



W E G W E I S E R

Jugend- umfragen



MIT
CHECKLISTE

JUGENDUMFRAGEN ERFOLGREICH GESTALTEN

Junge Menschen wollen mitreden, sie brauchen aber Gelegenheiten, gehört zu werden. Jugendumfragen sind dafür ein einfaches, aber wirkungsvolles Instrument: Sie schaffen Orientierung, eröffnen Dialogräume und bringen Jugendstimmen in Entscheidungen ein.

1. ZIELE KLÄREN

Leitfrage: Was soll mit der Umfrage konkret erreicht werden?

Eine erfolgreiche Jugendumfrage braucht klare Ziele, nur dann werden Antworten wirklich nutzbar. Mögliche Ziele sind z. B.: Meinungen zu einem Stadtentwicklungsprojekt einholen, grundsätzliche Bedarfe junger Menschen erkennen oder Entwicklungen in der Jugendpolitik anstoßen. Eine präzise Zieldefinition macht den Fragebogen fokussiert und Ergebnisse aussagekräftig.

KONZENTRATION AUF DAS WESENTLICHE

Die Umfrage sollte sich auf zentrale Themen konzentrieren und Raum für echte Erfahrungen und Bedürfnisse bieten. Fragen zu Lebenswelt, Einschätzungen und konkreten Verbesserungen führen zu umsetzbaren Ergebnissen.

KLARER NUTZEN


Vorab festlegen, welchen Zweck die Umfrage erfüllt, z. B. für politische Entscheidungen, Jugendhilfeplanung oder zur besseren Kenntnis jugendlicher Lebenslagen. Früh mitdenken, welche Daten jede Frage liefert und wie ausgewertet wird – so zeigt sich, was wirklich nötig ist.

ZIELGRUPPE EINGRENZEN

Definieren, wer befragt wird (Alter, Region, Gruppe) und warum. Altersgruppen unterscheiden sich, passe bei Bedarf die Fragen an.

RÜCKENDECKUNG SICHERN

Frühzeitig Verantwortungsträger:innen aus Verwaltung, Schule oder Trägerstrukturen einbeziehen. Eine offizielle Unterstützung oder Beschlussfassung stärkt Verbindlichkeit und Wirkung.

 Ziele schriftlich festhalten und mit wichtigen Partner:innen abstimmen.

2. PARTNER:INNEN UND KOOPERATION

Leitfrage: Wer hilft, viele Jugendliche zu erreichen und wer arbeitet später mit den Ergebnissen weiter?

Jugendumfragen sind Teamarbeit: Jugendliche, Fachkräfte, Vereine, Verwaltung und (wo möglich) Schulen. So entstehen Reichweite, Glaubwürdigkeit und Wirkung.

ENTSCHEIDUNGSEBENE

Verwaltungsspitze, Bürgermeister:in und Gemeinderat frühzeitig einbeziehen. Sichtbare Unterstützung stärkt Verbindlichkeit und Umsetzung. Idealerweise früh klären, welche Ergebnisse realistisch umsetzbar sind (ggf. mit Kostenrahmen) und wo sie veröffentlicht werden, um Transparenz zu sichern

JUGENDLICHE BETEILIGEN

Junge Menschen von Anfang an einbeziehen, z. B. Jugendvertretungen, engagierte Schüler:innen, SMV oder Jugendforen. Ihre Perspektive sorgt für verständliche, lebensnahe Fragen und stärkt die Akzeptanz.

KOMMUNALE PARTNER:INNEN

Jugendringe, die kommunale Jugendpfleger:innen oder Jugendämter (insbesondere die Jugendhilfeplanung) sind wichtige Brücken. Sie sichern Qualität, unterstützen bei Planung und Auswertung und bringen Ergebnisse in bestehende Strukturen ein.

JUGENDEINRICHTUNGEN UND VERBÄNDE

Jugendzentren, Vereine und Jugendverbände erreichen junge Menschen im Alltag. Sie können Umfragen über Social Media, Messenger-Kanäle oder Veranstaltungen verbreiten. QR-Codes, Plakate oder Story-Links funktionieren besonders gut.

