



DIGITAL ACTIVE WOMEN

Digitale Informations- und
Beratungsangebote bedarfsgerecht
(weiter)entwickeln: Ideen und
Vorschläge neuzugewanderter Frauen

Impressum

Text: Anne Berger, Ildikó Pallmann

Layout: ultramarinrot

Besonderer Dank für die Unterstützung bei der Erstellung der vorliegenden Publikation geht an die Co-Forscherinnen des Projektes „Digital Active Women“.

November 2023

„Digital Active Women“ ist ein Projekt von:



Alt-Reinickendorf 25 | 13407 Berlin

Tel.: +49 30 – 45 79 89 500

E-Mail: minor@minor-kontor.de

www.minor-kontor.de

Gefördert von



Inhalt

Vorwort	4	3.5 Übersetzungen.....	21
1 Einleitung	7	3.6 Aktualität und Transparenz.....	23
2 Methodisches Vorgehen	10	3.7 Nachfragen und Feedback.....	24
2.1 Gutachten	10	3.8 Soziale Medien	25
2.2 Verbesserung der begutachteten Informations- und Beratungsangebote	11	4 Digitale Angebote partizipativ (weiter)entwickeln: Akteur*innen im Dialog mit neuzugewanderten Frauen	27
3 Kriterien und Vorschläge für passgenaue digitale Angebote aus der Perspektive neuzugewanderter Frauen	13	5 Das Co-Forscherinnen-Expertinnen-Team	32
3.1 Aufbau und Struktur	15	6 Fazit	45
3.2 Inhalt	16	7 Anhang	
3.3 Multimediale Formate.....	17	Gutachten-Kriterienkatalog.....	49
3.4 Sprache.....	19	Literatur.....	62

Vorwort

Searching for information: experiences from a digitally active newly migrated woman in Germany

von Noha Elguindy¹

As soon as I heard about *Digital Active Women* I got excited to have the opportunity to understand, why a digitally active woman like me finds it unnecessarily hard to understand the system or to get things done online.

After three years of participating in this project I realised that although it seemed like everything is available online, the majority of services offered by governmental and public agencies are still very dependent on the human factor. A typical appointment with a very typical *Beamter*, who will get things done and in order to reach him, you will have to go through a website overloaded with pages full of information one after another or chain of employers on the phone, if you have the language ability to conduct such

conversations over the phone, only to find a monolingual public sector employee with very limited time slots available and no language to communicate with.

A solid example to demonstrate is *Agentur für Arbeit*. With very little German knowledge it took me a while to be able to understand the double verification of registration in both online and offline forms (in the form of a letter I receive full of instructions written in German on a paper to complete my registration process). If offline authentication is a must for security reasons, then it would be highly important, if there was an option for the new immigrant to send the letter in 2–3 languages besides German, or, what would be helpful as well, a digital form of this letter to translate it through translating engine like deepL or google translate.

1 Einige Beiträge der Co-Forscherinnen wurden auf Englisch verfasst. Um den Originalton zu wahren, wurde auf eine Übersetzung verzichtet.

While trying to navigate the website to find a way for *Wiedereinstieg* into the IT Branch after more than ten years of staying at home, I had to load one page after another in form of texts and hyperlinks explaining the definitions of terms and offering no solid solutions. Every attempt to find a way to a training opportunity in a company through the *Agentur für Arbeit* search engines using keywords like *Daten, Analyse, Trainingsprogramm* with the intention to integrate women/immigrants led me to either courses or *Duales Studium*, which aren't suitable for my case.

The structure of the website that doesn't take into consideration that, as an immigrant with limited German knowledge and very limited understanding of the logic of German bureaucracy, I need to find as much information and offers with solid steps to register with the least human contact possible, as long as the public sector remains monolingual. For years, I found a huge and very resourceful institute like *Agentur für Arbeit* useless for me. Then,

one year, I was finally, language-wise, able to conduct a conversation with a *Beraterin*, just to convince her that a computer engineer will not find a job through the offers of *Bauleiter* that she kept sending to me. Finally, she forwarded me, also offline, to a more specialised team who can help me in my field of study.

Participating in *Digital Active Women* opened a tunnel of networking that remains a crucial factor in understanding the system and getting things done. Networks are a privilege many immigrants are deprived from, living in social isolation because of the nature of the German society and the language barrier. From my perspective, the purpose of digitalisation and online services is to make information, like the training opportunity I learned about through my new network from *Digital Active Women*, accessible to everyone, just like it would be through the search engine of the *Agentur für Arbeit*.



Einleitung

Neu nach Deutschland eingewanderte Frauen haben viele Fragen, u. a. zu den Themen Arbeit, Bildung, Wohnen und Gesundheit. Antworten darauf suchen sie vor allem im digitalen Raum und hierbei insbesondere in muttersprachlichen Gruppen und Foren sozialer Medien (Berger & Pallmann 2022; Stapf 2019). Weitaus weniger nutzen sie die umfangreichen Informations- und Beratungsangebote der verschiedenen Akteur*innen². Das liegt zum einen daran, dass ihnen diese nicht ausreichend bekannt sind. Zum anderen aber auch an der inhaltlichen und formalen Gestaltung der Angebote, die nur selten ihren Bedarfen entspricht (Berger & Pallmann 2022).

2 Das Projekt *Digital Active Women* arbeitet mit drei Akteursgruppen zusammen: Kommunen, Beratungsstellen und Migrant*innenorganisationen. Im Folgenden werden die Begriffe Akteur*innen bzw. Anbieter*innen synonym verwendet.

Wie im Rahmen des von der Robert Bosch Stiftung geförderten und von Minor durchgeführten Projektes *Digital Active Women*³ deutlich wurde, ist dies vielen Anbieter*innen von digitalen Informationen und Beratung zwar bekannt, unklar ist ihnen allerdings häufig, wie sie ihre Angebote bedarfsgerechter gestalten können, um neuzugewanderte Frauen (besser) zu erreichen. Was ihnen hierbei vor allem fehlt, ist die Perspektive der Zielgruppe, da ein direkter Austausch in der Regel nicht stattfindet.

3 Detaillierte Informationen zum Projekt unter: minor-kontor.de/digital-active-women/

„Unsere Bewertungen und Anregungen werden hoffentlich dabei helfen, den Institutionen eine Idee zu geben, wie sie neu migrierten Frauen besser helfen können.“

Zeynep Deniz Kavak

Das Projekt *Digital Active Women* fördert diesen Perspektivwechsel, indem es a) neuzugewanderte Frauen mithilfe des Citizen-Science-Ansatzes⁴ im gesamten Projektverlauf als Co-Forscherinnen einbindet, und b) mit Anbieter*innen digitaler Informations- und Beratungsangebote in den Dialog bringt.

4 Der Citizen-Science-Ansatz (Community-based-participatory-research) ist dadurch gekennzeichnet, dass er die Wissensbestände und Kompetenzen von alltagsweltlichen Akteur*innen wertschätzt und diese partizipativ weiterentwickelt. Dadurch erhalten sie eine Stimme, die sonst einer habituell weit entfernten Wissenschaft zugesprochen wird (siehe Haklay et al. 2021).

Entstanden ist hieraus ein partizipativer Prozess, in dem die Co-Forscherinnen Gutachten zu den digitalen Angeboten verschiedener Akteur*innen erstellen und diese im Anschluss bzgl. der Weiterentwicklung und Verbesserung ihrer Angebote beraten sowie bei der Umsetzung der angeregten Änderungen begleiten und unterstützen. Die beteiligten Anbieter*innen erhalten durch die direkte Zusammenarbeit und den intensiven Austausch mit den Co-Forscherinnen die Möglichkeit, ihre Angebote aus der Perspektive neuzugewanderter Frauen wahrzunehmen und entsprechend anzupassen.

Die vorliegende Publikation präsentiert die im Rahmen dieses Prozesses gewonnenen Erkenntnisse und zeigt auf, welche Handlungsoptionen sich daraus für die Akteur*innen ergeben. Im Mittelpunkt stehen die von den Co-Forscherinnen entwickelten Kriterien, die aus ihrer Sicht gute und hilfreiche digitale Angebote ausmachen⁵, sowie Ideen und Vorschläge, wie eine bedarfsgerechte (Weiter)Entwicklung von Angeboten, die (u. a.) neuzugewanderte Frauen adressieren, gelingen kann.

5 Berücksichtigt werden hierbei auch die Ergebnisse der im Rahmen der ersten Forschungsphase des Projektes von den Co-Forscherinnen durchgeführten Befragung neueingewanderter Frauen (Berger & Pallmann 2022).



Methodisches Vorgehen

Entsprechend des Citizen-Science-Ansatzes waren die Co-Forscherinnen in den gesamten Prozess der Erstellung von Gutachten sowie der Entwicklung von Kriterien und Vorschlägen für passgenaue digitale Angebote zu den Themen Arbeit, Bildung, Wohnen und Gesundheit aktiv involviert.

2.1 Gutachten

Im Zeitraum November 2022 bis März 2023 begutachteten die Co-Forscherinnen Informations- und Beratungsangebote zu Themen gesellschaftlicher Teilhabe von insgesamt 17 Anbieter*innen, darunter Kommunen, Beratungsstellen und Migrant*innenorganisationen. Dabei schlugen die Akteur*innen eigene digitale An-

gebote für die Begutachtung vor und benannten konkrete Wünsche und Problemstellungen. Bewertet wurden vorrangig Webseiten aber auch Facebookseiten, Apps⁶ und, soweit vorhanden, Online-Beratungsangebote. Die Begutachtung der Angebote basierte auf einem gemeinsam mit den Co-Forscherinnen im Vorfeld entwickelten Kriterienkatalog. Erstellt wurden die Gutachten mithilfe eines Online-Tools⁷, zu dessen Anwendung die Co-Forscherinnen durch das Minor-Projektteam geschult wurden. Um möglichst unterschiedliche Perspektiven in die Bewertung einfließen zu lassen, wurde jedes Angebot von mehreren Co-Forscherinnen begutachtet, wobei darauf geachtet wurde, dass sie sich hinsichtlich Herkunftsland, Erstsprache, Alter, beruflichem Hintergrund sowie aktueller Lebenssituation unterscheiden.

6 U. a. die App der Informationsplattform INTEGRAT

7 s. Anhang S. 49

Die Besprechung der Gutachten mit den jeweiligen Anbieter*innen erfolgte zwischen Dezember 2022 und April 2023 in individuellen Online- und Präsenzformaten. Die Co-Forscherinnen agierten hierbei als Expertinnen, indem sie die Ergebnisse der von ihnen erstellten Gutachten präsentierten und mit den Anbieter*innen diskutierten.

2.2 Verbesserung der begutachteten Informations- und Beratungsangebote

In einem zweiten Schritt berieten und unterstützten die Co-Forscherinnen einzelne der zuvor begutachteten Anbieter*innen hinsichtlich der konkreten Weiterentwicklung und Verbesserung

ihrer Informations- und Beratungsangebote. Die Festlegung der einzelnen Schwerpunkte, an denen zusammen weitergearbeitet wurde, u. a. Verbesserung von Aufbau und Struktur der Seite, Einbindung von Erklärvideos, sprachliche Vereinfachung der Texte, erfolgte in enger Absprache mit den Anbieter*innen. Eine wichtige Rolle spielten hierbei die ihrerseits zur Verfügung stehenden zeitlichen und finanziellen Ressourcen.

Die Beratung und Unterstützung durch die Co-Forscherinnen erfolgte über einen Zeitraum von sechs Monaten (Mai bis Oktober 2023) zumeist in digitalen Austauschformaten, u. a. Beratung, Kurzworkshops und Feedbackgespräche zu konkreten Fragestellungen und Themen. Strukturiert, moderiert, begleitet und dokumentiert wurde der Prozess durch das Minor-Projektteam.



