

Agnetha Bartels, Elisa Brahim, Senka Karic, Florian Rück, Wolfgang Schröer

# Listening to young people: Mobility for future

Zentrale Ergebnisse der Studie: Learning  
Mobility in Times of Climate Change (LEMOCC)



Forschung

Eine Studie des Instituts für Sozial- und  
Organisationspädagogik (ISOP) der Universität  
Hildesheim in Zusammenarbeit mit  
IJAB – Fachstelle für internationale Jugendarbeit  
der Bundesrepublik Deutschland e. V.



**ijab**



# Inhalt

<b>1 Einführung: Youth mobility for future!</b>	<b>4</b>	<b>4 Fokusgruppen: Transnationale Gruppenbefragungen</b>	<b>24</b>
<b>2 Die transnationale LEMOCC-Studie: Klimawandel und Jugendmobilität – Untersuchungsdesign</b>	<b>6</b>	4.1 Das Thema Klima in den Fokusgruppen – young people show up!	25
2.1 Standardisierte Online-Befragung	7	4.2 Übereinstimmungen mit den Ergebnissen der quantitativen Befragung	26
2.2 Transnationale Fokusgruppen	9	4.3 Sichere Nutzung des digitalen Gesprächs-Tools	26
<b>3 Fragebogenerhebung in sieben Sprachen: Der Klimawandel bewegt die jungen Menschen, doch was heißt das für ihre Mobilität?</b>	<b>10</b>	4.4 Climate action: ein Frauenthema?	27
3.1 Die Teilnehmenden: Das Sample der quantitativen LEMOCC-Studie	11	4.5 Climate action: Was brauchen junge Menschen, um in Aktion zu treten?	29
3.1.1 Mehrheitlich junge Frauen	13	4.6 Ansprüche an klimabewusste (Lern-)Mobilität	30
3.1.2 Mehrheitlich gut gebildete junge Erwachsene	14	<b>5 Zusammenfassung und Ausblick: Was können die Ergebnisse für die Internationale Jugendmobilität bedeuten?</b>	<b>32</b>
3.1.3 Vielfältige Reiseerfahrungen	15	<b>Forderungen junger Menschen</b>	<b>36</b>
3.2 Junge Menschen nehmen den Klimawandel ernst – gewichten die Ursachen jedoch unterschiedlich	16	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>38</b>
3.3 Wie engagieren sich junge Menschen gegen den Klimawandel?	18	<b>Autor*innenverzeichnis</b>	<b>39</b>
3.3.1 Klimaneutrales Reisen – nicht für alle gleich bedeutsam	20	<b>Impressum</b>	<b>40</b>
3.3.2 Wie wollen sich die jungen Menschen zukünftig engagieren?	21		
3.4 Ausblick: Internationale Mobilitätserfahrungen beeinflussen Positionen zum Klimawandel	23		

IJAB Newsletter

Jetzt abonnieren unter

[ijab.de/angebote-fuer-die-praxis/newsletter](http://ijab.de/angebote-fuer-die-praxis/newsletter)

Für Infos, Termine, Ausschreibungen

# 1

## Einführung: Youth mobility for future!

„Jugend“ und „Mobilität“ können nicht unabhängig voneinander betrachtet werden. Mit der Mobilität im Jugendalter verbinden viele junge Menschen eine persönliche und kulturelle Öffnung ihres Lebensalltags, Bildung sowie soziale Aspirationen und soziales Engagement. Zudem fördern viele Gesellschaften und auch Regierungen die Mobilität im Jugendalter: Schüler\*innen-, Studierenden-, Ausbildungs- und Arbeitsmobilität, freiwilliges und soziales internationales Engagement, um nur einiges zu nennen, gehören vielerorts zu einer Kernsäule der Jugendförderung.

Viele junge Menschen sind mobil *und* engagieren sich gegenwärtig weltweit für Interventionen gegen den Klimawandel. Doch nicht alle Formen der Mobilität sind klimasensibel. Ist darum die Mobilität im Jugendalter neu zu betrachten sowie zu rahmen und sind neue Formen zu finden? Oder haben junge Menschen ihr Mobilitätsverhalten bereits angepasst und handeln aus ihrer Sicht klimasensibel? Wie sieht überhaupt eine klimasensible Jugendmobilität aus? Und was bedeutet das für eine klimasensible internationale Mobilität zu Lernzwecken? Was sagen junge Menschen in unterschiedlichen Ländern zu diesen Fragen?

Die transnationale, explorative – nicht repräsentative – LEMOCC-Studie<sup>1</sup> bildet die Perspektiven junger Menschen zwischen 15 und 30 Jahren aus sieben Ländern auf diese Fragen ab. In Finnland, Estland, China, der Türkei, Frankreich, England sowie in Deutschland wurde eine Fragebogenerhebung in sieben Sprachen durchgeführt. Zudem wurde der Zusammenhang von Klimawandel und Jugendmobilität mit ausgewählten Jugendlichen aus allen sieben Ländern in vier transnationalen Gruppendiskussionen (Fokusgruppen) näher beleuchtet. Die zentralen Ergebnisse dieser Studie werden im Folgenden vorgestellt. Sie zeigen: Die Antworten sind einerseits *einstimmig* und andererseits *vielschichtig*.

Was ist *einstimmig*? Die jungen Menschen sehen die unumstößliche Notwendigkeit, dass der Klimawandel eine weltweite politische Zukunftsherausforderung darstellt. Sie sehen sofortigen Handlungsbedarf.

Was ist *vielschichtig*? Nicht so eindeutig werden die Fragen beantwortet, die sich auf Ursachen und Zusammenhänge des Klimawandels beziehen. Hier werden unterschiedliche Gewichtungen vorgenommen. Es werden auch länderspezifische Themen und Herausforderungen deutlich. Wie der Klimawandel zu regulieren ist, was z.B. prioritär ist – zu diesen Fragen finden sich unterschiedliche Antworten. Herausgestellt wird aber immer wieder: Die Regulation des Klimawandels beginnt im Alltagshandeln jedes einzelnen Menschen.

Wie wird nun der Zusammenhang von „Jugendmobilität und Klimawandel“ gesehen? Betrachtet man das Ausmaß der Sorgen, die sich die jungen Menschen über

ihren Umwelteinfluss machen, so zeigt sich, dass dieses Ausmaß mit den individuellen, grenzüberschreitenden Mobilitätserfahrungen zusammenhängt. Dies bedeutet: Der Zusammenhang von Klimawandel und Jugendmobilität ist ein Teil der Mobilitätserfahrungen junger Menschen und wird mit diesen konkreten Erfahrungen verknüpft.

Zudem: Sowohl von der Befragung als auch von den Fokusgruppen fühlten sich insbesondere junge Frauen in den beteiligten Ländern angesprochen. Auch in anderen Studien zu sozialen und politischen Gegenwartsherausforderungen in Deutschland lässt sich aufzeigen, dass sich mehr junge Frauen beteiligen. Jedoch ist das in der LEMOCC-Studie sichtbar gewordene Verhältnis auch im Vergleich zu anderen Studien besonders hoch. Es wäre daher weiter zu prüfen, ob junge Frauen heute generell politisch interessierter sind und sich entsprechend auch mehr mit sozialen und klimatischen Herausforderungen auseinandersetzen.

Diesen Ergebnisbericht haben wir u.a. in Anlehnung an die Klima-Initiative „Fridays for Future“ mit

## Listening to young people: Mobility for future

überschrieben. Der Bericht soll die Internationale Jugendarbeit dazu anregen, regional, national und transnational nachhaltige Formen der Jugendmobilität mit jungen Menschen zu diskutieren und mit ihnen stärker zu erforschen. Der Bericht soll darüber hinaus den Trägern der Internationalen Jugendarbeit ein besseres Verständnis für die Bedarfe und Erwartungen junger Menschen an eine klimasensible Mobilität zu Lernzwecken ermöglichen.

Wir möchten uns an dieser Stelle bei allen jungen Menschen, den beteiligten Organisationen in den sieben Ländern sowie der Fachstelle für Internationale Jugendarbeit der Bundesrepublik Deutschland (IJAB) bedanken, die die LEMOCC-Studie initiiert und ermöglicht haben. Ohne sie wäre dieses besondere, transnationale Projekt nicht möglich gewesen: **Danke!**

<sup>1</sup> LEMOCC ist die Abkürzung von Learning Mobility in Times of Climate Change. Im Folgenden wird ausschließlich das Kürzel LEMOCC genutzt.

# 2

## **Die transnationale LEMOCC-Studie: Klimawandel und Jugendmobilität – Untersuchungsdesign**

Die LEMOCC-Studie fokussiert zwei Zugänge: Erstens wurde eine standardisierte Online-Befragung durchgeführt, die sich an junge Menschen zwischen 15 und 30 Jahren richtete und in 7 verschiedenen Sprachen (deutsch, englisch, chinesisch, türkisch, estnisch, finnisch und französisch) angelegt wurde. Zweitens wurde vertiefend in vier Fokusgruppen mit jungen Menschen aus allen teilnehmenden Ländern der Zusammenhang von Jugendmobilität und Klimawandel diskutiert. Die Erhebungsdaten wurden separat ausgewertet und aufbereitet.<sup>2</sup>

## 2.1 Standardisierte Online-Befragung

Die Online-Befragung richtete sich an junge – vor allem im Kontext der Jugendmobilität engagierte – Menschen zwischen 15 und 30 Jahren und hatte zum Ziel, Einblicke in Perspektiven junger Menschen auf Zusammenhänge zwischen Mobilität und Klimawandel zu bekommen. Auf der Grundlage einer umfassenden Literaturrecherche wurde der Fragebogen für die Erhebung neu entwickelt. Der Fragebogen enthält verschiedene Dimensionen, die ebenfalls in anderen Studien zu Mobilitätserfahrungen erfragt wurden (vgl. Move-Project und Zugangsstudie). Dazu gehören u.a. sozioökonomische Daten zu Geschlecht, Herkunft, Bildungsabschluss und

Erwerbstätigkeit (der Eltern), aber auch Fragen zur Mobilitätsbiografie, zu Mobilitätserfahrungen und Mobilitätseinstellungen (z.B. danach, welche Formen der Mobilität junge Menschen für welche Kontexte als sinnvoll und erforderlich erachten). Ein Schwerpunkt lag hierbei auf der Verknüpfung der Fragen zur Mobilität mit solchen zum Klimawandel. So konnte z.B. erfasst werden, welche konkreten Ansätze und Vorschläge junge Menschen für klimasensible Jugendmobilität, auch im Kontext von Internationaler Jugendarbeit, haben. Folgende Kernannahmen lagen dem Fragebogen zu Grunde:

- Die Positionierungen junger Menschen zur Mobilität hängen mit ihren persönlichen Mobilitätserfahrungen zusammen.
- Die Positionierungen junger Menschen zur Mobilität hängen sowohl von der Rolle als auch vom Ausmaß der Mobilität in ihrem Alltag ab.
- Die Nutzung digitaler Formate hat einen Einfluss auf das Mobilitätsverhalten junger Menschen.
- Das Konsumverhalten junger Menschen beeinflusst ihre Einstellungen zum Klimawandel sowie zur Mobilität.
- Persönliche Einstellungen zum Klimawandel regulieren die Mobilität junger Menschen.
- Persönliches Engagement sowie Informiertheit im Kontext des Klimaschutzes wirken sich auf das Mobilitätsverhalten junger Menschen aus.
- Klima(wandel) ist ein Zukunftsthema – junge Menschen denken, dass sie in Zukunft ihr Verhalten werden ändern müssen.

<sup>2</sup> Für das Untersuchungsdesign wurde bei der Ethikkommission des Fachbereichs 1: Sozial- und Erziehungswissenschaften der Stiftung Universität Hildesheim ein Ethikvotum eingeholt. Der Datenschutzbeauftragte der Universität Hildesheim führte eine datenschutzrechtliche Prüfung durch.

Am Ende des Fragebogens hatten die Teilnehmenden die Möglichkeit, Kritik, Anmerkungen sowie weiterführende Gedanken in einem Freitextfeld festzuhalten. Ein weiteres Freitextfeld konnte dazu genutzt werden, persönliche Vorstellungen von einer positiven, klimafreundlichen zukünftigen Mobilität zu reflektieren. Auf die Ergebnisse der Freitextantworten wird vor allem in der Zusammenfassung am Ende des Berichts Bezug genommen, da sie einige grundlegende Erkenntnisse und Ergebnisse noch einmal besonders stützen und verstärken.

Der Fragebogen wurde über die Plattform SoSci Survey GmbH online gestellt. Zunächst wurde er in einer englischen Version für einen Pretest freigeschaltet, an welchem die Partnerorganisationen sowie junge Menschen aus den sieben Ländern beteiligt waren. Daraufhin wurde die englische Version überarbeitet und in die sechs weiteren Sprachen übersetzt. Die jeweiligen übersetzten Fragebögen wurden daraufhin erneut getestet. Es lagen insgesamt Anmerkungen von 39 Pretester\*innen vor, die geprüft, diskutiert und zum größten Teil umgesetzt wurden.

Am 01.07.2021 startete die Online-Befragung. Die geplante Laufzeit von vier Wochen wurde um zwei Wochen bis zum 19.08.2021 verlängert, da – vor allem

bedingt durch Ferienzeiten – nach vier Wochen noch nicht genügend junge Menschen aller Partnerländer (Mindestziel  $n \geq 100$  pro Land) teilgenommen hatten.