FACHLICHE UNTERSTÜTZUNG

Externe Expertise kann Fragebogendesign, Auswertung und Datenschutz absichern. Hochschulen oder andere Kommunen sind gute Ansprechstellen. Auch kleine Förderungen (z. B. für Druck, Werbung oder Gutscheine) können helfen.

SCHULEN ALS MÖGLICHE PARTNERINNEN

Schulen bieten oft den direktesten Zugang zu Jugendlichen, erfordern aber Abstimmung. Frühzeitig mit Schulleitung sowie Lehrkräften oder Schulsozialarbeit klären, was möglich ist. Oft reicht eine informelle Kooperation (z. B. über Schulsozialarbeit oder eine:n Demokratiebeauftragte:n); für umfangreichere Umfragen können zusätzliche Genehmigungen nötig sein.

Mehr Infos:



Forschung an
Schulen –
StIMUK

! Wirkung entsteht, wenn Verwaltung, Politik und Jugendarbeit Verantwortung teilen und Zuständigkeiten von Anfang an klar geregelt sind.

3. JUGENDGERECHTE GESTALTUNG

Leitfrage: Wie kann die Umfrage gestaltet werden, dass sie junge Menschen anspricht, verständlich und leicht zu beantworten ist?

Die Gestaltung entscheidet über Teilnahme und Qualität der Ergebnisse. Ein guter Fragebogen ist kurz, verständlich, motivierend und optisch ansprechend.

SPRACHE UND VERBINDLICHKEIT

Fragen in klarer, einfacher Sprache formulieren, ohne Fachbegriffe oder Verwaltungssprache. Unvermeidbare Begriffe kurz erklären (z. B. „Kommunalpolitik = Stadt- oder Gemeindepolitik“). Kurze Sätze und aktive Formulierungen fördern das Verständnis.

MOTIVIERENDER EINSTIEG

Mit leichten, alltagsnahen Fragen beginnen (z. B. „Was ist das Beste an deiner Stadt?“), bevor es zu komplexeren Themen geht. So entsteht ein positiver Einstieg und eine geringere Abbruchquote.

LÄNGE UND DAUER

Die Dauer richtet sich nach Ziel und Zielgruppe. Für schnelle Stimmungsbilder kurz und fokussiert; für strategische Entscheidungen ggf. ausführlicher, am besten modular (optionale Blöcke, klare Pfade). Nur aufnehmen, was direkt zum Ziel beiträgt; lieber kompakt und klar als lang und ermüdend.

ABWECHSLUNGSREICHE FRAGETYPEN

Eine Mischung aus Skalen (z. B. 1–5 Sterne), Multiple-Choice- und offenen Fragen sowie ein gelegentlicher Wechsel im Fragesetting sorgt für Abwechslung und fördert bewusst-es Antwortverhalten. Zu viele offene Fragen vermeiden, da sie Auswertung und Motivation erschweren

PRE-TEST MIT JUGENDLICHEN

Den Fragebogen vorab mit einigen Jugendlichen testen, am besten auf dem Smartphone. Rückfragen stellen: Was war unklar? Wie lange dauert's? So lassen sich Schwächen und Verständnishürden früh erkennen.

JUGENDLICHE MITGESTALTEN LASSEN

Jugendliche aktiv in Formulierung und Gestaltung einbeziehen. Entwürfe gemeinsam testen und Formulierungen übernehmen, die sie selbst wählen. Das verbessert Relevanz, Sprache und Identifikation.

ANONYMITÄT UND DATENSCHUTZ

Nur so viele personenbezogene Daten erfassen, wie unbedingt nötig. Bei Online-Tools Datenschutz prüfen (Serverstandort, Speicherung, Zugriffsrechte) und kurz zur Anonymität informieren. Bei Minderjährigen klären, ob eine Einverständniserklärung der Eltern/Erziehungsberechtigten nötig ist. Rohdaten nach der Auswertung löschen, nur aggregierte Ergebnisse aufbewahren.

