



Fem.OS - Aufsuchendes Orientierungs- und Beratungssystem in den sozialen Medien für Migrantinnen aus Drittstaaten

Aufbau der Beratungsarbeit

Vinda Gouma
Eliana Salto
September 2020

Fem.OS



Gefördert von



Die Beauftragte der Bundesregierung
für Migration, Flüchtlinge und
Integration

In Kooperation mit



**Bundesagentur
für Arbeit**

Das Modellprojekt „Fem.OS - Aufsuchendes Orientierungs- und Beratungssystem in den sozialen Medien für Migrantinnen“ startete im Mai 2020 und baut auf den bei Minor entwickelten Ansätzen zur Erreichung von Zuwandernden und Zugewanderten in den sozialen Medien auf.

Frauen mit Einwanderungsgeschichte tragen maßgeblich zur Integration ihrer Familie in Deutschland bei und nutzen aktiv die sozialen Medien zur Information und Orientierung, weil diese in der Handhabung niedrigschwellig, ohne Sprachbarriere und in Vereinbarkeit mit der Familie und Leben funktionieren.

Ziel des Projekts ist es, Frauen aus Drittstaaten aufsuchend zu orientieren, zu informieren und zu beraten. Dadurch soll eine bessere individuelle, soziale und berufliche Integration dieser in Deutschland lebenden Frauen gefördert werden.

Eine Besonderheit des Projektes ist die Erprobung eines Schnittstellenmanagements für den Arbeitsmarktzugang in Kooperation mit der Bundesagentur für Arbeit.

Mit einem direkten Zugang von Fem.OS-Beratungsexpertinnen zu den Netzwerken von zugewanderten Frauen in den sozialen Medien werden Fragen zur Arbeitsmarktintegration und zu frauenspezifischen Themen identifiziert und beantwortet. Die Kommunikation erfolgt in Deutsch und in 10 Fremdsprachen. Falschen oder irreführenden Antworten Dritter wird entgegen gearbeitet.

Diese erste Bestandaufnahme der Projektarbeit soll dazu dienen, den Aufbau der Beratungsarbeit und Reputation sowie erste Erkenntnisse von Fem.OS zu beschreiben.

Inhaltsverzeichnis

1. Aufbau des Berichts	1
2. Einführung in das Projekt Fem.OS	1
Der Ansatz der aufsuchenden Information und Beratung in den sozialen Medien	3
3. Zugang zum Arbeitsmarkt.....	8
Kooperation mit der Bundesagentur für Arbeit (BA)	10
4. Aufbau der Beratungsarbeit und Analysen der Social Media Spaces.....	11
4.1. Arabischsprachige Netzwerke	12
4.2. Französischsprachige Netzwerke	14
4.3. Paschtusprachige Netzwerke	15
4.4. Persischsprachige Netzwerke.....	16
4.5. Russischsprachige Netzwerke	18
4.6. Serbischsprachige Netzwerke	19
4.7. Spanischsprachige Netzwerke.....	20
4.8. Türkischsprachige Netzwerke	21
5. Fazit und Ausblick	22
Abbildungsverzeichnis	23
Tabellenverzeichnis	24

1. Aufbau des Berichts

Mit dieser Bestandaufnahme wird das Projekt Fem.OS zum ersten Mal der Fachöffentlichkeit präsentiert. Der Bericht dokumentiert die laufende Annäherung an die Zielgruppe, den Aufbau von Reputation in den von Frauen aus Drittstaaten genutzten sozialen Medien und die erworbenen Erkenntnisse der ersten Projektphase seit Beginn im Mai 2020 bis August 2020.

Zunächst wird im Abschnitt „Einführung in das Projekt Fem.OS“ der Ansatz der „Aufsuchenden Information und Beratung“ erläutert. Dabei werden erste Erfahrungen über das Kommunikationsverhalten von Zugewanderten aus Drittstaaten und Sprachen des Projekts dargelegt.

Im Abschnitt Zugang zum Arbeitsmarkt wird die Kooperation mit der Bundesagentur für Arbeit beschrieben, das angedachte Modell skizziert und erste Daten dargestellt.

Abschließend werden der Aufbau der Beratungsarbeit und die Analyse der Netzwerke in den bis August 2020 aktiven Projektsprachen im Einzelnen detailliert zusammengefasst.

2. Einführung in das Projekt Fem.OS

Das Modellprojekt „Fem.OS - Aufsuchendes Orientierungs- und Beratungs-System in den sozialen Medien¹ für Migrantinnen“ startete am 1. Mai 2020 und baut auf den in den letzten Jahren bei Minor entwickelten Ansätzen und sehr guten Erfahrungen im Rahmen der Projekte „Neu in Berlin“ und „MB 4.0 – Gute Arbeit in Deutschland“² zur Erreichung von Zuwandernden und Zugewanderten in den sozialen Medien auf. Tatsächlich hat sich gezeigt, dass Frauen bei Fragen und Problemen im Rahmen ihrer Integration besonders häufig auf soziale Medien zurückgreifen.³ Frauen mit Einwanderungsgeschichte übernehmen mit Hilfe sozialer Medien häufig die Aufgabe, die soziale Integration ihrer Familien voranzutreiben. Dazu existieren in Deutschland inzwischen große Netzwerke von Zugewanderten in den verschiedenen Herkunftssprachen, die

¹ In diesem Text verwenden wir den Begriff „Soziale Medien“ oder „Social Media“ in Bezug auf die Gattung der digitalen Medien, welche „der – häufig profilbasierten – Vernetzung von Benutzern und deren Kommunikation und Kooperation über das Internet“ (Bendel 2018) dienen. Die Begriffe „Plattformen“, „Foren“, „Netzwerke“ oder „Gruppen“ der Sozialen Medien wiederum beziehen sich auf konkrete, bestehende Angebote in den Sozialen Medien wie z. B. Facebook oder Whatsapp bzw. darin existierende Foren wie Facebook- oder Whatsapp-Gruppen, Seiten oder Kanäle.

² Das Modellprojekt „MB 4.0 - Gute Arbeit in Deutschland. Beratung für neuzugewanderte Arbeitssuchende und Arbeitnehmende aus EU-Mitgliedstaaten in den digitalen und sozialen Medien“ ist ein Projekt von Minor unter Förderung der Gleichbehandlungsstelle EU-Arbeitnehmer der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration, welches juristisch geprüfte Beratungsarbeit in den sozialen Medien von EU-Zugewanderten erprobt.

³ Migrationsberatung 4.0 - Gute Arbeit in Deutschland. Beratungsrichtlinien, https://minor-kontor.de/wp-content/uploads/2019/05/MB4.0_Beratungsrichtlinien_2019.pdf ; Daten zum Modellprojekt „MB 4.0 – Gute Arbeit in Deutschland“. Unter https://minor-kontor.de/wp-content/uploads/2020/03/Minor_MB4.0_Zwischenbericht-Daten-zum-Projekt_2020.pdf.

eine schnelle, niedragschwellige und ortsunabhängige Erfahrungsorientierung in der Muttersprache ermöglichen.

Somit ist das Ziel des Projekts, Frauen aus Drittstaaten dort zu informieren und zu beraten, wo sie mehrheitlich nach Informationen suchen, nämlich in den sozialen Medien, um ihre soziale und berufliche Integration zu fördern. Fem.OS berät dabei in den zehn Sprachen der großen Zuwanderungsgruppen unter Drittstaatsangehörigen: Arabisch, Englisch, Französisch (Afrika, Amerika), Paschtu, Persisch/Dari, Portugiesisch (Lateinamerika, Afrika), Russisch, Serbisch, Spanisch (Lateinamerika) und Türkisch.

Seit Jahren wächst der Anteil von Frauen aus Drittstaaten in Deutschland (siehe Abbildung 1). Diese Entwicklung spiegelt sich in den Zahlen von Facebook-Nutzerinnen in Deutschland mit Spracheinstellungen der vom Projekt betreuten Fremdsprachen, wider dargestellt in Abbildung 2. So kann man mit hoher Wahrscheinlichkeit annehmen, dass das Antreffen der Zielgruppe von Fem.OS auf dieser unter Zugewanderten häufig genutzten Plattform sehr hoch ist, wenn auch mit wenigen Ausnahmen.

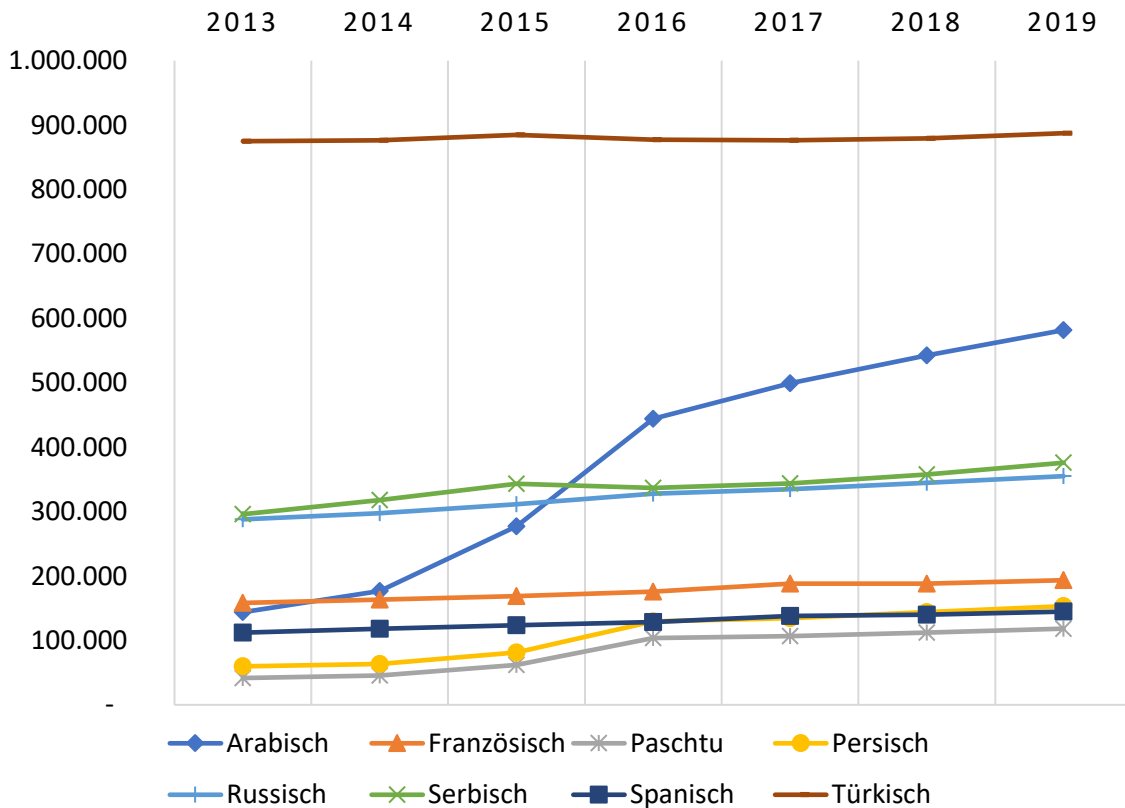


Abbildung 1: Frauen aus Drittstaaten in Deutschland (nach Sprachgruppen) zwischen 2013 und 2019

