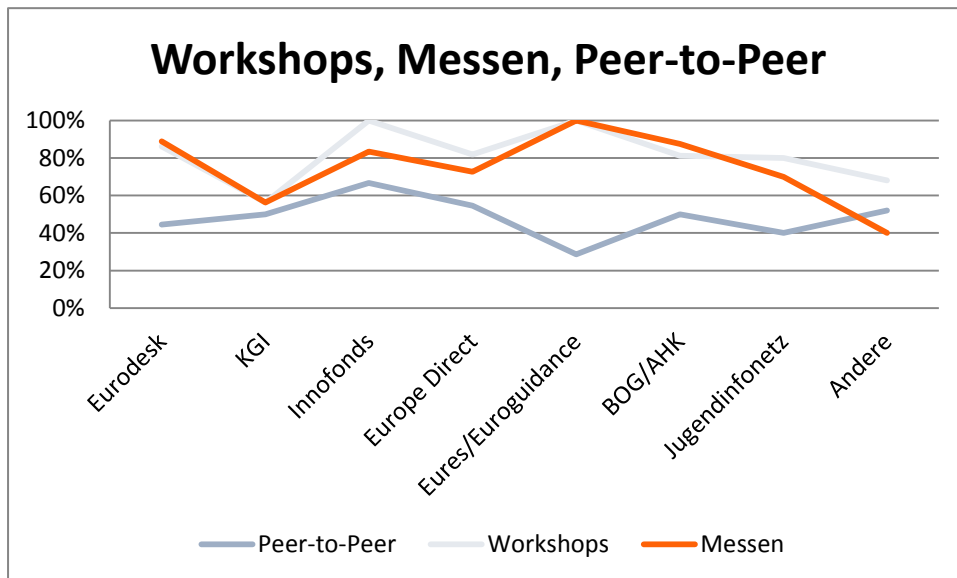


Abbildung 25 Workshops, Messen, Peer-to-Peer

Das Antwortverhalten auf die Kanäle „Workshops/Vorträge“ und „Vertretung auf Messen“ stimmt weitgehend überein. Hier ragen die Innofondsprojekte und Eures/Euroguidance auffallend stark heraus. Weniger häufig wird der Peer-to-Peer-Ansatz genutzt, wo Innofondsprojekte (67 %) und Europe Direct (55 %) die Spitzenreiter sind.

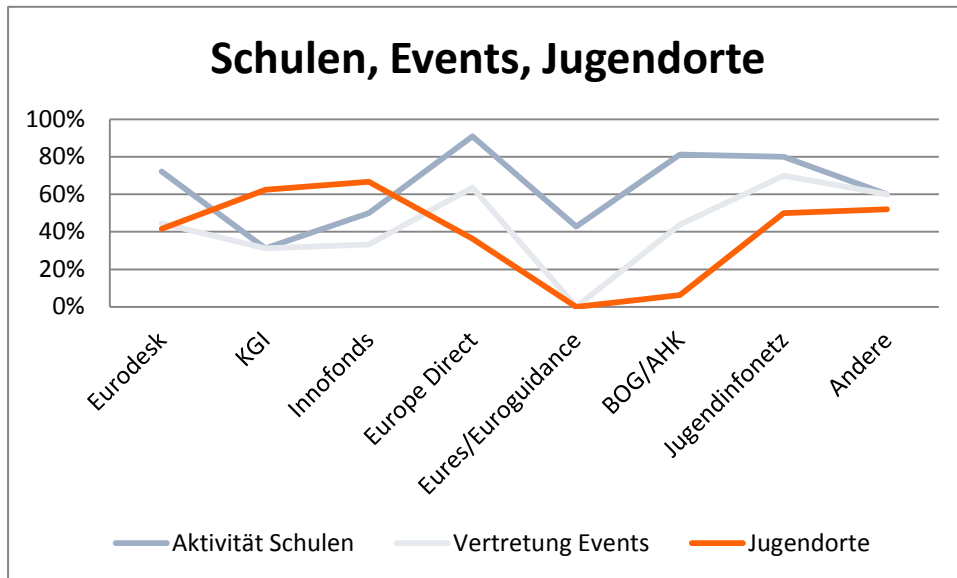


Abbildung 26 Vertretung an Schulen, bei Sport- und Kulturveranstaltungen, aufsuchende Aktivitäten in Jugendclubs, -zentren, -treffs, -verbänden

Schulen als Beratungs- und Informationsorte nannten Europe Direct (91 %), „Berufsbildung ohne Grenzen“ (81 %), Jugendinfonetz (80 %) und Eurodesk (72 %) am häufigsten. Events wurden durch das Jugendinfonetz (70 %) und Europe Direct (64 %) recht stark genutzt. Aufsuchende Aktivitäten in Jugendclubs, -zentren, -treffs, -verbänden erfolgten am häufigsten bei den Innofondsprojekten (67 %), KGI-Kommunen (63 %) und beim Jugendinfonetz (50 %). „Berufsbildung ohne Grenzen“ und EURES/Euroguidance sind dort am wenigsten vertreten – entsprechend erreichen sie 6 % und 0 %.

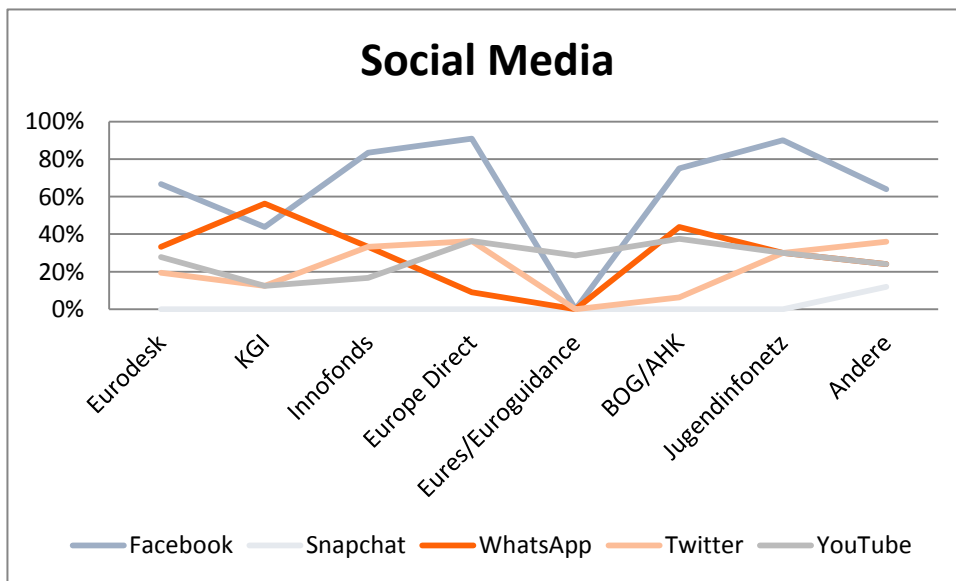


Abbildung 27 Social Media Kanäle

Bei der Nutzung von Social Media fallen ebenfalls Unterschiede auf. Facebook nutzen mit 91 % Europe Direct, 90 % Jugendinfonetz, 83 % Innofondsprojekte, 75 % „Berufsbildung ohne Grenzen“ und 67 % Eurodesk am häufigsten. An zweiter Stelle folgt WhatsApp mit höheren Anteilen bei den KGI-Kommunen (56 %). Instagram nennt Europe Direct am häufigsten (46 %), gefolgt von Jugendinfonetz (40 %) und „Andere“ (40 %). Twitter wird am häufigsten bei Europe Direct (36 %) und den Innofondsprojekten (33 %) eingesetzt. Die Nutzung von Twitter korreliert auch mit der von Instagram. YouTube ist der einzige Kanal, der von allen Netzwerken - auch von EURES/Euroguidance - beachtet wird. YouTube nutzen am häufigsten „Berufsbildung ohne Grenzen“ (38 %) und Europe Direct (36 %). **Snapchat wird von keinem Netzwerk genutzt.**

Zielgruppen und Reichweiten

Die Frage nach Zielgruppen, Reichweiten und Anzahl der jährlichen Beratungskontakte war optional. Für gesicherte Aussagen müsste zumindest die Hälfte der Befragten bei jedem Netzwerk dazu Angaben machen. Da nicht bei allen Netzwerken der Fall ist, werden diese Angaben hier nicht analysiert.