ZUGÄNGLICHKEIT UND BARRIEREFREIHEIT

Die Umfrage sollte für alle Jugendlichen leicht zugänglich sein, unabhängig von Sprache, Gerät oder Einschränkungen. Bei Bedarf übersetzt und/oder in leichter Sprache anbieten. Smartphonefreundliche Tools mit einfachen Links oder QR-Codes sind ideal. In Jugendzentren oder Schulen können Tablets oder PCs bereitgestellt werden.


GEEIGNETE TOOLS FÜR ONLINE UMFRAGEN

Für kommunale Jugendumfragen reichen meist einfache Tools, wichtig ist, dass sie barrierearm, mobil nutzbar und datenschutzkonform sind.

Eine Auswahl bewährter Anwendungen:

- Microsoft Forms
- LimeSurvey
- SurveyMonkey
- Askit
- UmfrageOnline



Jugendliche beteiligen, Sprache testen und früh prüfen, wie die Umfrage wirkt. Das spart spätere Korrekturen und erhöht die Ergebnisqualität. 

4. DURCHFÜHRUNG DER UMFRAGE

Leitfrage: Wie gelingt es, möglichst viele junge Menschen zu erreichen – auch diejenigen, die sonst selten mitmachen?

Reichweite entsteht nicht von allein: Entscheidend ist, wer Jugendliche anspricht und wie. Besonders wirksam sind Personen mit pädagogischer Beziehung zu Jugendlichen (z. B. Schulsozialarbeit, Jugendleiter:innen, Streetwork oder Vereinsarbeit), weil sie Vertrauen schaffen, persönlich motivieren und Räume für mehr Teilhabe gestalten. Gleichzeitig wirken gesellschaftliche Ausschlussmechanismen weiter und erschweren Teilhabe, auch wenn die Ansprache gut gelingt.

PERSÖNLICHE ANSPRACHE WIRKT

Eine direkte Einladung, etwa durch bekannte Fachkräfte oder einen persönlichen Brief an Jugendliche, erzielt oft mehr Wirkung als jede Social-Media-Kampagne. Werbung über Plakate, Storys, QR-Codes oder lokale Medien kann die persönliche Ansprache ergänzen, aber nicht ersetzen.

MULIPLIKATOR:INNEN AKTIVIEREN

Engagierte junge Menschen, Jugendhäuser, Schulen, Vereine und Verbände helfen, die Umfrage breit zu verbreiten. Sie können Links teilen, Infozettel aushängen oder die Teilnahme kurz in Gruppen vorstellen. Wer Jugendliche kennt, erreicht sie auch.

ONLINE UND OFFLINE KOMBINIEREN

Online-Umfragen sind bequem, aber nicht für alle zugänglich. Daher beide Wege anbieten: digitale Teilnahme (Link oder QR-Code) und analoge Optionen, z. B. Tablets im Jugendtreff, Papierbögen in Schulen oder mobile Befragung bei Veranstaltungen.

GEZIELT ÜBERSEHENE GRUPPEN ANSPRECHEN

Berufsschüler:innen und Azubis:
über Betriebe oder Berufsschulen.

Sozial benachteiligte Jugendliche:
über Streetwork, Einrichtungen der Jugendhilfe, Jugendsozialarbeit oder andere niedrigschwellige Angebote.

Jugendliche mit Migrationsgeschichte:
bei Bedarf Übersetzungen oder zweisprachige Begleitung anbieten.

Geschlechtsspezifische Ansprache:
gezielt Kanäle für Mädchen, junge Frauen, oder diverse Gruppen nutzen.

WERTSCHÄTZUNG ZEIGEN

Mach deutlich, dass jede Meinung zählt, besonders die, die sonst nicht gehört werden. Eine einfache Botschaft wie „Deine Meinung ist wichtig“ kann die Beteiligung spürbar erhöhen.

