

## «Learning by going» – eine Kommunikationskampagne will Jugendliche für Austausch und Mobilität motivieren

Solothurn, 30. August 2022 – Medienmitteilung

Die Vision von Movetia ist nach zwei Jahren Gesundheitskrise aktueller denn je: Alle Jugendlichen sollen während ihrer Ausbildung mindestens einmal an einem Austausch- oder Mobilitätsprojekt teilnehmen. Um sich diesem Ziel anzunähern und die Lust am Aufbrechen und Entdecken wieder zu wecken, lanciert die nationale Agentur am 30. August die Kommunikationskampagne «learningbygoing». Diese richtet sich direkt an Jugendliche, und zwar mit dem einfachsten Fortbewegungsmittel: mit Schuhen. Eine Austausch-erfahrung in der Schweiz oder im Ausland stärkt die fachlichen und persönlichen Kompetenzen der Jugendlichen ebenso wie das Bildungssystem unseres Landes.

Einige Schlüsselkompetenzen lassen sich nicht in den Klassenzimmern erlernen. Um sie zu erwerben, gilt es aufzubrechen und neue Horizonte zu entdecken. Dies fördert und unterstützt Movetia seit fünf Jahren mit Austausch- und Mobilitätsprogrammen, bei denen Jugendliche ihre eigenen Erfahrungen machen und sich persönlich weiterentwickeln, während sie eine andere Sprache und eine neue Kultur kennenlernen und sich fachliche Kompetenzen aneignen. Die von Bund und Kantonen beauftragte nationale Agentur für Austausch und Mobilität lanciert am 30. August 2022 eine schweizweite Sensibilisierungskampagne. Die Kommunikationsoffensive soll dazu beitragen, die Vision der nationalen Strategie zu erreichen: alle jungen Menschen sollen im Lauf ihrer Ausbildung mindestens einmal an einer Austausch- oder einer Mobilitätsaktivität teilnehmen.

### Einen gesellschaftlichen Wandel bewirken

Movetia will erreichen, dass Austausche und Mobilitäten zu einer Selbstverständlichkeit werden. Die Kampagne soll die Jugendlichen dazu motivieren, aktiv zu werden, ihre Komfortzone zu verlassen, neue Horizonte zu entdecken und damit diesen gesellschaftlichen Wandel einzuleiten. Der Mehrwert einer solchen Erfahrung ist für die Jugendlichen äusserst hoch. Sie lernen oder vertiefen nicht nur eine neue Sprache, sondern erwerben auch wichtige fachliche und persönliche Kompetenzen. Diese erleichtern ihnen den Eintritt in den Arbeitsmarkt. Austausch und Mobilität ist zudem ein Gewinn für das Schweizer Bildungssystem und für die Wirtschaft, die beide von neuen Impulsen profitieren. Ausserdem werden der nationale Zusammenhalt sowie die internationale Öffnung der Schweiz gestärkt.

### Starker politischer Wille erkennbar

Movetia wurde 2017 von Bund und Kantonen parallel zu einer nationalen Strategie ins Leben gerufen. Ziel ist, die Qualifikation der Jugendlichen und die Bildungsqualität in der Schweiz zu stärken. Die Rolle der nationalen Agentur ist, die Austausch-, Mobilitäts- und Kooperationsaktivitäten zu fördern und finanziell zu unterstützen und sie auf diese Weise sowohl aus qualitativer wie aus quantitativer Sicht weiterzuentwickeln. Movetia bietet bereits zahlreiche Programme auf den verschiedenen

Bildungsstufen an und unterstützt Projekte für Einzelne sowie für Gruppen, in der Schweiz sowie im Ausland. Mit dieser Kampagne und weiteren Fördermassnahmen strebt Movetia ein jährliches Wachstum der Mobilitätszahlen von 5 bis 10 Prozent an. Voraussetzung dafür ist, dass die finanziellen Mittel der künftigen Kultur- und BFI-Botschaften (Bildung, Forschung und Innovation) dieses Wachstum auch über 2024 hinaus unterstützen.

### Die Schuhe als Symbol

Schuhe verschiedener Farben und unterschiedlicher Stile an den Füßen von Menschen, dem schönsten Fortbewegungsmittel: Das ist das Symbol der Kampagne «learningbygoing». Schuhe repräsentieren die Mobilität – dieses Bedürfnis, aktiv zu werden und aufzubrechen, um Neues zu entdecken. Die Kampagne wird gebündelt auf der Plattform [learningbygoing](#), auf der umfassende Informationen über Austausch- und Mobilitätsmöglichkeiten verfügbar sind.

Schulen und Bildungseinrichtungen sind eingeladen, die Kampagne sichtbar zu machen: Materialien können bestellt oder heruntergeladen und an den Bildungsorten gezeigt werden. Über die sozialen Medien wird ein Wettbewerb durchgeführt. Ausserdem sind alle eingeladen, die Kampagne zu teilen.

### Kontaktpersonen

Olivier Tschopp, Direktor von Movetia, [olivier.tschopp@movetia.ch](mailto:olivier.tschopp@movetia.ch), +41 32 462 84 32

Kathrin Müller, Leiterin Kommunikation, [kathrin.mueller@movetia.ch](mailto:kathrin.mueller@movetia.ch), +41 32 462 00 53

Audrey Fasnacht, Verantwortliche Media Relations, [audrey.fasnacht@movetia.ch](mailto:audrey.fasnacht@movetia.ch), +41 32 462 00 92.