Abschließende Zusammenfassung der Umfrageergebnisse

Die Teilnehmenden der im Mai 2018 durchgeführten Umfrage sind ehren- oder hauptamtlich Beschäftigte von Einrichtungen der Kinder- und Jugendarbeit, lokalen Dienststellen der Agentur für Arbeit und der Zentralen Auslands- und Fachvermittlung (ZAV), Handwerkskammern, Servicestellen, Jugendämtern, Jugendinformationszentren, freien Trägern und Vereinen sowie verschiedensten Beratungsstellen. Die meisten davon arbeiten auf der regionalen und/oder kommunalen Ebene.

Die meisten Befragten, die einem der angegebenen Netzwerke angehören, zählen zu den Eurodesk-Partnern oder -Mobilitätslotsen sowie den Kommunen des Netzwerks „Kommune goes International“ oder geben an, Mobilitätsberater/-in des Förderprojekts der DIHK Service GmbH „Berufsbildung ohne Grenzen“ zu sein. Die Hälfte der befragten Angehörigen dieser Einrichtungen gaben an, dass ihre Info- und Beratungsstelle einem Netzwerk angehört, ein weiteres Viertel gehört mehr als einem der angegebenen Netzwerke an.

Kooperationspartner sind vorwiegend Schulen, Jugendverbände, Jugendämter und Ministerien; weniger vertreten sind Servicestellen, Akteure der Jugendarbeit, Medien, Berufsschulen, Vereine, Arbeitsagenturen.

Durch die Typisierung der Netzwerkzugehörigkeit in sieben verschiedene Gruppen und einem Mittelwertvergleich der thematischen Beratungsintensität werden signifikante Unterschiede sichtbar. Es gilt: Je mehr Vernetzung, desto stärker die Beratungsintensität.

Über die Themen Förderprogramme, Jugendbegegnung, Praktika, berufliche Aus- und Weiterbildung und Freiwilligendienste wird am intensivsten beraten und informiert. Reisen, Au pair, Schulaufenthalte, Studium, Ferienfreizeiten und Sprachkurse sind die am wenigsten abgedeckten Beratungsthemen.

Unterschiede, je nach Themenbereich mal stärker, mal weniger stark voneinander abweichend, werden erkennbar bei einer vergleichenden Betrachtung nach Netzwerkzugehörigkeit. EURES/Euroguidance bieten angesichts ihrer schwerpunktmäßigen Ausrichtung bei Themen wie Arbeiten und Jobben sowie Sprachkursen die vergleichsweise intensivste Beratung an. Bei den eher marginalen Themen wie Au pair und Ferienfreizeiten schneiden Eurodesk und Jugendinfonetz am besten ab, während bei den eher berufsbezogenen Themen Praktika und Berufliche Aus- und Weiterbildung neben dem Eurodesk-Netzwerk auch „Berufsbildung ohne Grenzen“ und EURES/Euroguidance intensiver informieren und beraten.

Eurodesk und Jugendinfonetz sind auch die Vorreiter in der Beratung zu Workcamps. Zum Thema Freiwilligendienste informieren Eurodesk, Europe Direct und Jugendinfonetz am intensivsten, „Berufsbildung ohne Grenzen“ am wenigsten. Ähnliches gilt auch zum Themenbereich Schulaufenthalte (im Ausland): Obwohl durchschnittlich ein wenig abgedecktes Themengebiet, beraten auch hier Eurodesk und Jugendinfonetz am intensivsten. Zu Fragen des Auslandsstudiums wiederum bieten EURES/Euroguidance hauptsächlich eine eigene begleitende Beratung an.

Jugendbegegnungen erreichen den zweithöchsten Mittelwert von allen vorgegebenen Themen. Eurodesk, Kommune goes International und Jugendinfonetz beraten und informieren dazu intensiv, Innofondsprojekte und Europe Direct haben diesen Bereich auch in ihrem Beratungsportfolio. Zu Förderprogrammen, dem Thema mit dem höchsten Mittelwert, bieten EURES/Euroguidance und Europe Direct eine eigene begleitende Beratung an, alle weiteren Netzwerke zumindest Erstberatungen.

Fast alle Befragten nutzen Mail, Telefon und Internetportal als Kanäle für ihre Informations- und Beratungsdienstleistungen. Workshops und Vorträge, Druckmaterialien, Vertretung auf Messen kommen häufig vor. Aufsuchende Aktivitäten in Schulen und Newsletter/Verteiler werden immerhin von über der Hälfte genutzt. Weniger als die Hälfte nutzt den Peer-to-Peer-Ansatz, sind bei Sport- und Kulturveranstaltungen oder in Jugendclubs, -zentren, -treffs und -verbänden vertreten. 38 % der Befragten setzen auf Medien [TV, Rundfunk, (Online-)Zeitungen] als Servicekanäle. Facebook wird am häufigsten als Social-Media-Kanal eingesetzt, andere wie Instagram, WhatsApp, YouTube, Twitter, Chat stehen eher am Ende der Liste. Vollkommen bedeutungslos ist Snapchat als Kommunikationskanal im Rahmen der Beratung.

Fallstudien

Wie schon in der Methodik beschrieben, wurden im Rahmen dieser Synopse zwei Fallstudien durchgeführt, um qualitative Daten zu sammeln. Ziel war es, einen tieferen Einblick in die Netzwerk- und Partnerstrukturen vor Ort zu erhalten und die quantitativen Daten der Umfrage besser einordnen zu können. Zum methodologischen Vorgehen und den Teilnehmenden dieser Fallstudien finden sich die Informationen im Abschnitt „[Methodik, Sample](#)“.

Landkreis Rottweil (Baden-Württemberg)

Der Landkreis Rottweil befindet sich in Baden-Württemberg (als einer von 35 Landkreisen und 9 Stadtkreisen). Die Bevölkerung umfasst 138.984 Einwohner⁴, davon, relevant für dieses Fallbeispiel, 24.427 in der Kreisstadt Rottweil⁵, 6.184 in der Gemeinde Dunningen⁶, 2.064 in der Gemeinde Eschbronn⁷, 6.046 in der Stadt Dornhan⁸.

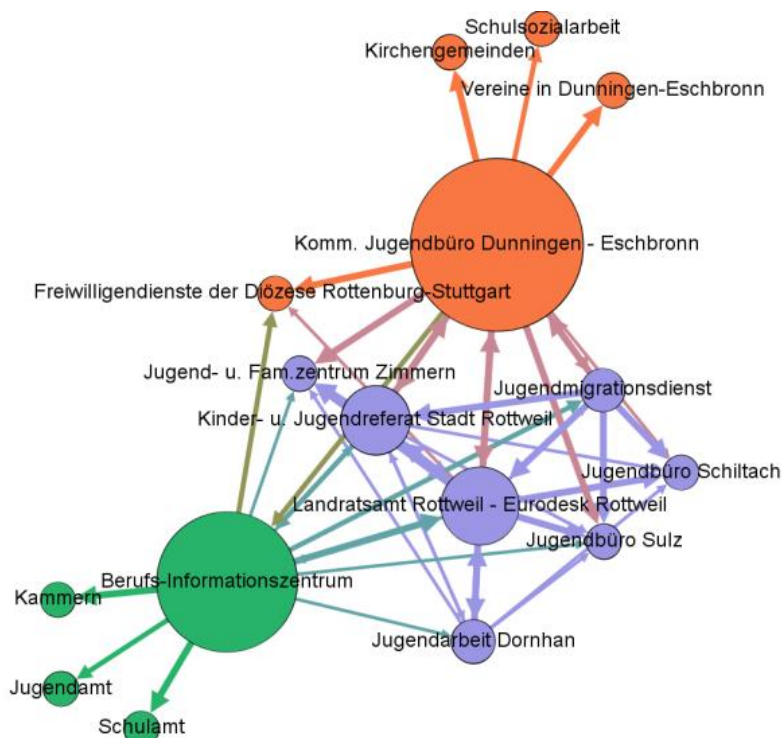


Abbildung 28 Netzwerkanalyse Landkreis Rottweil

⁴ Stand 30.09.2018, <https://www.landkreis-rottweil.de/de/Land-Leute/Zahlen,-Daten-Fakten> (aufgerufen am 10.09.2018)

⁵ Stand 30.06.2014 <https://www.rottweil.de/de/Stadt-Buerger/Unsere-Stadt/Stadtportrait/Zahlen-und-Fakten> (aufgerufen am 10.09.2018)

⁶ Stand 31.12.2016, <https://www.dunningen.de/de/Unser-Ort/Ortsportrait/Zahlen-Fakten> (aufgerufen am 10.09.2018)

⁷ Stand 30.06.15, <http://www.eschbronn.de/de/Unser-Eschbronn/Gemeindeportrait/Zahlen-Fakten> (aufgerufen am 10.09.2018)

⁸ Stand 31.12.2017, <https://www.dornhan.de/index.php?id=295> (aufgerufen am 10.09.2018)

Träger und Netzwerke

Die meisten Mobilitätsberatungsangebote werden vom Landkreis und den Kommunen getragen. Seit 2017 sind der Kreisjugendreferent sowie fast alle Interviewpartner/-innen Eurodesk-Mobilitätslotsen und auch Eurodesk-Partner. Eine begleitende Beratung zur Auslandsmobilität wird vom Kreisjugendreferenten in seinem Büro angeboten. Die Gemeinden bieten hauptsächlich Erstberatung an.