ANREIZE PASSEND ZUM ZIEL

Gewinnspiele steigern kurzfristig die Teilnahme. Gemeinschaftsaktionen zum Abschluss einer Umfrage, wie z. B. eine Pizza-Party im Rathaus, stärken Zugehörigkeit und wirken nachhaltig. Beides ist kombinierbar.

DRANBLEIBEN

Zeitraum festlegen (z. B. 3–4 Wochen), in festen Intervallen erinnern und zur Halbzeit mit einer Mini-Aktion pushen; kurze Fortschrittmeldungen („Schon X dabei“) motivieren zusätzlich.

BARRIEREN ABBAUEN

Teilnahme für alle ermöglichen, auch ohne eigenes Gerät, bei Sprachschwierigkeiten oder Beeinträchtigungen. Unterstützende Personen (z. B. Fachkräfte, Peers) können Hilfestellung geben, ohne die Anonymität zu gefährden.

REICHWEITE DOKUMENTIEREN

Während der Laufzeit prüfen, wer teilnimmt. Falls Gruppen fehlen, gezielt nachsteuern, etwa durch persönliche Ansprache oder zusätzliche Kommunikationskanäle.

Strukturell benachteiligte Jugendliche erreicht man über Beziehungen, nicht über Reichweitzahlen. Persönliche Einladungen über vertraute Menschen bringen ehrliche Antworten, auch von sonst selten Gehörten.



5. AUSWERTUNG UND AUFBEREITUNG

Leitfrage: Wie lassen sich die Ergebnisse so aufbereiten und nutzen, dass junge Menschen sich darin wiederfinden und Entscheidungsträger:innen sie ernst nehmen?

Zahlen allein verändern nichts. Wirkung entsteht, wenn Ergebnisse verständlich, sichtbar und anschlussfähig aufbereitet werden, für junge Menschen und für die, die entscheiden.

SORGFÄLTIGE AUSWERTUNG

Genug Zeit und Expertise einplanen, Trends mit einfachen Tabellen oder Grundstatistiken sichtbar machen. Bei Bedarf Unterstützung durch Hochschule oder erfahrene Kolleg:innen (z. B. kommunale Jugendarbeit) hinzuziehen.

KERNAUSSAGEN FORMULIEREN

Nicht alle Zahlen sind gleich wichtig. Herausfiltern, was wirklich zählt – Themen, die vielen wichtig sind oder besonders überraschen. Ergebnisse in klare Botschaften übersetzen, z. B.: „70 % wünschen sich mehr Treffpunkte – besonders Jugendliche ab 15.“

ERGEBNISSE VERBINDEN

Wo möglich, Vergleiche herstellen, mit früheren Befragungen, großen Jugendstudien (z. B. Shell- oder Sinus-Studie) oder anderen Kommunen. So lassen sich Entwicklungen, Fortschritte oder Besonderheiten sichtbar machen.

! Ergebnisse wirken, wenn sie geteilt und weitergedacht werden. Wer sie nur archiviert, verliert Glaubwürdigkeit, wer sie gemeinsam bespricht und sichtbar umsetzt, stärkt Beteiligung dauerhaft.

ZIELGRUPPENGERECHTE AUFBEREITUNG

Für Jugendliche:

Kurze Zusammenfassungen, Posts, Slides oder Videos auf jugendrelevanten Kanälen. Einfache Sprache und visuelle Aufbereitung wirken oft besser als lange Tabellen. Ideal: gemeinsame Ergebnispräsentation bei einem Jugendforum oder in Schulen – am besten moderiert von Jugendlichen selbst.

Für Entscheidungsträger:innen:

Ein kompakter Bericht oder eine Präsentation mit Fakten, Kontext und Handlungsempfehlungen. Auch hier: echte Stimmen junger Menschen einbauen – das verleiht den Zahlen Gewicht.