***Die Teilnahme an der standardisierten Online-Befragung war freiwillig und konnte ohne Zugangsbeschränkungen über einen Link durchgeführt werden.***

Aufgabe der Partnerorganisationen aus den beteiligten Ländern war es, jeweils unterschiedliche berufliche, aber auch persönliche Kontakte zu nutzen, um den Link an junge Menschen zwischen 15 und 30 Jahren zu verschicken – Snowball-Sampling (vgl. Gabler 1992). Vor allem standen Einrichtungen und Fachkräfte der Internationalen Jugendarbeit in den jeweiligen Ländern im Fokus der Kontaktaufnahme. Zudem wurde die Kommunikation mit jungen Menschen über soziale Medien genutzt: So wurde der Link zur Online-Befragung über lokale und jeweils landesweite Facebook-Gruppen und Instagram verteilt und es konnte von der Möglichkeit, Jugendinitiativen, Partizipationsnetzwerke, Jugendclubs, Jugendzentren und Vereine dort direkt über die Nachrichtenfunktion anzuschreiben, profitiert werden.





## 2.2 Transnationale Fokusgruppen

Die Fokusgruppen – im Folgenden auch als Gruppenbefragungen, Gruppendiskussionen etc. benannt – dienen dem Ziel, die Ergebnisse der quantitativen Erhebung sowie die daraus resultierenden, offenen Fragen mit den subjektiven Perspektiven der jungen Menschen zu verschränken. Dieser qualitative Erhebungsschritt wurde mit jungen Menschen aus allen an der Studie beteiligten Ländern durchgeführt. Gegenstand der Untersuchung waren insbesondere Meinungen, Sichtweisen und Einstellungen der jungen Menschen (vgl. Nentwig-Gesemann 2010, S. 259).

### *Es fanden insgesamt 4 transnationale Fokusgruppen mit 22 jungen Menschen an zwei aufeinander folgenden Samstagen statt.*

Die Gruppen wurden hinsichtlich der länderbezogenen Herkunft der jungen Menschen möglichst heterogen zusammengestellt: Um der Entstehung altersbezogener, impliziter Gruppenhierarchien entgegenzuwirken, welche sich auf Verteilung und Inhalt von Redebeiträgen auswirken können (vgl. ebd., S. 105), wurden je zwei Gruppen mit 15–19-Jährigen, sowie zwei Gruppen mit 20–25-Jährigen gebildet. Aufgrund des transnationalen Schwerpunkts der Fokusgruppen standen während der Erhebung ausschließlich die durch die Jugendlichen geäußerten Inhalte, nicht aber ihre jeweiligen Nationalitäten im Blick.

Die Akquise der Teilnehmenden erfolgte durch die an der LEMOCC-Studie beteiligten Partnerorganisationen. Diese streuten einen durch das Forschungsteam vorbereiteten Aufruf sowohl über ihre organisationsinternen als auch über organisationsexterne Netzwerke. Es ist davon auszugehen, dass hierüber tendenziell engagierte und an Themen der (internationalen) Jugendmobilität sowie des Klimaschutzes interessierte Jugendliche angesprochen wurden. Während des gesamten Erhebungsprozesses wurde reflektiert, dass insbesondere die mobilitätsbezogenen Erfahrungen von Eindrücken der Corona-Pandemie geprägt sein konnten. Hier zeigen aktuelle Befunde aus der Jugendforschung, dass die pandemiebedingten Restriktionen – darunter auch Mobilitätsbeschränkungen – junge Menschen vor vielfache Herausforderungen gestellt haben (für Deutschland

vgl. Andresen et al. 2021), welche sich bspw. in auf die Zukunft gerichtete Sorgen und Ängste äußern.

Die Moderation der Gruppenbefragungen wurde von jeweils zwei Wissenschaftler\*innen bzw. studentischen Mitarbeiter\*innen der Universität Hildesheim durchgeführt. Während des gesamten Prozesses der Vorbereitung und Durchführung der Fokusgruppen wurden keine personenbezogenen Daten erhoben. Die Anonymität der jungen Menschen wurde unter anderem darüber gewährleistet, dass diese sich mit einem Codenamen bei der Online-Plattform Big Blue Button (Videokonferenzsystem) anmelden sollten. Dadurch konnten während der Diskussion keine Rückschlüsse auf personenbezogene Daten (z.B. Namen) der Teilnehmenden gemacht werden. Zu Beginn der Fokusgruppen erhielten die jungen Menschen zunächst einen kurzen Überblick zum Ablauf der Gruppendiskussion und es wurde nochmals betont, dass ihre Teilnahme an der Befragung freiwillig ist und ihre Einwilligung zur Teilnahme jederzeit ohne Angabe von Gründen zurückgenommen werden kann.

Bei der Durchführung der Fokusgruppen wurde ein Leitfaden verwendet. Die Fragen im Leitfaden sind auf Grundlage der quantitativen Erhebung und in der Diskussion mit den Projektpartner\*innen von IJAB erarbeitet worden (vgl. Kelle/Kluge 2010, S. 30 f.). Die Fragen sollten den jungen Menschen sowohl Raum für die Setzung eigener Themen geben als auch einige besonders prägnante sowie irritierende Ergebnisse der quantitativen Erhebung zur Diskussion stellen.

Die Auswertung der Fokusgruppen wurde in Verbindung mit der qualitativen Inhaltsanalyse vorgenommen, da diese eine regelgeleitete und methodisch kontrollierte Auswertung unter Einbezug festgelegter Kriterien ermöglicht (vgl. Mayring/Gahleitner 2010, S. 295). Im Zentrum der Auswertung stand ein aus der quantitativen Erhebung gewonnenes Kategoriensystem, welches zunächst deduktiv an das zu interpretierende Material (Transkripte der Fokusgruppen) herangetragen wurde. Im Rahmen unterschiedlicher Interpretationsrunden, welche mit weiteren, projekt-externen Jugend- und Mobilitätsforscher\*innen durchgeführt wurden, wurde das empirische Material intersubjektiv sowohl mit Blick auf diese Kategorien interpretiert, als auch weitere Aspekte, welche erst in den transnationalen Fokusgruppen an Bedeutung gewonnen hatten, diskutiert.

# 3

**Fragebogenerhebung  
in sieben Sprachen:  
Der Klimawandel  
bewegt die jungen  
Menschen, doch was  
heißt das für ihre  
Mobilität?**

Die folgende Darstellung ausgewählter Ergebnisse der Fragebogenerhebung geht in vier Schritten vor. Zunächst erfolgt eine Vorstellung des Samples und damit ein Überblick über die Teilnehmenden der Online-Erhebung (Kap. 3.1.). Daraufhin werden die Einstellungen der jungen Menschen zum Klimawandel beschrieben (Kap. 3.2), um dann auf das Engagement der jungen Menschen im Kontext des Klimawandels einzugehen (Kap. 3.3). In der Zusammenfassung geht es vorrangig darum, diejenigen Zusammenhänge zu präsentieren, welche sich während der Auswertungen als besonders interessant herausgestellt haben (Kap. 3.4).

### 3.1 Die Teilnehmenden: Das Sample der quantitativen LEMOCC-Studie

Insgesamt nahmen 1 764 junge Menschen an der Online-Erhebung teil. Nach der Datenbereinigung reduzierte sich die Anzahl auf insgesamt 1 527 junge Menschen: Es wurden lediglich Fragebögen berücksichtigt, welche mindestens 65 % Vollständigkeit aufwiesen sowie von Personen bearbeitet wurden, welche ein Alter zwischen 15 und 30 Jahren angegeben hatten. Die Teilnehmenden hatten die Möglichkeit, den Fragebogen in sieben verschiedenen Sprachen auszufüllen. Der Großteil der Befragten (50 %) füllte den Fragebogen auf Deutsch aus. 18,7 % nutzen die Sprache Französisch und 10,2 % Türkisch. Die Auswertungen des Fragebogens sollten zwar vorwiegend transnational erfolgen; es sollten jedoch dort, wo besondere Auffälligkeiten zutage traten, auch länderspezifische Unterschiede mit in die Berechnungen einbezogen werden. Deshalb – also um auch länderspezifisch zu aussagekräftigen Interpretationen zu gelangen und die Anonymität der Teilnehmenden zu wahren –

wurde eine gewünschte Anzahl an Fragebögen von  $n \geq 100$  für jede Sprache festgelegt. Da die Sprache Englisch unterrepräsentiert war (38 Personen füllten den Fragebogen auf Englisch aus), wurden die Fragebögen, die auf Englisch ausgefüllt wurden, zwar in die Gesamtauswertung mit einbezogen, bei den Auswertungen nach Sprachen jedoch nicht berücksichtigt.

Des Weiteren wurden im Rahmen der Befragung die Nationalitäten mit offener Antwortmöglichkeit (zum selbst Ausfüllen) abgefragt. Diese stimmten weitgehend mit den Sprachen überein, in welchen die jungen Menschen die Fragebögen ausgefüllt hatten. Einige wenige Teilnehmende, die die Fragebögen in der finnischen, französischen, deutschen oder der türkischen Sprache ausgefüllt hatten, gaben mit diesen Sprachen nicht übereinstimmende Nationalitäten an. Hierbei war bei den auf Deutsch ausgefüllten Fragebögen mit 13 Nationalitäten,

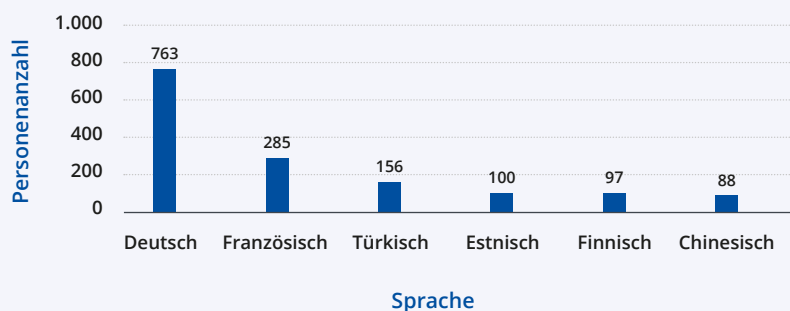


Abb. 1 Sprachverteilung (n = 1527)

welche nicht Deutsch waren, eine vergleichsweise hohe Diversität vorzufinden. Bei den chinesischsprachigen sowie estnischsprachigen Fragebögen stimmten Sprache und Nationalitätsangabe in allen Fällen überein. Lediglich bei den englischsprachigen Fragebögen gab es eine auffallend große Breite der Nationalitäten: rumänisch, deutsch, russisch, polnisch, türkisch, chinesisch, ungarisch, italienisch, dänisch, niederländisch, spanisch, schottisch, irisch, australisch und finnisch (jeweils 1 Nennung). Damit fiel die Diversität der Nationalitäten sogar höher aus als bei den deutschen Fragebögen.

Der Altersdurchschnitt aller Befragten lag bei 21,64 Jahren (SD  $\approx$  3,77), wobei der Großteil zwischen 20 und 22 Jahren alt war (20-Jährige 11,2%; 21-Jährige 9,9%; 22-Jährige 10,7%). Über 60% der Befragten waren im Alter zwischen 18 und 24 Jahren. Am häufigsten waren die 20-Jährigen und am wenigsten die 29-Jährigen vertreten.

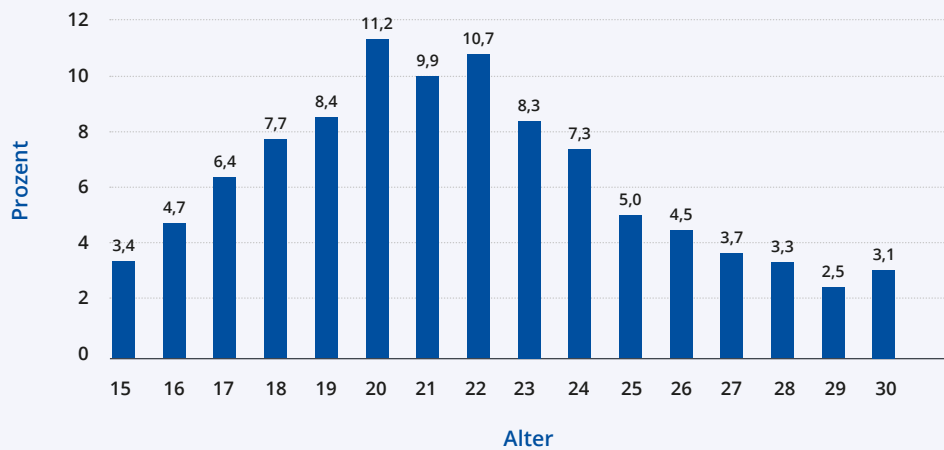


Abb. 2 Altersverteilung (n = 1527)

Sprache	N	Mittelwert	Standardabweichung
Deutsch	763	21,7235	3,49290
Finnisch	97	21,4536	4,23778
Estnisch	100	19,1300	3,78902
Französisch	285	20,9719	3,72174
Türkisch	156	22,4038	3,58811
Chinesisch	88	23,6818	3,89384

Abb. 3 Altersdurchschnitt nach Sprachen

Auch auf Ebene der Sprachen ist zu sehen, dass die meisten Personen angaben, zwischen 20 und 22 Jahre alt zu sein. Nur bei der Sprache Estnisch ist der Großteil zwischen 15 und 18 Jahre alt. Bei einer Differenzierung des Alters nach den Mittelwerten der einzelnen Sprachen lässt sich feststellen, dass Chinesisch den höchsten und Estnisch den kleinsten Altersdurchschnitt hat.

### 3.1.1 Mehrheitlich junge Frauen

Von allen Personen, die die Frage beantworteten, welchem Geschlecht sie sich zugehörig fühlen, ordneten sich 23,6 % dem männlichen Geschlecht und 75,1 % dem weiblichen Geschlecht zu. 1,3 % kreuzten divers an. Das Ergebnis, dass sich eine so große Zahl junger Menschen dem weiblichen Geschlecht zuordnete, lässt sich bei allen Sprachen gleichermaßen beobachten.