Ein wichtiger Partner auf Landesebene ist die Jugendstiftung Baden-Württemberg⁹. Die Jugendstiftung ist proaktiv tätig, sowohl in der Jugendinformation als auch in Auslandsmobilitätsfragen. Die Jugendstiftung ist Träger des Internetportals für Jugendinformation jugendnetz.de. Darüber hinaus fördert sie das Programm Jugendbildung International: Unter www.sprung-ins-ausland.de findet man Informations- und Beratungsangebote zu Mobilitätsfragen. Darüber hinaus wird eine Ausbildung zum Jugendauslandsberater angeboten. Für den Landkreis Rottweil ist die Jugendstiftung bidirektionaler Kooperationspartner und Förderer unterschiedlicher Projekte wie beispielsweise der jährlichen Jugendinfomesse „jetzt aber weg“¹⁰.

Der Organisationskreis für die jährliche Jugendinfomesse zur Auslandsmobilität besteht aus Fachkräften unterschiedlicher Kommunen. Diese sind Teil der Kreisarbeitsgemeinschaft.

Dazu veranstaltet der Kreisjugendreferent auch einen Bildungstag, an dem Bildungseinrichtungen von Kindergärten bis zur Volkshochschule vertreten sind. Er wird auch zu den Sitzungen des Kreisjugendrings eingeladen. Zusätzlich findet eine Zusammenarbeit mit diversen Jugendverbänden statt, um ihre internationale Vernetzung zu stärken. Auf Landesebene ist der Kreisjugendreferent in der Arbeitsgemeinschaft der Kreisjugendreferate, die beim baden-württembergischen Landkreistag angegliedert ist, vernetzt und ist Teil des bundesweiten Eurodesk-Netzwerks.

Das Kinder- und Jugendreferat der Stadt Rottweil bietet den Jugendlichen offene Treffs zur Freizeitgestaltung an. Diese und ähnliche Akteure, wie beispielsweise das Kommunale Jugendreferat Dunningen/Eschbronn (Jugendinfopunkt) und Jugendarbeit Dornhan, kooperieren mit Schulen, Vereinen und Vereinsringen, anderen Gemeinden, dem Arbeitsamt, dem Jugendmigrationsdienst. In der Gemeinde Dunningen ist im Bereich Internationaler Jugendaustausch die lokale Kirchengemeinde ein wichtiger Partner, da sie selbst internationalen Austausch fördert. Die Jugendbüros, Jugendpfleger und Jugendreferate im Landkreis Rottweil sind Teil der Kreisarbeitsgemeinschaft Jugendreferate, welche vom Kreisjugendreferat Rottweil koordiniert wird.

Das Berufsinformationszentrum (BIZ) ist eine Selbstinformationseinrichtung. Seine Arbeit wird durch das Beraterteam U25 bei der lokalen Agentur für Arbeit ergänzt. Die Vertreter/-innen haben Schulamt, Jugendamt und Eurodesk Rottweil als Partner identifiziert. Jugendverbände wurden dabei nicht genannt. Das BIZ ist Teil des lokalen Schule/Wirtschaft-Netzwerks.

Der Jugendmigrationsdienst ist eine Erstanlaufstelle für junge Migrant(inn)en, die in Deutschland ankommen und im Rahmen der Integration begleitende Beratung erhalten.

⁹ <https://www.iugendstiftung.de/>

¹⁰ <http://jetzt-aber-weg.de/>

Damit sind diese Angebote weniger relevant für diese Synopse. Für andere Informations- und Beratungsangebote ist der Dienst aber ein wichtiger Partner für diese Zielgruppe.

Relevantes Zitat:

„... Die Ehrenamtlichen im Sport (wollen) nicht noch eine weitere Baustelle. Sie sind froh, wenn sie ihren Regelbetrieb aufrechterhalten können.“

Teilnehmer der Fallstudie zu fehlender Kooperation mit Sportvereinen beim Thema Mobilität.

Dienstleistungen und Kanäle

Der Kreisjugendreferent berät Jugendliche in allen Lebenssituationen (monatlich ca. fünf intensive Einzelberatungen) sowie Fachkräfte und Vereine, die mit Jugendlichen arbeiten. Es werden Veranstaltungen in Schulen, Workshops und Vorträge im BIZ durchgeführt. Das Büro im Landratsamt dient als Anlaufstelle. Es wird ein Pool von 20 Jugendlichen mit Auslandserfahrung betreut, die zu Erlebnisberichten eingeladen werden. Genutzte Kanäle: Telefon und E-Mail, kein Kontakt über Social Media aus technischen Gründen möglich – da man an landesweite IT-System angebunden ist und dies nicht ermöglicht wird.

Außer Mobilität berät der Kreisjugendreferent über folgende Themen: schulische und berufliche Bildung, Suchtprävention, Gesundheitserziehung, Kriminalprävention, Schuldenberatung (Lebensberatung).

Ähnlich sieht es auch bei kommunalen Stellen in Gemeinden aus: Hier werden öfter Fragen zu Themen wie Alkohol- und Drogenprävention, Sexualität, Liebe und Freundschaft an die Jugendarbeiter(inn)en gestellt. In Ergänzung zu den schon erwähnten Kommunikationskanälen kommen hier auch Social-Media-Kanäle zum Einsatz: weniger Facebook, häufiger WhatsApp.

Im BIZ wird Erstberatung im Informationszentrum per E-Mailanfrage, über Telefon, auf Veranstaltungen ("Wege ins Ausland") und bei Vorträgen vor Schulklassen angeboten, bei Fragen zur Auslandsmobilität findet ein Verweis an die Eurodesk-Stelle statt.

Relevante Zitate:

„Wichtig dabei ist, dass sie wissen, wo sie die Informationen finden können. Dafür eignet sich insbesondere „Raus-von-zu-Haus“. Man findet alle Informationen und es ist nutzerfreundlich.“

Teilnehmer der Fallstudie zu genutzten Materialien

„Man kann sagen, dass die EURODESK-Materialien ein weites Themenspektrum abdecken ... Die Zusammenarbeit mit EURODESK stellt derzeit eine große Unterstützung dar.“

Teilnehmerin der Fallstudie zu genutzten Materialien

„Ich habe auch mal den Facebook-Messenger verwendet. Inzwischen nicht mehr, da die Jugendlichen nicht mehr so in Facebook aktiv sind. WhatsApp geht da auch viel schneller.“

Teilnehmerin der Fallstudie zu genutzten Kanälen

Erreichen von Austauschenerfahrenen

Das Thema Mobilität wird bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen erst seit kurzer Zeit im Rahmen der Jugendarbeit angesprochen. Die Fachkräfte beschreiben oft, dass Jugendliche aus Haupt-, Real- und besonders Förderschulen am schwierigsten beim Thema anzusprechen seien, weil sie davon überzeugt seien, dass Angebote der internationalen Jugendarbeit nicht für sie und ihre Situation geeignet wären.