Summe aller weiblichen und in Deutschland angemeldeten Personen aus Drittstaaten einer Sprachgruppe, zu der Herkunftsländer mitzählen, die mit den Projektsprachen potenziell erreicht werden. Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), eigene Bearbeitung. © Minor

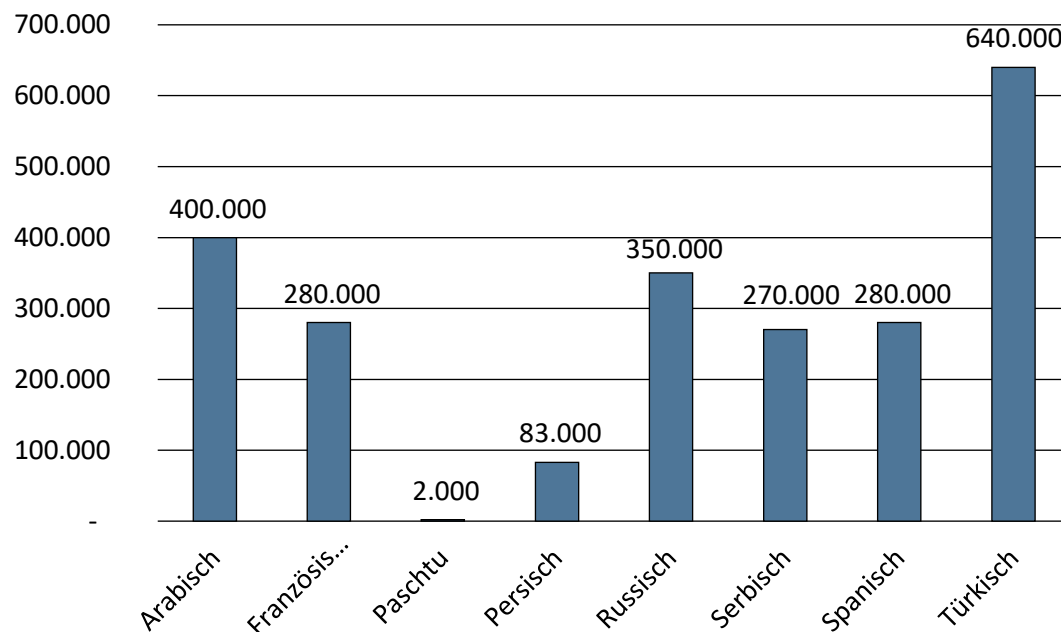


Abbildung 2: Anzahl Facebook-Nutzerinnen in Deutschland nach Spracheinstellung

Quelle: Facebook, 2020, eigene Bearbeitung. ©Minor

Das Projekt „Fem.OS“ wird von der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration gefördert und im Rahmen ihrer Kooperationsvereinbarung mit der Bundesagentur für Arbeit umgesetzt.

Der Ansatz der aufsuchenden Information und Beratung in den sozialen Medien

Der methodische Ansatz des Projekts folgt dem von Minor seit Jahren analysierten Kommunikationstrend unter Zuwandernden und Zugewanderten, sich zunehmend in selbst organisierten Gruppen und Kanälen auf Social-Media-Plattformen (wie z. B. Facebook, Blogs und Online-Foren, Telegram, Youtube etc.) über das Leben und Arbeiten in Deutschland in ihren Muttersprachen auszutauschen.

Bis August sind die bis dahin acht Beraterinnen Projektes in insgesamt 438 Kommunikationsorten auf Facebook mit insgesamt 6.298.190⁴ Mitgliedern aktiv und bauen dort ihre Beratungsreputation auf. Darunter zählen 58 Frauengruppen mit insgesamt 518.000 Mitgliedern. Die beruflichen Facebook-Konten der Beraterinnen sind DSGVO⁵-konform eingerichtet und gewährleisten ein hohes Maß an Transparenz bei der Beratungsarbeit.

⁴ Accounts/Konten Mitglied in mehreren Spaces sein. Duplikate und fehlerhafte Accounts können technisch in der Zählung nicht ausgeschlossen werden.

⁵ Die Datenschutz-Grundverordnung ist eine Verordnung der Europäischen Union, mit der die Regeln zur Verarbeitung personenbezogener Daten durch die meisten Datenverarbeiter, sowohl private wie öffentliche, EU-weit vereinheitlicht werden.

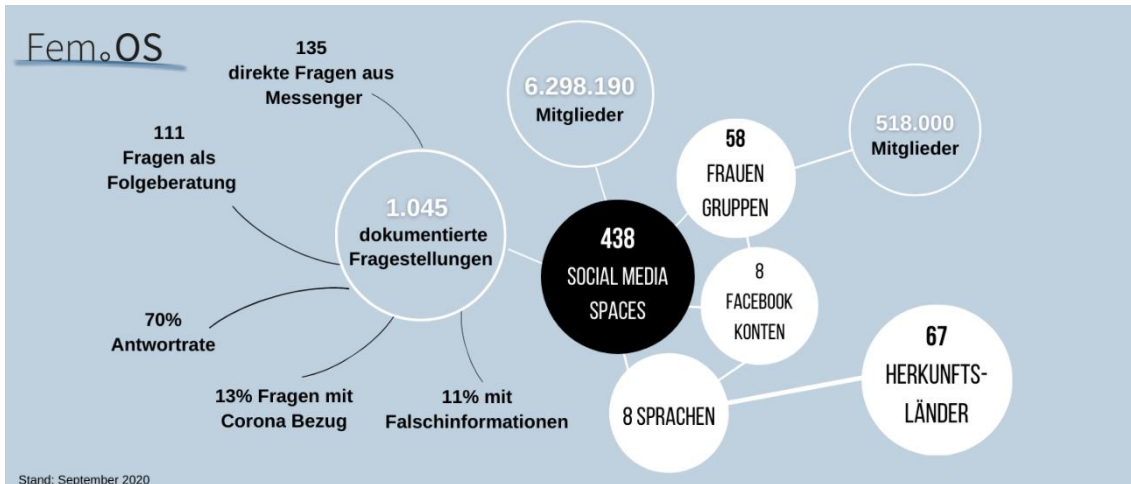


Abbildung 3: Präsenzen, Reichweite und Akquise im Projekt Fem.OS

Absolute Häufigkeiten von Mai 2020 bis August 2020. © Minor

Anhand der Erkenntnisse aktueller Studien über die besondere Bedeutung von Facebook für das Informationsverhalten vieler Zugewanderter in Deutschland konzentrieren sich die Beraterinnen in der Anfangsphase des Projektes auf die Erreichung ihrer Zielgruppen über diese Plattform. Die Heterogenität der Sprachgruppen und der von ihnen genutzten sozialen Medien werden im Projektverlauf immer differenzierter untersucht und erprobt, um die Beratung dem aktuellen Informationsverhalten der Zielgruppen anzupassen.

Die Beraterinnen suchen mittels Schlagwörtern nach Facebook-Gruppen und -Seiten. Der Zugang zu den Gruppen muss meist erfragt werden und basiert auf einer guten Kommunikation mit den Administratorinnen und Administratoren der Gruppen, Transparenz, Respekt vor gegensätzlichen Meinungen und auf der Wahrung der Privatsphäre der Gruppe.

Im Rahmen der aufsuchenden Beratungsarbeit suchen die Beraterinnen in den entsprechenden Social-Media-Gruppen und -Foren aktiv nach Fragen. Die Fragen, die Ratsuchende in den Gruppen und Foren stellen, werden mit Erst- und Verweisberatung unter Beachtung der Maßgaben der Datenschutzgrundverordnung und des Rechtsdienstleistungsgesetzes durch die Beraterinnen beantwortet. Die rechtliche Anleitung der Beratung durch eine Volljuristin im Team gewährleistet dabei Verlässlichkeit und Qualität der vermittelten Informationen. Bei komplexeren Fällen oder wenn eine individuelle Beratung nötig ist, erfolgt eine anonymisierte Überleitung an lokale Beratungsstellen, Jobcenter oder Arbeitsagenturen.

Die thematischen Schwerpunkte der Beratungsarbeit sind Fragen zur Arbeitsmarktintegration und die Hilfestellung bei sozialen, aufenthalts-, frauen- und familienspezifischen Themen. Wenn Fragen zu diesen Themen gestellt werden, beantworten die Beraterinnen diese an Ort und Stelle in einem Kommentar auf der Social-Media-Plattform. So profitiert nicht nur die ratsuchende Person von der Antwort, sondern die gesamte Gruppe bzw. das gesamte Forum. Mit den richtigen Antworten bauen die Fem.OS-Beraterinnen eine Reputation auf, so dass sie von den Netzwerken als in hohem Maße kompetente Mitglieder der Community wahrgenommen werden. Als Folge werden auch zunehmend direkte Anfragen per Nachrichtenfunktion an die Fem.OS-Beraterinnen gestellt.

Die Fem.OS-Beraterinnen dokumentieren die Themen (siehe Tabelle 1) der beantworteten Fragen aus den sozialen Medien in einem Dokumentationssystem unter Ausschluss von personenbezogenen Daten. Die Erfassung dient der Qualitätssicherung, der Arbeitsdokumentation und wissenschaftlichen Analyse der laufenden Arbeit des Modellprojektes.