An dieser Stelle kann zunächst festgehalten werden, dass sich der Trend einer höheren weiblichen Beteiligung mittlerweile auch in anderen, aktuellen Studien zeigt, welche junge Menschen adressieren (vgl. Lips et al. 2020; vgl. Wilmes et al. 2020, S. 15; vgl. Andresen et al. 2021). Galten beispielsweise noch in den 1980er Jahren Frauen als Zielpersonen, welche durch Befragungen eher schlecht zu erreichen waren (vgl. Esser 1986, S. 40 ff.), scheint sich dieser Eindruck mittlerweile gewandelt zu

haben. Die Gründe hierfür sind jedoch, wenngleich bereits seit längerer Zeit diskutiert, nicht eindeutig und klar zu benennen (vgl. Porst/v. Briel 1995, S. 5). Vermutet werden beispielsweise Faktoren wie das Verhältnis von Kosten und Nutzen, welche durch die Teilnahme an einer Befragung entstehen (vgl. ebd.) oder etwa die Themen einer Befragung, welche jeweils geschlechtsspezifisch assoziiert werden und damit die Motivation zur Teilnahme beeinflussen (vgl. Wilmes et al. 2020, S. 15). Insbesondere im Vergleich zu diesen anderen Studien stellt jedoch eine Beteiligung von rund 75 % junger Menschen, welche die Selbstbezeichnung ‚weiblich‘ wählen, einen besonders hohen Wert dar, was noch einer weitergehenden Reflexion bedarf (s. Kap. 4.4).



### 3.1.2 Mehrheitlich gut gebildete junge Erwachsene

In Bezug auf die höchste schulische Qualifikation ist innerhalb der deutschen Fragebögen der Anteil an Teilnehmenden mit einer Hochschulzugangsberechtigung (59,6%) am höchsten. In den türkischen und chinesischen Fragebögen ist der höchste Anteil junger Menschen mit einem Bachelor- oder Masterabschluss (Türkisch = 68,1%; Chinesisch = 50,8%) vertreten. Estnisch hat einen hohen Anteil an jungen Erwachsenen, die einen Haupt- oder Berufsschulabschluss vorzuweisen haben (40,0%).

Angesichts des höchsten Bildungsabschlusses eines Elternteils dominieren in allen Sprachen diejenigen, deren Elternteil einen Universitäts- oder Hochschulabschluss haben. Einen besonders hohen Anteil weisen hier die Sprachen Finnisch und Estnisch auf (Finnisch = 75,0%; Estnisch = 63,8%). In der Sprache Chinesisch überwiegt der Anteil an Eltern (41,9%) mit einem Schulabschluss. Auch die Sprache Türkisch weist einen hohen Anteil an Teilnehmenden auf, die Eltern mit einem Schulabschluss haben (31,8%).

Sprache	Deutsch	Estnisch	Finnisch	Französisch	Türkisch	Chinesisch	Gesamt
Hauptschulabschluss oder Berufsschule	1,7%	40,0%	23,2%	14,3%	0,9%	0,0%	87
Mittlerer Bildungsabschluss (Mittlere Reife)	7,2%	21,7%	34,1%	1,4%	12,1%	5,1%	111
Hochschul- oder Fachhochschulreife	59,6%	10,0%	7,3%	36,9%	18,1%	42,4%	553
Universität (Bachelor, Master) <sup>3</sup>	28,7%	28,3%	35,4%	47,0%	68,1%	50,8%	457
Universität (Promotion)	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,9%	1,7%	12
Keiner	1,3%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	10
<b>Gesamt</b>	<b>696</b>	<b>60</b>	<b>82</b>	<b>217</b>	<b>116</b>	<b>59</b>	<b>1.230</b>

Abb. 4 Schulqualifikation nach Sprachen

Sprache	Deutsch	Estnisch	Finnisch	Französisch	Türkisch	Chinesisch	Gesamt
Schulabschluss/ Schulabschlüsse	4,1%	3,4%	3,8%	15,6%	31,8%	41,9%	117
Berufsabschluss	32,4%	19,0%	12,5%	27,1%	19,1%	11,6%	320
Hochschulabschluss	50,0%	63,8%	75,0%	49,7%	43,6%	44,2%	601
Promotion	13,5%	13,8%	8,8%	7,5%	5,5%	2,3%	128
<b>Gesamt</b>	<b>676</b>	<b>58</b>	<b>80</b>	<b>199</b>	<b>110</b>	<b>43</b>	<b>1.166</b>

Abb. 5 Bildungsgrad der Eltern nach Sprachen

<sup>3</sup> In der Übersetzung vom Englischen ins Deutsche wurde der Masterabschluss nicht hinzugefügt. Das heißt, dass bei der deutschen Version der Befragung dieser Abschluss nicht angegeben werden konnte und somit keine Aussage über diesen Abschluss getroffen werden kann.

### 3.1.3 Vielfältige Reiseerfahrungen

Bei der Frage „Warst du schon im Ausland?“ gaben 56 % der Personen (n = 1458) an, mehr als zehn Mal im Ausland gewesen zu sein. 26,3 % gaben an, zwischen drei und zehn Mal im Ausland gewesen zu sein.

Darüber hinaus wurde abgefragt, was die Gründe der letzten drei Reisen waren. Hier konnten die Teilnehmenden (n = 1468) mehrfach antworten. Am häufigsten wurden „Ferien/Tourismus“ (74,7 %), „Besuch bei Freund\*innen“ (22,9 %), „Klassenfahrt/Schulreise oder Schüler\*innenaustausch“ (21,7 %) und „Freiwilligendienst“ (15,9 %) genannt.

Auch bei der Frage, woher die jungen Menschen die Informationen für ihre letzten drei Reisen erhielten, konnten die Teilnehmenden mehrfach antworten. Von insgesamt 14 Antwortmöglichkeiten wurden am häufigsten „Blogs/Webseiten/andere Online-Informationen“ (54,6 %), „Eltern“ (40,4 %), „Freund\*innen“ (38,7 %), „Reiseführer/-bücher“ (29,6 %) und „Soziale Medien“ (27,5 %), angegeben.

Auf die Frage, ob die eigenen Freund\*innen reisen (n = 1454), antwortete die Mehrheit der Befragten (53,2 %) mit „Ja, manche.“ und 42,2 % mit „Ja, viele.“



Mit Blick auf das allgemeine Reiseverhalten (n = 1378) gaben die jungen Menschen am häufigsten an, dass sie ein paar Mal im Jahr innerhalb des Landes, in dem sie leben, reisen (39,6 %). 22,2 % gaben an, mindestens ein- bis dreimal im Jahr im Inland zu reisen; 20 % gaben an, einmal im Monat im Inland zu reisen. Nur eine kleine Zahl der Befragten (2,4 %) verreiste nicht.

	Deutsch	Estnisch	Finnisch	Französisch	Türkisch	Chinesisch	Gesamt
Nie	1,5 %	4,9 %	0,0 %	3,5 %	2,1 %	8,3 %	2,4 %
Ein- bis dreimal im Jahr	19,0 %	12,3 %	27,2 %	28,9 %	18,3 %	43,1 %	22,2 %
Ein paar Mal im Jahr	41,4 %	42,0 %	42,4 %	40,6 %	28,2 %	34,7 %	39,6 %
Einmal im Monat	23,1 %	17,3 %	21,7 %	13,7 %	23,2 %	5,6 %	20,0 %
Mehr als einmal im Monat	15,0 %	23,5 %	8,7 %	13,3 %	28,2 %	8,3 %	15,7 %
<b>Gesamt</b>	<b>735</b>	<b>81</b>	<b>92</b>	<b>256</b>	<b>142</b>	<b>72</b>	<b>1.378/100 %</b>

Abb. 6 Reisen: National

Bei Reisen ins Ausland (n = 1368) gaben die jungen Menschen mit 65,4 % an, ein- bis dreimal im Jahr ins Ausland zu reisen. 17,1 % der Befragten gaben an, gar nicht ins Ausland zu reisen und 16,1 % gaben an, ein paar Mal im Jahr ins Ausland zu reisen.

	Deutsch	Estnisch	Finnisch	Französisch	Türkisch	Chinesisch	Gesamt
Nie	4,0 %	9,9 %	14,1 %	21,6 %	64,5 %	58,0 %	17,1 %
Ein- bis dreimal im Jahr	74,6 %	71,6 %	79,3 %	65,1 %	18,8 %	36,2 %	65,4 %
Ein paar Mal im Jahr	19,9 %	18,5 %	6,5 %	12,5 %	12,3 %	5,8 %	16,1 %
Einmal im Monat	1,2 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,7 %
Mehr als einmal im Monat	0,3 %	0,0 %	0,0 %	0,8 %	4,3 %	0,0 %	0,7 %
<b>Gesamt</b>	<b>733</b>	<b>81</b>	<b>92</b>	<b>255</b>	<b>138</b>	<b>69</b>	<b>1.368/100 %</b>

Abb. 7 Reisen: Ausland

### 3.2 Junge Menschen nehmen den Klimawandel ernst – gewichten die Ursachen jedoch unterschiedlich

Die jungen Menschen sind sich einig: Dem Klimawandel wird eine hohe Bedeutung zugeschrieben. Für 14,7 % der Befragten stellt dieser ein ernstzunehmendes, für 78,4 %, sogar ein sehr ernstzunehmendes Thema dar. Lediglich 0,3 % der jungen Menschen (n = 1333) antworteten, der Klimawandel sei aus ihrer Sicht „überhaupt nicht ernst zu nehmen“.

Bei der Frage, wie sie die Verbindung zwischen Reisen und dem Klimawandel ist (n = 1367) sehen, antworteten 45,1 % der Befragten, dass diese stark ist. Jedoch gaben auch 35,3 % an, dass diese Verbindung weder stark noch schwach ist. Insgesamt kann gesagt werden, dass 6,3 % keine bis eine weniger starke Verbindung und 57,8 % eine starke bis sehr starke Verbindung zwischen ihrer Mobilität und dem Klimawandel sehen.

Auf die Frage, welche Ursachen den Klimawandel am meisten beeinflussen, konnten die jungen Menschen mehrfach antworten (n = 1324). Die drei meistgenannten Ursachen stellten die Schadstoffemissionen, verursacht durch Reisen insgesamt, Transport und Produktion mit 77,5 %, die ineffektiven politischen Kooperationen und Vereinbarungen zwischen Akteur\*innen und Staaten mit 70,2 % und die Energieproduktion mit 61,9 % dar.

Der Klimawandel ist also sowohl ein sehr ernstzunehmendes Thema als auch menschengemacht.

Bei den Angaben ist zu erkennen, dass es Unterschiede zwischen den Sprachen, hinsichtlich der Ursachen, gibt. Beispielsweise sehen die Teilnehmenden, die den Fragebogen auf Deutsch ausgefüllt haben, die Schadstoffemissionen von Mobilität, Transport und Produktion als größte Ursache (83,7 %). Demgegenüber werden in der türkischen (81,7 %) und chinesischen (83,3 %) Sprache die großen Abfallmengen als größte Ursache gesehen. Mit 29,5 % wird das Fehlen von Innovationen und klimafreundlichen Ideen als insgesamt geringste Ursache für den Klimawandel gesehen.

Insgesamt kann festgehalten werden, dass der Klimawandel für die jungen Menschen ein ernstzunehmendes Thema ist, bei dem zwar ihr unmittelbares Reisen als kritisch, aber nicht als vorherrschendes Problem gesehen wird. Junge Menschen sehen die Schadstoffbelastung durch Mobilität, Transport und Produktion oder die ineffektive politische Zusammenarbeit zwischen Ländern und Staaten als größte Ursache für den Klimawandel.



### Welches sind deiner Meinung nach die wichtigsten Ursachen für den Klimawandel?

	Deutsch	Estnisch	Finnisch	Französisch	Türkisch	Chinesisch	Gesamt
Die großen Abfallmengen	48,6 %	33,3 %	80,3 %	73,9 %	81,7 %	83,3 %	58,9 %
Schadstoffemissionen, verursacht durch Reisen, Transport und Produktion	83,7 %	51,7 %	52,1 %	84,6 %	63,4 %	72,7 %	77,5 %
Zu wenig innovative, klimafreundliche Ideen	24,0 %	20,7 %	19,7 %	29,9 %	55,7 %	57,6 %	29,5 %
Ineffektive politische Kooperationen/Vereinbarungen zwischen Ländern/Staaten	69,2 %	86,2 %	71,8 %	69,3 %	72,5 %	57,6 %	70,2 %
Energieproduktion	63,7 %	66,7 %	52,1 %	61,8 %	67,9 %	34,8 %	61,9 %
Lebensmittelproduktion	65,0 %	60,9 %	36,6 %	56,0 %	49,6 %	22,7 %	57,9 %
Andere	8,2 %	6,9 %	5,6 %	6,2 %	2,3 %	6,1 %	0,7 %
<b>Gesamt</b>	<b>728</b>	<b>87</b>	<b>71</b>	<b>241</b>	<b>131</b>	<b>66</b>	<b>1.324/100 %</b>

**Abb. 8** Ursachen für den Klimawandel; Mehrfachnennung möglich

Eine weitere Frage in der Online-Erhebung war, ob sich die jungen Menschen Sorgen um die Auswirkungen ihres Verhaltens auf die Umwelt machen. Es wird deutlich, dass die jungen Menschen mehrheitlich die Sorgen über ihren persönlichen Umwelteinfluss und das Handeln jedes einzelnen Menschen – auch ihr eigenes – in den Mittelpunkt rücken. In den Sprachen Deutsch, Finnisch

und Französisch stimmte der größte Teil der Befragten mit „Ja“. Die jungen Menschen, die den Fragebogen auf Türkisch und Chinesisch ausgefüllt haben, stimmten zum größten Teil mit „Nein“. In der estnischen Sprache antwortete der größte Teil mit „Manchmal“.