Auf institutioneller Ebene hat man probiert, über das Schulamt Informationen an alle Schulen im Landeskreis zu verschicken. Sie wurden aber kaum weitergeleitet oder wahrgenommen. Es ist klar geworden, dass zahlreiche Werbestrategien verfolgt werden müssen, wenn man alle Jugendlichen erreichen will. Es werden Social-Media-Kanäle bedient, Flyer an Orten verteilt, wo Jugendliche sich aufhalten, Plakate in Schulbussen ausgehängt, Direktmailings an Jugendverbände und Jugendhäuser sowie Newsletter verschickt. Spannenderweise wurde eine Anzeige in der lokalen Tageszeitung als erfolgreich beschrieben.

In Fällen des direkten Kontakts gehen Fachkräfte mehr auf die persönliche Beziehung ein. Eine Interviewpartnerin fand, dass ihr eigener ausländischer Hintergrund hilft, mit Jugendlichen zum Thema in Kontakt zu treten. Man merkt, dass offene Jugendarbeit in den Augen der Jugendlichen nicht immer mit dem Thema Mobilität verbunden wird. Man wünscht sich eine Fachstelle mit diesem Schwerpunkt und gesonderten Öffnungszeiten, um das Thema präsenter zu machen.

Fachkräfte, die selbst Erfahrungen im internationalen Jugendaustausch haben, scheinen das Thema proaktiver in ihrer Arbeit anzugehen.

Relevante Zitate:

„Es muss lebensnah sein. Es muss im Alltag der Jugendlichen ankommen.“

Teilnehmer der Fallstudie zu Gelingensfaktoren bei der Erreichung austauschenerfahrener Jugendlicher

„Beziehung ist das wichtigste. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass die Arbeit erfolgreicher ist, wenn Jugendliche die Sache selber in die Hand nehmen dürfen.“

Teilnehmerin der Fallstudie zu Gelingensfaktoren bei der Erreichung austauschenerfahrener Jugendlicher

„Jugendliche aus Förderschulen, die glauben, dass sie sowieso nicht ins Ausland dürfen. Sie kennen ihre Möglichkeiten meist nicht ... Die Jugendlichen machen sich dann auch große Sorgen über den finanziellen Aspekt.“

Teilnehmerin der Fallstudie zu Gelingensfaktoren bei der Erreichung austauschenerfahrener Jugendlicher

Herausforderungen und Perspektiven

Im Landratsamt werden fehlende hauptamtliche Mitarbeiter sowie gut qualifizierte Multiplikatoren in der Mobilitätsberatung als zentrale Herausforderungen beschrieben. Perspektivisch sieht man Potenzial für mehr Peer-to-Peer-Beratung.

Die Fachkräfte in den Gemeinden fühlen sich für das Thema der Auslandsmobilität durch die Eurodesk-Mobilitätslotsenfortbildung gut vorbereitet, manche könnten mehr Fachpersonal und Arbeitszeit gebrauchen. Man wünscht sich nur zentral ausgearbeitete Informationen auf aktuellstem Stand, die zur Weitergabe jederzeit bereits vorliegen. Das ist wichtig, weil die meisten Fachkräfte noch weitere Tätigkeiten in ihrer Funktion ausführen müssen und keine Zeit für Recherche haben.

Im BIZ sucht man nach jugendrelevanten Themen für Veranstaltungen, junge Leute selbst werden aber nicht in diese Prozesse einbezogen. Aufgrund der engen Kooperation mit Schulen steigt der Bedarf für die Beratung und Kundenzahl.

Relevante Zitate:

„Wir liegen immer an der Grenze unserer Kapazitäten.“
Teilnehmerin der Fallstudie zu Herausforderungen

„Jugendliche sind engagiert, wenn sie begeistert sind, sie sind engagiert, wenn sie ein eigenes Projekt haben, sie sind engagiert, wenn die Erwachsenen nicht die ganze Zeit an ihnen rumbasteln, Jugendliche sind engagiert, wenn man die Geduld hat, zu warten, ob der Bedarf entsteht. Man muss einfach Geduld haben, sie sind engagiert.“
Teilnehmerin der Fallstudie zu Perspektiven

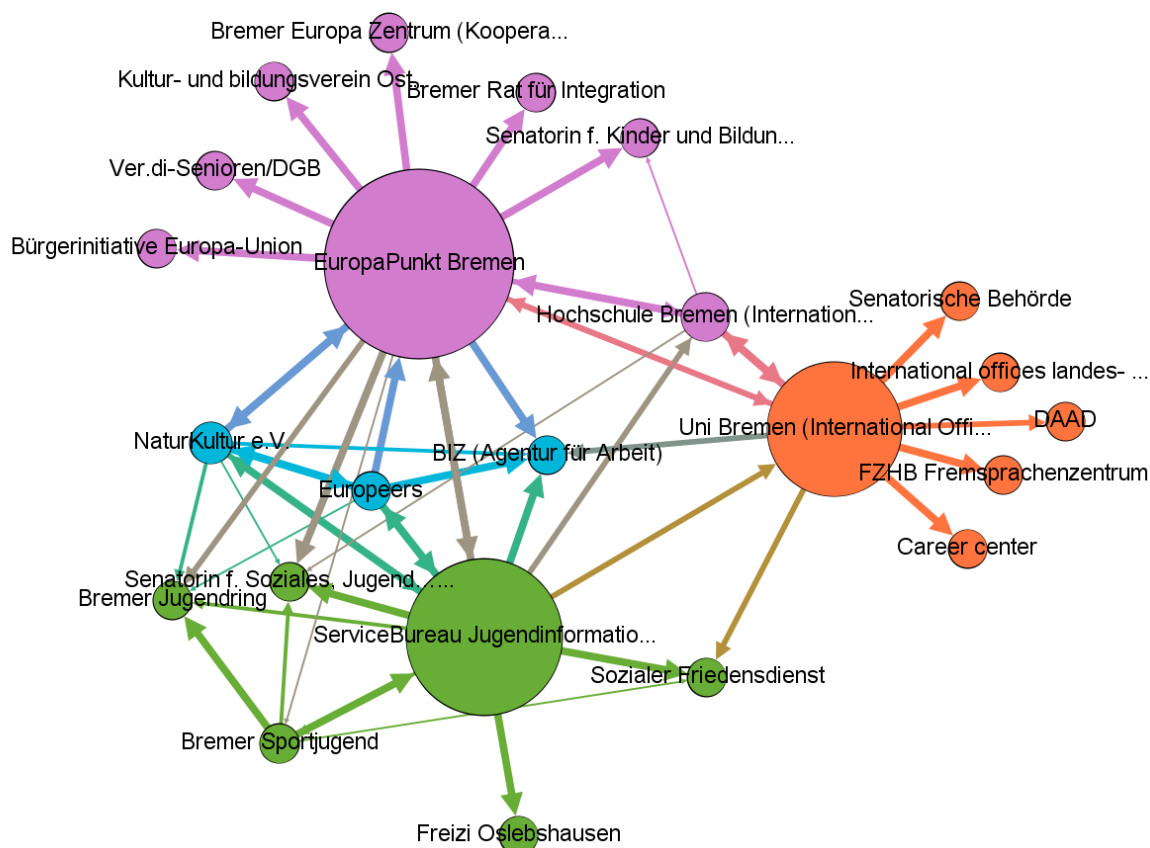
„Ich sehe durch die Ganztagschulen ein Problem, dass man die Jugendlichen nur im 45-Minuten->Takt sieht. Ich sehe das als Herausforderung, weil es schwieriger geworden ist, an den Jugendlichen heranzukommen.“
Teilnehmerin der Fallstudie zu Herausforderungen

Stadt Bremen

Die Stadt Bremen ist Teil der Freien Hansestadt Bremen. Ihre Einwohnerzahl beträgt 565.719¹¹.

Träger und Netzwerke

¹¹ Stand 31.12.2016. Statistisches Landesamt Bremen, *Bremen in Zahlen 2018*, Bremen, Aug. 2018, S. 10



Auf Landesebene gewährleistet die Senatorin für Soziales, Jugend, Frauen, Integration und Sport der Freien Hansestadt Bremen (Referat 22 – Kinder- und Jugendförderung) fachliche Beratung und Unterstützung der Träger der Internationalen Jugendarbeit. Sie vergibt auch den Auftrag für Jugendinformation und -beratung. Dieser Auftrag wird seit geraumer Zeit vom ServiceBureau Jugendinformation ausgeführt, das eine Einrichtung der Jugendbildungsstätte LidiceHaus ist. Darunter fällt auch der Bremische Jugendserver jugendinfo.de, der vom ServiceBureau Jugendinformation betrieben wird und umfassend Jugendinformation anbietet.