Tabelle 1: Die Hauptthemen von Fem.OS

Themenkategorisierung der detailliert erfassten Fragestellungen für die Qualitätssicherung und Analyse im Rahmen des Modellprojektes. © Minor

1	Anerkennung der Ausbildung/ Gleichwertigkeit der Abschlüsse	18	Scheinselbständigkeit (Abgrenzung Arbeitnehmer/in oder Selbständiger)
2	Ansprüche bei Arbeitsunfall	19	Urlaubsansprüche
3	Ansprüche bei Krankheit	20	Sonstige
4	Ansprüche bei Schwangerschaft	21	Zugang zum Arbeitsmarkt und Ausbildung
5	Arbeitnehmerüberlassung	22	Aufenthaltsrecht (Drittstaatsangehörige)
6	Arbeitsvertrag / Tarifvertrag	23	Freizügigkeitsrecht (Unionsbürger)
7	Arbeitszeit / Überstunden	24	Asylrecht
8	Beendigung des Arbeitsverhältnisses	25	Staatsangehörigkeitsrecht
9	Beschäftigung auf Basis von Werkverträgen	26	Ämter und Behörden
10	Elternzeit und Elterngeld	27	Diskriminierung
11	Entsendung	28	Gewalt und Gewaltschutz
12	Ergänzende Sozialleistungen	29	Ausbeutung
13	Informationen zu SGB II und III und AsylbLG	30	Gedanken-, Gewissens- und Religionsfreiheit
14	Kindergeld	31	Ehe, Partnerschaft, Mutterschaft
15	Krankenversicherung	32	Gesundheit und körperliche Unversehrtheit
16	Lohn / Lohnbetrug / Lohnabgaben	33	Teilhabe
17	Minijob / Teilzeit / Vollzeit		

Die ersten 1.045 detailliert erfassten Fragen (siehe Abbildung 4) lassen „Zugang zum Arbeitsmarkt“, „Aufenthaltsrecht Drittstaatsangehöriger“ und Fragen zu „Deutschen Ämtern und Behörden“ als die Themen mit dem größten Beratungsbedarf für diesen kurzen Zeitraum unter den gesamten 33 Hauptthemen des Projektes erkennen.

Unter dem Thema „Zugang zum Arbeitsmarkt“ werden folgende Unterkategorien dokumentiert: Arbeitssuche, Aufnahme der Arbeit in DE - Allg. Informationen, Führungszeugnis, Gesundheitspass, Interesse am Studium, Interesse an einer Ausbildung, Mangelberufe, Bewerbung, Ausbildungsförderung (BAföG, BAB), Weiterbildung, Integrationskurs und Sprachförderung, Zuständigkeit für Beratung und Vermittlung (Arbeitsförderung), Arbeitsmarktzugang/Beschränkungen.

Unter dem Thema „Aufenthaltsrecht“ sind Unterkategorien wie Visum, Aufenthaltserlaubnis, Bildungsmigration (Ausbildung, Studium etc.), Erwerbsmigration (Blaue Karte EU, Fachkräfteeinwanderung, Entsendung etc.), Humanitäre Gründe, Familiennachzug, Niederlassungserlaubnis, Duldung, Abschiebung/freiwillige Rückkehr kategorisiert.

Unter dem Thema „Ämter und Behörden“ fasst das Fem.OS-Beratungsteam Unterkategorien wie Urkunden, Bescheinigungen, Dokumente, Zuständigkeiten der unterschiedlichen Behörden, Anmietung einer Wohnung/Anmeldung/Abmeldung zusammen.

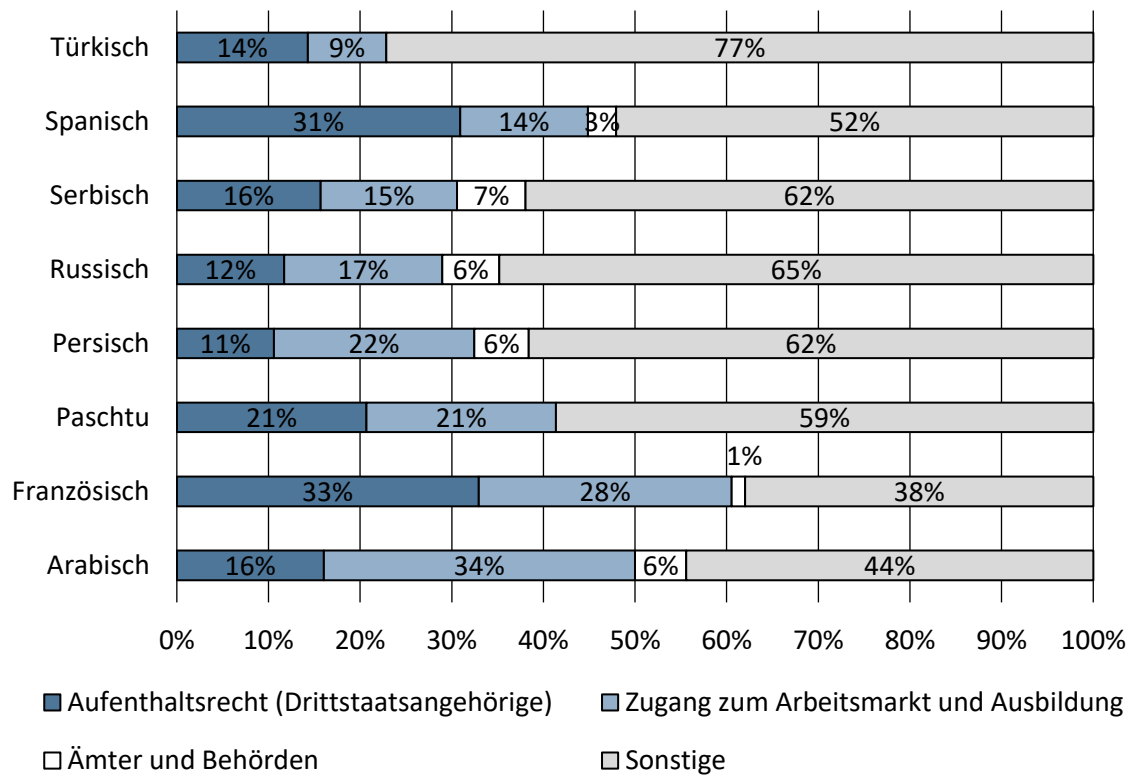


Abbildung 4: Verteilung der Top 3 Hauptthemen der dokumentierten Fragestellungen auf die verschiedenen Sprachen

Eigene Erfassung der Beiträge. (AR n=212, FR n=149, PA n= 16, PR n= 133, RU n= 101, SR n= 136, SP n= 150, TÛ n= 25). © Minor

Ein weiterer wichtiger Ansatz der aufsuchenden Beratung in den sozialen Medien ist das Entgegenwirken und Richtigstellen von falschen oder irreführenden Informationen⁶. Wo solche Falsch- oder Fehlinformationen aufgefunden werden, korrigieren die Beraterinnen diese und weisen auf verlässliche Quellen oder Gesetzestexte hin. Gerade in den russisch- und französischsprachigen Communities sind Falschinformationen in den Social-Media-Gruppen öfter anzutreffen (siehe Abbildung 5).

⁶ Irreführende oder widersprüchliche Informationen aufgrund von persönlichen Erfahrungen werden als Falschinformationen kategorisiert und erfasst.

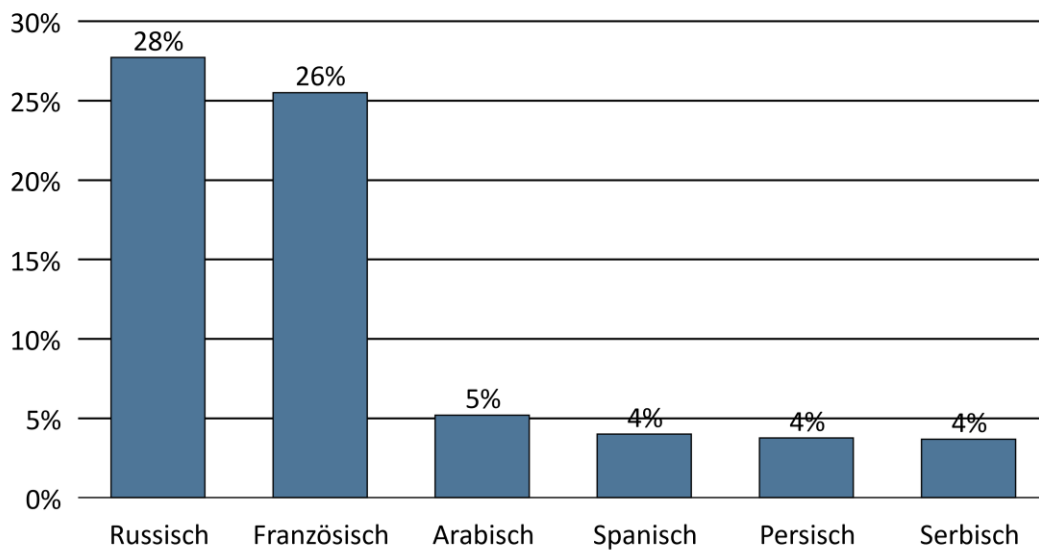


Abbildung 5: Übersicht über die erfassten Beiträge mit Falschinformationen pro Sprache⁷

Eigene Erfassung der Beiträge (AR n=212, FR n=149, PR n= 133, RU n= 101, SR n= 136, SP n= 150).
© Minor

Das Projekt startete im Mai 2020 mitten in der ersten Welle der Corona-Pandemie. Aus diesem Grund wird zusätzlich der Zusammenhang der aufgefundenen Fragen mit den Auswirkungen der Pandemie separat beurteilt. Auffällig ist, dass die Anzahl der erfassten Corona-bezogenen Fragen je nach Sprache große Differenzen aufweist.

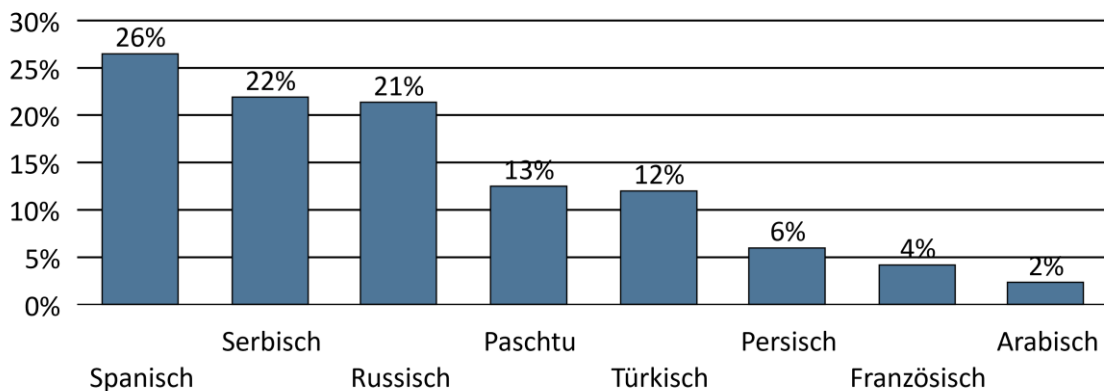


Abbildung 6: Übersicht über die erfassten Beiträge mit Corona-Bezug pro Sprache

Eigene Erfassung der Beiträge (AR n=212, FR n=149, PA n= 16, PR n= 133, RU n= 101, SR n= 136, SP n= 150, TÛ n= 25). © Minor

⁷ In Paschtu und Türkisch wurden aufgrund des kurzen Erfassungszeitraums noch keine Falschinformationen erfasst.