	Deutsch	Estnisch	Finnisch	Französisch	Türkisch	Chinesisch	Gesamt
Ja	72,1 %	38,0 %	80,6 %	72,3 %	37,1 %	28,6 %	64,9 %
Nein	3,5 %	22,8 %	0,0 %	4,2 %	49,7 %	40,0 %	11,1 %
Manchmal	24,4 %	39,2 %	19,4 %	23,5 %	13,3 %	31,4 %	24,0 %
<b>Gesamt</b>	<b>741</b>	<b>79</b>	<b>93</b>	<b>260</b>	<b>143</b>	<b>70</b>	<b>1.386/100 %</b>

**Abb. 9** Besorgnis über die Umweltauswirkungen

### 3.3 Wie engagieren sich junge Menschen gegen den Klimawandel?

Es wurde auch danach gefragt, wie aktiv sich die jungen Menschen im Klimakontext engagieren und wie oft sie sich bislang an Aktivitäten gegen den Klimawandel beteiligt haben, die z. B. in Gruppen, Vereinen oder Verbänden organisiert wurden (n = 1304). 44,7% gaben an, dass sie an einer oder mehreren Demonstrationen

teilgenommen haben – 35,1% hingegen, dass sie noch nie an solch einer Aktivität teilgenommen haben, aber denken, dass dies wichtig ist. Lediglich 2,8% der jungen Menschen gaben an, noch nie teilgenommen zu haben und stuften dies als nicht wichtig ein.

#### Wie oft hast du an Aktivitäten von Gruppen, Vereinen oder Verbänden teilgenommen, die in Zusammenhang mit Klimaschutz stehen?

Ich habe das noch nie gemacht, halte es aber trotzdem für wichtig.	35,1 %
Ich habe das noch nie gemacht. Ich halte das für überflüssig.	2,8 %
Ich habe an einer oder mehreren Demonstrationen teilgenommen.	44,7 %
Ich war/bin Teil einer Gruppe, die sich für Klimaschutz engagiert.	17,1 %
Ich war/bin Mitglied einer politischen Partei, die sich besonders mit Klimaschutz befasst*.	3,9 %
Ich habe in der Schule/Hochschule/Universität an Projekten zum Klimaschutz teilgenommen (oder nehme immer noch teil).	30,9 %
Ich war aktiv/bin aktiv in den sozialen Medien.	19,1 %
Ich habe bei anderen Aktivitäten zum Klimaschutz mitgemacht (oder nehme immer noch teil).	5,9 %
<b>Gesamt (n = 1304)</b>	

**Abb. 10** Teilnahme an Aktivitäten zum Klimaschutz

\* Die Antwortoption war in der chinesischen Version der Befragung nicht verfügbar; Mehrfachnennung möglich

Offen bleibt, weshalb ein großer Teil aller Befragten den Klimawandel als ein ernstzunehmendes Thema einschätzt sowie ein Engagement in diesem Kontext für wichtig hält, aber gleichzeitig unter allen jungen Menschen ein vergleichsweise geringeres Engagement in Form einer Teilnahme in Gruppen, Vereinen oder Verbänden zu verzeichnen ist, welche sich mit Fragen des Klimaschutzes beschäftigen. Provokant formuliert: Haben wir es hier zu tun mit einem ‚gap between talk and action?‘

Des Weiteren wurden die jungen Menschen gefragt, ob es ein begrenztes Flugmeilenkonto für alle geben sollte (n = 993). Die Meinungen waren hier geteilt: 50,4%

stimmten mit „Ja, das sollten wir.“ Und 49,6% stimmten mit „Nein, das sollten wir nicht“.

Bei der Frage, was sie lieber tun würden, um klimafreundlicher zu sein, wenn sie ins Ausland reisen, gaben die meisten jungen Menschen an: „...andere Transportmittel nutzen, anstatt zu fliegen (Fernbus, Zug, ...)“ (75%), „...auf einem Campingplatz, in einer Jugendherberge oder bei Freund\*innen übernachten, statt in ein Hotel zu gehen“ (65%) oder „...nicht so oft verreisen, dafür aber für längere Zeit bleiben“ (58,9%). Am wenigsten würden junge Menschen „...etwas für ein Klimaschutzprojekt spenden“ (22,7%) oder „...mehr für klimafreundliche Unterkünfte bezahlen“ (26,9%).

### Um dich bei einer Auslandsreise klimafreundlicher zu verhalten, würdest du lieber ...

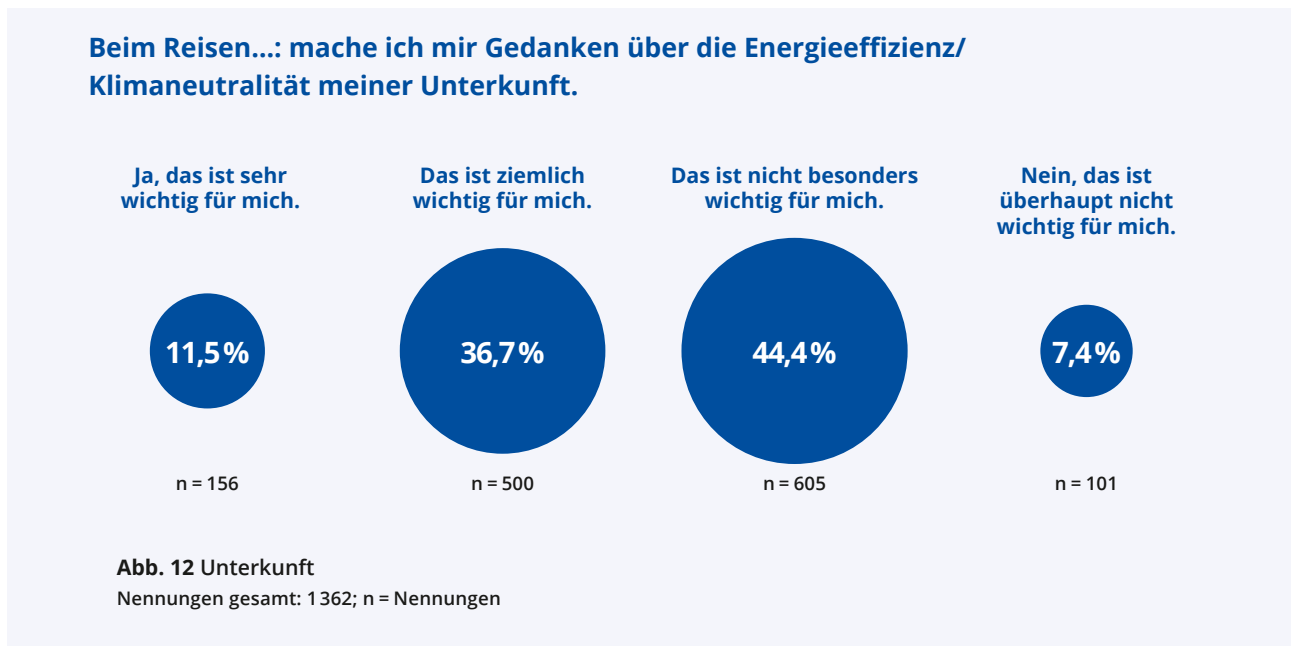
... andere Transportmittel nutzen, anstatt zu fliegen? (Fernbus, Zug, ...)	75,0 %
... nicht so oft verreisen, dafür aber für längere Zeit bleiben?	58,9 %
... ein Fahrrad nutzen, um im Ausland mobil zu bleiben?	56,1 %
... etwas für ein Klimaschutzprojekt spenden?	22,7 %
... auf einem Campingplatz, in einer Jugendherberge oder bei Freund:innen übernachten, statt in ein Hotel zu gehen?	64,3 %
... mehr für klimafreundliche Unterkünfte bezahlen?	26,9 %
... dich für vegetarisches Essen entscheiden?	53,9 %
... dich für veganes Essen entscheiden?	36,1 %
<b>Gesamt (n = 1241)</b>	

**Abb. 11** Klimafreundliches Verhalten  
Mehrfachnennung möglich

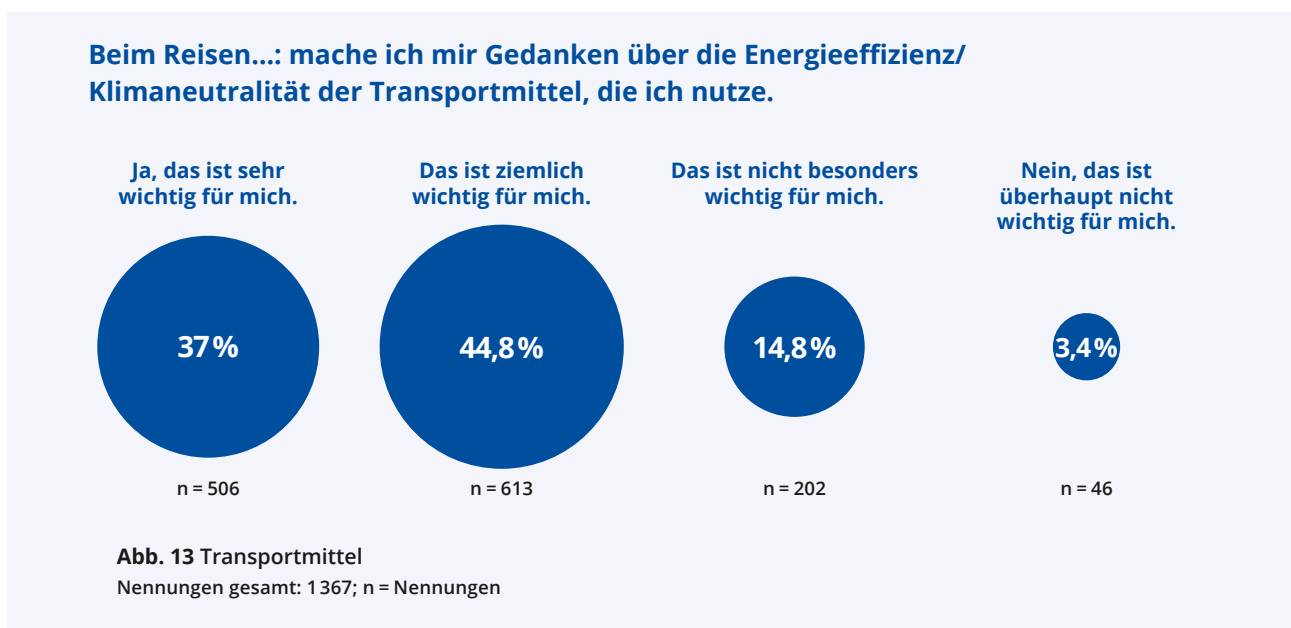


### 3.3.1 Klimaneutrales Reisen – nicht für alle gleich bedeutsam

Auf die Frage, ob sich junge Menschen beim Reisen Sorgen über die Energieeffizienz oder Klimaneutralität ihrer Unterkunft machen (n = 1362), schreiben 44,4% der Befragten dieser eine weniger große und 36,7% eine relativ große Rolle zu.



Bei der Frage, ob sich junge Menschen beim Reisen Sorgen über die Energieeffizienz oder Klimaneutralität des Transportmittels machen, konnte festgestellt werden, dass sich ein Großteil deswegen sorgt. Bei der differenzierten Untersuchung der Sprachen konnte nur ein geringer Unterschied zwischen diesen festgestellt werden.



Des Weiteren wurde untersucht, unter welchen Bedingungen sich die Befragten für den Kauf eines Produktes während des Reisens entscheiden. Hier waren mehrere Antworten möglich. Bei der Untersuchung auf Sprachebene zeigt sich, dass der größte Anteil der jungen Menschen, die den Fragebogen auf Deutsch ausfüllten, die Bedingung „vegan/vegetarisch“ angeklickt haben.

Teilnehmende, die sich auf Türkisch oder Chinesisch beteiligt haben, weisen den größten Anteil an Personen auf, denen es wichtig ist, dass das Produkt klimafreundlich produziert wurde. In den Sprachen Finnisch, Estnisch, Chinesisch und Französisch kreuzte ein großer Teil der Befragten keine der genannten Bedingungen an.

### 3.3.2 Wie wollen sich junge Menschen zukünftig engagieren

Auf die Frage, ob die jungen Menschen ein Interesse daran haben, einer Gruppe, politischen Partei, einem Verein, Projekt oder Verband beizutreten, antworteten 63,1% der jungen Menschen mit „Ja“ und 36,9% mit „Nein“ (n = 1 198).

Wenn die Befragten mit „Ja“ geantwortet haben, wurde darüber hinaus gefragt, wie sie sich gern engagieren würden. Der größte Teil der jungen Menschen antwortete „mich an Projekten beteiligen, die es an meiner Schule/ Bildungseinrichtung/ Universität/ meinem Arbeitsplatz zum Thema Klimaschutz gibt.“.

Falls ja, wie möchtest du dich gerne beteiligen? Ich würde gerne...	Häufigkeit	Prozent
... an Demonstrationen teilnehmen.	106	12,2 %
... einer Gruppe mit Schwerpunkt Klimaschutz beitreten.	142	16,3 %
... eine Gruppe/ ein Projekt mit Schwerpunkt Klimaschutz gründen.	62	7,1 %
... einer politischen Partei mit Schwerpunkt Klimaschutz beitreten*.	77	8,9 %
... mich an Projekten beteiligen, die es an meiner Schule/ Bildungseinrichtung/ Universität/ meinem Arbeitsplatz zum Thema Klimaschutz gibt.	431	49,5 %
... an anderen Aktivitäten zum Thema Klimaschutz teilnehmen.	52	6,0 %
<b>Gesamt</b>	<b>870</b>	<b>100 %</b>

**Abb. 14** Wie ich mich beteiligen würde...

\* Die Antwortoption war in der chinesischen Version der Befragung nicht verfügbar

Zusätzlich wurden die jungen Menschen gefragt, was Klimaschutz für sie bedeutet. Auch hier waren mehrere Antworten möglich. Über alle Sprachen hinweg gab ein sehr großer Anteil der Befragten an „ich versuche, verantwortungsbewusst weniger Müll zu produzieren, um dabei zu helfen, den Klimawandel einzudämmen.“

Dieser Anteil ist besonders hoch in den Sprachen Finnisch und Deutsch. Die Option, dass sie ein aktives Mitglied in einer Gruppe sind, die sich mit Fragen des Klimaschutzes befasst, wurde über alle Sprachen hinweg weniger häufig ausgewählt.