Kriterien und Vorschläge für passgenaue digitale Angebote aus der Perspektive neuzugewanderter Frauen

Viele der Akteur*innen, die ihre digitalen Angebote im Rahmen von *Digital Active Women* begutachten ließen, stellten sich die Frage, inwiefern diese für neuzugewanderte Frauen hilfreich sind bzw. was sie diesbezüglich noch verbessern müssten: Ist die verwendete Sprache verständlich? Wie hilfreich sind die zur Verfügung gestellten Inhalte? Sind die Texte zu lang? Werden Übersetzungen benötigt?

Damit neuzugewanderte Frauen mithilfe digitaler Angebote Antworten auf ihre zahlreichen Fragen finden können, müssen die zur Verfügung stehenden Informationen sowohl umfassend als auch gut verständlich aufbereitet sein. Die folgenden Empfehlungen machen deutlich, dass dies kein Widerspruch in sich sein muss. Teilweise können die Angebote bereits mit wenig Aufwand verbessert werden.

Digital Active Women bietet hierfür konkrete Unterstützung über die direkte Einbindung neuzugewanderter Frauen an. Indem diese die Angebote begutachten, erhalten Anbieter*innen Anregungen und Empfehlungen, wie sie ihre Informations- und Beratungsangebote bedarfsgerecht weiterentwickeln und verbessern können. Die im Folgenden aufgeführten Punkte wurden mit Bezug auf die Zielgruppe neuzugewanderter Frauen erarbeitet. Es ist davon auszugehen, dass die meisten davon jedoch für neuzugewanderte Menschen insgesamt relevant sind.

Herausforderungen mit digitalen Angeboten

von Ivone Herrera

Migrantin zu sein, bedeutet zumindest anfangs kein Deutsch, aber ein oder zwei andere Sprachen zu beherrschen. Migrantin zu sein bedeutet auch, nicht zu wissen, wo ich Informationen und Hilfe finde und wie die deutsche Bürokratie funktioniert.

Aus meiner persönlichen Erfahrung, u. a. als Co-Forscherin in dem Projekt Digital Active Women, weiß ich, dass die meisten Migrantinnen sich vor allem in sozialen Netzwerken, insbesondere auf Facebook, informieren und nach Unterstützung suchen.

*Durch die Mitarbeit in dem Projekt habe ich bemerkt, dass die Anbieter*innen digitaler Angebote soziale Medien kaum nutzen, um Migrantinnen zu erreichen. Meiner Meinung nach sollten sie hier viel aktiver werden und über ihre Facebook-Seite oder ihr Facebook-Profil hinaus ihre Inhalte regelmäßig in Facebookgruppen mit potenziell interessierten Zielgruppen teilen.*

Ihre Webseite wiederum sollte so organisiert sein, dass die Informationen intuitiv und schnell zu finden sind, z. B. über Navigations-Menüs und über wirksame Suchmaschinen. Zudem sollten die Informationen aktuell und mit einem Datum versehen sein, sodass klar wird, wann der Artikel geschrieben wurde.

Um neuzugewanderte Frauen zu erreichen, sollten die Informationen nicht nur in deutscher Sprache zur Verfügung stehen. Eine weitere Sprache, z. B. Englisch, würde den Zugang zu den Informationen wesentlich erleichtern. Da heute viele Webseiten vom Smartphone aus besucht werden, sollten die Inhalte kurz und knapp und das Layout auch an das Smartphone angepasst sein.

Außerdem ist wichtig, dass auf der Webseite klar formuliert wird, ob eine individuelle Beratung angeboten wird oder nicht,

welche Art von Beratung angeboten wird und welchen Umfang sie hat. Es wäre hilfreich, die konkreten Schritte erklärt zu bekommen, um die digitalen Angebote besser nutzen zu können.

*Darüber hinaus glaube ich, dass es sowohl für die Akteur*innen als auch für die Migrantinnen von großem Vorteil wäre, wenn sie enger zusammenarbeiten würden. Da Migrantinnen aufgrund ihrer persönlichen Erfahrungen eine wertvolle Perspektive mitbringen, können sie zur Verbesserung der Angebote einen wichtigen Beitrag leisten.*

Für Migrantinnen, die Informationen und Unterstützung suchen, wäre das sehr wertvoll.

3.1 Aufbau und Struktur

„Meiner Meinung nach gibt es zu viele Unterseiten/Rubriken, die ihren Nutzen nicht ganz erkennen lassen.“

„Man verliert den Überblick, wo genau auf der Webseite man sich gerade befindet.“

Kommentare aus den Gutachten

Damit neuzugewanderte Frauen sich auf einer Webseite gut orientieren und schnell die für sie relevanten Informationen finden können, muss die Seite klar strukturiert und logisch aufgebaut sein. Hierbei sollte die Nutzerinnenperspektive und weniger die organisations- bzw. institutionsinterne Logik im Vordergrund stehen, da letztere der Zielgruppe zumeist unbekannt sind.

Vorschläge und Empfehlungen der Co-Forscherinnen bzgl. Aufbau und Struktur:

- ▶ Gliedern Sie Ihre Informationen, wenn möglich, nach Themenbereichen.
- ▶ Heben Sie wichtige Themenbereiche auf der Startseite hervor.

- ▶ Bezeichnen Sie einzelne Rubriken aussagekräftig und klar. Wenn nötig, machen Sie zusätzlich kurze Angaben zu Ziel und Zielgruppe der jeweiligen Rubrik.
- ▶ Erklären Sie die Funktionsweise und Struktur des Angebotes, z. B. mit Hilfe eines einfachen Erklärvideos.
- ▶ Verwenden Sie für die Verschlagwortung Ihrer Angebote einfache oder mehrsprachige Begriffe (zumindest auf Englisch).
- ▶ Bauen Sie eine interne Suchmaschine ein, mit deren Hilfe Beiträge nach Schlagworten bzw. Themen gefiltert werden können.
- ▶ Gestalten Sie die Navigation zwischen den Unterseiten konsistent und einfach, z. B. über ein sogenanntes „Hamburger-Menü“⁸ und/oder eine Übersicht der Seitenstruktur.
- ▶ Achten Sie darauf, dass sich neue Fenster bzw. Tabs nur für externe Links öffnen, während interne Links und Unterseiten sich direkt im selben Fenster bzw. Tab öffnen sollten.
- ▶ Platzieren Sie Details zu Kontaktmöglichkeiten (E-Mailadresse, Telefonnummer, Öffnungszeiten, Anmeldemodalitäten, ggf. Kontakt- oder Anmeldeformular) sowie zu möglichen Sprachoptionen jeweils gut sichtbar.

8 Bei dem sog. „Hamburger-Menü“ handelt es sich um ein Computer-Symbol mit drei waagerechten Strichen, das für eine Schaltfläche zum Öffnen und Schließen eines Menüs benutzt wird. Das Symbol kann mit den drei Lagen eines Hamburgers assoziiert werden.

3.2 Inhalt

„Als Nutzerin kann ich die relevanten Informationen nicht schnell finden, stattdessen muss ich immer alles lesen, um mich auf der Seite orientieren zu können.“

„Sie haben möglicherweise Verbindungen zu anderen Organisationen, die mit Flüchtlingen zu verschiedenen Themen arbeiten. Diese könnten auf der Website verlinkt werden. Es wäre eine Hilfe für Personen, die nach weiteren Informationen suchen.“

„Ich finde es gut, dass die Zielgruppe dieser Beratungsstellen klar angegeben ist, so dass ich leicht erkennen kann, ob sie mir helfen können oder nicht.“

Kommentare aus den Gutachten

Bezüglich der konkreten Inhalte ist es wichtig, sich im Vorfeld genau zu überlegen, an welche Zielgruppe(n) sich das Angebot richten soll. Nicht immer sind alle Informationen für alle gleichermaßen relevant. Entsprechend kann in manchen Fällen eine Aufteilung der zur Verfügung stehenden Informationen nach Zielgruppen (z. B. Netzwerkpartner*innen und Zugewanderte) sinnvoll sein, um diese dann inhaltlich passgenau zu gestalten und aufzubereiten.

Vorschläge und Empfehlungen der Co-Forscherinnen bzgl. der inhaltlichen Gestaltung:

- ▶ Fassen Sie die Informationen am Anfang, z. B. in Form eines kurzen Teasers, zusammen. So können die Nutzer*innen direkt entscheiden, ob der Inhalt für sie relevant ist.
- ▶ Benennen Sie die Zielgruppen und Ziele des Angebots eindeutig.
- ▶ Fügen Sie an geeigneten Stellen konkrete Beispiele, kurze Erklärungen sowie knappe, aussagekräftige Beschreibungen ein, um die Inhalte besser verständlich zu machen.
- ▶ Stellen Sie leicht zugängliche Querverweise zu vertiefenden Informationen, relevanten Dokumenten und ggf. hilfreichen Angeboten von Partnerorganisationen bereit.
- ▶ Präsentieren Sie positive Beispiele bzw. Erfolgsgeschichten von Migrant*innen, z. B. ehemaligen Teilnehmer*innen Ihrer Angebote. Diese wirken sehr motivierend auf neuzugewanderte Frauen.
- ▶ Stellen Sie eine FAQ-Seite zur Verfügung, die relevante Fragen einfach und verständlich beantwortet sowie Links zu den passenden Unterseiten und externen Quellen enthält. Platzieren Sie diese gut sichtbar.
- ▶ Nutzen Sie verschiedene Multimedia-Formate, z. B. einfache Piktogramme, Infografiken oder Erklärvideos, um auch komplexe Inhalte verständlicher zu machen.

„Für uns, die wir in dem Verwaltungsapparat drinstecken, ist ja der ganze Ablauf völlig klar. Da leiden wir an Betriebsblindheit. Wir haben gedacht, die Informationen reichen aus. Die Menschen haben ja Deutsch gelernt bzw. können die Übersetzungen nutzen. Dass der Mensch, der unsere Angebote auf der Integreat-App nutzt, aber gar nicht weiß, warum er das Sozialamt finden oder eine bestimmte Telefonnummer anrufen soll, das haben wir übersehen.“

Alexandra von Bose, Integrationsbeauftragte des Landkreises Alzey-Worms im Gespräch mit Maria Consuelo González Toro



Hier können Sie den Interviewausschnitt nachhören.

3.3 Multimediale Formate

„Binden Sie weitere Formate wie beispielsweise Videos, Infografiken und Fotos in die Informationen zu Themen oder die Erläuterung des Projektes ein und übersetzen Sie sie, wenn möglich, in andere Sprachen.“

„Das Video mit Erfolgsgeschichten fand ich super motivierend für mich als Migrantin.“

„Die Piktogramme helfen intuitiv zu verstehen, welche Beratung zu welchen Themen angeboten wird.“

Kommentare aus den Gutachten

Multimedia-Formate, wie z. B. Bilder, (Erklär)Videos, Podcasts oder Infografiken eignen sich sehr gut, um die Inhalte einer Webseite für neuzugewanderte Frauen attraktiv und gut verständlich aufzubereiten. Zusätzlich können sie über soziale Medien weiterverbreitet werden, wo neuzugewanderte Frauen besonders gut zu erreichen sind.⁹

9 Berger & Pallmann 2022, Stapf 2019.

„Plattformen wie Facebook und Instagram ermöglichen es, die Zielgruppe direkt anzusprechen, sie über Updates zu informieren, Feedback zu erhalten und eine breite und direkte Reichweite zu erzielen. Die Einbindung sozialer Netzwerke wiederum bedeutet auch die **Anerkennung und Validierung der selbstorganisierten sozialen Strukturen von Migrant*innen**. Sie eröffnen neue Perspektiven für die Kommunikation zwischen den digitalen Angeboten der Anbieter und der Zielgruppe.“

Carmín Ríos Fukelman

Vorschläge und Empfehlungen der Co-Forscherinnen bzgl. der Nutzung multimedialer Formate:

- ▶ Binden Sie aussagekräftige Bilder, Piktogramme und/oder Infografiken in die Informationen zu den einzelnen Themen oder die Erläuterung der Angebote ein.
- ▶ Nutzen Sie Piktogramme, um die Seite thematisch zu gliedern. So können sich auch Personen mit geringen Deutschkenntnissen einen Überblick über das Angebot verschaffen.
- ▶ Erstellen Sie einfache Erklärvideos mit (mehrsprachigen) Untertiteln, um den Nutzer*innen komplexe Strukturen, Abläufe und Angebote verständlicher zu machen. Hilfreich sind kurze Videos z. B., um Antworten auf folgende Fragen zu finden:
 - Welche Inhalte und Funktionen bietet das digitale Angebot?
 - Wie kann ich einen Termin vereinbaren bzw. mich für ein spezielles Angebot anmelden?
 - Was genau beinhaltet das auf der Seite vorgestellte Angebot (Projekt, Kurs etc.) und an wen richtet es sich?
- ▶ Übersetzen Sie die multimedialen Formate, wenn möglich, in verschiedene Sprachen.