Das ServiceBureau Jugendinformation als Eurodesk-Partner leistet Mobilitätsberatung. Dazu berät es Träger der internationalen Jugendarbeit (Teil des „Kommune goes International“-Netzwerks) und bietet medienpädagogische Maßnahmen an. Unter anderem wird mit dem Sozialen Friedensdienst, Schulen und dem BIZ zusammengearbeitet. Darüber hinaus ist die Einrichtung Mitglied des Arbeitskreises deutscher Bildungsstätten; auf der Ebene der Fachkräfte wirkt die Einrichtung in einem Netzwerk der am Europäischen Freiwilligendienst (EFD) interessierten Einrichtungen mit, wo auch Förderprogrammberatung stattfindet.

Die International Offices der Uni Bremen und der Hochschule Bremen sind unter den Hochschulen landes- und bundesweit vernetzt. Die Agentur für Arbeit, Schulen und senatorische Behörden sind als Hauptpartner identifiziert worden.

Die Bremer Sportjugend baut ihr Angebot der Beratung für Fachkräfte der Mitgliedsvereine zur internationalen Jugendarbeit neu auf. Das ServiceBureau, die Honorarkonsulin der Partnerländer, die Sozialsenatorin im Referat 22 und Jugendverbände wurden als Kooperationspartner bezeichnet.

NaturKultur e. V. ist eine EFD-Entsende- und Aufnahmeorganisation, die internationale Jugendarbeit und Jugendbegegnungen durchführt und Mobilitäts- und Fachkräfteberatung zu EFD-Fragen (Antragstellung u. Ä.) in ihrem Profil hat. NaturKultur e. V. arbeitet mit dem ServiceBureau, Vereinen und dem Jugendamt zusammen. Sie sind Teil des Ortsbürgervereins; andere Netzwerke sind eher informell und international, weil es teilweise Zugangsbarrieren für eine Mitgliedschaft gibt und bestimmte Qualifikationen vorausgesetzt werden, die nicht immer denen der Freiwilligen entsprechen.

Europeers sind ehemalige Teilnehmende des EU-Programms Erasmus+ JUGEND IN AKTION oder des Europäischen Solidaritätskorps, die auf freiwilliger Basis ihre Erfahrungen mit anderen Jugendlichen in unterschiedlichen Formaten teilen. Das Europeer-Mitglied in Bremen arbeitet mit Eurodesk (ServiceBureau), Vereinen wie NaturKultur, dem Diakonischen Werk, Schulen und Europe Direct zusammen. Es ist Teil des Europeers-Netzwerkes.

Die Einrichtung Europapunkt ist ein Ansprechpartner für Fragen zur Europapolitik, das vom Land Bremen getragen wird. Die Kooperationspartner sind Enterprise Europe Network, das Servicebureau, der Landesjugendring, Universitäten und Hochschulen usw. Europapunkt Bremen ist Teil des Netzwerks der Europe-Direct-Stellen.

Relevantes Zitat:

„Wir sind also so etwas wie ein Knotenpunkt für verschiedene Bereiche der Jugendarbeit.“

Teilnehmerin der Fallstudie zur Rolle der Jugendinformation

Dienstleistungen und Kanäle

Das ServiceBureau Jugendinformation berät per Telefon, Mail oder persönlich mit Terminvergabe. Der Jugendserver jugendinfo.de, die Facebook-Seite und der YouTube-Kanal werden vom ServiceBureau betreut sowie der Kinder- und Jugendreise-Katalog herausgegeben. Darüber hinaus ist die Einrichtung bei Veranstaltungen im Berufsinformationszentrum, auf Messen und in Schulen vertreten.

Die International Offices beraten während ihrer offenen Sprechzeiten ohne Anmeldung oder Gruppenberatung grundsätzlich nur Studierende einzeln. Sie sind auf Hochschulmessen und anderen Informationsveranstaltungen vertreten und betreiben einen Infostand, z. B. in der Mensa zur Mittagszeit. Über die Webseite, das Telefon oder auch Social-Media-Kanäle, wie Instagram oder Facebook, sind sie erreichbar. Die Hauptthemen der Beratung sind Studium und Praktikum im Ausland.

Die Bremer Sportjugend gibt für Fachkräfte Broschüren aus, veranstaltet Workshops und verschickt Informationen mithilfe eines Verteilers.

Europeers halten Vorträge auf Infoveranstaltungen an Schulen oder im Arbeitsamt. Thematisch werden vor allem Möglichkeiten, wie junge Menschen ins Ausland gehen

können, vorgestellt. Dabei wird zu Erasmus+, EFD, Workcamps und Au pair beraten. Junge Leute werden per Mail oder persönlich vor der Abreise oder zur Antragstellung beraten (Erstberatung). Sie werden dann auch an Beratungsstellen verwiesen, wenn intensivere Beratung nötig ist. Facebook und Instagram werden darüber hinaus für die Kommunikation aktiv eingesetzt.

NaturKultur e. V. nutzt die eigene Webseite, eine Facebook-Seite, aufsuchende Vorträge in offenen Jugendzentren und einen Newsletter für die Informationsweitergabe.

Im Europapunkt finden Einzelberatungen und Fördermittelberatung statt, Besucher können sich Informationsmaterial holen, es werden Veranstaltungen und Workshops zu unterschiedlichen Themen organisiert. Webseite, Facebook, Twitter und Instagram gehören zu weiteren zentralen Kommunikationskanälen.

Insgesamt wird der Zugang zu Schulen als schwierig bezeichnet, weil der Unterricht voll ist und Lehrer auch überfordert scheinen. Man wünscht sich mehr Regelmäßigkeit, um die Kommunikationsbestrebungen effektiver gestalten zu können.

Relevante Zitate:

„Ich finde die „Wege ins Ausland“- (Eurodesk) Broschüre wirklich sehr gut gelungen ...für eine strukturierte Erstinformation sehr gut geeignet.“

Teilnehmerin der Fallstudie zu genutzten Materialien

„Die „Wege ins Ausland“-Infoblätter. Die finde ich sehr informativ.“

Teilnehmerin der Fallstudie zu genutzten Materialien

Erreichen von Austauschenerfahrenen

Fachkräfte unterstreichen, dass die Motivation zum Austausch durch Erfahrung geschaffen wird. Sie empfehlen nicht nur einfache Informationsweitergabe, sondern konkretes Mitmachen bei Projekten der internationalen Jugendarbeit, z. B. in Form einer Video-Berichterstattung während einer Jugendbegegnung.

Im Landkreis Rottweil wird die mangelnde Motivation bei bildungsfernen Jugendlichen beschrieben. So wurde bemerkt, dass es beispielsweise sehr schwierig war, Schülern, die kein Abitur machen, den Sinn und Zweck von Auslandsaufenthalten näher zu bringen. Dafür fehle es, so die Aussage der Interviewpartnerin, an „vernünftigen Konzepten“.

Von einer guten Resonanz auf „Einstiegsformate“, wie beispielsweise Workcamps, wurde berichtet, da diese auch in den Ferien ausprobiert werden können. Darüber hinaus sind die anderen Teilnehmenden für Jugendliche wichtig. Daher wird als gutes Beispiel die Teilnahme an internationalen Jugendbegegnungen mit gewohnter Bezugsgruppe (z. B. Klasse) hervorgehoben.

Die Ansprache Jugendlicher soll „authentisch und ehrlich“ sein. Dies klappt auch gut über gute Multiplikator(inn)ennetzwerke, Jugendarbeiter(inn)en, Vereine und persönlichen Kontakt. Wenn die Jugendlichen selbst an der Organisation der internationalen Jugendbegegnung mitwirken, wird das als Erfolg bewertet. Andere finden, dass größere Chancen bestehen, wenn Jugendliche ihre Gleichaltrigen mit den Eindrücken und Bildern

über eigene Social-Media-Kanäle überzeugen und motivieren die Aktivitäten selbst als „cool“ angesehen werden.