### Für mich bedeutet Klimaschutz, dass ...

	Deutsch	Estnisch	Finnisch	Französisch	Türkisch	Chinesisch	Gesamt
ich mit anderen Leuten über Klimaschutz diskutiere (Freund*innen, Familie, Gleichgesinnte).	75,3 %	71,8 %	46,2 %	72,0 %	59,8 %	47,0 %	70,1 %
ich gelegentlich an Gruppenaktivitäten (z. B. Demonstrationen) zum Thema Klimaschutz teilnehme.	46,4 %	21,2 %	18,5 %	56,0 %	26,0 %	30,3 %	42,1 %
ich aktives Mitglied einer Gruppe bin, die sich mit Fragen des Klimaschutzes befasst.	16,4 %	16,5 %	13,8 %	20,0 %	15,0 %	18,2 %	16,9 %
ich versuche, mich verantwortungsbewusst zu ernähren, um dabei zu helfen, den Klimawandel einzudämmen.	87,2 %	78,8 %	63,1 %	76,9 %	31,5 %	24,2 %	74,9 %
ich versuche, verantwortungsbewusst zu reisen, um dabei zu helfen, den Klimawandel einzudämmen.	80,1 %	74,1 %	44,6 %	79,1 %	26,8 %	43,9 %	70,6 %
ich versuche, verantwortungsbewusst Energie zu sparen, um dabei zu helfen, den Klimawandel einzudämmen.	81,3 %	72,9 %	73,8 %	70,2 %	66,9 %	75,8 %	76,7 %
ich versuche, verantwortungsbewusst weniger Müll zu produzieren, um dabei zu helfen, den Klimawandel einzudämmen.	85,8 %	80,0 %	92,3 %	72,0 %	64,6 %	81,8 %	81,0 %
Für mich ist Klimaschutz unnötig.	0,6 %	0,0 %	1,5 %	0,9 %	0,8 %	0,0 %	0,6 %
Anderes	6,1 %	4,7 %	1,5 %	3,1 %	0,8 %	1,5 %	4,5 %
<b>Gesamt</b>	<b>718</b>	<b>85</b>	<b>65</b>	<b>225</b>	<b>127</b>	<b>66</b>	<b>1.286/100 %</b>

Abb. 15 Bedeutung von Klimaschutz  
Mehrfachnennung möglich

### 3.4 Ausblick: Internationale Mobilitätserfahrungen beeinflussen Positionen zum Klimawandel

Die Daten zeigen, dass ein Zusammenhang besteht zwischen dem internationalen Reiseverhalten – also eigenen Mobilitätserfahrungen ins Ausland – und den Angaben, inwieweit sich die jungen Menschen Sorgen machen, dass ihr eigenes Handeln die Umwelt beeinflusst. Demgegenüber lässt sich dieser Zusammenhang nicht in Bezug auf das Reiseverhalten innerhalb eines Landes nachweisen.

Ebenfalls wird deutlich, dass das Engagement gegen den Klimawandel mit der Ansicht des Klimawandels als

ernstem Problem zusammenhängt. Diese Problemeinsicht hängt darüber hinaus auch mit der Bereitschaft, sich in Gruppen, Vereinen oder Parteien gegen den Klimawandel zu engagieren, zusammen. Schließlich zeigt sich auch ein Zusammenhang der Ansicht der Klimawandel als ernstes Problem mit der Einführung eines limitierten Flugmeilenkontos.

Allerdings lässt sich in den Daten des Fragebogens nicht zeigen, ob sich z.B. junge Frauen anders in Bezug auf das Engagement positionieren als junge Männer.



# 4

## Fokusgruppen: Transnationale Gruppenbefragungen



Die vorausgehend dargestellten quantitativen Ergebnisse lieferten einige wichtige Ansatzpunkte für weiterführende Fragen. Diese betreffen einerseits die hohe Beteiligung weiblicher junger Menschen an der quantitativen Erhebung. Andererseits sollte der provokant formulierten These eines ‚gap between talk and action?‘ nachgegangen werden. Hier gilt es, noch einmal genauer in den Blick zu nehmen, weshalb ein großer Teil aller Befragten den Klimawandel als ein ernstes, beziehungsweise sehr ernstes Thema einschätzt sowie ein Engagement in diesem Kontext für wichtig hält, aber gleichzeitig unter allen jungen Menschen ein vergleichsweise geringeres Engagement in Form einer Teilnahme in Klubs, Vereinen und Gruppen zu verzeichnen ist, welche sich mit Fragen des Klimaschutzes beschäftigen. Diese Eindrücke wurden zunächst gemeinsam mit Vertreter\*innen von IJAB sowie der internationalen Partnerorganisationen diskutiert, bevor sie anschließend in den Fokusgruppen vertieft wurden.

#### 4.1 Das Thema Klima in den Fokusgruppen – young people show up!

Zuallererst ist zu betonen, dass es eine sehr engagierte Beteiligung in den Fokusgruppen gab. Wird mit in Betracht gezogen, dass es galt, junge Menschen aus insgesamt sieben Ländern an einem Wochenende – je nach Zeitzone sogar recht früh am Morgen – für die internationalen Diskussionsrunden digital zusammenzubringen, ist das Zustandekommen dieser Runden bereits als wichtiges Ergebnis zu werten: Young people show up – so lautet also ein erstes Fazit des Forscher\*innenteams.

Von den maximal 28 erwarteten jungen Menschen nahmen 22 aktiv an den transnationalen Fokusgruppen teil. Hierbei wurde deutlich, dass die Teilnehmer\*innen gern die Gelegenheit wahrnahmen, ihre Meinungen, Wünsche und Bedürfnisse hinsichtlich Klimawandel und Mobilität äußern zu können sowie sich auch im Anschluss an die Diskussionsrunden untereinander auszutauschen. Ein Grund für dieses Engagement ist sicherlich darin zu verorten, dass sich die Gruppen ausschließlich aus jungen Menschen aus unterschiedlichen Kontexten der Jugendarbeit zusammensetzten, die sich für dieses Thema interessierten und durch die jeweiligen Partnerorganisationen gezielt angesprochen und akquiriert wurden.

Insgesamt gab es bei den vier Gruppen – altersunabhängig – zwei Gruppen, die sehr diskussionsfreudig waren und sich auch gegenseitig länderspezifische Rückfragen stellten sowie zwei Gruppen, die etwas zurückhaltender waren, auch im Hinblick auf Rück- und Nachfragen untereinander. Die Verwendung der englischen Sprache, die je Gruppe für ca. sechs von sieben teilnehmenden Personen eine Fremdsprache darstellte, bereitete nur wenig Probleme. Wenn es Schwierigkeiten gab, Wörter zu finden, half die Gruppe oder die Suchmaschine im Internet und einige hatten sich zuvor Notizen auf Englisch gemacht, die sie dann in der Diskussion ablesend einbrachten – aber niemand hatte Scheu, auf Englisch zu sprechen. Die Bereitschaft, die Kamera einzuschalten, war bei allen Teilnehmenden, sofern es nicht an technischen Problemen scheiterte, sehr hoch. Durch die Verwendung von Spitznamen beim Betreten des Big Blue Button-Videokonferenzraumes schien ein sicherer Ort für eine ehrliche und wertschätzende Kommunikation untereinander geschaffen worden zu sein. Die jungen Menschen ließen sich gegenseitig ausreden, fielen sich nicht ins Wort und nahmen respektvoll Bezug aufeinander, auch wenn sie anderer Meinung waren als ihre Vorredner\*innen. Dies geschah jedoch sehr selten, da sich die jungen Menschen überwiegend einig waren in ihren Meinungen, Sichtweisen und Ideen.

## 4.2 Übereinstimmungen mit den Ergebnissen der quantitativen Befragung

### *„Climate Change means the change of a world as we know it“*

Einigkeit lässt sich auch in der Übereinstimmung mit den Aussagen der Online-Befragung feststellen. Insbesondere mit Blick auf die Freifeldtextantworten im quantitativen Teil wird deutlich, dass die jungen Menschen sich durchweg darüber einig sind, dass der Klimawandel sowohl ein sehr ernstzunehmendes Thema als auch menschengemacht ist: „Human activity is the most significant reason for climate change“.

Das Antwortverhalten hinsichtlich der Fragen nach konkreten Ansätzen und Vorschlägen für eine klimasensible Jugendmobilität sowohl im quantitativen als auch im qualitativen Teil der LEMOCC-Studie ist dadurch geprägt, dass die jungen Menschen vor allem das Handeln jedes einzelnen Menschen in den Mittelpunkt rücken und Veränderungen im persönlichen

Lebensstil fordern. Aus Sicht der Teilnehmer\*innen wird hier vor allem dafür plädiert, eigene Einstellungen und Verhaltensweisen zu überdenken, zu verändern und klimafreundlicher zu machen.

Auch in den Fokusgruppen wurden – wie in der Online-Befragung – übergreifend Ängste in Zusammenhang mit dem Klimawandel angesprochen: In letzter Zeit hat sich diesbezüglich der Begriff der Eco-Anxiety etabliert, welcher solche Ängste benennt, die im Zusammenhang mit den weltweiten Bedrohungen durch den menschengemachten Klimawandel stehen. Es handelt sich dabei um ein relativ junges Phänomen, das in den Vereinigten Staaten von Amerika bereits umfänglich diskutiert wird, im deutschsprachigen Raum aber beispielsweise bisher ein Schattendasein führt (vgl. Raile/Ricken 2021). In einer Freifeldtextantwort heißt es dazu: „ich versuche, verantwortungsbewusst zu leben, um anderen Angst und Panik zu nehmen.“

## 4.3 Sichere Nutzung des digitalen Gesprächs-Tools

Weiterhin auffällig war, dass alle Beteiligten – sowohl die jüngeren als auch die älteren – keine Schwierigkeiten damit hatten, das Tool Big Blue Button zu benutzen und sich schnell in diesem digitalen Raum zurechtzufinden. Neben der Anleitung, die die jungen Menschen zuvor schriftlich für dieses Tool bekommen hatten und der Einweisung seitens der Moderator\*innen zu Beginn der Diskussion, kann dies jedoch sicherlich auch darauf zurückgeführt werden, dass die Covid-19-Pandemie auch für junge Menschen zu einem Vorschub in der Digitalisierung ihres Alltags geführt hat. Auch hier ist jedoch – erneut – auf die spezifische Samplebildung zu verweisen: Eine Voraussetzung zur Teilnahme bestand darin, dass die jungen Menschen für den Zeitraum der Diskussion einen stabilen Internetzugang sicherstellen können.

So kann davon ausgegangen werden, dass es sich hinsichtlich der Stabilität der Internetzugänge sowie der Sicherheit im Umgang mit digitalen Tools um einen selektiven Eindruck handelt, der nicht auf alle jungen Menschen gleichermaßen zutrifft. Dies sollte insbesondere hinsichtlich der Überlegungen, digitale Tools verstärkt auch für Angebote internationaler Jugendarbeit nutzbar zu machen, in Betracht gezogen werden. Hier gilt es, Aspekte digitaler Ungleichheit zu berücksichtigen. Erste Ansätze liefern aktuell – auch unter Einbezug aktueller Veränderungen durch die Pandemie, Studien auf europäischer sowie auf internationaler Ebene (vgl. etwa Deloitte 2020, vgl. Suter et al. 2021, vgl. vom Orde/Durner 2021<sup>4</sup>). Diese Studien zu digitaler Ungleichheit in naher Zukunft systematisch auf Konzepte von (internationaler) Jugendmobilität zu beziehen, erscheint empfehlenswert.

<sup>4</sup> Zudem wurden und werden unter dem Titel „EU Kids Online“ im Rahmen der Arbeit eines deutschen Projektteams aktuell verfügbare empirische Studien aus verschiedenen europäischen Ländern zusammengetragen und in einer einsehbaren Datenbank (Europe Evidence Base) erfasst. Näheres findet sich unter: <https://www.eukidsonline.de/studieneubersicht/>

#### 4.4 Climate action: ein Frauenthema?

### „Well, we call it mother earth – not father earth“

Im Rahmen der quantitativen Erhebung konnte eine besonders hohe Beteiligung von Befragten verzeichnet werden, welche sich selbst als weiblich bezeichneten. Wie unter 3.1.1 nachvollzogen, betraf dies 75,1 % – und damit rund drei Viertel aller jungen beteiligten Menschen. Im vorausgehenden Kapitel ist bereits festgehalten worden, dass eine höhere, weibliche Beteiligung im Kontext quantitativer Befragungen durchaus häufiger vorkommt, dass jedoch die Zahlen in der LEMOCC-Erhebung auch im Vergleich zu anderen, aktuellen Jugendstudien als auffallend hoch zu bewerten sind. Diese Auffälligkeit wurde deshalb noch einmal im Kontext der Fokusgruppen mit den jungen Menschen aufgegriffen und sie wurden gebeten, eigene Einschätzungen, Ideen und Positionen zu diesem Sachverhalt einzubringen. Auch wenn die Darstellung der Ergebnisse der Fokusgruppen im Unterschied zu der Online-Fragebogenerhebung qualitativ angelegt ist, wird an dieser Stelle zunächst noch eine weitere, quantitative Einordnung vorgenommen, denn der Anteil der weiblichen Teilnehmer\*innen an den transnationalen Diskussionsrunden schien eine starke Nähe zum Anteil der weiblichen Teilnehmer\*innen an der Fragebogenerhebung aufzuweisen. Von den insgesamt 22 jungen Menschen, welche sich an den Fokusgruppen beteiligten, wurden 18 vom Forschungsteam als weiblich gelesen. Dabei gab es keine Unterschiede zwischen den Gruppen oder den festgelegten Alterskohorten: In jeder Gruppe überwog der Anteil der als weiblich gelesenen Teilnehmer\*innen deutlich.