3. Zugang zum Arbeitsmarkt

Frauen mit Einwanderungsgeschichte sind mit unterschiedlichsten Herausforderungen bei ihrer Arbeitsmarktintegration konfrontiert. Die Heterogenität der Gründe für diese Herausforderungen reicht von der individuellen Zielsetzung über Familienpflichten bis hin zu dem Bildungsstand und den Berufserfahrungen und darüber hinaus. Weitgehend weisen sie jedoch eine weit unterdurchschnittliche Arbeitsmarktintegration auf, die durch niedrige Beschäftigungsquoten, häufig unterqualifizierte Beschäftigungen, geringere Bezahlung und teilweise prekäre Arbeitsbedingungen gekennzeichnet ist. So lag z. B. die Einmündungsquote in den Arbeitsmarkt bei Frauen mit Fluchterfahrung 2019 bei 6,6 %, bei Männern mit Fluchterfahrung jedoch bei 40 %.⁸ An diesem Punkt setzt Fem.OS an und erprobt sowohl aufsuchende Beratung in den sozialen Medien von Frauen aus Drittstaaten als auch eine Überleitung von Frauen an die örtlichen Arbeitsagenturen und Jobcenter.

Dass es einen großen Unterstützungsbedarf gibt, zeigen erste Analysen im Rahmen des Projektes. So ist das Thema „Zugang zum deutschen Arbeits- und Ausbildungsmarkt“ eines der meistdiskutierten unter Frauen aus Drittstaaten (siehe Abbildung 4). Die Beratungsarbeit zu diesem Thema umfasst Fragen aus dem Inland zur Orientierung auf dem Arbeitsmarkt, Sprachförderung, Arbeitssuche, Anerkennung ausländischer Berufsabschlüsse, Berufsbildung, Studium und Weiterbildung. Auch Frauen aus dem Ausland mit Zuwanderungswunsch im Kontext von Erwerbsmigration (u. a. zu den Themen Fachkräfteeinwanderung oder „Blaue Karte EU“) und Anerkennung ausländischer Berufsabschlüsse aus dem Ausland werden durch das Beratungsteam orientiert. Im Analysezeitraum von Mai 2020 bis August 2020 wurden vom Beratungsteam insgesamt 434 Fragen zum Thema „Zugang zum Arbeits- und Ausbildungsmarkt“ detailliert erfasst, davon 363 Fragen aus dem Inland und 71 Fragen aus dem Ausland. Dabei liegt der Fokus der Beratungsarbeit im Rahmen des Projektes auf ratsuchenden Migrantinnen aus dem Inland. Die vom Projekt betreuten Kommunikationsorte werden partiell von Personen aufgesucht, die sich noch im Herkunftsland befinden und den Austausch in Verbindung mit Vorintegration und Vorbereitung auf das Auswandern suchen. Die Fragestellungen aus dem Ausland, die im Rahmen des Projekts bearbeitet wurden, haben einen konkreten Zusammenhang mit einer absehbaren Niederlassung in Deutschland.

⁸ Fallstudie „Geflüchtete Frauen als Zielgruppe der Arbeitsmarktförderung“, https://www.netzwerk-iq.de/fileadmin/Redaktion/Downloads/Fachstelle_Einwanderung/Publikationen_2019/FE_Fallstudie-Gefluechtete-Frauen-als-Zielgruppe-der-Arbeitsmarktfoerderung_2019.pdf.

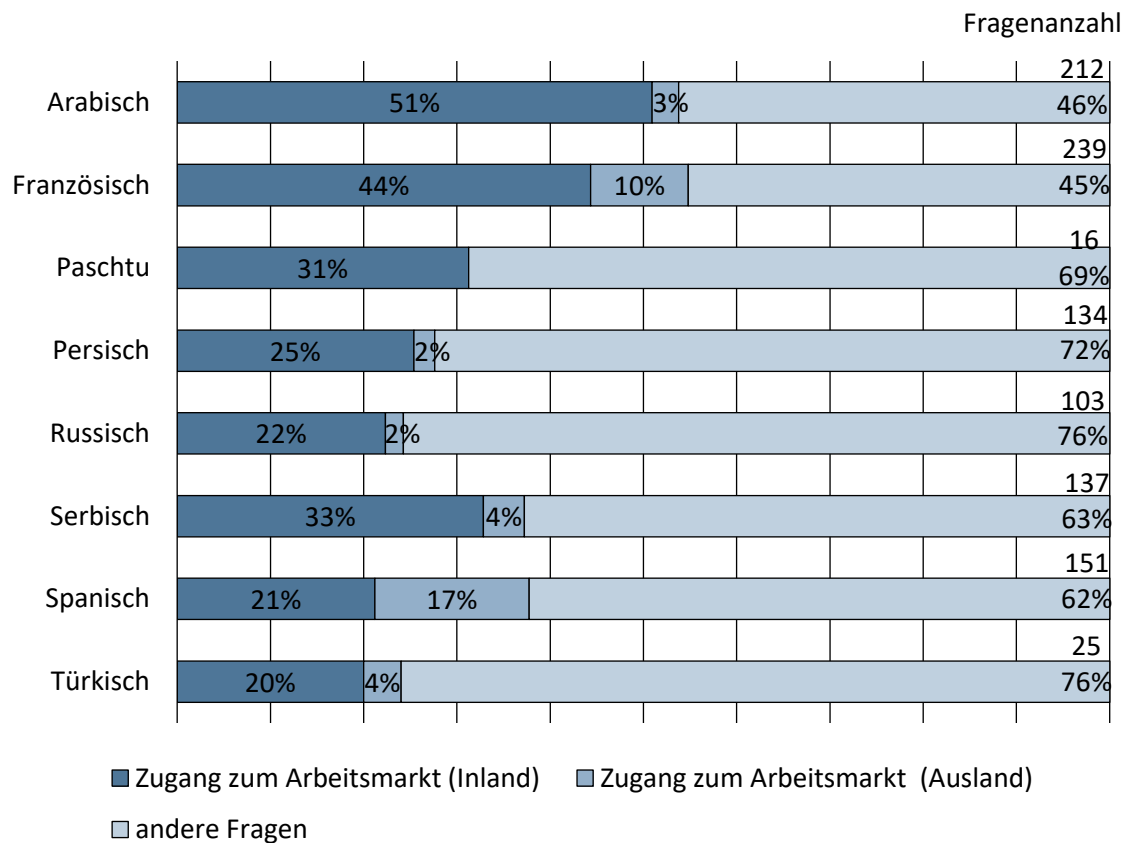


Abbildung 7: Anzahl der Fragen zum Thema „Zugang zum Arbeitsmarkt“ von Frauen aus dem Inland oder Ausland als Anteil der jeweiligen Gesamtzahl der Fragen

Eigene Erfassung der Beiträge (n=1045). © Minor

Kooperation mit der Bundesagentur für Arbeit (BA)

Die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration und die Bundesagentur für Arbeit haben im Januar 2019 eine Kooperationsvereinbarung abgeschlossen. In §4 der Vereinbarung setzt die Kooperation ein besonderes Augenmerk auf die Unterstützung von Frauen mit Einwanderungsgeschichte bei der Arbeitsmarktintegration⁹. Eines der Handlungsfelder ist die Medienkooperation, für die insbesondere Frauen als Zielgruppe der Kommunikation im Fokus stehen. Das Modellprojekt „Fem.OS“ soll genau diesem Handlungsziel Rechnung tragen.

Unterstützt wird Fem.OS insbesondere durch den Stab der Beauftragten für Chancengleichheit am Arbeitsmarkt (BCA) bei der Bundesagentur für Arbeit. Für die Projektarbeit sind dauerhaft zwei BA-Fachexperten*innen in den Arbeitsstab der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration abgeordnet. Sie begleiten und unterstützen u. a. das Schnittstellenmanagement zu den Jobcentern und Arbeitsagenturen vor Ort.

Sofern Fragen von Frauen aus Drittstaaten die Themen „Arbeitssuche und Arbeits-/Ausbildungsverhältnisse“ betreffen, kann das Beratungsteam auf das Fachwissen der BA-Abgeordneten im Bundeskanzleramt zurückgreifen. Formuliert die Ratsuchende den klaren Wunsch, individuell beraten zu werden, wird im Sinne des zu erprobenden Schnittstellenmanagements ein persönlicher Termin beim lokalen Jobcenter beziehungsweise bei der Agentur für Arbeit organisiert. Hier übernehmen die Beauftragten für Chancengleichheit am Arbeitsmarkt in den Arbeitsagenturen und Jobcentern eine wichtige Lotsenfunktion.

Im bisherigen Verlauf des Projektes wurden insgesamt 62 Frauen auf das Angebot einer individuellen Beratung zum Arbeitsmarktzugang durch die Bundesagentur für Arbeit aufmerksam gemacht.

⁹ Kooperationsvereinbarung zwischen der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration Frau Staatsministerin Annette Widmann-Mauz und der Bundesagentur für Arbeit (BA), vertreten durch Herrn Detlef Scheele, Vorstandsvorsitzender der Bundesagentur für Arbeit, <https://www.integrationsbeauftragte.de/re-source/blob/72490/1573202/60e23b30b4956f45460cc53dd1246a47/kooperation-ba-intb-pdf-data.pdf>.

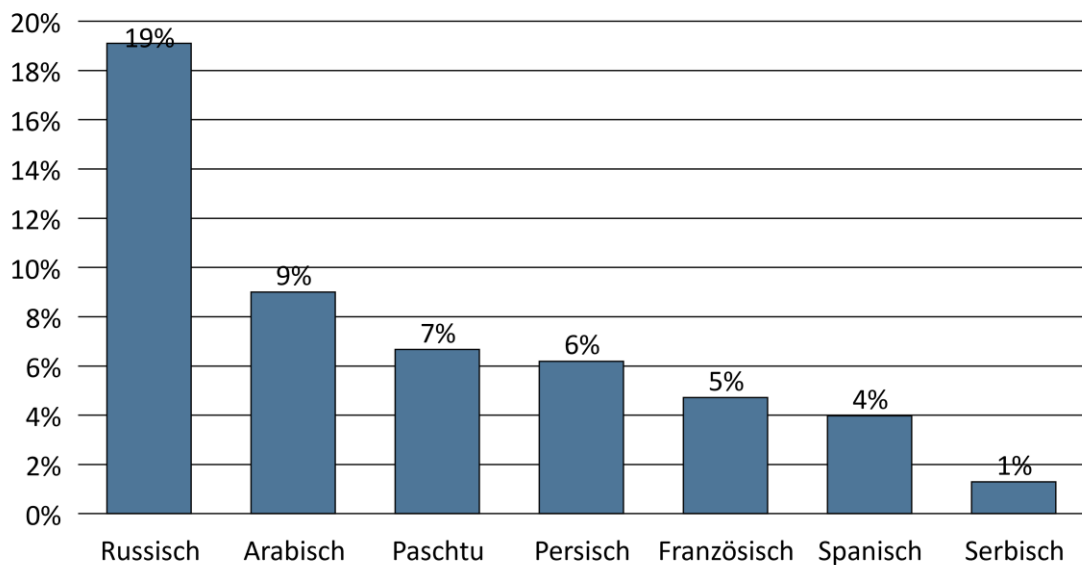


Abbildung 8: Verweise an die BCA pro Sprache

Eigene Erfassung der Beiträge (n=62). © Minor

Der Verweis an die Bundesagentur für Arbeit erfolgt in der Beratungsarbeit auf zwei Wegen:

- Durch direkten Kontakt über die BA-Abgeordneten zu den BCA-Mitarbeiter*innen vor Ort.
- Durch die Erläuterung der Rolle der BA und BCA und einer persönlichen Kontaktaufnahme durch die Ratsuchenden selbst.