3.4 Sprache

„Keine Übersetzung, keine einfache Sprache, keine Beispiele. Der Text ist nur verständlich für Personen, die Deutsch gut sprechen.“

„Es gibt viele Fachwörter, die für eine Person mit geringen Deutschkenntnissen schwer zu verstehen sind.“

Kommentare aus den Gutachten

Digitale Angebote sollten sich sprachlich bestmöglich auf ihre Zielgruppe(n) einstellen, wobei für neuzugewanderte Frauen mehrsprachige bzw. Angebote in einfacher Sprache besonders hilfreich sind (s. 3.5). Häufig stehen den Akteur*innen dafür jedoch keine oder nur unzureichende Ressourcen zur Verfügung. In diesem Fall sollte bei der Erstellung der Inhalte konsequent auf die Verwendung verständlicher Begriffe und Formulierungen geachtet werden. Sofern dies bei einzelnen besonders komplexen Themen (z. B. rechtlichen Regelungen, Gesetzestexten) nur bedingt möglich ist, empfiehlt es sich, dies transparent zu machen und die Inhalte ggf. nach Zielgruppen getrennt aufzubereiten.

Vorschläge und Empfehlungen der Co-Forscherinnen bzgl. der Nutzung verständlicher Sprache:

- ▶ Nutzen Sie für die Erstellung der Inhalte leicht verständliche Sprache bzw. fassen Sie zumindest die relevanten Informationen in dieser zusammen.¹⁰
- ▶ Gliedern Sie längere Texte in kurze, gut strukturierte Absätze.
- ▶ Gehen Sie sparsam mit Fachbegriffen und Abkürzungen um.
- ▶ Nutzen Sie ein Glossar, um schwierige (Fach)Begriffe und Abkürzungen verständlich zu erklären. Platzieren Sie dieses gut sichtbar.

„Das bürokratische Deutsch, was sich in unendlich vielen Anträgen wiederfindet, von der Wohngeldstelle bis zur Schulbuchausleihe, ist in den letzten Jahren immer ausführlicher und unverständlicher geworden. (...). Oft konnten die Ratsuchenden nicht verstehen, was sie unterschreiben. Wenn die Unterschrift geleistet ist, ist die Unterschrift geleistet und wenn ich etwas unterschreibe, was ich nicht verstehe, hat das rechtliche Konsequenzen.“

Jetzt ist es so, dass unsere Erklärtexte [zu den Formularen] schön für die deutschen Ehrenamtlichen und Fachdienste sind. Allerdings sind sie nicht der ideale Transfer für die Zielgruppe. In einem neuen Projekt im Landkreis Alzey-Worms werden deshalb nun Ehrenamtliche aus verschiedenen Migrant*innengruppen gesucht, die zu ‚Integrationsbegleiter*innen‘ geschult werden möchten. Sie sollen nicht nur übersetzen, sondern sich auch im Ablauf der Verwaltung gut auskennen und wissen, was ein Jobcenter ist und warum jemand vom Sozialamt zum Jobcenter geschickt wird usw.“

Alexandra von Bose, Integrationsbeauftragte des Landkreises Alzey-Worms im Gespräch mit Maria Consuelo González Toro



Hier können Sie den Interviewausschnitt nachhören.

¹⁰ siehe auch www.capito.eu/leichte-sprache/

3.5 Übersetzungen

*„Ich glaube, dass die Bereitstellung von Informationen in englischer Sprache sehr nützlich für uns sein kann, da dies die gängige Sprache in der Welt ist. Viele Migrant*innen können Englisch. Sich auf einen Freund oder Verwandten zu verlassen, der uns die Dinge erklärt, kann sehr anstrengend sein.“*

*„Es wird dringend empfohlen, die fehlenden Übersetzungen hinzuzufügen, um die Seite zunächst glaubwürdig zu machen, weil bereits auf der Hauptseite erwähnt wird, dass es mehrere Übersetzungssprachen gibt, und natürlich, um das Verständnis der Inhalte für die Leser*innen zu erleichtern.“*

„Manchmal habe ich das Gefühl, irgendwie ausgeschlossen zu sein und nicht zum ‚normalen Arbeitsablauf‘ zu gehören, als wolle man mich dazu bringen, nur die Informationen zu verwenden, die ich wissen soll, und nicht mehr.“

Kommentare aus den Gutachten

Mehrsprachige digitale Informations- und Beratungsangebote sprechen neuzugewanderte Frauen direkter an und erleichtern ihnen, die Relevanz des Angebotes für ihr jeweiliges Anliegen besser einzuschätzen. Sofern eine Übersetzung in mehrere Sprachen aufgrund mangelnder Ressourcen nicht möglich ist, sollte die Seite aus Sicht der Co-Forscherinnen zumindest auf Englisch zur Verfügung stehen. Zum einen, weil viele neuzugewanderte Frauen Englisch sprechen. Zum anderen, da diese sich als Brückensprache eignet, um von Übersetzungsmaschinen besser in die Muttersprachen der Nutzerinnen übersetzt zu werden.

Vorschläge und Empfehlungen der Co-Forscherinnen bzgl. der Übersetzungsmöglichkeiten

- ▶ Übersetzen Sie Ihre Angebote, wenn möglich, in verschiedene Sprachen. Orientieren Sie sich bei der Auswahl der Sprachen an Ihrer Zielgruppe.
- ▶ Sofern Sie (vorübergehend) nur bestimmte Inhalte Ihrer Webseite mehrsprachig zur Verfügung stellen (können), machen Sie dies gegenüber den Nutzer*innen transparent. Es erleichtert ihnen die Orientierung und beugt zudem einem möglichen Vertrauensverlust gegenüber dem Angebot vor.
- ▶ Weisen Sie auch auf den übersetzten Seiten auf alle relevanten Dokumente und Links hin, auch wenn diese (noch) nicht in der jeweiligen Sprache zur Verfügung stehen.
- ▶ Geben Sie hierbei immer mit an, in welchen Sprachen die externen Inhalte zur Verfügung stehen (z. B. „Informationen auf Deutsch, Englisch und Arabisch“)
- ▶ Nutzen Sie vorrangig Querverweise zu Seiten in der übersetzten Sprache, z. B. zu Erklärvideos mit mehrsprachigen Untertiteln, relevanten Dokumenten, Infografiken etc.

„Die Übersetzung unserer Inhalte in einfache Sprache ist ein großer Arbeitsaufwand. Die Seite ist zu großen Teilen in einem tiefen bürokratischen Deutsch. Es gibt darin viel Fachwissen und juristische Inhalte. Das heißt, da muss man genauer differenzieren: Welche Texte sind essenziell für die Zielgruppe und müssen in deren Muttersprachen oder in einfacher Sprache vorzufinden sein und bei welchen muss man dann sagen: ‚Ok, das ist jetzt auch ein zweiter Schritt und braucht eine anwaltliche oder eine beratende Begleitung.‘ Allein dieser Prozess des Filterns ist ganz viel Arbeit.“

Stefan Klingbeil vom Flüchtlingsrat Niedersachsen
im Gespräch mit Maria Consuelo González Toro



Hier können Sie den Interviewausschnitt nachhören

3.6 Aktualität und Transparenz

„Sie sagen, dass Sie die Informationen in den kommenden Wochen aktualisieren werden. Die letzte Aktualisierung ist von April 2022.“

„Das Fehlen von Referenzen und externen Links für die gegebenen Informationen macht den Inhalt kaum verlässlich.“

Kommentare aus den Gutachten

Nicht immer ist für neuzugewanderte Frauen einfach zu erkennen, wie aktuell und damit verlässlich die Informationen sind, die sie im digitalen Raum finden. Häufig fehlen Referenzen und Quellen sowie Angaben zur letzten Aktualisierung des Inhalts. Dabei haben diese für neuzugewanderte Frauen eine sehr hohe Relevanz, u. a. da veraltete Informationen zu falschem Handeln bzw. falschen Entscheidungen führen können. Sie wirken sich damit unmittelbar auf das Vertrauen aus, dass sie den Anbieter*innen der entsprechenden Angebote entgegenbringen. Um dieses zu stärken, hilft es, folgende Hinweise der Co-Forscherinnen stärker zu berücksichtigen.

Vorschläge und Empfehlungen der Co-Forscherinnen bzgl. Transparenz und Vertrauenswürdigkeit

- ▶ Benennen Sie klar und gut sichtbar, wer für die Inhalte der Webseite verantwortlich ist.
- ▶ Achten Sie auf eine regelmäßige Aktualisierung Ihrer Online-Angebote und machen Sie diese kenntlich. Dies gilt auch für Informationen, die über einen längeren Zeitraum aktuell bleiben.
- ▶ Weisen Sie deutlich darauf hin, wenn sich Ihr Angebot gerade in einer Überarbeitungsphase befindet und deshalb z.B. vorübergehend nur unvollständig zur Verfügung steht.
- ▶ Machen Sie Quellenangaben sichtbar und achten Sie hierbei auf Übersichtlichkeit.
- ▶ Fügen Sie Beschreibungen zu relevanten Quellen und externen Links ein.

3.7 Nachfragen und Feedback

„Ich habe eine E-Mail an die Referentin für Projekt- und Kommunikationsmanagement geschickt und sowohl sie als auch die Projektleiterin haben meine E-Mail innerhalb eines Tages beantwortet. Sie waren beide sehr hilfsbereit.“

„Ich habe eine Anfrage über das Kontaktformular der Webseite gestellt. Die Antwort verwies mich auf eine allgemeine Webseite, auf der gezeigt wird, wie die Stadt strukturiert ist. Es war extrem allgemein und nicht zielführend für meine Frage.“

Kommentare aus den Gutachten

Nachfragen stellen, Feedback zu Angeboten geben und bei Bedarf eine persönliche Beratung in Anspruch nehmen zu können, ist für neuzugewanderte Frauen von großer Bedeutung. Die meisten Akteur*innen bieten verschiedene Möglichkeiten der Kontaktaufnahme (per E-Mail, telefonisch, über einen Chatbot, vor Ort)

an. Dabei ist für die Zielgruppe allerdings nicht immer einfach erkennbar, mit welchen Anliegen sie sich an den jeweiligen Kontakt wenden bzw. was sie von einer Kontaktaufnahme (sprachlich und inhaltlich) genau erwarten kann. Mehr Klarheit durch konkretere Angaben wäre hier wünschenswert.