ERGEBNISSE GEMEINSAM BESPRECHEN UND VORSTELLEN

Ergebnisse sind Gesprächsanlass, kein Endpunkt. Gemeinsamer Austausch zwischen Jugendlichen, Verwaltung und Politik hilft, Verständnis zu schaffen und nächste Schritte zu planen. Gemeinde- oder Stadtratssitzungen sowie der Sozial- oder Jugendhilfeausschuss sind geeignete Orte, um die Ergebnisse vorzustellen. Das kann auch durch Jugendliche selbst passieren.

6. RÜCKMELDUNG UND WIRKUNG

Leitfrage: Wie wird aus einer Umfrage echte Veränderung und wie erfahren junge Menschen, dass ihre Meinung zählt?

Eine Jugendumfrage ist kein Selbstzweck. Erst wenn Ergebnisse zurückgemeldet und in konkrete Maßnahmen übersetzt werden, entsteht Wirkung. Rückkopplung, Transparenz und gemeinsames Weiterarbeiten sind der Schlüssel dafür.

RÜCKMELDUNG AN JUGENDLICHE

Jugendliche sollen sehen, dass ihre Teilnahme wirkt. Deshalb transparent machen, wie viele mitgemacht haben (und wer ggf. fehlt) sowie den Ablauf (Auswertung, Rückmeldung, nächste Schritte). Ergebnisse verständlich zurückspielen, z. B. über Posts, Storys oder Flyer und umgesetzte Schritte sichtbar machen.

KLEINE SICHTBARE ERGEBNISSE

Kleine, schnell umsetzbare Schritte („Quick Wins“) machen Wirkung sichtbar, etwa wenn ein Basketballkorb repariert oder neue Sitzgelegenheiten geschaffen werden. Das stärkt Vertrauen und motiviert zur weiteren Beteiligung.

VERANTWORTUNG KLÄREN

Größere Anliegen – etwa neue Räume oder Projekte – brauchen längere Prozesse. Wichtig ist, dass Politik und Verwaltung Verantwortung übernehmen und Stellung beziehen.

JUGEND IN UMSETZUNG EINBEZIEHEN

Beteiligung endet nicht mit der Befragung. Jugendliche können in Arbeitsgruppen oder Projekten an Lösungen mitarbeiten – z. B. bei der Gestaltung eines Jugendtreffs oder Freizeitangebots. So werden sie Mitgestalter:innen statt bloße Befragte.

ÖFFENTLICHKEIT UND ELTERN INFORMIEREN

Ergebnisse gehören in die Öffentlichkeit. Pressemitteilungen, Social-Media-Beiträge oder Infoabende zeigen: Jugendbeteiligung wird ernst genommen. Wenn auch Eltern, Schulen und Bürger:innen die Ergebnisse kennen, entsteht breiter Rückhalt in der Kommune.

ERFOLGE SICHTBAR MACHEN

Nach einiger Zeit (z. B. nach einem Jahr) lohnt sich ein Blick zurück: Was hat sich verändert? Diese Rückschau ist selbst Teil der Beteiligung, z. B. im Jugendforum, auf Social Media oder per Video-Update. Erfolgsmeldungen motivieren und stärken Beteiligungskultur nachhaltig.

LERNEN UND WEITERGEBEN

Dokumentieren, was funktioniert hat und was nicht. Erfahrungen, Stolpersteine und gute Beispiele sind wertvoll für andere Kommunen. Austausch über Netzwerktreffen oder den Bayerischen Jugendring stärkt die Praxisentwicklung und Professionalität.

Ergebnisse zu sammeln reicht nicht:
Jede Rückmeldung – ob kleine Reparatur oder großer Ratsbeschluss – ist gelebte Beteiligung und schafft Wirkung.

7. HÄUFIGE STOLPERSTEINE

Leitfrage: Welche Stolpersteine können auftreten und wie lässt sich frühzeitig gegensteuern?

Auch mit guter Vorbereitung läuft nicht alles glatt. Entscheidend ist, typische Herausforderungen zu kennen und rechtzeitig vorzubeugen.