Je nach Herkunft und Sprache wird das Angebot des Arbeitsmarktzuganges sehr unterschiedlich wahrgenommen und genutzt. Für eine Zurückhaltung gegenüber dem Angebot werden sehr unterschiedliche Beweggründe kommuniziert, wie z. B. Misstrauen, schlechte Vorerfahrung, Vorbehalte gegenüber Institutionen und Behörden, fehlende Selbstbefähigung und Scham. Im weiteren Verlauf der Entwicklung dieses Schnittstellenmanagements werden Ansprache, Aufklärungsarbeit sowie zielgerichtetes Ankommen nachjustiert und ausgebaut.

4. Aufbau der Beratungsarbeit und Analysen der Social Media Spaces

Ersten Recherchen des Projektes zufolge hat Facebook auch für die Zielgruppe von Frauen aus Drittstaaten eine besondere Bedeutung für das Informationsverhalten. Gleichzeitig machen Datenanalysen des Projektes (siehe Abbildung 2) bereits deutlich, dass die Reichweite auf Facebook je nach Community sehr unterschiedlich ist. Andere Plattformen wie Telegram und WhatsApp für Paschtu, Persisch und Russisch und die in der russischen Community sehr verbreitete Plattform VKontakte spielen ebenfalls eine wichtige Rolle im Kommunikationsverhalten. Die zukünftigen Projektaktivitäten werden sich mit den datenschutzkonformen Möglichkeiten einer aufsuchenden Beratungsarbeit auf verschiedenen Plattformen auseinandersetzen.

Der Aufbau der Beratungsarbeit wurde sukzessive und als erstes auf Facebook wie folgt aufgebaut:

- Mai 2020: Französisch und Spanisch.

- Juni 2020: Arabisch und Persisch.
- Juli 2020: Paschtu, Russisch und Serbisch.
- August 2020: Türkisch

Im September erfolgte die Vervollständigung des Teams durch Beraterinnen mit Englisch und Portugiesisch.

Die Reichweite der Zielgruppe auf Facebook ist je nach Sprache sehr unterschiedlich. Während serbokroatischsprachige Facebook-Gruppen in Deutschland eine Durchschnittsgröße von über 39.000 Mitgliedern haben, bestehen die französischsprachigen Gruppen von Drittstaatsangehörigen im Durchschnitt aus nur ca. 4.000 Mitgliedern.

Tabelle 2: Vergleich der Durchschnittgröße der vom Projekt betreuten Facebookgruppen nach Sprache von Drittstaatsangehörigen

Eigene Erfassung der Beiträge. © Minor

	Arabisch	Französisch	Paschtu	Persisch	Russisch	Serbisch	Spanisch	Türkisch
Gruppenanzahl	100	69	14	87	58	27	45	38
Durchschnittszahl der Gruppenmitglieder	31.960	4.147	4.542	6.224	10.855	39.299	6.490	8.523

Um einen vertieften Einblick in die unterschiedlichen Netzwerke der Zielgruppen und Besonderheiten der Kommunikation zu ermöglichen, werden im Folgenden der Aufbau der Beratungsarbeit in den einzelnen Sprachen und die Analyse der entsprechenden Netzwerke ausführlicher dargestellt.

4.1. Arabischsprachige Netzwerke

Der Aufbau der Beratungsarbeit für die arabischsprachigen Netzwerke beginnt im Juni 2020. Angesichts der hohen Zahlen arabischsprachiger Nutzer*innen und Nutzer auf Facebook (siehe Abbildung 2), erzielt das Projekt auf der Plattform für diese Zielgruppe eine besonders hohe Reichweite.

Zurzeit ist die Beraterin Mitglied in 100 Facebook-Gruppen mit insgesamt 3.162.090 Mitgliedern, davon beschränken 12 Gruppen mit insgesamt 315.705 Mitgliedern ihre Mitgliedschaft auf Frauen.¹⁰

Das Projekt betreut sowohl allgemeine Gruppen, in denen auf Arabisch zu Themen wie Leben und Arbeiten in Deutschland kommuniziert wird und jeder willkommen ist, als auch solche Gruppen, die spezifisch nur Frauen, Mütter oder Personen aus bestimmten Herkunftsländern oder an bestimmten Wohnorten in Deutschland ansprechen und/oder in denen zu spezifischen Themen diskutiert wird.

¹⁰ Konten können Mitglied in mehreren Gruppen sein. Die Anzahl der Konten spiegelt nicht unbedingt die reale Anzahl von Mitgliedern im Sinne von Personen wider.

Den Namen der Gruppen zufolge sind in den Gruppen Personen aus folgenden Herkunftsländern vertreten: Marokko, Algerien, Tunesien, Libyen, Ägypten, Syrien, Jordanien, Irak, Libanon und die Palästinensischen Autonomiegebiete.

Der starke Anstieg von Personen, die 2015 und in den darauffolgenden Jahren nach Deutschland geflüchtet sind, spiegelt sich im Anstieg der arabischsprachigen Nutzendenzahlen auf den Social-Media-Plattformen wider.¹¹ Zwischen 2015 und 2018 richteten Syrer*innen Facebook-Gruppen mit umfangreichen Aktivitäten ein, in denen die Fem.OS-Beraterin nun Mitglied ist. Inzwischen gibt es für viele deutsche Großstädte eine oder mehrere arabischsprachige Facebook-Gruppen, die vermutlich von neu zugewanderten Bewohner*innen der jeweiligen Stadt verwaltet werden.

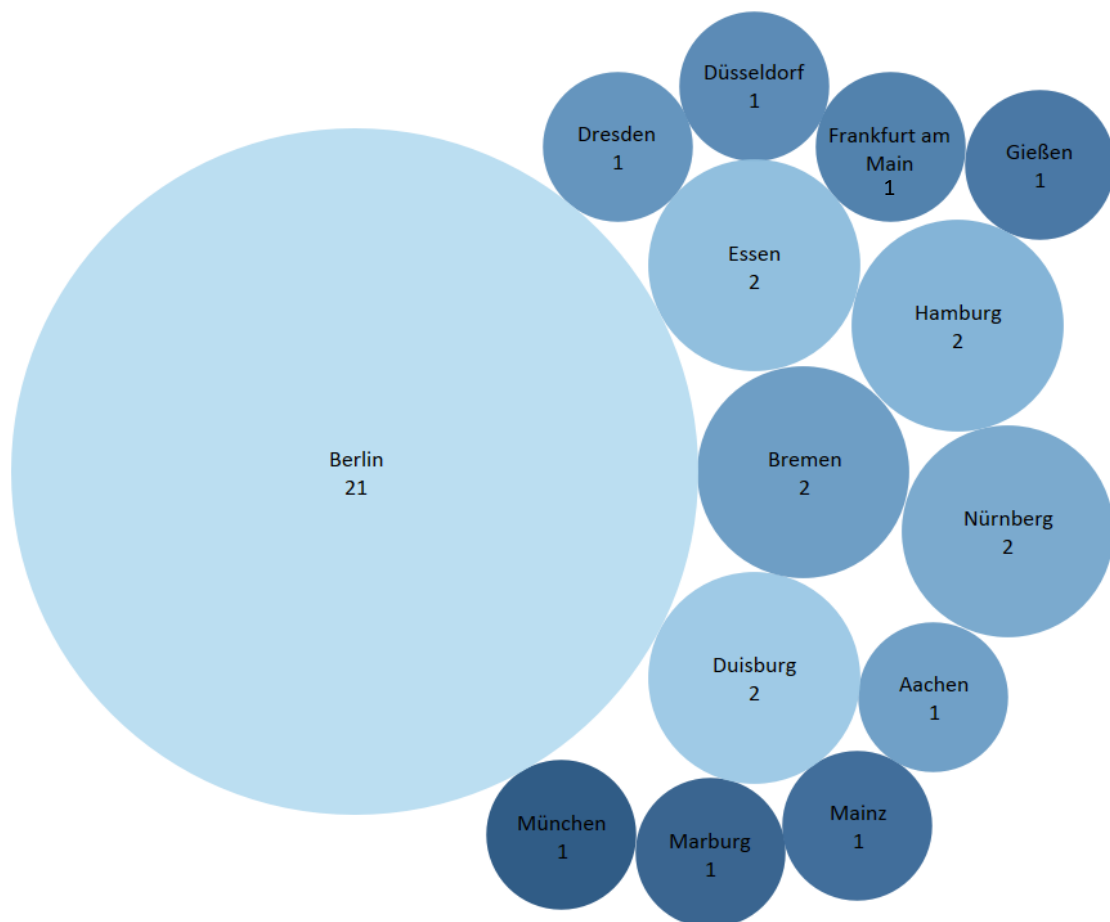


Abbildung 9: Anzahl von arabischsprachigen Facebook-Gruppen in Bezug auf ihre geografische Zuordnung in Deutschland

Die Zahlen in den Kreisen geben die Anzahl der Gruppen in der jeweiligen Stadt wieder. Eigene Erfassung der Beiträge (n=39). © Minor

Bisher beantwortete die Beraterin 212 Fragen von arabischsprachigen Frauen in Deutschland. Die drei Top-Themen, zu denen Fragestellungen identifiziert und beantwortet wurden, sind „Zugang zum Arbeitsmarkt“, „Aufenthaltsrecht Drittstaatsangehöriger“ und „Anerkennung der Ausbildung/Gleichwertigkeit der Abschlüsse“.

¹¹ Für weitere Informationen siehe „Digital Streetwork“ in der Asyl- und Migrationsberatung“. Link: <https://minor-kontor.de/digital-streetwork/>

Auffällig am Kommunikationsverhalten der arabischsprachigen Frauen in den sozialen Medien ist, dass Fragen zu häuslicher Gewalt oder Scheidung meist anonym¹² in Gruppen veröffentlicht werden und vor allem in Gruppen veröffentlicht werden, die exklusiv für Frauen sind.