Als mögliche Unterstützungsmaßnahme zum Erreichen austauschunerfahrener Jugendlicher wurde eine bundesweite Kampagne genannt. Diese nach dem Vorbild von anderen ähnlichen Kampagnen, wie z. B. von der Bundeswehr u. Ä., sollte ein zentrales Branding schaffen und die lokale Integration in bestehende Strukturen ermöglichen.

Relevante Zitate:

„... Es hat ein Mädchen an einer Jugendbegegnung mit ihrer Einrichtung teilgenommen. Das war eine benachteiligte Jugendliche, die später aus eigenem Antrieb in der Einrichtung im Ausland, wo die Jugendbegegnung stattgefunden hat, noch einen Kurzzeit-EFD gemacht hat ... Mit der gewohnten Bezugsgruppe eine internationale Erfahrung zu machen ist ein ganz guter Weg.“

Teilnehmerin der Fallstudie zu Gelingensfaktoren bei der Erreichung austauschunerfahrener Jugendlicher

„... gemeinsame große Kampagne über zielgruppenspezifische Kommunikationswege ... Gerade wenn man das an eine Gliederung gibt, die das dann auch nutzen können, mit einem eigenen Logo zum Beispiel.“

Teilnehmer der Fallstudie zu Maßnahmen bei der Erreichung austauschunerfahrener Jugendlicher

„... einfach rein gehen und die Jugendlichen direkt fragen ... Da haben immer viele Lust mitzumachen, aber kümmern sich nicht drum. Deshalb muss man sie da informieren.“

Teilnehmerin der Fallstudie zu Gelingensfaktoren bei der Erreichung austauschunerfahrener Jugendlicher

Herausforderungen und Perspektiven

Insgesamt wurde zurückgemeldet, dass viele Mobilitätsformate nicht niedrigschwellig genug seien. Für die Antragstellung beispielsweise sei eine Begleitung notwendig, wofür aber die vorhandene Arbeitszeit oft fehle. Dazu wird bezweifelt, ob nur eine jugendgerechte Ansprache den Zugang schaffe, da große Unterschiede zwischen den Formaten und der inneren Einstellung der zugangsbenechtigten Jugendlichen bestehen.

Als eher interne Herausforderung gilt kurzfristiges Engagement der Freiwilligen: Europeers bleiben nach der Schulung nur ein bis zwei Jahre aktiv. Die Arbeit der EuroPeers wäre auch einfacher, wenn die Bildungseinrichtungen sie proaktiv kontaktieren würden. Da die Kontakte der EuroPeers aus der Fallstudie zu den Bildungseinrichtungen fehlen, müsse man sie erst aufbauen. Hinzu kommt, dass die Kommunikation mit den meisten Bildungseinrichtungen schwierig sei und der Rücklauf sehr gering ausfalle.

Die Vereine merken, dass den Jugendlichen die Zeit für internationale Jugendarbeit fehle. Begegnungen können nur in den Ferien stattfinden, die aber länderübergreifend unterschiedlich sind. Daher wird eine gemeinsame bundesweite Woche für internationale Begegnungen vorgeschlagen. Andere Aspekte sind die Finanzierung und die aufwendige Organisation. Eine Lösung für fehlende Kapazitäten für die Fachkräfteunterstützung könnten zentrale Fachkräfte für internationale Jugendarbeit, zur Unterstützung und Werbung, sein.

Allgemein wird festgestellt, dass der finanzielle Aspekt für viele junge Leute entscheidend sei. Die Struktur der Lebensphasen sowie der Karriere- und Lerndruck erschließen weniger Freiräume für längerfristige Auslandsaufenthalte.

Relevante Zitate:

„... aufgrund des Arbeitsmarktes einen Druck verspüren und denken, ich möchte erst mal einen Job haben und Geld verdienen, um mehr Sicherheit zu haben.“

Teilnehmerin der Fallstudie zu Herausforderungen

„... ich (war) an einer Oberschule mit einem Stand in einem Stadtteil mit zugangsbenechtigten Jugendlichen. Ich konnte zwar mit denen sprechen, aber ich konnte das denen nicht vermitteln. Vor allem das Thema Freiwilligendienste, da haben die mich angeguckt und gesagt: "Was, da soll ich ein Jahr arbeiten und kein Geld verdienen? Das ist doch total bescheuert". Deswegen glaube ich, dass es nicht eine Frage der Ansprache ist.“

Teilnehmerin der Fallstudie zu Herausforderungen

Schlussfolgerungen der Fallbeispiele

Die Fallbeispiele in zwei unterschiedlichen Kontexten haben viele Ähnlichkeiten. Obwohl die Trägerstrukturen sich unterscheiden, sind die Partnerstrukturen vergleichbar. Es wird viel mit Schulen, der Agentur für Arbeit und Vereinen gearbeitet. Die Initiative für die Dienste der Mobilitätsberatung kommt immer von den Jugendinformationsstrukturen, die immer von der Landesebene unterstützt werden.

Jugendnah = jugendgerecht?

Bei den Dienstleistungen haben die kommunalen Träger weniger Spielraum und Flexibilität, die neuesten jugendgerechten Kommunikationsmittel einzusetzen, bei Jugendarbeiter(inne)n vor Ort ist das weniger ein Problem. Am effektivsten kann hier der Einsatz von Peerberatung gesehen werden. Es wurde sichtbar, dass die Aufgabenverteilung nach den Kompetenzen ausgerichtet ist – die meisten bieten nur Erstberatung zu Mobilitätsfragen und verweisen weiter an die dafür ausgebildeten zentralen Beratungsstellen. Diese sind unterschiedlich organisiert, verfügen aber über zu wenige Ressourcen, um proaktiv Jugendliche anzusprechen. Sie beraten nur nach Anfragen oder im Rahmen spezieller Veranstaltungen.

Eurodesk-Angebote für Fachkräfte hilfreich

In beiden Regionen der Fallstudie wurden Angebote des Eurodesk-Netzwerks zur Auslandsmobilitätsberatung von fast allen Interviewpartnern als sehr nützlich beschrieben. Sie werden am meisten von allen bundesweit zugänglichen Informationsmaterialien eingesetzt. Auch lokal arbeitende Fachkräfte fühlten sich durch die Mobilitätslotsenweiterbildung gestärkt und nutzen regelmäßig die Eurodesk-Broschüre „Wege ins Ausland“.

Auslandserfahrung inspiriert für proaktive Arbeit

Das Erreichen austauschunerfahrener Jugendlicher ist immer noch sehr schwierig. Manche Fachkräfte beschwerten sich über fehlende niedrigschwellige Zugänge und allgemeines elitäres Ansehen der Austauschformate. Was aber aus Perspektive der Jugendinformation klar wird, ist, dass es kaum proaktives Handeln zur Ansprache austauschunerfahrener Jugendlicher gibt. Die meisten Fachkräfte merken, dass der Bedarf da wäre. Es wird aus zeitlichen Gründen zu wenig unternommen, um ein Bewusstsein bei den Jugendlichen aufzubauen. Das war seltener der Fall, wenn die Fachkräfte selbst über Auslandsmobilitätserfahrung verfügten.

Fehlenden Ressourcen mit Koordination entgegenwirken

Als Herausforderung neben den fehlenden Kapazitäten wird das Erreichen von Jugendlichen an Haupt- und Berufsschulen betrachtet. Hier wurde vor allem das fehlende Interesse an der Kooperation mit Beratungsanbietern seitens der Bildungseinrichtungen gesehen. Lösungen für die bestehenden Probleme werden darin gesehen, mehr hauptamtliche Fachkräfte für internationale Jugendarbeit einzusetzen sowie Auslandsmobilitätsberater in den Jugendinformationseinrichtungen zu stärken. Es werde weiterhin Unterstützung in Form zentralisierter Informationsaufbereitung und bundesweit koordinierter Öffentlichkeitsarbeit benötigt, insbesondere um austauschunerfahrene Jugendliche zu erreichen.

Empfehlungen

Mehr Vernetzung – mehr Beratung

Die Umfrageergebnisse zeigen ganz eindeutig – je mehr ein Träger vernetzt ist, desto intensiver kann er beraten. Da jedes Netzwerk seinen eigenen Schwerpunkt thematisch oder methodisch mitbringt, kann eine Mehrfachzugehörigkeit zu unterschiedlichen Netzwerken Verstärkung bedeuten. Um das zu ermöglichen, müssen zeitliche und finanzielle Ressourcen zur Verfügung stehen.