Auf den Eindruck eines höheren Interesses sowie einer stärkeren Beteiligung von Mädchen und jungen Frauen während der Samstagsrunden bezogen sich auch die Diskutant\*innen selbst, indem sie darauf verwiesen, dass auch aus ihrer Sicht ein Großteil der jeweils aktuell Anwesenden anscheinend dem weiblichen Geschlecht zuzuordnen sei. Die beteiligten jungen Menschen stellten



darüber hinaus die Zahlen und Ergebnisse aus der quantitativen Erhebung nicht infrage. Vielmehr noch schienen sie über alle Gruppen hinweg nicht irritiert oder überrascht, dass der Anteil der weiblichen Teilnehmer\*innen den der männlichen so stark überstiegen hatte. Die Diskutant\*innen brachten verschiedene Ideen ein, weshalb dies der Fall sein könnte. Diese lassen sich entlang von zwei Sichtweisen auf Klimawandel anordnen: Klimawandel als soziales/gesellschaftliches Problem sowie Klimawandel als technologische Herausforderung.

Wurden Themen rund um die Umwelt sowie den Klimawandel als soziales oder gesellschaftliches Problem betrachtet, wurde postuliert, dass sich (junge) Frauen insgesamt eher um soziale Probleme und Herausforderungen sorgten und vermutlich auch hier oft eher bereit seien, dies zu kommunizieren. Für das Engagement im Kontext des Klimawandels sei zudem, so die Teilnehmer\*innen, kein unmittelbarer Gewinn oder schneller, sichtbarer Nutzen zu erwarten. Im Gegensatz zu Männern, so eine Vermutung der Diskutant\*innen, seien Frauen es eher gewöhnt, sich auch gerade für solche Belange zu engagieren und einzusetzen: „I don't know, but, maybe women are more used to being engaged for things they get no immediate reward for“. Eine weitere Idee bestand darin, dass Frauen durch ihre häufigere Verantwortung in der familiären Sorgearbeit eher mit den Auswirkungen des Klimawandels konfrontiert würden, so beispielsweise im Kontext des Einkaufs von

Lebensmitteln. Diese Idee wurde zudem unter der Vorbemerkung geäußert, dass hier ein Bewusstsein darüber bestehe, dass es sich um eine geschlechtsbezogene Zuschreibung handele. Besonders deutlich wird dies auch durch die Erwähnung einer weiteren Zuschreibung durch eine\*n Teilnehmer\*in: „Well, we call it mother earth – not father earth“.

Den Herausforderungen des Klimawandels könne aber, so eine weitere Idee der Diskutant\*innen, auch auf einer technologischen Ebene begegnet werden.

### *Hier gehe es dann eher darum, naturwissenschaftliche Ideen, klimaneutrale Produkte und Innovationen zu entwickeln.*

Möglicherweise, so die Teilnehmer\*innen, seien es hier eher männliche Personen, welche sich auf dieser Ebene, beispielsweise in Forschung und Entwicklung, engagierten, jedoch nicht an Fragebogenerhebungen teilnahmen. Darüber hinaus, so vermuteten einige Teilnehmer\*innen, seien Frauen tendenziell eher in Gruppen und Organisationen engagiert, welche sich mit feministischen Themen und Fragestellungen befassten und es hierdurch gewohnt, ihre Stimmen für Fragen der (sozialen) Gerechtigkeit zu erheben. Diese Gruppen und Organisationen hätten, so die Vermutung, häufig eine inhaltliche Nähe sowie Schnittmengen zu klima- und umweltbezogenen Themen und Gruppierungen.

Wird auf die Datenlage und die Zahlen zur geschlechtsspezifischen Beteiligung junger Menschen an Angeboten mit den Themenschwerpunkten Natur und Umwelt geblickt, so wird hinsichtlich öffentlich geförderter Angebote der Jugendarbeit<sup>5</sup> sichtbar, dass sich hier zunächst keine größeren Diskrepanzen in der Beteiligung nach Geschlecht abzeichnen (vgl. Statistisches Bundesamt 2021, 21 ff.). Dieser Eindruck verändert sich jedoch, wenn auf das Ehrenamt in der Jugendarbeit geblickt wird: Über alle Altersgruppen hinweg zeigt sich eine höhere Beteiligung der weiblichen ehrenamtlich Tätigen im Vergleich zu den männlichen – zumindest in Deutschland. Wird nach Altersgruppen differenziert, so zeigt sich die höchste Beteiligungsrate sogar bei den unter 16-Jährigen sowie den 16–18-Jährigen (vgl. ebd., S. 30 f.). Leider wird bei diesen Berechnungen nicht mehr nach Themenschwerpunkt, sondern lediglich nach Angebotstyp differenziert, sodass hier lediglich ein Gesamteindruck abgebildet und keine verlässliche Aussage bezüglich der Themen Natur und Umwelt getroffen werden kann. Interessant ist hierbei jedoch folgendes: Wird über die Jugendarbeit hinaus auf andere Felder des freiwilligen Engagements geblickt, so lässt sich (für Deutschland) wiederum kein signifikanter Unterschied des Engagements zwischen den Kategorien weiblich und männlich feststellen (vgl. Simonson et al. 2021, S. 15). Auch im Engagement für Umwelt- oder Naturschutz sind keine signifikanten Geschlechtsunterschiede vorhanden (vgl. Simonson et al. 2021, S. 22 f.). Das könnte auf geschlechtsspezifische Besonderheiten im Kontext der Jugendarbeit verweisen und bedarf einer vertieften Auseinandersetzung, vor allem auch im internationalen Kontext. Zudem werden ebenfalls in feministischen Diskussionen geschlechtliche Zuschreibungsprozesse problematisiert, wenn z.B. im Kontext von Klimadiskursen bestehende Ungleichheitsverhältnisse intersektional<sup>6</sup> – und so auch mit Blick auf die Kategorie Geschlecht – betrachtet werden (vgl. Çağlar et al. 2012, S. 7 ff.).

<sup>5</sup> Die hier zugrunde gelegte Erhebung erfasst in zweijährigem Turnus alle Angebote der Jugendarbeit, unterteilt in offene und gruppenbezogene Angebote sowie Veranstaltungen und Projekte, die innerhalb eines Berichtsjahres durchgeführt wurden (vgl. Statistisches Bundesamt 2021, S. 3). Die Daten beziehen sich auf das Jahr 2019.

<sup>6</sup> Der Begriff der Intersektionalität bezeichnet die Verschränkung verschiedener Strukturkategorien, welche Ungleichheit generieren können. Diese stellen – neben der Strukturkategorie Geschlecht – auch die Kategorien Ethnizität, Klasse, Nationalität, Sexualität, Behinderung oder etwa Alter dar. Intersektionale Theorie zielt darauf ab, das Zusammenwirken dieser verschiedenen Positionen sozialer Ungleichheit zu analysieren und darauf hinzuweisen, dass „sich Formen der Unterdrückung und Benachteiligung nicht additiv aneinanderreihen lassen, sondern in ihren Verschränkungen und Wechselwirkungen zu betrachten sind“ (Küppers 2014).

## 4.5 Climate action: was brauchen junge Menschen, um in Aktion zu treten?

*„Action is not only joining clubs, attending demonstrations. It can also be individual action and small steps, that create change. We can start by changing small things in our lives.“*

Im Rahmen der quantitativen Befragung wurde deutlich, dass ein Großteil der Teilnehmer\*innen die Ansicht vertrat, dass der Klimawandel ein ernst, beziehungsweise ein sehr ernstzunehmendes Thema darstellt. Ebenfalls wurde sichtbar, dass die jungen Menschen ein Engagement auf dem Gebiet für wichtig erachten, z.B. über schulische Projekte, die Teil-

nahme an Demonstrationen oder über das persönliche Engagement in Gruppen oder politischen Parteien, welche sich mit Fragen des Klimawandels beschäftigen. Während rund 44 % aller Befragten angaben, wenigstens einmal an einer Demonstration teilgenommen zu haben, wurde deutlich, dass sich vergleichsweise wenige Befragte auch selbst aktiv in Gruppen (17,1 %) oder politischen Parteien (3,9 %) engagierten. Auch diese Eindrücke wurden in den Fokusgruppen thematisiert und die Jugendlichen gefragt, welche Aspekte sie im Engagement im Kontext des Klimawandels für wichtig erachten.

Über alle Fokusgruppen hinweg wurde deutlich, dass das Engagement insbesondere von drei wichtigen Faktoren abhängig gemacht wird: von den Ressourcen, über welche die jungen Menschen verfügen, vom Zugang zu etwaigen Gruppen oder Parteien, sowie von bestimmten Emotionen und persönlichen Positionen, welche an Fragen des Klimawandels geknüpft werden. All diese Aspekte, so die Teilnehmer\*innen an den Diskussionsgruppen, könnten dazu beitragen, dass junge Menschen sich wenig engagierten, obwohl sie ein Engagement grundsätzlich für wichtig halten.

In Bezug auf die Ressourcen spielen vor allem die Zeit, die finanzielle Situation sowie die Verkehrsinfrastruktur eine sehr wichtige Rolle. So äußerten die jungen Menschen, dass sie neben den regulären Verpflichtungen wie etwa der Schule, des Studiums oder der Ausbildung die Zeit, welche für weitere Aktivitäten übrigbleibe, sorgfältig abwägen müssten. So gebe es abseits des Klima- und Umweltschutzes auch andere Themen, welche des Engagements bedürften. Hier berichtet ein\*e Teilnehmer\*in, sich im Kontext der LGBTIQ-Bewegung zu engagieren und deshalb eher weniger im Bereich Klima aktiv zu sein, obwohl sie\*er dies als wichtig erachte.

Zusätzlich brauche man auch Zeit für Familie, für Freund\*innen und nicht zuletzt auch einfach freie Zeit für sich selbst, so weitere Statements. Finanzielle Aspekte spielten zum Beispiel dann eine Rolle, so die Teilnehmer\*innen, wenn gearbeitet werden müsse, um den Lebensunterhalt zu sichern. Darauf entfalle ebenfalls ein zuweilen großer Teil der Zeit, welcher dann nicht mehr für soziales Engagement zur Verfügung stehe. Finanzielle Aspekte seien zudem immer dann wichtig, wenn die Aktivitäten, an denen man teilnehmen wolle, eine Anfahrt oder Anreise notwendig machen – so zum Beispiel, wenn man auf dem Land wohne. Gruppen, Clubs oder Organisationen, so eine Teilnehmerin, seien aber



eher in städtischen Gebieten zu finden. Dies schließlich hinge ebenfalls mit der Frage der Verkehrsinfrastruktur zusammen; diese sei häufiger nicht hinreichend ausgebaut, um eine angemessene Mobilität insbesondere für jüngere Menschen zu gewährleisten, welche beispielsweise nicht über ein eigenes Fahrzeug und/oder einen Führerschein verfügten.

Mit Blick auf den Zugang wird berichtet, dass mögliche Gruppen, die sich für das Thema Klimaschutz engagieren, zwar häufiger bekannt seien, jedoch ein Zugang zu diesen nicht immer leichtfalle. So berichtet ein\*e Teilnehmer\*in davon, das Engagement der Gruppen für sehr wichtig zu halten, sich jedoch selbst nicht angesprochen zu fühlen. Dies liege vor allem daran, dass sie\*er bisher wenig Kontakte zu entsprechenden Gruppen hatte und unsicher sei, ob diese zu ihr\*ihm – oder sie\*er zu diesen – passe. Allerdings überlegt sie\*er, dass ihr\*ihm der Zugang womöglich leichter fallen würde, wenn sie\*er persönlich schon Menschen kennen würde, welche sich dort engagieren.

Hinsichtlich der Emotionen wird in den Gruppen sehr deutlich: Die jungen Menschen sehen aktuell vielfache gesellschaftliche Herausforderungen, welche eines Engagements bedürfen. So lautet ein Zitat: „It can be quite difficult at times. When there are so many essential issues that need change and your support, it feels that you're powerless against that“. Unter diesen Herausforderungen wird die Klimakrise als eine – jedoch nicht als einzige – sehr ernstzunehmende Thematik benannt, für welche sich engagiert werden müsse. So werden etwa

die Themen des Rassismus und der Diskriminierung ebenso erwähnt wie Armut und soziale Ungleichheit sowie das Thema Gesundheit und die gegenwärtigen Herausforderungen durch die Corona-Pandemie. Angesichts so vieler und so ernsthafter gesellschaftlicher Problemlagen fiele es zuweilen schwer, sich für eine einzige Sache zu entscheiden. Auch sei es manchmal so, dass man das Gefühl habe, den Mut zu verlieren, da man letztlich als Einzelperson so wenig Einfluss auf die Dinge habe und wenig tun könne. So formuliert ein\*e Teilnehmer\*in; „I Don't know, climate change is such a gigantic problem that we don't know what we could possibly do on our own. That's my opinion“. Insbesondere bei einer jüngeren Gruppe wurde deutlich, dass es deshalb viel Mut brauche, um sich aktiv für die eigenen Anliegen einzusetzen.