Vorschläge und Empfehlungen der Co-Forscherinnen bzgl. der Kontaktaufnahme:

- ▶ Platzieren Sie Kontaktdetails gut sichtbar.
- ▶ Benennen Sie eindeutig, für wen und mit welchen Anliegen eine Kontaktaufnahme möglich ist. Konkrete Beispiele sind hierbei hilfreich.
- ▶ Machen Sie die Sprache(n), die die Kontaktpersonen bzw. die Beratenden sprechen, kenntlich.
- ▶ Nutzen Sie, soweit sinnvoll, ein einfach strukturiertes Kontaktformular.
- ▶ Melden Sie sich nach Möglichkeit kurzfristig zurück bzw. machen Sie konkrete Angaben dazu, wann die Ratsuchenden mit einer Rückmeldung rechnen können.

3.8 Soziale Medien

*„Schaffen Sie mehr Interaktionsmöglichkeiten, die auf einer solchen Facebook-Seite von Nutzen sein könnten. Etwas, das neue Leser motiviert, sich zu beteiligen, sich einzubringen. Ein Beispiel dafür wäre, im Hinblick auf ein bevorstehendes Ereignis, eine Diskussion zu beginnen oder eine Umfrage darüber zu machen, was die Besucher*innen auf der Seite oder von dem bevorstehenden Ereignis erwarten.“*

Kommentar aus den Gutachten

Die Nutzung sozialer Medien, um mit Neuzugewanderten in Kontakt zu treten, sie zu informieren und zu beraten, wurde bereits in verschiedenen, bei Minor angesiedelten Projekten erfolgreich erprobt.¹¹ Dabei wurde deutlich, dass insbesondere neuzugewanderte Frauen sehr aktiv in sozialen Medien sind, um dort u. a. nach Informationen zu suchen.¹²

11 Vergleiche auch Aboassi et al. 2022, Pfeffer-Hoffmann 2021, 2022 und 2023.

12 Ferchichi 2020, S. 4.

Aus Sicht der Co-Forscherinnen sollten Anbieter*innen diese Kanäle nutzen, um stärker als bisher in einen direkten Austausch mit neuzugewanderten Frauen zu gehen. So bieten sich u. a. die Feedbackfunktion oder kurze Umfragen an, um die Frauen interaktiv in die (Weiter)Entwicklung von Angeboten einzubeziehen und/oder mehr über für sie relevante Themen und Fragestellungen zu erfahren.

Vorschläge und Empfehlungen der Co-Forscherinnen zur communitygerechten Ansprache und Nutzung von sozialen Medien:

- ▶ Schaffen Sie mehr Interaktionsmöglichkeiten.
- ▶ Erfragen Sie die Bedarfe und Wünsche der Communities, z. B. bzgl. Ihres Angebots.
- ▶ Nutzen Sie die Kommentarfunktion, um Feedback und Rückmeldungen zu ermöglichen.
- ▶ Formulieren Sie Ihre Beiträge klar und verständlich.
- ▶ Sofern Sie Ihr Angebot mehrsprachig gestalten, achten Sie auf Konsistenz bzw. machen Sie Abweichungen transparent.
- ▶ Fügen Sie in Videos nach Möglichkeit (mehrsprachige) Untertitel ein.
- ▶ Nutzen Sie für die Definition der Zielgruppe und des Zwecks der Seite einen Info-Reiter.
- ▶ Präsentieren Sie Links für weiterführende Informationen gut sichtbar.



Digitale Angebote partizipativ (weiter)entwickeln: Akteur*innen im Dialog mit neuzugewanderten Frauen

Akteur*innen, die sich auf den direkten Dialog mit neuzugewanderten Frauen einlassen, indem sie diese als Expertinnen ihrer eigenen Lebenssituation in die (Weiter)Entwicklung und Verbes-

serung ihrer Angebote einbeziehen, gewinnen eine einzigartige Perspektive hinsichtlich der Wirkung auf ihre Nutzerinnen:

„Wir erfahren darüber, wie Menschen aus unterschiedlichen Herkunftsländern unsere Angebote sehen und was sie daran interessant finden. Es war für uns eine Bereicherung, da es eine Perspektive ist, die wir sonst nicht immer mitdenken können.“

Hasan Tabanaj von der Berliner unabhängigen Beschwerdestelle im Gespräch mit Maria Consuelo González Toro

„Unsere Öffentlichkeitsarbeit richtet sich an unterschiedliche Zielgruppen – einen Großteil machen dabei zugewanderte Frauen aus. Insofern war das Feedback aus der Mitte dieser Zielgruppe für uns mehr als bereichernd.“

Rudaba Badakhshi und Najima El Hadouchi von DaMigra e.V. im Gespräch mit Candela Villalonga

Von Vorteil ist hierbei, dass die Nutzerinnen der Angebote zu-
meist nicht über Kenntnisse interner Institutions- bzw. Organi-
sationsstrukturen und -logiken verfügen. Stattdessen bringen
sie eine wertvolle Außensicht ein, die es ihnen ermöglicht, kon-

krete Rückmeldungen und Empfehlungen basierend auf Erfah-
rungen bei der Nutzung der jeweiligen Angebote zu geben. Im
Ergebnis entstehen passgenaue digitale Angebote.

„Als Expertinnen können neu zugewanderte Frauen ihre Bedürfnisse, Wünsche und Anliegen in die Entwicklung neuer digitaler Angebote einfließen lassen. Dies ermöglicht, dass die digitalen Angebote besser auf sie zugeschnitten sind und ihre Anforderungen erfüllen. Auf diese Weise profitieren beide Parteien von einem Dialog: Die Anbieter erhalten konkrete und direkte Beratung und Feedback aus der Perspektive der Zielgruppe. Neuzugewanderte Frauen werden damit zu relevanten Akteurinnen im Bereich digitaler Informations- und Beratungsangebote. Sie identifizieren zielgruppengerechte Informationen und verbessern deren Qualität und Zugänglichkeit, sodass andere Frauen diese Angebote in Zukunft leichter nutzen können.“

Carmín Ríos Fukelman

Damit dies gelingt und beide Seiten ihre Expertise einbringen sowie neue Erkenntnisse gewinnen können, sollten einige Faktoren beachtet werden, auf die im Folgenden näher eingegangen wird.

4.1 Zugang zur Community

Je nachdem, an welche Community sich die Angebote richten, sollte im Vorfeld recherchiert werden, wie und wo diese am besten erreicht und hinsichtlich einer möglichen Zusammenarbeit angesprochen werden kann.

- ▶ Einen niedrighschwelligem Zugang zu den Communities neuzugewanderter Frauen bieten soziale Medien, z. B. muttersprachliche Facebook-Gruppen (s. auch 3.8).
- ▶ Genutzt werden können zudem trügereigene und/oder -externe Angebote und Strukturen, um z. B. (ehemalige) Seminar-Teilnehmerinnen für eine Zusammenarbeit zu akquirieren.
- ▶ Die Ansprache sollte dabei nach Möglichkeit in den jeweiligen Muttersprachen erfolgen.

4.2 Voraussetzungen

- ▶ Die Aktivitäten sollten sprachlich auf die Möglichkeiten der am Dialog Teilnehmenden zugeschnitten sein, d. h. sie sollten sich in einer ihnen verständlichen Sprache beteiligen können.
- ▶ Der zeitliche Rahmen der Aktivitäten sollte klar kommuniziert und dabei nach Möglichkeit flexibel an die Ressourcen der Teilnehmenden angepasst werden.
- ▶ Für die Zusammenarbeit sollten angemessene zeitliche und personelle (sowie evtl. räumliche) Ressourcen zur Verfügung gestellt werden.
- ▶ Für die Organisation des Beteiligungsprozesses sowie für mögliche Nachfragen sollte seitens der Anbieter*innen eine feste Ansprechperson benannt werden.
- ▶ Für die regelmäßige Kommunikation mit den Teilnehmenden sollte ein geeignetes Medium gewählt werden, welches die diesbezüglichen Bedarfe berücksichtigt, z. B. eine WhatsApp-Gruppe oder ein E-Mailverteiler.
- ▶ Die Tätigkeit der Beteiligten sollte z. B. über eine Aufwandsentschädigung honoriert werden.

4.3 Formate und Möglichkeiten

- ▶ Für eine kurzfristige Zusammenarbeit eignen sich vor allem Feedbackanfragen. Hierfür bieten sich z. B. (Online-)Umfragen an, die über soziale Medien verbreitet werden können. Die Nutzerinnen eines bestimmten Kanals, wie z. B. einer Facebook-Gruppe, können darüber gezielt angesprochen und interaktiv eingebunden werden.
- ▶ Auch die Funktionsweise bestimmter digitaler Angebote bzw. Online-Tools kann ausprobiert bzw. getestet werden. Hierfür eignen sich z. B. kurze (Online-)Workshops, in denen das jeweilige Angebot, z. B. Online-Buchungssystem / Chat-Bot / Veranstaltungskalender, kurz vorgestellt und dann von den Teilnehmenden seitens der Zielgruppe ausprobiert wird.
- ▶ Um mittel- bis längerfristig an konkreten Fragen zusammenzuarbeiten, eignet sich die Etablierung einer festen Gruppe, die sich regelmäßig online oder in Präsenz zu Austauschformaten, z. B. Workshops, mit den Anbieter*innen trifft. Die Themen und Fragestellungen sollten dabei gut kontextualisiert und vorbereitet werden. Beispiele hierfür sind: (1) die Identifikation relevanter Inhalte, für die ein Erklärvideo hilfreich wäre bzw. die unbedingt mehrsprachig und/oder in einfacher Sprache zur Verfügung stehen sollten; (2) Themen, die auf der Startseite des digitalen Informationsangebots hervorgehoben werden sollten; (3) konkrete Fragen bzgl. der Weiterentwicklung der Struktur der Webseite.

Langfristig trägt diese Form der partizipativen Zusammenarbeit mit Neuzugewanderten Frauen dazu bei, dass sie bessere und direktere Einblicke in die Vielfalt unterstützender digitaler Angebote und der ihnen zugrundeliegenden Strukturen erhalten. Dieses Wissen hilft ihnen, Vertrauen in die Institutionen und Organisationen aufzubauen, welches sie wiederum als Multiplikatorinnen an ihre eigenen Communities weitergeben¹³.

„Hinter Institutionen stecken Menschen mit genau so vielen Gefühlen wie wir. Es war wunderbar zu erfahren, dass sie Dialog und Rat suchen, um sich für uns verbessern zu können.“

Dorota Günzel

¹³ Vergleiche auch Stapf 2019, S. 99.



Das Co-Forscherinnen- Expertinnen-Team

„Jede Co-Forscherin bringt Erfahrungen und Wissen mit, die das Projekt selbst bereichern und wiederum die Entwicklung der anderen Teilnehmerinnen fördern. Deshalb waren Elemente der aktiven Beteiligung (Zuhören, Fragen stellen, Ideen austauschen, Initiativen kommunizieren) für die Organisation und die erfolgreiche Teilnahme unerlässlich.“

Aida Montenegro

Auf den folgenden Seiten stellen sich die in dem Projekt tätigen Co-Forscherinnen¹⁴ vor. Sie gewähren dabei einen Einblick in ihre persönlichen Beweggründe für die Mitarbeit in dem Projekt, ihre Erfahrungen und Expertisen, die sie in dieses einbringen

und die Erkenntnisse, die sie dabei gewonnen haben. Zum Teil interviewten sie sich hierfür gegenseitig anhand von drei Leitfragen.

¹⁴ In der 2. und 3. Phase des Projektes waren 18 Co-Forscherinnen tätig.



Thouraya Ben Moussa

Ich bin Geologin, aber auch in anderen Bereichen schätze ich jede Art von sozialem Engagement. Ich lerne viel, wenn ich im Team arbeite. Ich glaube an die Gleichstellung von Frauen und Männern und setze mich für Menschenrechte ein.