Große Aufmerksamkeit und Beachtung, gemessen an der Anzahl der Reaktionen und Kommentare, erhalten Beiträge über Erfolgsgeschichten der sozialen und beruflichen Integration von zugewanderten Personen. Dies kann im Rahmen der für das Projekt geplanten Kampagnen genutzt werden.

4.2. *Französischsprachige Netzwerke*

Die Beratungsarbeit in den französischsprachigen Netzwerken läuft seit Mai 2020. Die Ratsuchenden in diesen Netzwerken kommen mehrheitlich aus französischsprachigen afrikanischen Ländern, am häufigsten aus dem Maghreb (Algerien, Marokko und Tunesien) sowie Kamerun. Eine klare Trennung der Nutzer*innen nach Herkunftsland ist selten möglich, da diese durch eine gemeinsam genutzte Sprache und die Migrationserfahrung vereint werden. Fast 20 % der identifizierten Gruppen lassen sich keinem spezifischen Herkunftsland, sondern geografischen Gruppierungen aus mehreren Ländern zuordnen (Maghreb, Afrika). Darüber hinaus sind wenige Gruppen nach Berufsgruppen definiert (12 % davon sind für Gesundheitsberufe, nämlich Pflegekräfte sowie Ärzt*innen).

Es gibt Unterschiede im Kommunikationsverhalten nach Herkunftsländern. So sind Kamerunerinnen und Maghrebnerinnen in den sozialen Medien sehr aktiv, während Togolesinnen, Guineerinnen und Kongolesinnen vergleichsweise schwieriger zu finden sind.

Die Fem.OS-Beraterin ist inzwischen Mitglied in 52 Gruppen mit insgesamt 219.114 Mitgliedern. Bei den französischsprachigen spezifischen Frauengruppen sind die Mitglieder weit überwiegend Französisinnen, deshalb betreut Fem.OS bislang nur drei reine Frauengruppen aus Drittstaaten mit insgesamt 11.126 Mitgliedern. Bei mehr als einem Dutzend Facebook-Gruppen wurden Beitrittsanfragen gestellt, die bisher nicht angenommen wurden. Fehlgeschlagene Eintrittsgesuche, z. B. in eine Frauengruppe für Kamerunerinnen, aber auch das Nichtauffinden von Frauengruppen für mehrere andere Herkunftsländer kann auf ein besonders privates Nutzungsverhalten, nicht sichtbare, geschlossene Facebook-Gruppen oder Inanspruchnahmen anderer Plattformen hindeuten.

Die älteste Gruppe, in der die Beraterin Mitglied ist, wurde im Jahr 2009 erstellt, dabei hat diese die Hälfte ihrer Mitglieder in den letzten vier Jahren dazugewonnen.

¹² Als anonym wird ein Beitrag bezeichnet und erfasst, wenn er nicht von der betroffenen Person direkt veröffentlicht wird, sondern durch eine andere Person, meist von der *dem Administrator*in, oder durch ein anderes Mitglied der Gruppe. Es gibt aber auch Gruppen, in denen nur die Administrator/-innen posten dürfen. Dort senden alle Mitglieder ihre Beiträge an die Administrator*innen und diese posten sie anonym in die Gruppe.

Bisher wurden 242 Fragen aufsuchend detailliert erfasst. Diese Fragen konzentrierten sich vornehmlich auf das Thema „Aufenthaltsrecht“. Weitere Themen, zu denen oft beraten wird, sind „Zugang zum Arbeitsmarkt“ und „Anerkennung von Berufs- und Bildungsabschlüssen“.

Von den 242 Fragen wurden 114 Fragen von Frauen gestellt, die sich noch im Ausland befinden. 33 Fragen davon wurden zum Thema „Visum“ gestellt, insbesondere weil während der Einschränkungen in Zusammenhang mit der Pandemie die deutschen Botschaften geschlossen hatten (siehe Abbildung 10).

Visum 33	Sonstiges 15	Interesse an einer Ausbildung 14	Bildungsmigration (Ausbildung; Studium etc.) 12
Erwerbsmigration (Blaue Karte EU; Fachkräfteeinwanderung; Entsendung etc.) 16	Anerkennung von Bildungsabschlüssen 8	Familiennachzug 8	Integrationskurs und Sprachförderung 8

Abbildung 10: Verteilung der Fragen aus dem Ausland in den französischsprachigen Netzwerken nach Fem.OS-Themen

Eigene Erfassung der Beiträge (n=114). © Minor

Außerdem wurden bei mehr als 25 % der Fragen, die in Facebook-Gruppen oder auf Facebook-Seiten aufgefunden wurden, Falschinformationen identifiziert (siehe Abbildung 5).

4.3. Paschtusprachige Netzwerke

Die Beratungsarbeit in den paschtusprachigen Netzwerken startete im Juli 2020. Die Beraterin betreut mittlerweile 14 Facebook-Gruppen mit insgesamt 40.881 Mitgliedern. Die Mitglieder der Gruppen kommen hauptsächlich aus Afghanistan.

Die meisten Gruppen wurden zwischen 2015 und 2020 gegründet und sind thematisch allgemein sowie gender-gemischt.

Die Thematik der aufgeworfenen Fragen scheint stark von dem Aufenthaltsstatus der Gruppen-Mitglieder abzuhängen. Die Mitglieder in den Facebook-Gruppen stellen viele rechtlichen Fragen im Zusammenhang mit dem Asylverfahren. Aufgrund ihres unsicheren Aufenthaltstitels dürfen sie weder arbeiten noch Integrationskurse besuchen, das prägt die Diskussion. Das zweite weit verbreitete Thema in den Gruppen sind die Möglichkeiten des „Zugangs zum Arbeitsmarkt“.

Interessant und verbreitet sind des Weiteren Gesuche interkultureller Austausche mit Einheimischen zum Zweck des Deutschlernens und der sozialen Integration. Einige Fragenbeispiele sind in Abbildung 11 dargestellt.

- „Wie kann ich mit meiner Duldung eine Arbeit aufnehmen? Meine Kinder haben auch Duldungsstatus.“
- „In Afghanistan habe ich als Hebamme gearbeitet, derzeit bin ich arbeitslos, können Sie mir helfen?“
- „Wie und wo kann ich eine Ausbildung als Kindererzieherin machen?“

Abbildung 11: Beispiel von Orientierungsfragen aus der Beratungsarbeit aus den paschtusprachigen Netzwerken

Eigene Erfassung der Beiträge. © Minor

In den paschtusprachigen Gruppen ist häufig zu beobachten, dass die Personen, Frauen und Männer, ihre Fragen zum Thema „Aufenthalt“ in der Regel nicht selbst stellen, sondern anonym durch eine dritte Person veröffentlichen lassen. Dieses Vorgehen bei der Kommunikation deutet auf ein Bewusstsein für den halb-öffentlichen Charakter der Plattform hin, weiter auch auf die Prekarität der eigenen Situation und Angst vor Konsequenzen. Die Häufigkeit anonymer Beiträge, insbesondere von Frauen, kann dadurch begründet sein, dass Frauen vor potenziell negativen, familiären Auswirkungen ihrer Aktivität in den sozialen Medien zurückschrecken.

4.4. Persischsprachige Netzwerke

Die Beratungsarbeit in der persischsprachigen Community startete im Juni 2020.

Die ersten persischsprachigen Facebook-Gruppen, deren Mitglieder mehrheitlich aus dem Iran und Afghanistan zu stammen scheinen, wurden 2011 gegründet.

In der ersten Phase der aufsuchenden Beratung wurden 87 Gruppen mit insgesamt 541.514 Mitgliedern identifiziert, von denen acht reine Frauengruppen mit insgesamt 29.188 Mitgliedern sind. Etwa 50 % der Gruppen geben in ihrem Namen oder ihrer Beschreibung einen Bezug zu einer deutschen Großstadt an.

Bislang wurden 135 Fragen erfasst. Die Themen der Fragen sind hauptsächlich „Interesse an Ausbildung in Deutschland“, „Kinder- und Familienbetreuung“ sowie Fragen zu den „Zuständigkeiten von Behörden“.

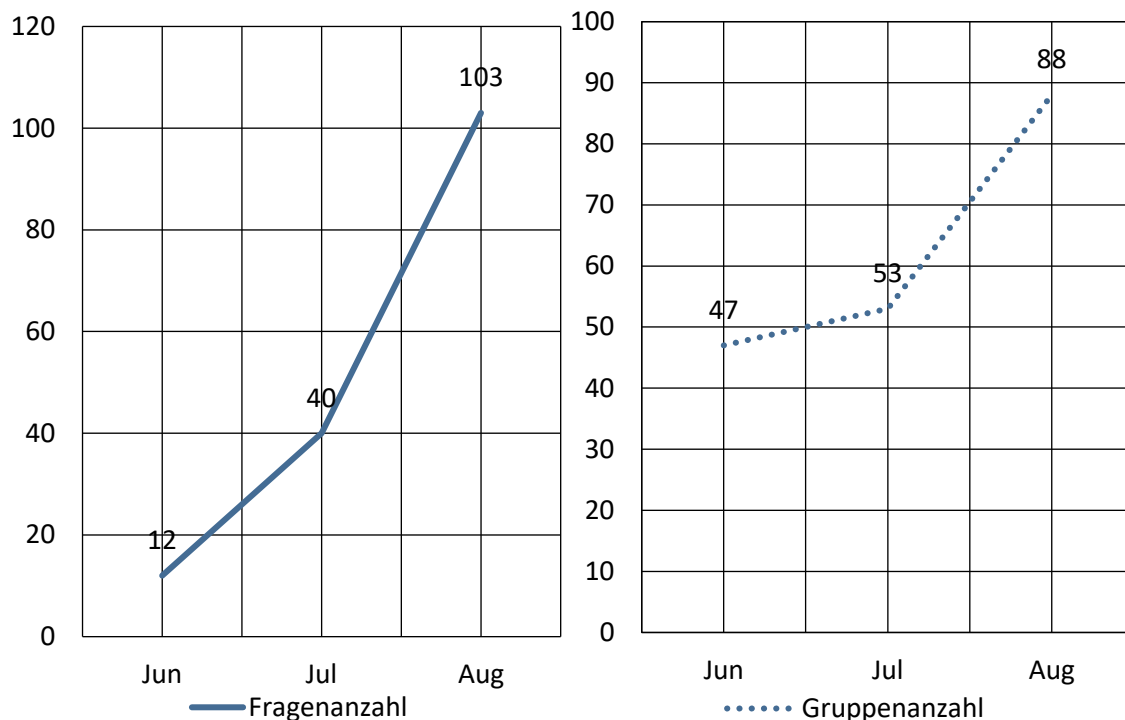


Abbildung 12: Entwicklung der Beratungsarbeit in der persischsprachigen Community zwischen Juni und August 2020

Eigene Erfassung der Beiträge. © Minor

In den meisten Fällen werden die Fragen von den Mitgliedern direkt, also nicht über dritte Personen, gestellt. Allerdings gibt es spezifische Fragen mit Bezug auf Familie oder Wohnort, die anonym, teilweise über die Administrator*innen der Facebook-Gruppen, gestellt werden. Die meisten anonym oder über Dritte gestellten Fragen beziehen sich auf die Themen „Scheidung“, „sexuelle Gewalt oder Missbrauch“ und „Familienzusammenführung“.