GERINGE BETEILIGUNG

Eine niedrige Rücklaufquote ist der Klassiker. Frühzeitig breit werben, persönliche Einladungen nutzen und Multiplikator:innen aktivieren (siehe Kapitel 4). Wenn nötig, Befragungszeitraum verlängern oder kleine Erinnerungsaktionen starten. Persönliche Ansprache bleibt der stärkste Motor.

EINSEITIGE TEILNEHEMENDENSTRUKTUR

Wenn nur bestimmte Gruppen antworten (z. B. Gymnasiast:innen, kaum Azubis), gezielt nachsteuern: Fehlende Gruppen identifizieren und direkt ansprechen, z. B. über Berufsschulen, Betriebe oder mobile Jugendarbeit.

UNKLARE FRAGEN

Missverständliche oder doppeldeutige Fragen verfälschen Ergebnisse. Darum immer einen Pre-Test mit Jugendlichen durchführen (siehe Kapitel 3). Rückmeldungen ernst nehmen, Formulierungen anpassen und Fachsprache vermeiden.

ZU VIELE OFFENE ANTWORTEN

Offene Fragen sind wertvoll, aber aufwändig. Nur gezielt einsetzen und bei vielen Rückmeldungen die häufigsten Themen bündeln.

TECHNISCHE PROBLEME

Technische Tests vor dem Start sind Pflicht.

ERGEBNISSE VERSANDEN POLITISCH

Damit Ergebnisse nicht in der Schublade landen, frühzeitig Verbindlichkeit schaffen. Politik, Verwaltung und Jugendhilfe schon in der Planungsphase einbinden. Die Ergebnisse sollten anschließend aktiv präsentiert werden – idealerweise gemeinsam mit Jugendlichen. Dabei sollte ein klarer zeitlicher Rückmelde- und Umsetzungsrahmen eingefordert werden.

ÜBERZOGENE ERWARTUNGEN

Wenn Erwartungen zu hoch sind, droht Enttäuschung. Von Anfang an offen erklären: Nicht alles kann sofort umgesetzt werden, aber jede Rückmeldung zählt. Nach der Umfrage klar sagen, was möglich ist und was (noch) nicht.

RESSOURCENMANGEL

Fehlen Zeit, Geld oder Personal, lieber wenige Dinge gut machen als vieles halb. Früh Partner:innen gewinnen (siehe Kapitel 2) und Hilfen nutzen, etwa Studierende, Ehrenamtliche oder Kolleg:innen aus der Jugendarbeit.

Eine gute Jugendumfrage endet nicht mit der letzten Antwort, sie beginnt dort, wo Ergebnisse geteilt, diskutiert und in Entscheidungen übersetzt werden.



Du bist unsicher?
Du hast noch Fragen?
Melde dich bei uns!

CHECKLISTE HABEN WIR AN ALLES GEDACHT?

- ZIEL:**
Ist klar, was mit der Umfrage erreicht werden soll und wofür die Ergebnisse genutzt werden?
- ZIELGRUPPE:**
Sind die gewählten Zugänge an die Lebenswelten unterschiedlicher Jugendgruppen angepasst?
- KOOPERATION:**
Arbeiten die richtigen Partner:innen zusammen und sind Zuständigkeiten eindeutig geregelt?
- GESTALTUNG:**
Ist der Fragebogen jugendgerecht, verständlich und datenschutzkonform gestaltet?
- DURCHFÜHRUNG:**
Gibt es eine gute Mischung aus Online- und persönlicher Ansprache und wird regelmäßig erinnert?
- AUSWERTUNG:**
Sind Kernaussagen klar formuliert und jugendgerecht aufbereitet?
- RÜCKMELDUNG:**
Wissen Jugendliche, was mit ihren Antworten passiert und sind erste Veränderungen sichtbar?
- RESSOURCE:**
Sind ausreichend Zeit, Personal und Budget auch für Auswertung und Rückmeldung eingeplant?
- NACHHALTIGKEIT:**
Bleibt die Umfrage in Erinnerung und fließen die Erkenntnisse in künftige Entscheidungen ein? Wer setzt die Ergebnisse auf Wiedervorlage, um Entwicklungen zu verfolgen?