Was hat dich motiviert, an diesem Projekt teilzunehmen?¹⁵

Ich hatte großes Interesse, an diesem Projekt teilzunehmen, um neue Kenntnisse außerhalb meines Fachgebietes sammeln zu können, aber auch, um mein mündliches Deutsch zu verbessern und neue Leute kennenzulernen.

Würdest du eine andere Migrantin motivieren, an einem solchen Projekt teilzunehmen?

Ich würde gern in Zukunft Migrantinnen motivieren, an solchen Forschungsprojekten teilzunehmen, weil ich selbst mit dieser Teilnahme viele Dinge gelernt habe und meine Sprache verbessern konnte. Diese Teilnahme hat mir gezeigt, dass man auch ohne Erfahrung in einem neuen Bereich ganz neue Tätigkeiten ausüben und neue Perspektiven erhalten kann.

Welche interessanten Erfahrungen hast du durch das Projekt gemacht?

Ich habe neue Erfahrungen gesammelt, die nichts mit meinem vorherigen Gebiet zu tun haben: Jetzt kann ich Webseiten und Social-Media-Auftritte begutachten, meine persönlichen Kommentare abgeben und natürlich konstruktive Kritik üben. Viele Organisationen und Behörden habe ich vorher noch nicht gekannt und erst durch das Projekt habe ich erfahren, welche Leistungen sie anbieten und wie man diese Webseiten nutzen kann, um die Informationen, die man braucht, zu finden.

15 Die Fragen an die Co-Forscherinnen stellte Aida Montenegro.



Tatiana Cerescu

Ich komme ursprünglich aus Moldawien und habe eine fundierte Ausbildung in den Bereichen Soziale Arbeit, Beratung und werteorientiertes Management. Ich habe Interesse an sozialer Gerechtigkeit, dem Wohlergehen Anderer und an der Förderung von persönlichem Wachstum und Entwicklung.

Was hat dich motiviert, an diesem Projekt teilzunehmen?

Digital Active Women gibt mir eine Stimme und ermöglicht es mir, als Expertin für meine eigene Lebenssituation und Bedürfnisse wahrgenommen zu werden. Durch meine Teilnahme am Projekt kann ich aktiv an der Gestaltung der digitalen Beratungs- und Informationsangebote mitwirken und meine Perspektiven einbringen. Das stärkt mein Selbstvertrauen und verleiht mir eine aktive Rolle in der Gesellschaft. Ich möchte einen positiven Beitrag leisten und einen Unterschied im Leben der Frauen und in der Gesellschaft insgesamt bewirken.

Würdest du eine andere Migrantin motivieren, an einem solchen Projekt teilzunehmen?

Durch ihre Teilnahme an solchen Projekten haben Migrantinnen die Möglichkeit, einen positiven Unterschied im Leben anderer Frauen und in der Gesellschaft insgesamt zu bewirken. Indem sie ihre Expertise und ihre Perspektiven einbringen, können sie dazu beitragen, passen-

de Angebote zu entwickeln, die den Bedürfnissen von neuzugewanderten Frauen gerecht werden. Es ist eine einzigartige Gelegenheit, eine positive Veränderung in der Gesellschaft zu bewirken. Außerdem ist das Gefühl der Gemeinschaftszugehörigkeit äußerst erfüllend und bereichernd.

Welche interessanten Erfahrungen hast du durch das Projekt gemacht?

Die Teilnahme bietet nicht nur die Möglichkeit, anderen Frauen zu helfen, sondern auch persönlich zu wachsen, neue Fähigkeiten zu erlernen und wertvolle Erfahrungen zu sammeln. Dieses Projekt war eine ideale Plattform, um neue Kontakte zu knüpfen und ein Netzwerk aufzubauen. Durch die Zusammenarbeit mit anderen Teilnehmerinnen, Expert*innen und Organisationen im Bereich der Migration und Integration sind wertvolle Verbindungen entstanden. Dieses Netzwerk ist sowohl persönlich als auch beruflich von großem Nutzen, da es Möglichkeiten zur Zusammenarbeit, Unterstützung und gegenseitigen Hilfe bietet.



Maria Consuelo González Toro

Ich bin eine kolumbianische Rechtsanwältin und lebe seit 2015 mit meiner Familie in Deutschland. Ich engagiere mich seither in verschiedenen Projekten, um Migrant*innen aus meiner Erfahrung heraus bei ihrer Integration zu unterstützen.

*Siehe Beiträge auf
S. 17, 20, 22 und 46*



Noha Elguindy

Ich bin Informatikerin mit großem Interesse für die Entwicklung der Gesellschaft. Außerdem bin ich Mutter zweier »Drittkultorkinder«, die mit Neugier von einem Projekt zum anderen in die Welten der digitalen Geisteswissenschaften und Sprachen springt.

Siehe Beitrag auf S. 4/5

Was hat dich motiviert, an diesem Projekt teilzunehmen?

Ich war an diesem Zeitpunkt noch unsicher, in welche Richtung ich meine Karriere in Deutschland aufbauen möchte. Das Thema Job-Integration in Deutschland sowie die Teilnahme an sozialer Forschung war für mich sehr interessant.

Würdest du eine andere Migrantin motivieren, an einem solchen Projekt teilzunehmen?

Auf jeden Fall! Es gibt viele Gründe: die neue Gesellschaft besser zu verstehen, die Sprache zu üben, Netzwerke aufzubauen und vieles mehr.

Welche interessanten Erfahrungen hast du durch das Projekt gemacht?

Ich habe ausgezeichnete Frauen kennengelernt, habe mehr Verständnis dafür, wie typisch deutsche Institute bzw. staatliche Einrichtungen eigentlich funktionieren. Ich wollte gerne meine Karriere in Richtung Datenanalyse bzw. Data Engineering entdecken und aufbauen. Mithilfe einer der Co-Forscherinnen des Projektes, die als Statistikerin am Institut für Museumsforschung arbeitete, habe ich meinen ersten Job in diesem Bereich gefunden. Dadurch habe ich u. a. mehr Vertrauen in mein Sprachniveau gewonnen und bin sicher, dass ich weiter in diese Richtung gehen will.



Elif Koray

Ich bin 39 Jahre alt und vor sechs Jahren aus der Türkei nach Berlin eingewandert. Ich habe Finanzen und Personalwesen in der Türkei studiert. Derzeit arbeite ich als Office-Koordinatorin bei einem gemeinnützigen Frauenverein in Berlin.



Dorota Günzel

Gefühlt bin ich immer irgendwie dazwischen. Geboren in Polen, habe ich dort englische Philologie studiert, weil ich damals schon wusste, dass die Reise für mich weiter geht. Seit 2016 entdecke ich die Schönheit von Deutschland, die für mich ein neues Zuhause geworden ist.

Was hat dich motiviert, an diesem Projekt teilzunehmen?

Es macht mich immer besonders glücklich, wenn ich in einem sicheren Umfeld meine Herkunft ohne jegliche Hemmungen ins Licht rücken kann.

Würdest du eine andere Migrantin motivieren, an einem solchen Projekt teilzunehmen?

Auf jeden Fall. Durch die Teilnahme sieht man, dass man als eine Migrantin nicht allein ist, dass es Frauen mit genau den gleichen Herausforderungen gibt. Und dann lacht oder ärgert man sich zusammen... Die Möglichkeit etwas zu bewirken und das Leben von Migrantinnen – vor allem derer, die noch nach Deutschland kommen werden – ein wenig einfacher zu machen, ist ein großer Gewinn.

Welche interessanten Erfahrungen hast du durch das Projekt gemacht?

Hinter Institutionen stecken Menschen, mit genau so vielen Gefühlen wie wir (und vielleicht noch mehr). Es war wunderbar zu erfahren, dass sie Dialog und Rat suchen, wie sie sich für uns verbessern können. Danke an Minor, dass ich Teil dieses Projektes sein durfte.



Ivone Herrera

Ich bin Physikerin mit über 15 Jahren Erfahrung in der Personalausbildung und -entwicklung. In Deutschland habe ich einen Master in Computersimulationen an der TU Berlin studiert und später den Beruf gewechselt. Heute arbeite ich selbstständig als Life Coach und Psychotherapeutin.

Was hat dich motiviert, an diesem Projekt teilzunehmen?

Meine Erfahrungen als Migrantin auf der Suche nach Informationen für meinen Integrationsprozess haben mir deutlich gemacht, dass es große Verbesserungsmöglichkeiten gibt. Gleichzeitig erleichtert mir meine 15-jährige Berufserfahrung mit Informationstechnologien die Potenziale digitaler Angebote zu sehen und konkrete Vorschläge zu machen. Meine Motivation, an diesem Projekt teilzunehmen, war die Hoffnung, die Beteiligten bei der Realisierung dieser Möglichkeiten zu unterstützen.

Würdest du eine andere Migrantin motivieren, an einem solchen Projekt teilzunehmen?

Auf jeden Fall! Jede von uns hat persönliche und berufliche Erfahrungen, die es zu nutzen gilt, vor allem, um den Weg für die nächsten Generationen zu ebnen. Unsere persönliche Erfahrung ist sehr wertvoll und unsere Einbeziehung in die neue Gesellschaft beginnt mit unserer Teilnahme an Projekten wie diesem und vielen anderen.

Welche interessanten Erfahrungen hast du durch das Projekt gemacht?

Neben der großartigen Gelegenheit, andere Frauen mit unterschiedlichen Berufen und kulturellem Hintergrund zu treffen, war es für mich sehr wichtig zu sehen, vor welchen großen Herausforderungen die Institutionen bei der Information und Beratung von Migrantinnen stehen. Mir wurde klar, dass diese Einrichtungen zwar über die notwendigen wirtschaftlichen Ressourcen verfügen, um ihre Aufgaben zu erfüllen, dass sie aber mit der Perspektive der Nutzer*innen, in diesem Fall der Migrantinnen, ihre Arbeit als Informationsanbieter erheblich verbessern und gleichzeitig eine größere Reichweite und Wirkung erzielen würden.

Siehe Beitrag auf S. 14



Carmín Rubí Rios Fukelman

Ich komme aus Argentinien und studiere Sozialwissenschaften an der Humboldt Universität zu Berlin. Die Themenschwerpunkte meiner Arbeit sowie meines Studiums sind Ungleichheit, Migration und Zugang zum gesundheitlichen System. Ich versuche durch meine Tätigkeiten in verschiedenen Projekten einen positiven Beitrag für migrantische Menschen in Deutschland zu leisten!

Siehe Beiträge auf S. 18 und 28



Evangelia Koutsiouki

Ich bin immer offen für das, was das Leben mit sich bringt. Ich genieße Partnerschaft, Mutterschaft, Freundschaft und Zusammenarbeit in wechselnder Reihenfolge. Ich möchte einen positiven Einfluss auf andere haben; und manchmal gelingt das auch.

Siehe Beitrag auf S. 45

Was hat dich motiviert, an diesem Projekt teilzunehmen?

Ich wollte zum einen strukturiert und wissenschaftlich erforschen, wie der Informationsfluss in einer digitalen Umgebung funktioniert und zum anderen, was Frauen in einem solchen Prozess auszeichnet.

Würdest du eine andere Migrantin motivieren, an einem solchen Projekt teilzunehmen?

Auf jeden Fall! Ich habe die Idee bereits so weit wie möglich verbreitet. Die Erfahrung hat meine Erwartungen erfüllt, und darüber hinaus habe ich bei der Suche nach Informationen andere Blickwinkel kennengelernt, ein Prozess, der meine Vorstellung davon verändert hat, wie ich mein Bedürfnis, mich zu informieren, erfüllen kann.