Auf die Frage, worin Engagement im Kontext von Klima aus Sicht der jungen Menschen besteht, sprechen diese vor allem über Fragen des persönlichen Lebensstils. So lautet ein Statement: „It's mainly human activity – and the main factor is excessive consumption and production“. Hierzu gehörten vor allem Aspekte der Mobilität, des Einkaufens, der Ernährung sowie der Kleidung. In all diesen Aspekten, so die jungen Menschen, liege das Potenzial für Wandel und für Veränderung hin zum Besseren. So wäre es wichtig, etwas zu tun, egal, wo oder wie klein man anfangen: „We can do it step by step: for example, distributing garbage, then changing our eating habits. Then start talking to other people, share your ideas with friends, with family. In doing so, we can create a snowball effect.“

### 4.6 Ansprüche an klimabewusste (Lern-) Mobilität

Während der Fokusgruppen äußerten die jungen Menschen Vorstellungen von einer klimabewussten (Lern-)

***„Why does it have to be a choice? It might be already built in to the price.“***

Mobilität. Sie taten dies einerseits eigenständig und unaufgefordert, andererseits wurden sie auch gegen Ende der Diskussionsrunden noch einmal explizit gebeten, Ideen und Ansprüche zu formulieren. Diese werden nun zum Abschluss des Kapitels dargestellt.

Eine Forderung besteht darin, die Angebote des öffentlichen Nah- und Fernverkehrs auszubauen sowie kostengünstiger anzubieten. Dies gilt insbesondere für jüngere Zielgruppen sowie Menschen in ländlichen Regionen, da diese – sofern sie nicht über private Kraftfahrzeuge verfügen oder diese aufgrund ihres Alters noch nicht selbst fahren dürfen – besonders abhängig vom öffentlichen Nah- und Fernverkehr sind. Mit Blick auf weitere Reisen betonten die Teilnehmer\*innen vor allem, bereit zu sein, längere Reisewege in Kauf zu nehmen sowie Flugzeuge aufgrund ihres hohen Kerosinverbrauchs, wenn

möglich, zu meiden. Zeitgleich verweisen sie darauf, dass dies nur möglich ist, wenn etwa Bus- und Bahnkosten deutlich geringer seien als die Flugkosten. Insbesondere in Zeiten von Billigfluggesellschaften sei dies jedoch, so die Teilnehmer\*innen, nicht (immer) gegeben. Auch erwähnen sie in diesem Zusammenhang die Idee, Kurzaufenthalte im Rahmen der Lernmobilität abzuschaffen und tendenziell längere Aufenthaltszeiten festzulegen, um den Schadstoffausstoß der Reisewege besser legitimieren zu können. Diese Haltung wurde auch häufig in den Freitextantworten der quantitativen Befragung geäußert.

Zum anderen äußern die jungen Menschen Kritik daran, dass Möglichkeiten nicht-klimafreundlicher Lernmobilität nach wie vor bestehen. Sie sind sich einig darüber, dass eine klimafreundliche Lernmobilität – gerade im Kontext der internationalen Jugendarbeit zur Norm werden sollte: „While you're in the programme, be mindful of your resources in general“. So wird gefordert, dass die Akteure, die Programme organisieren und anbieten, sich damit auseinandersetzen, wie sie ihre Angebote ausschließlich klimafreundlich anbieten können. Hierzu müssten die jungen Menschen nicht noch einmal gesondert befragt werden: „You don't have to ask **us** if there should be more climate friendly options.“ Einige Beispiele und Ideen aus den Fokusgruppen hierzu sind bspw. auf den Vorbereitungs-, Zwischen- und Nachbereitungsseminaren ausschließlich vegane oder vegetarische Gerichte anzubieten.

Insgesamt wird in diesem Kontext darauf verwiesen, dass über alle Themenbereiche hinweg Anregungen und Möglichkeiten, den eigenen Konsum sowie das eigene Verhalten zu überdenken und Alternativen zu entwickeln, Teil von Angeboten der Lernmobilität werden sollten. Dies könnten etwa Lernangebote zu folgenden Fragen und Themen sein: ‚Wie kaufe ich weniger und bewusster ein?‘ ‚Wie produziere ich weniger Müll?‘ ‚Wie kleide ich mich klimafreundlich?‘. Es sei schwer, so eine Aussage, immer die richtigen Informationen zu diesen Fragen zu finden und vor allem die richtigen Entscheidungen zu treffen. Hier wurde etwa die Frage formuliert:

Es könnten, so eine weitere Anregung im Sinne der ersten Forderung, nur klimafreundliche Reiseoptionen



***„What's better? Buying tomatoes, that are grown in your own country, but packed in plastic? Or buying tomatoes that come without a package – but have been transported from abroad?“***

angeboten werden. So schlägt ein junger Mensch in einer der Fokusgruppen vor, dass nur noch gereist werden dürfe, wenn es die Regeln für eine klimafreundliche Mobilität nicht verletze. Die jungen Menschen haben demnach den Anspruch, dass die Programme übergreifende Standards für klimafreundliches Reisen entwickeln, an die sich dann alle zu halten haben. Mobilität hingegen durch digitale Angebote zu ersetzen, stellt aus Sicht der jungen Menschen jedoch keine Alternative dar, da sind sich alle einig: „Mobility is one of the most important things for youth work“, sagt eine Beteiligte. Denkbar sei es jedoch, einige Aspekte, beispielsweise Informationsveranstaltungen oder Vorbereitungstreffen, durch digitale Angebote zu bereichern. Ein weiterer Anspruch junger Menschen ist die Erhöhung der Sichtbarkeit unterschiedlicher Optionen der Jugendmobilität. Sie fordern eine zentrale Webseite, auf der alle Informationen gebündelt auftauchen, da sie sich nicht ausreichend informiert fühlen.

Bei der Zusammenschau der Aussagen in den Fokusgruppen wird deutlich: Junge Menschen sehnen sich transnational nach mehr Möglichkeiten, organisiert klimafreundlich zu reisen und sich klimagerecht zu verhalten. Bereits bestehende Programme bzw. Ideen wie Voluntarismus oder Ökotourismus sehen sie dabei aber tendenziell kritisch:

***„It's not helping. It's green washing.“***

# 5

**Zusammenfassung  
und Ausblick:  
Was können die  
Ergebnisse für die  
Internationale  
Jugendmobilität  
bedeuten?**



## „Mobility is one of the most important things for youth work“

Erinnern wir uns an die einleitenden Sätze dieses Berichts. Es heißt dort, dass Jugend und Mobilität unverkennbar miteinander verknüpft sind. Mobilsein ist für die jungen Menschen, die an der Studie teilgenommen haben, wichtig: Nur wenige (17,1 %) der an der quantitativen Studie Beteiligten geben an, insgesamt keine Auslandsreisen zu tätigen – ein Großteil (65,4 %) der jungen Menschen jedoch reist ins Ausland. Dies tun sie, wie gezeigt wurde, aus vielfältigen Gründen, von denen die Lernmobilität ein wichtiger, jedoch bei Weitem nicht der einzige ist.

Die jungen Menschen, die an der Studie teilgenommen haben, begrüßen es sehr, dass ihre Stimmen gehört und sie beteiligt werden, um den Zusammenhang von Mobilität junger Menschen und Klimawandel zu diskutieren. Beispielhaft hierfür steht das Zitat einer Antwort aus den Freitextfeldern der quantitativen Erhebung: „Danke, dass Sie den jungen Menschen das Wort erteilen, indem Sie uns konsultieren“. Diese Einladung, die Stimmen zu erheben und sich zu beteiligen, sollte fortgesetzt werden – heute und in Zukunft.

- **Denn, die Ergebnisse der Studie zeigen: Der Klimawandel stellt für so gut wie alle jungen Menschen ein ernstzunehmendes Thema dar.**
- **Zudem: International mobile, junge Menschen halten den Einfluss des Reisens auf das Klima für eine relevante Größe.**

Mit Blick auf die Ergebnisse der Fokusgruppen wird deutlich, dass digitale Formate Reisen nicht ersetzen können, sondern infrastrukturell neu rahmen. Jedoch sind die jungen Menschen bereit, die Art des Reisens anzupassen, indem sie sich etwa klimafreundlicher Transportmittel bedienen oder seltener reisen, dafür jedoch längere Aufenthalte einplanen.

Generell gilt hier (für die Internationale Jugendarbeit), neu(er)e Reiseformate mitzudenken. In den Freifeldtextantworten des quantitativen Teils taucht hier bspw. vermehrt Reisen als „slow travelling“ auf. So fordern die jungen Menschen bspw.: „Slow travelling sollte mehr wertgeschätzt werden, als nur möglichst billig möglichst weit weg reisen zu können. Deswegen sollte Zugfahren einfacher und günstiger werden – damit es als echte Alternative gelten kann.“ oder: „Slow travelling – länger an einem Ort sein und richtig in die Kultur eintauchen und wenn fliegen, dann auch Direktflüge eher buchen (...)“.

Hieran schließt auch ein weiterer direkter Hinweis junger Menschen aus den Fokusgruppen an, welcher bereits vorausgehend zitiert wurde: „You don't have to ask **us** if there should be more climate friendly options“. Diese Aussage bezieht sich darauf, als junger Mensch zu Beginn einer Reise zum Zwecke der Lernmobilität gar nicht erst in eine klimaunfreundliche Zwickmühle zu geraten, da der Wunsch bzw. die Forderung besteht, nur noch auf Programme zurückgreifen zu können, die ohnehin schon nachhaltig und klimagerecht gedacht sind.

In diesem Kontext wird auch deutlich, dass dem individuellen Handeln der jungen Menschen eine große Rolle beizumessen ist, um ein klimasensibles Mobil-Sein zu gestalten. So ist bspw. auch beim Reisen (nicht nur im Alltag) der Kauf von vegetarischen und veganen Produkten bzw. die vegetarische oder vegane Ernährung relevant für die Gruppe der jungen Menschen, die die Fragebögen in deutscher Sprache ausgefüllt haben. Junge Menschen, die sich auf Türkisch und Chinesisch

beteiligt haben, weisen hingegen vergleichsweise mehr darauf hin, dass diejenigen Produkte, die sie konsumieren, klimafreundlich produziert werden.

Aber es fällt auch auf:

### ***Klimabewusstsein ist nicht gleich klimabewusstes Handeln!***

Deutlich wird, dass die jungen Menschen hier an ihre Grenzen stoßen, da die Ebene des persönlichen Verhaltens für sie zwar einen sehr wichtigen Schritt in Richtung von mehr Nachhaltigkeit und Klimabewusstsein darstellt, jedoch hier auch die globalen Möglichkeiten und Bedingungen angesprochen werden. Diese, dies wird ebenfalls deutlich, kann nicht die Aufgabe einer einzigen – und zwar der jungen – Generation sein.

Ein Zitat aus den Freifeldtextantworten ist hier sehr passend: „Es ist zwar schön und gut, wenn junge Menschen für klimafreundliche Mobilität und Lebensweise im Generellen sensibilisiert sind und auch danach leben, aber entscheidend für die Bekämpfung des Klimawandels bleiben die großen strukturellen Änderungen, die durch unser politisches System in der Hand der Generationen vor uns liegen“.

Der hohe Anspruch an das individuelle Handeln der jungen Menschen ist noch einmal im Verhältnis dazu zu diskutieren, dass sich weniger als ein Fünftel der quantitativ Befragten in Gruppen oder politischen Parteien für das Klima einsetzen. Auf die Frage in den Fokusgruppen, worin Engagement im Kontext von Klima aus Sicht der jungen Menschen besteht, sprechen diese vor allem über Fragen des persönlichen Lebensstils. So lautet ein Statement: „It's mainly human activity – and the main factor is excessive consumption and production“. Aber auch in den Freifeldtextantworten finden wir dieses passende Statement: „Everyone is responsible for environmental protection. Start with me“ und „take action, start with myself.“

Ein weiterer Verweis aus den Fokusgruppen bestand darin, dass Engagement in Gruppen oder politischen Parteien zeitliche, finanzielle und infrastrukturelle Ressourcen erfordert und zudem Mut bedarf. Aufgabe der Internationalen Jugendarbeit sowie ihrer Programme sollte es deshalb auch sein, Engagement im Kontext von Klimafragen zu unterstützen und zu fördern sowie dieses zu ermöglichen. Besonders der Faktor der fehlenden Zeit könnte hier gut bearbeitet werden, wenn bspw. (mehr) mit formellen Bildungsträgern zusammengearbeitet wird und auch im Bildungssystem Timeslots für Engagement zugestanden werden.

### ***Weiterhin kann betont werden, dass die Peergroup der jungen Menschen eine bedeutende Rolle für ihr Engagement spielt.***

So verweisen die Ergebnisse der Fokusgruppen darauf, dass insbesondere der Zugang zu Gruppen, welche sich für Klimafragen einsetzen, leichter fallen kann, wenn Peers sich bereits dort engagieren. Dies scheint auch auf das Reiseverhalten zuzutreffen: Mit 53,3% antwortete die Mehrheit der an der quantitativen Studie Beteiligten auf die Frage, ob ihre Freund\*innen reisen, mit „Yes, some do“ und 42,2% mit „Yes, many do“ – und auch die Informationen für ihre letzten Reisen beziehen die jungen Menschen zu 38,7% aus dem Freundeskreis.