Absichtlich falsche Informationen werden selten identifiziert, aber sehr häufig gibt es unvollständige oder fallspezifischere Antworten auf Fragen oder potenziell irreführende Erfahrungsberichte. Dabei problematisch sind Kommentare, die auf der persönlichen Erfahrung basieren. Gerade bei aufenthaltsrechtlichen Fragestellungen können diese trügerisch sein, da die richtigen Antworten sehr komplex sind.

Das beobachtete Kommunikationsverhalten in den Facebook-Gruppen der persischsprachigen Zugewanderten in Deutschland verdeutlicht die Heterogenität der Mitglieder in Bezug auf die gesammelten Erfahrungen in Deutschland. In vielen Fällen stützen Mitglieder, die schon lange in Deutschland leben und über mehr Erfahrung verfügen, mit ihrem Wissen und ihrer Erfahrung diejenigen, die in der frühen Phase ihrer Zuwanderung stehen, die Sprache noch nicht sprechen und meist mit beruflichen, persönlichen oder familiären Herausforderungen konfrontiert sind.

4.5. Russischsprachige Netzwerke

Die Beratungsarbeit in den russischsprachigen Netzwerken startete im Juli 2020. Die Herkunftsländer der Mitglieder russischsprachiger Facebook-Gruppen, anhand der Namen der Gruppen, sind Belarus, Kasachstan, Kirgisistan, Moldawien, Russland, Ukraine und Usbekistan.

Bisher wurden 103 Fragen detailliert erfasst. Die Beraterin ist inzwischen in 58 Facebook-Gruppen mit insgesamt 618.777 Mitgliedern aktiv. Davon sind elf reine Frauengruppen mit insgesamt 95.655 Mitgliedern. 60 % dieser Gruppen wurden zwischen 2015 und 2018 gegründet.

Auffällig sind die Auswirkungen der politischen Ereignisse in der Ukraine auf das digitale Kommunikationsverhalten der russischsprachigen Netzwerke in Deutschland. Seit 2017 sind mehrere Gruppen explizit für ausgewanderte Ukrainer*innen durch die Abkopplung von russischsprachigen (geprägt von Zugewanderten aus Russland) Netzwerken entstanden, in denen Beiträge allerdings weiterhin überwiegend auf Russisch veröffentlicht werden. Diese „ukrainischen“ Gruppen zählen trotz ihres vergleichsweise kurzen Bestehens bereits zu den mitgliederstärksten russischsprachigen Gruppen auf Facebook (siehe Abbildung 13).

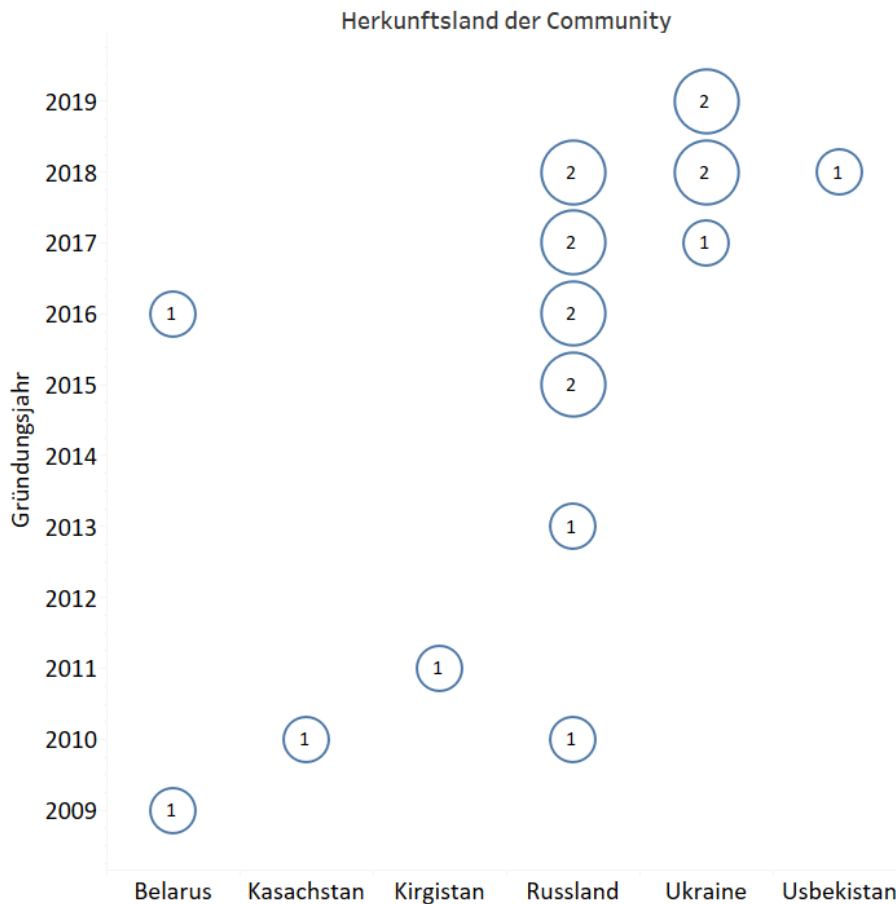


Abbildung 13: Übersicht zur Anzahl der russischsprachigen Facebook-Gruppen nach Gründungsjahr und Herkunftsland

Die Zahlen in den Kreisen stehen für die Anzahl der gegründeten Gruppen. Eigene Erfassung der Beiträge (n=20). © Minor

Viele russischsprachige Frauen in den Facebook-Gruppen scheinen über ausreichende Deutschsprachkenntnisse zu verfügen – zumindest gemessen an der Verwendung deutscher Fachbegriffe.

Fast in allen frauenspezifischen Gruppen gibt es anonyme Rubriken (durch Administratorinnen oder als Online-Besprechungsräume verwaltet), die für sensible und oft familienbezogene Themen gedacht sind. Ratsuchende, die öffentliche Kritik aufgrund von Inanspruchnahme von Sozialleistungen oder Ähnlichem fürchten, nutzen diese oft.

4.6. *Serbischsprachige Netzwerke*

Der Aufbau der Beratungsarbeit in den serbischsprachigen Netzwerken startete im Juli 2020. Zurzeit ist die Fem.OS-Beraterin mit ihrem Facebook-Konto Mitglied in 25 Facebook-Gruppen mit insgesamt 1.021.767 Mitgliedern, davon sind sieben reine Frauengruppen mit insgesamt 45.687 Mitgliedern.

Die Besonderheit bei den Facebook-Gruppen in den serbischsprachigen Netzwerken ist, dass diese Gruppen in Bezug auf die Herkunftsländer der Mitglieder sehr gemischt zu sein scheinen. Die Mitglieder kommen aufgrund der Nutzung derselben Sprachgruppen meist aus Bosnien und Herzegovina, Kosovo/Kosova, Montenegro, Mazedonien und Serbien. In denselben Gruppen sind auch Personen aus Kroatien (EU-Mitgliedsstaat)¹³ organisiert.

Die meisten Gruppen wurden zwischen 2012 und 2019 gegründet und sind thematisch breit aufgestellt. Seit 2015 beobachtet man eine engere thematische Spezialisierung der Gruppen. Insbesondere splittet sich eine thematisch allgemeine Facebook-Gruppe¹⁴, die 2014 gegründet wurde, in viele spezifische auf, aber alle unter der Administration der gleichen Person.

Die themenspezifischen Gruppen beschäftigen sich mit integrationsbezogenen Themen von Zugewanderten und Zuwanderungsinteressenten. Darüber hinaus gibt es viele Facebook-Gruppen mit thematischem Fokus auf medizinisches Personal und Pflege. In diesen Gruppen scheinen u. a. prekäre Beschäftigungsverhältnisse beworben zu werden.

Bis jetzt wurden 137 Fragen detailliert erfasst und teilweise aktiv beantwortet. Die Top 3 der Themen sind „Anerkennung der Ausbildung“, „Familiennachzug“ und „Schwangerschaft“.

Anhand der erfassten Daten kann eine Korrelation zwischen der Corona-Krise und dem erhöhtem Beratungsbedarf beim Thema „Familiennachzug“ für die Mitglieder der serbischsprachigen Netzwerke festgestellt werden. Über 40 % der erfassten Fragen zum Thema „Familiennachzug“ wurden als Corona-bezogene Fragen eingestuft. Ein möglicher Grund dafür wäre das Nichterreichen der deutschen Auslandsvertretungen.

¹³ Die Frauen aus Kroatien sind nicht Zielgruppe des Fem.OS Projektes.

¹⁴ Mit allgemeinen Facebook-Gruppen ist gemeint, dass die Gruppen keine Beschränkung auf ein bestimmtes Thema, Gender, Herkunftsland oder geografische Zuordnung haben.

Insgesamt Fragen mit Corona-Bezug: 30 (22%)
 Insgesamt Fragen zum Familiennachzug: 17 (12%)

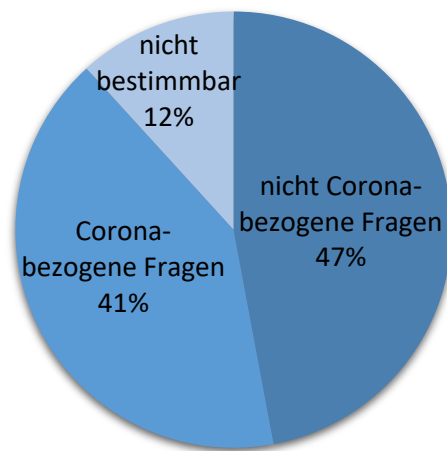


Abbildung 14: Anteil der Corona-bezogenen Fragen zum Familiennachzug¹⁵ in den serbischsprachigen Netzwerken

Eigene Erfassung der Beiträge (n=137). © Minor

4.7. Spanischsprachige Netzwerke

Die Beratungsarbeit in der spanischsprachigen Community startete im Mai 2020. Die Ratsuchenden kommen aus den spanischsprachigen Ländern Lateinamerikas. Dabei werden in den Gruppennamen am häufigsten die Herkunftsländer Argentinien, Kolumbien, Chile, Ecuador, Guatemala, Mexiko und Peru genannt.

Die Fem.OS-Beraterin ist inzwischen in 45 Facebook-Gruppen mit insgesamt 292.032 Mitgliedern, von denen neun reine Frauengruppen mit insgesamt 17.451 Mitgliedern sind, präsent.