Welche interessanten Erfahrungen hast du durch das Projekt gemacht?

Die interessanteste Erfahrung war für mich, neben dem Kennenlernen der Methodik, die hinter der Beobachtung des Informationsflusses steht, definitiv das Kennenlernen einer Community von Gleichgesinnten und deren Bedenken und Anmerkungen zu den unterschiedlichen Themen. Dabei habe ich festgestellt, dass ich produktiver denke, da die Interaktion mit anderen Menschen und die Auseinandersetzung mit verschiedenen Ideen meine eigene Denkweise dahingehend beeinflusst hat, dass ich klarer sehe, was es gibt und was eine Lösung sein könnte.



Candela Villalonga Zalazar

Ich habe Politikwissenschaften studiert und bin eine intersektionale Transfeministin. Weil ich ein geselliger Mensch bin und gerne mit anderen kommuniziere, spreche ich mehrere Sprachen (u. a. Spanisch, Italienisch und Deutsch). Das Projekt hat mich viel gelehrt und ich habe jeden einzelnen Schritt genossen, dank der Freundlichkeit und Professionalität aller meiner Mitforscherinnen.

Siehe Interviews auf S. 27



Tamara Puerto

Ich bin eine kolumbianische Anwältin und wanderte 2017 nach Deutschland aus, um Public Policy im Master zu studieren. Derzeit arbeite ich als Entwicklerin und Managerin internationaler sozialer Projekte, insbesondere mit Jugendlichen, Migrant*innen und Frauen. Außerdem mache ich ein Zweitstudium in Sozialer Arbeit. Zur Teilnahme an *Digital Active Women* motivierte mich der partizipative Forschungsansatz, bei dem sich die beforschte Gemeinschaft aktiv an der Forschung beteiligt und gesellschaftlichen Wandel fördert. Außerdem konnte ich darüber mein Netzwerk und sozialen und beruflichen Kompetenzen in Deutschland stärken.



Kamala Jabbarli

Ich lebe seit ca. sieben Jahren in Deutschland, komme aus Aserbaidschan, bin verheiratet und habe zwei Kinder. Ich bin Historikerin und habe 18 Jahre lang als Lehrerin unterrichtet. In Deutschland arbeite ich als Pädagogin, Beraterin für Migrant*innen und Dolmetscherin für Russisch, Aserbaidschanisch und Türkisch. Bald werde ich wieder als Lehrerin in der Schule arbeiten.



Zeynep Deniz Kavak

Ich bin 29 Jahre alt und komme aus der Türkei. Ich habe Politikwissenschaften studiert und interessiere mich besonders für Migration, da ich selbst diese Erfahrung gemacht habe. In Deutschland vermisse ich immer wieder geliebte Menschen aus meiner Heimat.

Siehe Beitrag auf S. 8

Was hat dich motiviert, an diesem Projekt teilzunehmen?

Als ich vor fünf Jahren in Berlin ankam, gab es sehr viel Papierarbeit bzgl. rechtlicher Regelungen, die auf mich warteten. Ich brauchte so viel Hilfe und wusste oft nicht, wem ich meine vielen Fragen stellen konnte, da ich kaum Leute kannte. Ich suchte hauptsächlich auf Facebook nach erfahrenen Menschen, zum Beispiel in Gruppenbeiträgen. Es gab spezielle Fälle, in denen niemand die Frage vorher gestellt hatte und niemand eine Antwort wusste. Das gab mir ein großes Gefühl von Unsicherheit. Meine größte Herausforderung zu Beginn war die Sprache. Deshalb wollte ich, nachdem ich einige Jahre in Berlin gelebt und mehr Erfahrung gesammelt hatte, an diesem Projekt teilnehmen, um neu migrierten Frauen behilflich zu sein.

Würdest du eine andere Migrantin motivieren, an einem solchen Projekt teilzunehmen?

Die Migration ist für Frauen besonders schwierig, da sie in vielen Gesellschaften als „Heimmacherinnen“ angesehen werden, und wenn sie eine Familie haben, sind es die Frauen, die sich auch um die Kinder kümmern. Ich persönlich bin allein ausgewandert, so dass ich mich nur um mich selbst und meine Angelegenheiten kümmern muss. Es gibt viele alleinstehende junge Frauen, die aus verschiedenen Gründen nach Deutschland ausgewandert sind. Ich hoffte, dass wir sie über *Digital Active Women* erreichen und motivieren können.

Welche interessanten Erfahrungen hast du durch das Projekt gemacht?

Es ist wirklich schön, neue Frauen mit ähnlichen und ganz anderen Erfahrungen kennenzulernen und dank dieses Projekts interessante Institutionen zu entdecken.



Ewa Stanska

Ich bin eine Expertin für strategisches Marketing mit langjähriger unternehmerischer Erfahrung in Polen und Großbritannien. Seit fünf Jahren lebe ich in Deutschland, in Berlin. Ich übernehme gern neue Aufgaben und arbeite für das Deutsche Rote Kreuz als Betreuungskraft in einem Ankunftszentrum für Geflüchtete. Außerdem mache ich gerne ehrenamtliche Arbeit und bin immer bereit für neue Projekte bei Minor.



Hanady Moussa

Ich komme aus Ägypten und habe dort Informatik studiert. Seit 2017 lebe ich mit meiner Familie in Deutschland und engagiere mich seitdem in Integrations- und Bildungsprojekten für Migrant*innen. Ich freue mich immer, wenn ich Informationen an diejenigen weitergeben kann, die sie benötigen.

Was hat dich motiviert, an diesem Projekt teilzunehmen?

Mein erstes Jahr in Deutschland war sehr schwer. Ich kannte das Konzept der Beratungsstellen nicht. Also wollte ich anderen neuzugewanderten Frauen helfen, solche tollen Angebote leichter zu finden.

Würdest du eine andere Migrantin motivieren, an einem solchen Projekt teilzunehmen?

Ja, denn man kann immer etwas Neues lernen, tolle Menschen mit ähnlichen Erfahrungen treffen, was auch für den zukünftigen Beruf im Lebenslauf hilfreich ist.

Welche interessanten Erfahrungen hast du durch das Projekt gemacht?

Im Rahmen des Projektes habe ich meine erste face-to-face Präsentation auf einer Veranstaltung auf Deutsch gehalten. Auch der anschließende Austausch mit den Akteur*innen war sehr interessant für mich.



Aida Montenegro

Ich bin Bildungsforscherin und Mutter von zwei Kindern. Ich lebe seit 2014 in Deutschland und unterstütze seitdem Integrations- und Bildungsprojekte für Migrant*innen. Derzeit forsche ich zum deutschen Bildungssystem und zur deutschen Schulkultur.

Siehe Beitrag auf S. 32

Zu Rollen und Identitäten neuzugewanderter Frauen

Digital Active Women ermöglicht es uns, von unseren unterschiedlichen Identitäten bzw. Rollen als Migrantin zu profitieren und gemeinsam für andere Migrant*innen etwas zu verbessern.

Rolle I: Migrantin, die sich für Sozialforschung interessiert

Für mich als ausländische Wissenschaftlerin ist es unabdingbar, mich an Forschungsgruppen und Integrationsprojekten im Gastland zu beteiligen. Das Projekt bot mir Möglichkeiten zur Integration sowie zur beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung. Durch die Arbeit im Team wurden unsere Stimme und unsere Erfahrungen auch in (Forschungs)Räumen gehört, die für Migrant*innen normalerweise nicht einfach zugänglich sind (z. B. aufgrund von Sprache oder fehlenden Kontakten).

Rolle II: Migrantin, die sich für Migration interessiert

Dadurch, dass wir nach Deutschland migriert sind, müssen wir neue spezifische Fähigkeiten und Kenntnisse entwickeln. Sich der sozialen und psychologischen Prozesse der Migration bewusst zu sein, ist Teil unserer Lebensgeschichte. Indem wir nicht nur unsere Interessen, sondern auch unsere Rollen mit anderen Migrantinnen teilen, haben wir eine Gruppenidentität geschaffen, die uns alle stärkt.

Rolle III: Berufstätige Frau mit wenig Zeit aber viel Motivation

Die Zeit, die wir für *Digital Active Women* nutzen konnten, hing von vielen persönlichen Variablen ab, u. a. der beruflichen und familiären Situation. Durch unsere hohe Motivation fanden wir passende Wege und Möglichkeiten, einschließlich der Teilnahme an virtuellen Treffen mit unseren Kindern auf dem Arm. Ein entscheidender Faktor bei der Organisation unserer Zeit ist die ständige Kommunikation zwischen dem Projektteam, den Co-Forscherinnen und Akteur*innen mithilfe digitaler Tools.



Mariana Lopes Simões

Ich komme aus Brasilien und lebe seit 2019 in Deutschland. Als Global-Health-Forscherin interessiere ich mich für die gesellschaftlichen Einflüsse von Gesundheit und Ernährungsgewohnheiten sowie für die Prävention nichtübertragbarer Krankheiten.

Was hat dich motiviert, an diesem Projekt teilzunehmen?

Meine Motivation an *Digital Active Women* teilzunehmen, war zunächst die Möglichkeit, ehrenamtliche Arbeit zu leisten, da mir die Nähe zur lokalen Gemeinschaft immer wichtig war, egal wo auf der Welt ich bin. In diesem Fall bot Minor uns die einmalige Chance, als Co-Forscherin an einem Projekt teilzunehmen, das sich mit Technologie, Einwanderung und Geschlechterfragen befasst. Ich wollte sofort mitmachen, weil ich wusste, dass diese Gelegenheit es mir ermöglichen würde, mich in Berlin besser zu integrieren, mit Themen in Berührung zu kommen, die mich beruflich und persönlich interessieren, und mich mit anderen über den Migrationsprozess auszutauschen.

Würdest du eine andere Migrantin motivieren, an einem solchen Projekt teilzunehmen?

Ich denke, es ist aus mehreren Gründen wichtig, Migrantinnen zu ermutigen, an dieser Art von Projekten teilzunehmen. Erstens kann man mit anderen Frauen in der gleichen Situation in Kontakt treten, Ideen austauschen und verstehen, dass man in diesem Prozess der Anpassung an eine neue Kultur nicht allein ist. Zweitens, weil wir Kontakt zu einer deutschen Organisation

hatten, die sehr verständnisvoll mit unseren sprachlichen Einschränkungen umging und uns half, die deutsche kulturelle Dynamik im Arbeitsumfeld zu verstehen. Das kann uns später, bei der Eingliederung in den deutschen Arbeitsmarkt, von Nutzen sein. Schließlich unterstreicht diese Art von Projekt, wie wichtig es ist, auch die Stimmen von Migrantinnen zu hören, und indem wir die Möglichkeit haben, unsere Geschichte zu erzählen, wird uns unsere Bedeutung innerhalb der (Berliner) Gesellschaft bewusst.

Welche interessanten Erfahrungen hast du durch das Projekt gemacht?

Ich habe während dieses Prozesses viele interessante Erfahrungen gemacht, wie z.B. den Kontakt mit der portugiesischsprachigen Gemeinschaft in Deutschland. Ich habe jetzt eine bessere Vorstellung von dem Prozess, den eine Frau, die sich entscheidet, nach Deutschland zu migrieren, durchlaufen muss. Somit habe ich Werkzeuge, um anderen Frauen zu helfen. Zudem habe ich auch mein Deutsch durch den Kontakt mit der Sprache, den ich während des Projekts hatte, sehr verbessert. Ich glaube, das Beste waren die Menschen, die an dem Projekt beteiligt waren, vom Minor-Team über die Befragten bis hin zu den Interessenvertreter*innen, die alle sehr offen und verständnisvoll sind.