Dienstleistungen und Kanäle an die Bedürfnisse der Zielgruppe anpassen

Reisen, Au pair, Auslandsschulaufenthalte, Auslandsstudium, Ferienfreizeiten und Sprachkurse sind die am wenigsten abgedeckten Beratungsthemen. Ob sich die Aufnahme dieser Themen in das Beratungsportfolio lohnt, muss aufgrund der untersuchten Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe entschieden werden. Eine Erstberatung und ein Verweis an spezialisierte Dienste sollten aber auf jeden Fall angeboten werden.

Deutlich wurde, dass viele potenzielle Kanäle zum Erreichen junger Menschen kaum bis gar nicht eingesetzt werden. Wenn es um Social Media geht, wird am häufigsten Facebook genutzt, was jedoch nicht mehr den Nutzergewohnheiten junger Menschen entspricht. Von der Zielgruppe werden vielmehr Kanäle wie WhatsApp, Snapchat, Instagram oder YouTube genutzt. Diese, so zeigt die Untersuchung, werden aus unterschiedlichen Gründen – technischen Gründen (in IT-Systemen der Behörde nicht zugelassen), fehlender Infrastruktur (Diensthandy) bis hin zu nicht vorhandener Kompetenz im sicheren Umgang – von Fachkräften nicht eingesetzt.

Erfahrung ermöglichen, partizipative Informationsarbeit fördern

Für viele der austauschunerfahrenen Jugendlichen fehlt eine konkrete Vorstellung, wie internationaler Austausch und Begegnung funktionieren und das sie für jeden da sind. Hier fehlen vor allem authentische Erfahrungsberichte von Freundinnen und Freunde.

Doch nur 46 % der Umfrageteilnehmenden arbeitet zusammen mit jungen Leuten an der Information und Beratung, mit sogenannten Peer-to-Peer-Methoden. Das ist zu wenig, um Wirkung zu erzielen. Die Fallbeispiele zeigen, dass eine der effektivsten Nachrichten die ist, die von Gleichaltrigen kommt – durch ihre Erfahrungsberichte oder motivierende Posts und Bilder in den sozialen Medien.

Jugendinformation stärken, um alle Jugendlichen zu erreichen

Die meisten Interviewpartner befinden sich an den Grenzen ihrer Kapazitäten. Viele würden aber gerne mehr tun, um mehr und gezielter austauschunerfahrene Jugendliche zu erreichen. Häufig aber bleibt ihnen für proaktives Handeln und gezielte Ansprache kaum Zeit. Wenn die zeitlichen Ressourcen durch fehlende finanzielle Förderung nicht erweitert werden können, dann erwarten sie zumindest die Unterstützung ihrer Arbeit. Die Grundinformationen und Materialien müssen ihnen unproblematisch und erreichbar

zur Verfügung gestellt werden. Diese müssen zentralisiert ständig erneuert werden. Fortbildungsangebote sollten darüber hinaus gefördert werden, um eine qualitativ hochwertige Erstberatung zu ermöglichen.

Die noch offenen Potenziale für neue Kommunikationskanäle zeigen, dass auch die Kompetenzen zu ihrer Nutzung sowie aktuelle Forschungsergebnisse zu neuen Trends regelmäßig an die Fachkräfte vermittelt werden müssen. Die Zielgruppen, die noch angesprochen werden könnten, müssen genau definiert werden. Darüber hinaus wünschen sich die Befragten mehr Unterstützung durch bundesweite Kampagnen zur Sichtbarmachung und Bewerbung ihrer Arbeit.

Anhänge:

Umfragebogen

Mapping der bestehenden Jugendinformations- und Beratungsdienste für Jugendliche und Fachkräfte zu Mobilitätsfragen in Deutschland

Hintergrund der Studie und Zielsetzung

IJAB – Fachstelle für Internationale Jugendarbeit der Bundesrepublik Deutschland e. V. möchte im Auftrag des Bundesjugendministeriums Jugendinfodienste, die sich mit Mobilitätsfragen beschäftigen, erfassen und weiterentwickeln. Das Ziel der Umfrage ist die Erstellung einer Synopse bestehender Jugendinformations- und Jugendberatungsdienste in Deutschland auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene. Erfasst werden sollen Reichweiten, (Partner-)Strukturen, Inhalte und Zielgruppen. Die Ergebnisse dieser Umfrage werden in einem Expert(inn)en-Workshop aufgearbeitet und anonymisiert für Fachkräfte veröffentlicht.

Einleitung zum Fragebogen und Anleitung

Die Ausfüllzeit beträgt ungefähr 15 Minuten. Bitte beachten Sie, dass Sie, falls Sie den Fragebogen schließen, ohne vorher die Antworten abgegeben zu haben, diesen nochmals von vorne ausfüllen müssen, indem Sie nochmals auf den Link klicken. Daher empfehlen wir Ihnen, die Antworten unmittelbar nach dem Ausfüllen abzugeben und den Fragebogen erst danach zu schließen.

Einwilligungserklärung gemäß Datenschutz

Die Teilnahme an dieser Umfrage ist ohne die Nennung Ihres Namens möglich.

Eine Registrierung ist für die Teilnahme nicht erforderlich.

Auch bei einer Umfrage haben Sie gemäß Datenschutz gegenüber IJAB das Recht auf Auskunft sowie Löschung Ihrer personenbezogenen Daten. Sie können diese Einwilligungserklärung jederzeit formlos widerrufen. Senden Sie hierzu eine Mail an rupkus@ijab.de. Nach erfolgtem Widerruf werden Ihre Daten gelöscht und unzugänglich aufbewahrt.

Die Umfrage wird mit einem Tool eines externen Anbieters (SurveyMonkey) durchgeführt. Sie werden auf die Webseite von SurveyMonkey weitergeleitet, um die Umfrage zu starten. Bitte beachten Sie, dass der Anbieter dieses Tools eine eigene Datenschutzstrategie verfolgt (<https://de.surveymonkey.com/mp/policy/privacy-policy/>).

Die Teilnahme an der Umfrage ist freiwillig. Die Umfrage ist so gestaltet, dass IP-

Adressen oder E-Mails nicht automatisch erfasst werden. Es werden nicht zwingend personenbezogene Daten erhoben. Falls Sie Interesse an den Ergebnissen der Umfrage haben und uns Ihre personalisierte E-Mail-Adresse hinterlegen, wird diese Adresse nur bis zum Ende des Projektes (31.12.2018) und nur zur Ergebnisweitergabe der Projektdaten an Sie gespeichert.

Umfragebogen

Organisation

1. Ihre Organisation:
 - a. Titel der Organisation
 - b. Adresse
 - c. Ort
 - d. Bundesland/Region
 - e. Postleitzahl
 - f. E-Mail-Adresse, wenn Sie an den Ergebnissen dieser Studie und dem Expert(inn)en-Workshop interessiert sind. Falls Sie uns Ihre personalisierte E-Mail-Adresse hinterlassen, beachten Sie bitte die Datenschutzerklärung.
2. Markieren Sie bitte, zu welchen Netzwerken Ihre Organisation gehört:
 - a. Eurodesk-Partner
 - b. Eurodesk-Mobilitätslotsen
 - c. Eurodesk-Infopoints
 - d. KGI-Kommunen
 - e. Europeers (JUGEND für Europa)
 - f. Projekte des Innovationsfonds BMFSFJ
 - g. Europe Direct
 - h. EURES
 - i. Euroguidance
 - j. AHK – Mobilitätscoaches "Berufsbildung ohne Grenzen"
 - k. Jugendinfonetzwerk
 - l. Andere, bitte angeben
3. **Art der Einrichtung** (z. B. Jugendbildungsstätte, Servicestelle für XYZ usw.)
4. **Ebene der Tätigkeit:**
 - Kommunal
 - Regional
 - Land
 - Überregional
 - Bund
5. **Partnerstrukturen:** mit welchen Partnern arbeiten Sie operativ zusammen (z.B. Jugendverbände, Schulen, Jugendamt, Servicestellen, Ministerien, Medien usw.)?