Freundschaften sowie Gemeinschaft haben einen zentralen Stellenwert, dies belegen auch weitere Studien. Forschung und Praxis im Dialog (FPD) kommt im Rahmen ihrer Zugangsstudie zu der Erkenntnis, dass Peers sowohl zentrale Motivator\*innen für die Teilnahme an internationalen Jugendaustausch-Programmen sind, als auch eine wichtige Informationsquelle mit Blick auf die entsprechenden Angebote. Und auch in der Eingangssequenz der Fokusgruppen, in der die jungen Menschen über eine Bilderauswahl diejenigen Bilder aussuchen sollten, die sie spontan am meisten ansprechen (angeboten wurden Bilder sowohl mit direktem, wie auch indirektem Bezug auf Klima), wurden oft die Bilder gewählt, die Freundschaft oder Gemeinschaft ausdrücken. Wichtig erscheint also, dass – auch als eine Aufgabe der Internationalen Jugendarbeit – die Peer-Unterstützung ermöglicht und gefördert wird. Gleichzeitig ist die poten-

zielle soziale Geschlossenheit der Gruppen zu reflektieren, denn auch an der vorliegenden Studie haben mehrheitlich gut gebildete junge Erwachsene teilgenommen. Diese Gruppen und Zugänge inklusiv und barrierefrei zu öffnen, bleibt Aufgabe auch in der Internationalen Jugendarbeit.

Und, last but not least: Die Ergebnisse der Online-Befragung, das Interesse der jungen Menschen an den Fokusgruppen sowie die Wertschätzung der Studie durch die Teilnehmer\*innen sind wichtige Hin-

weise darauf, dass mit einer solchen Studie ein Anfang gemacht werden und *etwas* ins Rollen kommen kann. Junge Menschen müssen (mehr) gehört werden und Möglichkeiten bekommen, sich transnational in ihrem Engagement und Diskussionen zu vernetzen und auszutauschen.

Dies ist ein Grund, warum dieser Ergebnisbericht den Titel **“Listening to young people: Mobility for future”** trägt.



*“Listening to  
young people:  
Mobility  
for future”*

# Forderungen junger Menschen

Wir möchten, ganz im Sinne unseres Titels dieses Ergebnisberichts und der Devise, dass es gilt den jungen Menschen heute und in Zukunft zuzuhören und sie zu beteiligen, nicht mit unseren Worten, Gedanken und Perspektiven schließen, sondern den jungen Menschen selbst das ‚letzte‘ Wort erteilen. Dies ist der Grund, warum nun im Folgenden Forderungen und Statements junger Menschen aufgeführt werden, die uns in unserer Forschung begegnet sind und die wir bewusst unkommentiert stehen lassen möchten, da sie unseres Erachtens für sich sprechen.

- Fahrräder für Jugendliche sollten kostenlos/sehr billig zur Verfügung stehen, damit man zu dieser Möglichkeit greift!<sup>7</sup>
- Es braucht eine bessere Infrastruktur der öffentlichen Verkehrsmittel im ländlichen Raum.
- Man sollte attraktive Angebote für (junge) Menschen anbieten, auch innerhalb der eigenen Umgebung, dann verspürt man das Reise-Bedürfnis möglicherweise weniger.
- Das Reiseverhalten im Allgemeinen sollte man verändern. Austausch und Kontakt auch über digitale Angebote wahrnehmen und aufrechterhalten, auch mal das Abenteuer um die eigene Ecke suchen (Microadventures). Und die großen Reisen so nachhaltig gestalten wie möglich!
- Umweltbildung muss in der Grundschule oder Kita beginnen, damit es nicht ein Thema ist, mit dem man sich befassen „darf“ oder „möchte“
- Angebot von Ermäßigungen für Studenten für den öffentlichen Nahverkehr in allen europäischen Städten!
- Why does it have to be a choice? It might be already built into the price.
- You don't have to ask us if there should be more climate friendly options.
- While you're in the programmes, be mindful of your resources in general.
- Rather than talking about the theory, also the application is important. Content is important – and it should be taught in a more applicable way.
- It seems to me that most of the time, young people are not really listened to, not taken seriously or given the space to actually express their opinions. In politics, on a higher level, in global politics. It is mainly people above forty, fifty who are actually listened to. Which is a shame.
- A lot of times, the old people educate the young ones, but maybe it works the other way around.

---

<sup>7</sup> Bei den folgenden Zitaten handelt es sich um Freifeldtextantworten, welche durch die jungen Menschen in der deutschen Version der quantitativen Befragung ausgefüllt wurden.

# Literaturverzeichnis

**Andresen, S./Heyer, L./Lips, A./Rusack, T./Schröer, W./Thomas, S./Wilmes, J. (2021):** Das Leben von jungen Menschen in der Corona-Pandemie. Erfahrungen, Sorgen, Bedarfe. Online verfügbar unter: [https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/Projekte/Familie\\_und\\_Bildung/Studie\\_WB\\_Das\\_Leben\\_von\\_jungen\\_Menschen\\_in\\_der\\_Corona-Pandemie\\_2021.pdf](https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/Projekte/Familie_und_Bildung/Studie_WB_Das_Leben_von_jungen_Menschen_in_der_Corona-Pandemie_2021.pdf); letzter Aufruf am 28.12.2021.

**Çağlar, Gülay/do Mar Castro Varela, María/Schwenken, Helen (2012):** Einleitung: Feministische Perspektiven auf Klima. In: Çağlar, Gülay/do Mar Castro Varela, María/Schwenken, Helen (Hrsg.): Geschlecht – Macht – Klima. Feministische Perspektiven auf Klima, gesellschaftliche Naturverhältnisse und Gerechtigkeit. Opladen, Berlin & Toronto: Barbara Budrich. S. 7–22.

**Deloitte (2020):** Media Consumer Survey 2020. Mediennutzung im "New Normal". Preview. Ausgewählte Ergebnisse. Online unter: <https://www2.deloitte.com/de/de/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/mediennutzung-covid-19.html>; letzter Aufruf am 14.01.2022.

**Esser, H. (1986):** Über die Teilnahme an Befragungen. ZUMA Nachrichten, 10(18), 38–47. Online verfügbar unter: <https://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/21030>; letzter Aufruf am 28.12.2021.

**EU Kids Online. Studien.** Online verfügbar unter: <https://www.eukidsonline.de/studienuebersicht>; letzter Aufruf am 22.01.22.

**Forschung und Praxis im Dialog (FPD): Warum nicht?** Studie zum Internationalen Jugendaustausch. Zugänge und Barriere. Zugangsstudie. Erkenntnisse der Zugangsstudie. Online verfügbar unter: <https://www.zugangsstudie.de/erkenntnisse-der-zugangsstudie>; letzter Aufruf am 20.01.2022.

**Kelle, U./Kluge, S. (2010):** Vom Einzelfall zum Typus. Fallvergleich und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung. 2., überarbeitete Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Küppers, C. (2014). Intersektionalität. In Gender Glossar/ Gender Glossary (5 Absätze). Online verfügbar unter: <https://ul.qucosa.de/api/qucosa%3A15394/attachment/ATT-0>; letzter Aufruf am 22.01.2022.

**Lips, A./Herz, A./Brauner, L./Fixemer, T./Kotmann, A./Müller, T./Petersen, B./Rusack, T./Schmitz, A. M./Schröer, W./Tuider, E. (2020):** Datenhandbuch zur Online-Befragung im Verbundprojekt „Schutz-Norm – Schutzkonzepte in der Kinder- und Jugendarbeit. Normalitätskonstruktionen von Sexualität und Gewalt unter Jugendlichen“. Universitätsverlag Hildesheim. Online verfügbar unter: <https://dx.doi.org/10.18442/098>; letzter Aufruf am 28.12.2021.

**Mayring, P./Gahleitner, S. B. (2010):** Qualitative Inhaltsanalyse. In: Bock, K./Miethe, I. (Hrsg.): Handbuch Qualitative Methoden in der Sozialen Arbeit. Opladen, Farmington Hills: Verlag Barbara Budrich. S. 295–304.

**Move-Project.** Mapping mobility – pathways, institutions and structural effects of youth mobility in Europe. Online verfügbar unter: <http://move-project.eu/project>; letzter Aufruf am 22.01.2022.

**Nentwig-Gesemann, I. (2010):** Das Gruppendiskussionsverfahren. In: Bock, K./Miethe, I. (Hrsg.): Handbuch Qualitative Methoden in der Sozialen Arbeit. Opladen, Farmington Hills: Verlag Barbara Budrich. S. 259–268.

**Vom Orde, H./Durner, A. (2021):** Internationale Daten Jugend und Medien 2021. Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI). Online verfügbar unter: [https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Internationale\\_Daten\\_Jugend\\_und\\_Medien.pdf](https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Internationale_Daten_Jugend_und_Medien.pdf); letzter Aufruf am 14.01.2022.

**Porst, R./von Briel, C. (1995):** Wären Sie vielleicht bereit, sich gegebenenfalls noch einmal befragen zu lassen? Oder: Gründe für die Teilnahme an Panelbefragungen. ZUMA-Arbeitsbericht Nr. 95/04. Online verfügbar unter: [https://www.gesis.org/fileadmin/upload/forschung/publikationen/gesis\\_reihen/zuma\\_arbeitsberichte/95\\_04.pdf](https://www.gesis.org/fileadmin/upload/forschung/publikationen/gesis_reihen/zuma_arbeitsberichte/95_04.pdf); letzter Aufruf am 28.12.2021.

**Raile, P./Ricken, B. (2021):** Eco Anxiety – die Angst vor dem Klimawandel. Psychotherapiewissenschaftliche und ethnologische Zugänge. Waxmann Verlag.

**Simonson, J./Kelle, N./Kausmann, C./Karnick, N./Arriagada, C./Hagen, C./Hameister, N./Huxhold, O./Tesch-Römer, C. (2021):** Freiwilliges Engagement in Deutschland. Zentrale Ergebnisse des Fünften Deutschen Freiwilligensurveys (FWS 2019). In: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Online verfügbar unter: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ss0ar-72058-4>; letzter Aufruf am 22.01.2022.

**Suter, L./ Külling, C./Zollinger, N./Waller, G. (2021):** Digitales Leben von Kindern und Jugendlichen in Zeiten von Corona (Frühling 2020). Nationaler Bericht Schweiz. Herausgegeben durch die ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Department Angewandte Psychologie. Online verfügbar unter:

[https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/kidicoti/KiDiCoTi\\_National\\_Report\\_CH\\_2021.pdf](https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/kidicoti/KiDiCoTi_National_Report_CH_2021.pdf); letzter Aufruf am 14.01.2022.

**Statistisches Bundesamt (2021):** Statistiken der Kinder- und Jugendhilfe. Öffentlich geförderte Angebote der Jugendarbeit. Online verfügbar unter: [https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Soziales/Jugendarbeit/Publikationen/Downloads-Jugendarbeit/angebote-jugendarbeit-5225301199004.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Soziales/Jugendarbeit/Publikationen/Downloads-Jugendarbeit/angebote-jugendarbeit-5225301199004.pdf?__blob=publicationFile); letzter Aufruf am 10.01.2021.

**Wilmes, J./Lips, A./Heyer, L. (2020):** Datenhandbuch zur bundesweiten Studie JuCo. Online-Befragung zu Erfahrungen und Perspektiven von jungen Menschen während der Corona-Maßnahmen. Unter Mitarbeit von Andresen, S./ Rusack, T./ Schröer, W./ Thomas, S. Universitätsverlag Hildesheim. Online verfügbar unter: <https://dx.doi.org/10.18442/143>; letzter Aufruf am 28.12.2021.

## Autor\*innenverzeichnis

**Agnetha Bartels, Dr.,** wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Sozial- und Organisationspädagogik der Universität Hildesheim. Ihre Forschungs- und Arbeitsschwerpunkte sind Jugend und Mobilität, transnationale soziale Unterstützung, Jugend und Religion und qualitative Forschungsmethoden.

**Elisa Brahimi, B. Sc.,** studentische Mitarbeiterin am Institut für Sozial- und Organisationspädagogik der Universität Hildesheim. Sie unterstützt Agnetha Bartels, Wolfgang Schröer und Senka Karic bei unterschiedlichen Forschungsthemen, insbesondere im quantitativen Bereich.

**Senka Karic, Dipl.,** research assistant at the department of social and organizational pedagogy, University of Hildesheim. Her work and research include inter-

national child and youth welfare services, multiprofessionalism and social services as well as reconstructive social research.

**Florian Rück, BA,** studentischer Mitarbeiter am Institut für Sozial- und Organisationspädagogik der Universität Hildesheim. Seine bisherige Schwerpunktsetzung bezieht sich auf die Adressat\*innengruppe der Jugend.

**Wolfgang Schröer, Prof. Dr.,** Hochschullehrer für Sozialpädagogik am Institut für Sozial- und Organisationspädagogik der Universität Hildesheim. Seine Forschungs- und Arbeitsschwerpunkte sind Kinder- und Jugendhilfe und -politik, Transnationale Soziale Unterstützung und Jugendforschung.

# Impressum

## Herausgeber:



Godesberger Allee 142-148  
D-53175 Bonn

Tel.: +49 (0)228-95 06-0  
E-Mail: [info@ijab.de](mailto:info@ijab.de)  
Internet: [www.ijab.de](http://www.ijab.de)

## Verantwortlich:

Marie-Luise Dreber

## Redaktion:

Claudia Mierzowski, Cathrin Piesche, Christiane Reinholz-Asolli

## Gestaltung:

[Simpelplus, Berlin](#)

## Übersetzung:

Karin Walker

## Fotos:

Cover: Alessandra Caretto – Unsplash; S.2, 8, 13, 15, 27, 36/37: rawpixel;  
S.19: Alexander Bagno – Unsplash; S.23: Yoav Aziz – Unsplash; S.29: Li-An Lim –  
Unsplash; S.31: Rafael Correa – Unsplash; S.35: Christian Lue – Unsplash;  
S.41: Maxi Corrado – Unsplash.

April 2022

## Gefördert vom:



Bundesministerium  
für Familie, Senioren, Frauen  
und Jugend





**ijab** Fachstelle für Internationale Jugendarbeit  
der Bundesrepublik Deutschland e.V.

Gefördert vom:



Bundesministerium  
für Familie, Senioren, Frauen  
und Jugend