Fazit

“When I was asked to complete the questionnaire, I never thought that by following a structured way of analyzing a site, I would come to understand, why I was not always getting what I wanted from my visit to that site and what exactly the problem was. Neither had I ever realized that there are so many different approaches from the people behind those sites. So, when I had the chance to meet some of them, I realized that working on the migration issue does not necessarily mean that you can effectively communicate your purpose and achieve your goal, regardless your intention and effort. And most importantly, when we afterwards discussed the process with the rest of the team, I got so many insights on what can be done and was surprised to realise that the outcome was not a theoretical reference on some book on how things should work, but our actual experience as a target group documented on a functional and to-the-point commentary.”

Evangelia Koutsiouki

Neuzugewanderte Frauen brauchen bedarfsgerecht gestaltete Informations- und Beratungsangebote, um an der Gesellschaft teilhaben und sich aktiv in diese einbringen zu können. Eine besondere Bedeutung kommt hierbei Angeboten im digitalen Raum zu, da sie in diesem besonders aktiv sind, um dort nach Antworten auf ihre Fragen sowie möglichen Lösungen für Problemstellungen zu suchen.

Die zur Verfügung stehenden digitalen Angebote sind für neuzugewanderte Frauen, sofern sie von ihnen überhaupt gefunden werden, nicht immer hilfreich. Dies liegt zumeist an komplexen Inhalten, unübersichtlichen Strukturen, sprachlich komplizierten Formulierungen und fehlenden Übersetzungen. Viele neuzugewanderte Frauen suchen deshalb eher in sozialen Medien, z. B. in Facebookgruppen, nach Informationen und Hilfe.

Um digitale Angebote zu verbessern und stärker an den Bedarfen neuzugewanderter Frauen auszurichten, braucht es u. a. einen Perspektivwechsel. Möglich wird dieser durch die partizipative Einbindung der Zielgruppe selbst, z. B. indem neuzugewanderte Frauen die Angebote aus ihrer eigenen Nutzerinnenperspektive genau unter die Lupe nehmen und konkrete Vorschläge hinsichtlich notwendiger Änderungen und Verbesserungen machen.

„Bisher richteten wir uns [mit unserem Angebot] eher an deutschsprachige Unterstützer*innen. Jetzt wollen wir versuchen, die Menschen mit Fluchterfahrung im Ankommensprozess direkt zu erreichen (...). Indem Sie aus Ihrer Perspektive sprachen, konnten Sie sehr konstruktive Vorschläge machen, was geändert werden kann, was verbessert werden sollte. Ich würde sagen, es war für uns das richtige Angebot zur richtigen Zeit.“

Stefan Klingbeil vom Flüchtlingsrat Niedersachsen
im Gespräch mit Maria Consuelo González Toro



Hören Sie hier das ganze Interview.

Für Akteur*innen ergibt sich daraus die Chance, dass ihre Informations- und Beratungsangebote bei neuzugewanderten Frauen besser ankommen und von diesen auch tatsächlich genutzt werden. Neuzugewanderte Frauen wiederum würden damit zukünftig schneller Antworten auf ihre Fragen finden, was ihnen das Ankommen in Deutschland erheblich erleichtern und ihre gesellschaftlichen Teilhabemöglichkeiten deutlich erweitern würde.

Damit dies gelingt, braucht es vor allem Offenheit und Neugier für bisher unbekannte Perspektiven sowie Freude am Ausprobieren neuer Ansätze der Zusammenarbeit und Beteiligung. Indem sich beide Seiten auf einen Dialog einlassen, gewinnen sie Einblicke, die ihnen sonst verborgen geblieben wären, entwickeln ein erweitertes Verständnis für die unterschiedlichen Sichtweisen und Bedarfe und tragen dazu bei, gesellschaftliche Partizipationsprozesse nachhaltig zu stärken. Hiervon werden wiederum auch andere Zielgruppen profitieren.



Anhang

Fragebogen des Gutachtenkataloges

Die Kriterien wurden gemeinsam mit den Co-Forscherinnen erarbeitet. Dabei sind auch die Wünsche der Akteure in Bezug auf ihre jeweiligen Angebote mit eingeflossen. Der Katalog soll als Anregung dienen eigene Angebote aus der Perspektive der Zielgruppe bewerten zu lassen. Die Kriterien können dabei je nach Kontext und Zielgruppe weiterentwickelt bzw. angepasst werden.

Seite 01: Einleitung

Du möchtest ein Gutachten zu einer Webseite oder einem digitalen Magazin erstellen?

Bitte rufe zunächst die Webseite auf, für die du ein Gutachten erstellst. Starte dein Gutachten und fülle alle Felder aus. Du kannst den Fragebogen jederzeit pausieren (Gutachten unterbrechen). Du bekommst einen Link geschickt und kannst später daran weiterarbeiten.

Das Gutachten ist in Abschnitte untergliedert:

1. Aufbau
2. Layout und Gestaltung
3. Inhalt
4. Deutsche Sprache
5. Leichte Sprache
6. Übersetzung(en)
7. Mobile Version bzw. App über Smart Phone
8. Verlässlichkeit und Transparenz
9. Möglichkeit zur Kontaktaufnahme und digitale Beratung

Bitte fülle alle Fragen sorgfältig aus! Die Felder für freie Texteingabe sind für uns und die Anbieter besonders interessant! Bitte fülle daher mindestens 6 freie Felder für „Anmerkungen“ und 6 offene Felder für „Verbesserungsvorschläge“ aus!

Wir wünschen dir viel Spaß bei der Erstellung des Gutachtens!

→ Auswahlfeld

Seite 02: Demographie der Co-Forscherinnen

Bitte mache hier Angaben zu folgenden Punkten:

Name _____ Alter _____ Aufenthaltsdauer in Deutschland _____
 aktuelle Tätigkeit _____ Sprachkenntnisse _____

Seite 03: 1. Aufbau und Struktur

Schau dir nun bitte den Aufbau bzw. die Struktur der Webseite genauer an. Stell dir vor, dass du zum ersten Mal auf dieser Webseite bist und dich orientieren möchtest. Inwiefern stimmst du folgenden Aussagen zu? Bitte vergib eine Punktzahl von 1 (Minimum) bis 5 (Maximum).

	1	2	3	4	5	k.A.
Die Webseite ist übersichtlich aufgebaut.						
Ich kann mich auf der Webseite gut orientieren.						
Ich kann schnell die für mich wichtigsten Informationen finden.						
Die Webseite ist klar gegliedert. (z. B. über Rubriken / Unterseiten / etc.)						
Die Rubriken und Unterseiten sind logisch aufgebaut.						
Die Inhalte der Webseite sind gut miteinander verknüpft.						
Die Webseite macht hilfreiche Querverweise / externe Links.						

Welche Orientierungshilfen nutzt die Webseite? Mehrfachauswahl möglich.

- Interne Suchmaschine
 Übersetzungs-Funktion
 Sprachsuch-Funktion
 Keine
 Vorlese-Funktion
 Sonstige: _____
 Navigations-Hilfe/Online-Assistent/Chat-Bot

Welche weiteren Anmerkungen und konkreten Verbesserungsvorschläge hast du zum Aufbau der Webseite?

Seite 04: 2. Layout und Gestaltung

Bitte schau dir das Layout bzw. die Gestaltung der Webseite genauer an. Inwiefern stimmst du folgenden Aussagen zu Layout und Gestaltung zu? Bitte vergib eine Punktzahl von 1 (Minimum) bis 5 (Maximum)!

	1	2	3	4	5	k.A.
Ich finde das Layout der Webseite ansprechend.						
Ich finde die verwendeten Farben ansprechend.						
Die Schriftarten sind gut leserlich.						
Es gibt zu den Inhalten passende Bilder, Piktogramme, geografische Formen etc.						
Die Handhabung der Webseite ist intuitiv.						

Welche Anmerkungen und konkreten Verbesserungsvorschläge hast du zum Layout und der Gestaltung der Webseite?

Seite 05: 3. Inhalt

Bitte sieh dir den Inhalt der Webseite genauer an. Inwiefern stimmst du folgenden Aussagen zu? Bitte vergib eine Punktzahl zwischen 1 (Minimum) und 5 (Maximum)!

	1	2	3	4	5	k.A.
Die Informationen sind klar und verständlich.						
Die Informationen sind detailliert.						
Es werden konkrete Schritte beschrieben und/oder Lösungen aufgezeigt.						
Die Texte enthalten hilfreiche Beispiele.						
Die Informationen werden am Ende kurz zusammengefasst.						
Die weiterführenden Links sind gut ausgewählt.						

Bitte kreuze an, welche von den folgenden Antworten zutreffen.

- Es gibt motivierende Erfolgsgeschichten.
- Es gibt Links zu anderen Webseiten mit weiteren Informationen.
- Es gibt ein Glossar/Index/Inhaltsverzeichnis.

Welche Anmerkungen und konkreten Verbesserungsvorschläge hast du zum Inhalt der Webseite?

Seite 06**Enthält die Webseite multimediale Inhalte, z. B. Bilder, Videos, etc.?**

- Nein
 Andere Videos
 Online-Rechner
 Ja, und zwar:
 Info-Graphiken
 Spiele
 Erklärvideos
 Beispielbilder bzw. Fotos
 oder Piktogramme
 Fragebogen /Quiz
 Sonstige: _____

Enthält die Webseite „Frequently asked questions (FAQ)“? Ja Nein

Seite 07: Filterfrage: Multimedia-Formate

Inwiefern stimmst du folgenden Aussagen zu? Bitte vergib eine Punktzahl zwischen 1 (Minimum) bis 5 (Maximum)!

	1	2	3	4	5	k.A.
Die Multimedia-Formate sind gut für neuzugewanderte Frauen geeignet.						
Die Multimedia-Formate sind gut gestaltet.						
Die Multimedia-Formate helfen dabei, den Inhalt bzw. einzelne Inhalte der Webseite besser zu verstehen.						

Welche Anmerkungen und konkreten Verbesserungsvorschläge hast du zu den Multimedia-Formaten?

Seite 08: Filterfrage: FAQ

Bitte schau dir die FAQ-Seite genauer an. Inwiefern stimmst du folgenden Aussagen zu? Bitte vergib eine Punktzahl zwischen 1 (Minimum) und 5 (Maximum)!

	1	2	3	4	5	k.A.
Ich finde die Auflistung der FAQs für die Zielgruppe geeignet.						
Ich finde die FAQ-Seite hilfreich bzw. würde sie weiterempfehlen.						

Welche Anmerkungen und konkreten Verbesserungsvorschläge hast du zu den FAQs?**Seite 09: 3. Sprache und Verständnis**

Bitte schau dir die deutsche Version der Seite an. Inwiefern stimmst du folgenden Aussagen zu? Bitte vergib eine Punktzahl zwischen 1 (Minimum) und 5 (Maximum).

	1	2	3	4	5	k.A.
Die verwendete Sprache ist gut verständlich.						
Die Sätze sind einfach und klar strukturiert.						
Die Länge der Texte ist angemessen.						
Die verwendete Sprache ist auch für Personen mit geringen Deutschkenntnissen (A2/B1) verständlich.						

Welche Anmerkungen und konkreten Verbesserungsvorschläge hast du zu Sprache und Verständlichkeit der Webseite?

Seite 10: Gibt es eine Version der Webseite in „leichter Sprache“? Ja Nein

Seite 11: Filterfrage: Version „leichte Sprache“

Bitte schau dir die Version in „leichter Sprache“ an. Inwiefern stimmst du folgenden Aussagen zu? Bitte vergib eine Punktzahl zwischen 1 (Minimum) und 5 (Maximum).