Es ist bemerkenswert, dass sich die betreffenden Gruppen in ihrem Gründungsalter stark unterscheiden. Die Gründung erstreckt sich von 2007 bis zum laufenden Jahr. Frauen- und arbeitsmarktspezifische Gruppen sind meist erst zwischen 2018 und 2020 entstanden.

Bisher wurden 155 Fragen aufsuchend detailliert erfasst. Die Auswertung der thematischen Zuordnung und deren statistische Aufarbeitung veranschaulicht, dass die häufigsten Fragen der Zielgruppe überwiegend die Themen „Aufenthaltsrecht“ und „Anerkennung von Abschlüssen“ und „Arbeitsuche“ betreffen.

Aufgrund der durch die Pandemie geschuldeten Unsicherheit, insbesondere bei der Verlängerung von Aufenthaltstiteln, wurden von den 155 Fragen 40 mit Corona-Bezug gestellt (siehe Abbildung 14).

¹⁵ Familiennachzug ist eine Unterkategorie des Haupteinflusses Aufenthaltsrecht (Drittstaatsangehöriger). Alle erfassten Daten zum Aufenthaltsrechts (Drittstaatsangehöriger) beinhalten die Daten zum Familiennachzug.

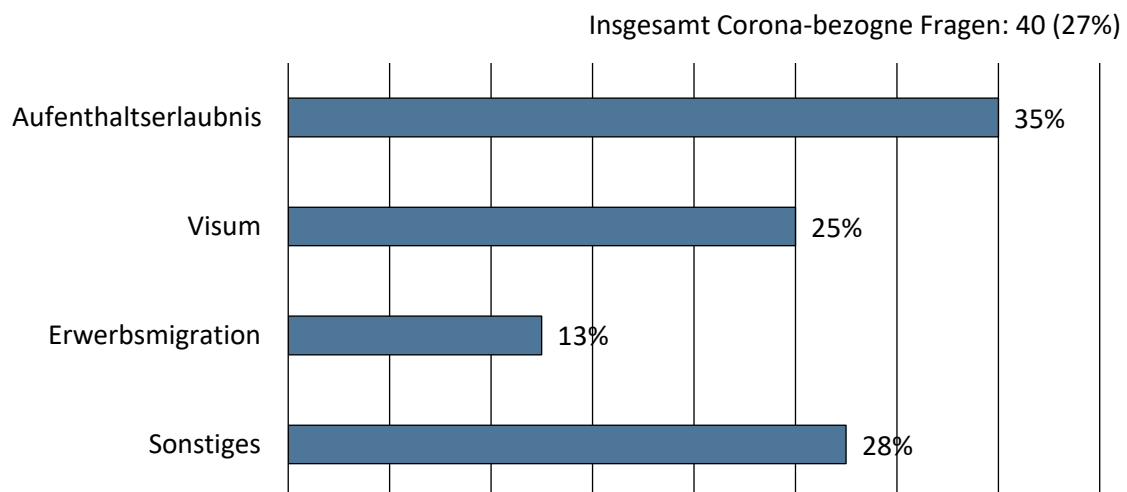


Abbildung 15: Übersicht zu Corona-bezogenen Fragen in den spanischsprachigen Netzwerken nach Fem.OS-Themen¹⁶

Eigene Erfassung der Beiträge (n=150). © Minor

Im Hinblick auf das Kommunikationsverhalten ist zu erwähnen, dass Ratsuchende in den spanischsprachigen Netzwerken selten Pseudonyme zu verwenden scheinen. Weiter kommunizieren sie sehr offen über die persönlichen Situationen und Probleme miteinander. Es konnte kein Fall einer anonym veröffentlichten Frage beobachtet werden.

4.8. Türkischsprachige Netzwerke

Der Aufbau der Beratungsarbeit in der türkischsprachigen Community begann im August 2020. Mittlerweile ist die Beraterin in 29 Facebook-Gruppen mit insgesamt 284.619 Mitgliedern, von denen fünf reine Frauengruppen mit insgesamt 3.458 Mitgliedern sind. Von diesen Gruppen haben 27 Gruppen einen Bezug zur Türkei und zwei zu Aserbaidschan.

Das Gründungsjahr der Gruppen variiert zwischen 2007 und 2020. Es ist jedoch anzumerken, dass alle Gruppen, die als Thema Arbeit, Selbstständigkeit und Bildung angeben, nach 2015 gegründet wurden (konkret sechs Gruppen mit insgesamt 142.650 Mitgliedern).

Die Beratung befindet sich im Aufbau, so dass erst Zugänge in die Facebook-Gruppen beantragt werden, Diskussionen verfolgt und die Fragestellungen von August bis September 2020 eingehend beobachtet werden. Die Auswertung der veröffentlichten Fragen macht deutlich, dass sich die meisten detailliert erfassten Fragen mit dem Thema „Anerkennung der Ausbildung“ beschäftigen (siehe Abbildung 16).

¹⁶ Die Themen Aufenthaltserlaubnis, Visum und Erwerbsmigration werden auch als Unterkategorien in dem Hauptthema Aufenthaltsrecht (Drittstaatsangehöriger) erfasst.

- „Ich habe in Baku (Aserbaidshan) Medizin studiert und ein Fachexamen in der Türkei abgeschlossen. Kann ich in Deutschland als Fachärztin arbeiten? Oder muss ich ein Fachexamen in Deutschland abschließen?“
- „Mein Mann hat Hausverbot für zwei Wochen bekommen, d. h. nach zwei Wochen kann er zurück nach Hause. Aber ich möchte überhaupt nicht mehr mit ihm wohnen und mich endgültig scheiden lassen. Wie kann ich das Hausverbot verlängern?“
- „Meine Tochter ist in der Türkei geboren und aufgewachsen. Sie hat die Prüfung für die Uni bestanden und wird in Deutschland Deutsche Literatur studieren. Kann sie mit diesem Studium später in Deutschland als Lehrerin arbeiten?“

Abbildung 16: Beispielfragen aus der türkischsprachigen Community

Eigene Erfassung der Beiträge. © Minor

In den Gruppen wird auch Interesse am neuen deutschen Fachkräfteeinwanderungsgesetz bekundet. In den letzten Monaten wurden eine Reihe von Gruppen gegründet, die sich ausschließlich auf dieses neue Gesetz konzentrieren. Die aktiven Mitglieder dieser Gruppen scheinen meist Männer mit Berufserfahrung im Bausektor zu sein.

Bei den reinen Frauengruppen handelt es sich zumeist um Gruppen von und für Mütter, deren Fragen sich hauptsächlich auf die Kinderbetreuung beziehen. Obwohl sie über eine ausreichende Ausbildung für den Eintritt in den Arbeitsmarkt verfügen, ist nicht klar, ob sie derzeit beruflich aktiv sind.

5. Fazit und Ausblick

Frauen aus Drittstaaten in Deutschland über soziale Medien zu erreichen, um diese juristisch geprüft in ihrer Integration zu fördern, funktioniert. Trotz Heterogenität an Herkunftsländern, Kommunikationsverhalten, Zugängen und Themen ist es dem Modellprojekt Fem.OS binnen weniger Monate gelungen, eine erste Annäherung an die Zielgruppe zu erreichen. Der Beratungsbedarf ist in mehrfacher Form in den sozialen Medien von Zugewanderten vorhanden. Für das Beratungsteam heißt das, die Fragen in den Netzwerken weiter richtig zu beantworten und so eine Reputation aufzubauen. Weiterhin ist auch die Recherchearbeit im Hinblick auf die Kommunikationsorte auszuweiten und zu prüfen, ob auch auf anderen Plattformen datenschutzsichere aufsuchende Beratungsarbeit angeboten werden kann.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Frauen aus Drittstaaten in Deutschland (nach Sprachgruppen) zwischen 2013 und 2019.....	2
Abbildung 2: Anzahl Facebook-Nutzerinnen in Deutschland nach Spracheinstellung	3
Abbildung 3: Präsenzen, Reichweite und Akquise im Projekt Fem.OS	4
Abbildung 4: Verteilung der Top 3 Hauptthemen der dokumentierten Fragestellungen auf die verschiedenen Sprachen	6
Abbildung 5: Übersicht über die erfassten Beiträge mit Falschinformationen pro Sprache	7
Abbildung 6: Übersicht über die erfassten Beiträge mit Corona-Bezug pro Sprache.....	7
Abbildung 7: Anzahl der Fragen zum Thema „Zugang zum Arbeitsmarkt“ von Frauen aus dem Inland oder Ausland als Anteil der jeweiligen Gesamtzahl der Fragen.....	9
Abbildung 8: Verweise an die BCA pro Sprache.....	11
Abbildung 9: Anzahl von arabischsprachigen Facebook-Gruppen in Bezug auf ihre geografische Zuordnung in Deutschland	13
Abbildung 10: Verteilung der Fragen aus dem Ausland in den französischsprachigen Netzwerken nach Fem.OS-Themen	15
Abbildung 11: Beispiel von Orientierungsfragen aus der Beratungsarbeit aus den paschtusprachigen Netzwerken	16
Abbildung 12: Entwicklung der Beratungsarbeit in der persischsprachigen Community zwischen Juni und August 2020	17
Abbildung 13: Übersicht zur Anzahl der russischsprachigen Facebook-Gruppen nach Gründungsjahr und Herkunftsland	18
Abbildung 14: Anteil der Corona-bezogenen Fragen zum Familiennachzug in den serbischsprachigen Netzwerken	20
Abbildung 15: Übersicht zu Corona-bezogenen Fragen in den spanischsprachigen Netzwerken nach Fem.OS-Themen	21
Abbildung 16: Beispielfragen aus der türkischsprachigen Community	22

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Die Hauptthemen von Fem.OS.....	5
Tabelle 2: Vergleich der Durchschnittgröße der vom Projekt betreuten Facebookgruppen nach Sprache von Drittstaatsangehörigen.....	12

Impressum

Minor –Projektkontor für Bildung und Forschung gGmbH 2020

Text und Daten:

Rossina Ferchichi

Vinda Gouma

Tom Hellmuth

Dr. Christian Pfeffer-Hoffmann

Eliana Salto

Tobias Stapf

Taissyia Sutormina

„Projekt Fem.OS – Aufsuchendes Orientierungs- und Beratungs-System in den sozialen Medien für Migrantinnen“ ist ein Projekt von



Alt-Reinickendorf 25

13407 Berlin

Tel.: +49 30 – 457989500

E-Mail: minor@minor-kontor.de

www.minor-kontor.de

<https://minor-kontor.de/fem-os/>

Gefördert von



Die Beauftragte der Bundesregierung
für Migration, Flüchtlinge und
Integration

In Kooperation mit:



**Bundesagentur
für Arbeit**