Dienstleistungen

6. *Mobilitätsthemen.* Bitte geben Sie an, in welcher Tiefe/Intensität zu den folgenden unterschiedlichen Themen in Ihrer Einrichtung Information, Erstberatung oder begleitende Beratung stattfindet.

Thema	Nur Informationsweitergabe (ohne Beratung)	Erstberatung und Verweis auf externe Beratungsangebote	Eigene begleitende Beratungsdienstleistung
<ul style="list-style-type: none"> • Au pair • Berufliche Aus- und Weiterbildung • Ferienfreizeiten • Freiwilligendienst im Ausland • Internationale Jugendbegegnungen • Arbeiten und Jobben im Ausland • Praktika im Ausland • Schulaufenthalt • Sprachkurse • Workcamps • Studium im Ausland • Reisen • Förderprogramme (Fachkräfte/Organisationen) • Sonstiges 			

7. Bieten Sie andere exklusive Informations- und Beratungsangebote für die Zielgruppe der Jugendlichen an?

- a. Ja
- b. Nein

8. Wenn ja: *Allgemeine jugendinformationsrelevante Themen (exklusive Informations- und Beratungsangebote für die Zielgruppe der Jugendlichen):* Bitte geben Sie an, in welcher Tiefe/Intensität zu den folgenden unterschiedlichen Themen in Ihrer Einrichtung Information, Erstberatung oder begleitende Beratung stattfindet.

	Nur Informationsweitergabe (ohne Beratung)	Erstberatung und Verweis auf externe Beratungsangebote	Eigene begleitende Beratungsdienstleistung

<ul style="list-style-type: none"> • Recht und Gesetz • Medien- und Informationskompetenz • Gesundheit • Unternehmensgründung und Unternehmertum • Gewaltprävention • Suchtprävention • Beziehungen, Familie • Beteiligung • Wohnen • Finanzen • Freizeit • Bildung und Schule • Ausbildung und Arbeit • Andere, bitte benennen: 			
--	--	--	--

9. Welche **Kanäle** nutzen Sie für Ihre Dienstleistungen? Mehrere Auswahlmöglichkeiten.

- Internetportal
- Telefon
- Chat
- Mail
- Newsletter, Verteiler
- Medien [TV, Rundfunk, (Online-)Zeitungen]
- Druckmaterialien
- Peer-to-Peer
- Workshops und Vorträge
- Vertretung auf Messen
- Aufsuchende Aktivitäten in Schulen
- Vertretung auf Events (Sport-, Kulturveranstaltungen u. Ä.)
- Aufsuchende Aktivitäten in Jugendclubs, -zentren, -treffs, -verbänden
 - Facebook
 - Instagram
 - Snapchat
 - WhatsApp
 - Twitter
 - LinkedIn
 - YouTube

Zielgruppen, Reichweiten (jährliche Zahlen)

Sollten Sie über bestimmte Daten nicht verfügen, dann geben Sie eine Schätzung ab oder springen Sie zur nächsten Frage.

10. Allgemeine Zahl der Beratungskontakte im Jahr 2017:

11. Altersgruppen: Wie viele (ca. in %) von den Beratungskontakten im Jahr 2017 sind*¹²:

- a. zwischen 10 bis unter 14 Jahre alt,
- b. zwischen 14 bis unter 18,
- c. zwischen 18 bis unter 27,
- d. 27 und älter?

12. Geschlecht: Wie viele (ca. in %) davon sind*:

- a. männlich,
- b. weiblich,
- c. andere?

13. Qualifikation und Bildungsstand der Zielgruppe: Wie viele (ca. in %) davon haben*:

- a. (noch) keinen Schulabschluss
- b. Hauptschulabschluss
- c. Realschulabschluss
- d. Abitur / Fachabitur
- e. abgeschlossene Berufsausbildung
- f. (Fach-)Hochschulabschluss

14. Lebensabschnitt und Status der Zielgruppe: Wie viele (ca. in %) davon sind *:

- a. Schüler/-in
- b. zwischen Schule und Studium oder Berufsausbildung
- c. Auszubildende/-r
- d. Student/-in
- e. arbeitslos/arbeitssuchend/Absolvent/-in
- f. berufstätig

15. Austausch(un)erfahrene Jugendliche: Wie viele (ca. in %) von gesamtter Zahl sind*:

- a. austauscherfahrene Jugendliche
- b. austauschunerfahrene Jugendliche?

• * optionale Frage

Interviewfragebogen

Mapping der bestehenden Jugendinformations- und beratungsdienste für Jugendliche und Fachkräfte zu Mobilitätsfragen in Deutschland

Halbstrukturiertes Interview

Fragebogen

1. Beschreiben Sie bitte Ihre Einrichtung im Kontext der Information und/oder Beratung.
2. Beschreiben Sie bitte Ihre Dienstleistungen und Kanäle für Jugendliche.
3. Welche Rolle spielt das Thema Mobilität?
4. Kooperationspartner: Mit welchen Trägern und wie arbeiten Sie zusammen?
5. Zu welchen Netzwerken gehört Ihre Einrichtung?
6. Verfolgt Ihre Einrichtung eine übergeordnete Strategie bei diesen Beratungsdienstleistungen?
7. Wie nutzen Sie die Materialien und Unterstützung von Netzwerken, landes- oder bundeszentralen Trägern?
8. Wie erreichen Sie austauschunerfahrene Jugendliche?
9. Was sind die Gelingensfaktoren zur Erreichung dieser Gruppen?
10. Welche Unterstützung bräuchten Sie zur Erreichung austauschunerfahrener Jugendliche? Wer sollte sie leisten?
11. Welche Herausforderungen sehen Sie für Ihre Arbeit allgemein?
12. Welche Perspektiven sehen Sie für Ihre Arbeit?
13. Ergänzung der lokalen Trägerliste, sollten welche noch nicht auf der Liste sein.
14. Fügen Sie bitte den Trägernamen und eine Zahl ein, die das Verhältnis beschreibt (1 - Gemeinsame Veranstaltungen, 2 - Wir verweisen unsere Kunden für begleitende Beratung zu diesem Partner, 3 – Informationsaustausch, 4 - Nur formell, 5 - Keine Kooperation)

Trägername	Verhältnis zu ihm

Durchschnittswerte der Beratungsintensität: alle Themen und Netzwerke

„Nur Informationsweitergabe (ohne Beratung)“ – 1 Punkt,
 „Erstberatung und Verweis auf externe Beratungsangebote“ – 2 Punkte,
 „eigene begleitende Beratungsdienstleistung“ – 3 Punkte

	Au pair	Berufl. Aus- und Weiterb.	Ferien- freizeiten	Freiwilligen- dienst	Jugendbe- gegnung	Arbeiten Jobben	Praktika	Schul- auf- enthalt	Sprach- kurse	Workcamps	Studium	Reisen	Förderpro- gramme
Eurodesk	1,9444	2,0278	1,7500	2,3611	2,3333	1,8889	2,0556	1,7778	1,6389	1,9722	1,5833	1,5833	1,9722
KGI	1,1765	1,4706	1,3529	1,7059	2,2941	1,3529	1,5294	1,2353	1,2353	1,6471	1,2353	1,2353	1,8824
Innofonds	,7143	,8571	,7143	1,4286	2,0000	1,0000	1,2857	,7143	,7143	1,2857	,7143	,7143	1,7143
Europe Direct	1,1818	1,7273	,7273	2,1818	2,0000	1,7273	2,0000	1,2727	1,3636	1,3636	1,7273	,7273	2,3636
Eures/Euroguidance	1,5714	2,5714	1,0000	1,5714	1,1429	2,4286	2,7143	1,4286	2,0000	1,4286	2,5714	,8571	2,8571
BoG/AHK	,6875	2,3125	,4375	,9375	,6875	1,3125	2,9375	,6875	1,2500	,8125	,6875	,5625	2,2500
Jugendinfonetz	1,6000	1,9000	1,9000	2,0000	2,1000	1,8000	1,7000	1,7000	1,6000	1,8000	1,7000	1,3000	1,4000
Andere	,4516	1,0968	1,1935	1,3871	1,9355	,6452	1,1935	,6774	,7097	1,1613	,4516	,4194	1,6774
Insgesamt	1,0556	1,6389	1,1481	1,6204	1,8056	1,3148	1,7685	1,0833	1,1667	1,3704	1,1019	,8519	1,9537