	1	2	3	4	5	k.A.
Der Wechsel zur Version „leichte Sprache“ ist einfach.						
Die Inhalte sind gut verständlich.						
Die Inhalte sind die gleichen wie in der ursprünglichen Version.						
Die Information sind genauso umfassend wie in der ursprünglichen Version.						
Die Version „leichte Sprache“ hilft dabei, die Inhalte der Webseite besser zu verstehen.						

Welche Anmerkungen und konkreten Verbesserungsvorschläge hast du zur Version „leichte Sprache“?

Seite 12

In welchen weiteren Sprachen ist die Webseite verfügbar?

- | | |
|----------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="radio"/> Keine | <input type="radio"/> Französisch |
| <input type="radio"/> Englisch | <input type="radio"/> Rumänisch |
| <input type="radio"/> Arabisch | <input type="radio"/> Russisch |
| <input type="radio"/> Türkisch | <input type="radio"/> Polnisch |
| <input type="radio"/> Griechisch | <input type="radio"/> Sonstige: _____ |
| <input type="radio"/> Spanisch | |

Seite 13: Filterfrage: Übersetzte Version

Bitte schau dir die übersetzte Version der Webseite an. Welche Übersetzung bewertest du?

- | | |
|-----------------------------------|---|
| <input type="radio"/> Englisch | <input type="radio"/> Rumänisch |
| <input type="radio"/> Arabisch | <input type="radio"/> Russisch |
| <input type="radio"/> Türkisch | <input type="radio"/> Polnisch |
| <input type="radio"/> Griechisch | <input type="radio"/> Sonstige: _____ |
| <input type="radio"/> Spanisch | <input type="radio"/> Keine, da ich keine der angebotenen Sprachen spreche. |
| <input type="radio"/> Französisch | |

Inwiefern stimmst du den Aussagen zu? Bitte vergib hierfür eine Punktzahl zwischen 1 (Minimum) und 5 (Maximum).

	1	2	3	4	5	k.A.
Der Wechsel zur übersetzten Version der Webseite ist einfach. Die übersetzte Seite ist einfach zu finden.						
Die Struktur der deutschen Webseite ist genauso aufgebaut wie die der übersetzten Seite.						
Die Übersetzung ist gut verständlich.						
Die Inhalte sind in der Übersetzung die gleichen wie in der deutschen Version.						
Die Übersetzung hilft dabei, die Informationen der Webseite besser zu verstehen.						
Die Links / Querverweise führen mich zu Quellen in der gleichen Sprache wie die der Übersetzung.						

Welche Anmerkungen und konkreten Verbesserungsvorschläge hast du zur übersetzten Version?

Kannst bzw. möchtest du noch eine weitere Übersetzung bewerten? Ja Nein

Seite 14–15: Wiederholung Filterfrage Übersetzte Version

Seite 16: Mobile Version/Smart-Phone Version/App

Bitte gib die URL in den Browser deines Smart-Phones ein oder lade die Seite in der Facebook-App bzw. der Integreat-App herunter. Schau dir nun bitte die mobile Version des Online-Angebots an.

Welche mobile Version schaust du dir an?

- Eine App Eine Webseite im Browser meines Smart-Phones/Tablets
 Eine Facebook-Seite Sonstiges: _____

Inwiefern stimmst du folgenden Aussagen zu?

Bitte vergib hierfür eine Punktzahl zwischen 1 (Minimum) und 5 (Maximum).

	1	2	3	4	5	k.A.
Der Wechsel zur mobilen Version der Webseite ist einfach.						
Die mobile Version ist übersichtlich gestaltet.						
Die Handhabung der mobilen Version ist einfach und intuitiv.						
Die Inhalte in der mobilen Version sind die gleichen wie in der Browser-Version.						
Die Informationen in der mobilen Version sind genauso umfangreich wie in der Browser-Version.						

Welche Anmerkungen und konkreten Verbesserungsvorschläge hast du zur mobilen Version der Webseite?

Seite 17: 4. Verlässlichkeit und Transparenz

Bitte schau dir die Webseite bezüglich Verlässlichkeit und Transparenz an. Inwiefern stimmst du folgenden Aussagen zu? Bitte vergib hierfür eine Punktzahl zwischen 1 (Minimum) und 5 (Maximum).

	1	2	3	4	5	k.A.
Die Webseite wirkt bezüglich der dargestellten Inhalte vertrauenswürdig.						
Die Aktualität der dargestellten Informationen ist erkennbar.						
Die Quellen der dargestellten Informationen sind leicht erkennbar.						
Die Quellen, auf die sich die Webseite bezieht, wirken verlässlich.						
Es ist erkennbar, wohin die Links/Querverweise führen (z. B. weil sie eine Beschreibung enthalten, etc.).						

Welche Anmerkungen und konkreten Verbesserungsvorschläge hast du zur Verlässlichkeit und Transparenz der Webseite?

Seite 18: 5. Möglichkeit zur Kontaktaufnahme und Beratung

Im nächsten Schritt der Begutachtung geht es um die Themen Kontaktaufnahme und Beratung. Bitte versuche hierfür, mit dem Anbieter Kontakt aufzunehmen und, soweit die Möglichkeit besteht, dich digital beraten zu lassen. Im Anschluss bewerte bitte deine Erfahrung. Du kannst hierfür den Fragebogen auf dem grünen Button unten in der Mitte jederzeit pausieren. Er wird gespeichert und du kannst unter der gleichen URL-Adresse hier weitermachen.

Gibt es eine Möglichkeit zur Kontaktaufnahme? Ja Nein

Seite 19: Filterfrage: In welcher Form kannst du Kontakt aufnehmen?

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> Telefonisch | <input type="radio"/> Chat-Bot/Online-Assistent |
| <input type="radio"/> Per E-Mail | <input type="radio"/> Per Video-Chat |
| <input type="radio"/> Per Chat | <input type="radio"/> Sonstiges: _____ |
| <input type="radio"/> Per Forum | <input type="radio"/> Keine |
| <input type="radio"/> Messenger (Facebook, WhatsApp, Telegram, etc.) | |

Seite 20: Digitale Beratungsangebote

Wenn möglich, lass dich nun von dem Anbieter in einem digitalen Format beraten. Du kannst den Fragebogen pausieren („Gutachten unterbrechen“ – Button). Sobald du eine Beratung erhalten hast, spätestens aber nach 7 Tagen, führe bitte den Fragebogen (über die selbe URL) fort.

Du hast eine Beratung in einem digitalen Format erhalten. In welchem genau?

- | | | |
|----------------------------------|--|--|
| <input type="radio"/> Per E-Mail | <input type="radio"/> Messenger (Facebook, WhatsApp, Telegram, etc.) | <input type="radio"/> Per Video-Chat |
| <input type="radio"/> Per Chat | | <input type="radio"/> Sonstiges: _____ |
| <input type="radio"/> Per Forum | <input type="radio"/> Chat-Bot/Online-Assistent | |

Wann hat sich die Beraterin/der Berater bei dir zurückgemeldet?

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="radio"/> Nach weniger als einer Stunde | <input type="radio"/> Nach 4–7 Tagen | <input type="radio"/> Sonstiges: _____ |
| <input type="radio"/> Nach weniger als einem Tag | <input type="radio"/> Ich habe innerhalb von 7 Tagen keine Rückmeldung bekommen. | |
| <input type="radio"/> Nach 1–3 Tagen | | |

Bitte bewerte deine Erfahrung bezüglich der erhaltenen digitalen Beratung. Inwiefern stimmst du folgenden Aussagen zu?
Bitte vergib hierfür eine Punktzahl zwischen 1 (Minimum) und 5 (Maximum).

	1	2	3	4	5	k.A.
Ich habe auf meine Anfrage schnell eine Rückmeldung erhalten						
Die Beratung war hilfreich.						
Ich fühlte mich durch die Beraterin/den Berater ernst genommen.						
Die Beraterin/der Berater drückte sich klar und verständlich aus.						
Die Beratung richtete sich nach meinem individuellen Bedarf.						
Die Beratung wurde in einer Sprache angeboten, die ich verstehe.						
Die Beraterin/der Berater kannte sich in ihrem/seinem Themenbereich sehr gut aus.						
Die Beraterin/der Berater konnte ihre/seine Angaben mithilfe von Verweisen belegen.						
Die Beraterin/der Berater konnte mich an eine für mich geeignete Stelle weiterverweisen.						
Ich würde diesen Anbieter an Personen mit ähnlichen Fragen weiterempfehlen.						

Welche Anmerkungen und konkreten Verbesserungsvorschläge hast du bezüglich der digitalen Beratung?

Seite 21: Feedback-Funktion

Gibt es die Möglichkeit zu den erhaltenen Informationen bzw. der Beratung Feedback zu geben? Ja Nein

Wenn ja, welche Anmerkungen und konkreten Verbesserungsvorschläge hast du zur Feedbackfunktion?

Seite 22: Gutachten abschicken

Literatur

- Berger, A./Pallmann, I., 2022:** Neuzugewanderte Frauen besser erreichen, informieren und beraten. Chancen und Möglichkeiten der Nutzung digitaler Medien. minor-kontor.de/neuzugewanderte-frauen-besser-informieren-und-beraten-2/ (13.04.2023).
- Ferchichi, R., 2020:** Daten zum Modellprojekt ‚MB 4.o – Gute Arbeit in Deutschland‘. minor-kontor.de/daten-zum-modellprojekt-mb-4-o/ (28.08.2023).
- Haklay, M./Dörler, D./Heigl, F./Manzoni, M./Hecker, S./Vohland, K., 2021:** What Is Citizen Science? The Challenges of Definition, S. 13-33 in: Vohland, K. et al., The Science of Citizen Science. Basel: Springer. link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-58278-4_2 (10.10.2023).
- Hampel, A./Spitaleri, L., 2022:** Für Menschen, nicht für Institutionen Citizen-Science-Analyse digitaler Informationsangebote zur Arbeitsmarktintegration für Neuzugewanderte. www.netzwerk-iq.de/fileadmin/Redaktion/Downloads/Fachstelle_Einwanderung/Publicationen_2022/Minor_FE_Citizen_Science_Analyse_2022.pdf (13.04.2023).
- Stapf, T., 2019:** Migration/Digital. Die Bedeutung der sozialen Medien für Ankommen, Orientierung und Teilhabe von Neuzugewanderten in Deutschland. Berlin: Mensch und Buch Verlag. minor-kontor.de/migration-digital/ (13.04.2023).

Weiterführende Literatur

- Aboassi, M./Melnikova, A./Stapf, T./Vochin, M. V., 2022:** „Digital Streetwork“ für Neuzugewanderte jetzt live in Berlin! Zwischenbericht des Projektes „Neu in Berlin Live“. minor-kontor.de/digital-streetwork-in-berlin-jetzt-live/ (27.9.2023).
- Pfeffer-Hoffmann, C. (Hrsg.), 2021:** Migrationsberatung 4.o. Gute Arbeit in Deutschland. Beratungsrichtlinien. minor-kontor.de/migrationsberatung-4-ogute-arbeit-in-deutschland/ (27.9.2023).
- Pfeffer-Hoffmann, C. (Hrsg.), 2022:** Migrationsberatung in sozialen Medien. Berlin: Mensch und Buch Verlag. minor-kontor.de/migrationsberatung-in-sozialen-medien/ (27.9.2023).
- Pfeffer-Hoffmann, C. (Hrsg.), 2023:** Digital Streetwork im Projekt Fem.OS. Beratungsarbeit in den sozialen Medien als Wegweiser für Migrantinnen. Berlin: Mensch und Buch Verlag. minor-kontor.de/digital-streetwork-im-projekt-fem-os/ (27.9.2023).

„Unsere Bewertungen und Anregungen werden hoffentlich dabei helfen, den Institutionen eine Idee zu geben, wie sie neu migrierten Frauen besser helfen können.“

Zeynep Deniz Kavak
