



Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen

 Förderprogramm „Integration durch Qualifizierung IQ“

**Vergleichende Analyse regionaler und
kommunaler Förderkonzepte**

**Christiane Fritsche
Ildikó Pallmann
Janine Ziegler
Christian Pfeffer-Hoffmann**

www.netzwerk-iq.de

Christiane Fritsche, Ildikó Pallmann, Janine Ziegler, Christian Pfeffer-Hoffmann (Hrsg.)

Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen
Vergleichende Analyse regionaler und kommunaler
Förderkonzepte

Christiane Fritsche, Ildikó Pallmann, Janine Ziegler, Christian Pfeffer-Hoffmann (Hrsg.)

Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen

Vergleichende Analyse regionaler und kommunaler
Förderkonzepte

Impressum

ISBN 978-3-96729-075-2

© 2020 Mensch und Buch Verlag

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Herausgebers unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Träger der *Fachstelle Einwanderung*, in deren Rahmen diese Publikation entstand, ist



www.minor-kontor.de

Umschlaggestaltung: Markel Anasagasti

Das Förderprogramm „Integration durch Qualifizierung (IQ)“ wird durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales gefördert.



In Kooperation mit:



Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	7
1. Einleitung	9
2. Statistische Einordnung der Antworten	13
3. Ergebnisse der Online-Befragung	16
3.1. „Besondere Unterstützung und Stärkung“: Migrantinnen als Zielgruppe	16
3.2. „Wege in die Arbeitswelt“: Ziele	19
3.3. „Von unterschiedlichen Stellen und Ebenen“: Impulsgebende	21
3.4. Austausch und Netzwerkarbeit: Umsetzung	25
3.5. Erfolgsfaktoren und gute Rahmenbedingungen	29
3.6. Mehr Kinderbetreuung und Sprachkurse: Wünsche	32
3.7. Netzwerken und über den Tellerrand gucken: Empfehlungen	35
4. Ansätze zur Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen	38
4.1. Überblick: Regelgeschäft, Einzelmaßnahmen und strukturelle Modelle	38
4.2. Beispiele für die Betreuung im Regelgeschäft	41
4.3. Beispiele für Einzelmaßnahmen	42
5. Strukturelle Ansätze zur Arbeitsmarktförderung von Migrantinnen	48
5.1. Statistische Einordnung	48
5.2. „Gute Angebote in einer guten Atmosphäre“: Beispiele für strukturelle Modelle	51
6. Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen durch Jobcenter in kommunaler Trägerschaft	57
6.1. „In kleinen Schritten an den Arbeitsmarkt heranzuführen“: Zielgruppe und Ziele	57
6.2. Nähsschule und Digitales Know-how: Beispiele für Einzelmaßnahmen	59
6.3. „Keiner soll verloren gehen“: Der strukturelle Ansatz des Grafschafter Jobcenters	62
6.4. Ausbau der Kinderbetreuung und Vereinfachung der Anerkennungsverfahren: Wünsche	63
7. Fazit und Ausblick	64

ANHANG

Literaturverzeichnis.....	69
Abbildungsverzeichnis.....	70
Fragebogen für Jobcenter und Agenturen für Arbeit	71
Autor*innen.....	73

Zusammenfassung

Die vorliegende Fallstudie zur Integration von Migrantinnen in den deutschen Arbeitsmarkt basiert auf den Antworten von 88 Jobcentern, Agenturen für Arbeit und Jobcentern zugelassener kommunaler Träger (zkT) in der ganzen Bundesrepublik, die sich an einer Online-Befragung der IQ Fachstelle Einwanderung beteiligt haben. Der Band analysiert das Vorgehen der Dienststellen statistisch und stellt vielversprechende Ansätze heraus, insbesondere strukturelle Modelle, bei denen Agenturen für Arbeit und Jobcenter die Arbeitsmarktförderung von Migrantinnen nicht nur über Einzelmaßnahmen, sondern mit einer langfristigen Strategie angehen. Die wesentlichen Erkenntnisse sind:

- Migrantinnen sind nach wie vor auf dem deutschen **Arbeitsmarkt unterrepräsentiert**. Von dem aufgrund der Maßnahmen zur Eindämmung des Corona-Virus bedingten Anstieg der Meldungen zur Arbeitsuche und Arbeitslosigkeit sind sie stärker betroffen als Frauen mit deutscher Staatsangehörigkeit.
- Für eine erfolgreiche Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen gibt es **kein Patentrezept**, doch vor allem die Jobcenter und Agenturen für Arbeit mit strukturellen Modellen liefern wichtige Anhaltspunkte.
- Statt mit den Frauen in der für sie oft ungewohnten Atmosphäre des Jobcenters oder der Agentur für Arbeit erstmals in Kontakt zu treten, bietet es sich an, **Orte zu wählen, an denen sich die Migrantinnen ohnehin aufhalten** und die ihnen, wie Mütterzentren oder Sprach- und Integrationskurse externer Träger, vertraut sind. Hilfreich ist es, wenn es dabei auch Kinderbetreuungsmöglichkeiten gibt.
- Es ist ratsam, möglichst schon **während der Elternzeit** mit Migrantinnen in den Dialog zu treten und ihnen Möglichkeiten aufzuzeigen, auch mit kleinen Kindern an Aktivierungs-, Förder- und Integrationsmaßnahmen teilzunehmen, z. B. Integrationskursen mit Kinderbetreuung.
- Vielversprechend sind die Entwicklung einer **umfassenden Strategie** zur Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen in den einzelnen Jobcentern und Agenturen für Arbeit und, darauf basierend, die Aufnahme ausgewählter und aufeinander aufbauender Einzelmaßnahmen ins Portfolio.
- Bei den konkreten Maßnahmen ist eine **möglichst große Bandbreite** ratsam, angefangen von niederschweligen Vorträgen von „Role Models“ und Orientierungskursen mit Basisinformationen zum Leben in Deutschland über Sprach- und Integrationskurse bis hin zu Coachings und Bewerbungstrainings.

- Erfolgreiche kreative Projekte einiger Jobcenter und Agenturen für Arbeit können auch andere Dienststellen dazu anregen, mit **Mut und Phantasie** neue Wege einzuschlagen.
- Gerade in Zeiten der Corona-Pandemie sind Ansätze zum **virtuellen Lernen** für bestimmte Personengruppen vielversprechend.
- Auf Platz eins der Wunschliste der Jobcenter und Agenturen für Arbeit stehen der **Ausbau der Kinderbetreuung** sowie mehr Kurse speziell für Mütter, bei denen die Migrantinnen lernen können, während die Kinder gleichzeitig betreut werden.
- Vielen Jobcentern und Agenturen für Arbeit sind die **bedarfsgerechte Sprachförderung**, die Koordination und die Transparenz der verschiedenen Angebote große Anliegen.
- Von zentraler Bedeutung für die erfolgreiche Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen ist ein **dicht geknüpftes lokales Netzwerk** mit externen Partner*innen. Allerdings erfordert erfolgreiches Netzwerken viel Zeit und Energie und muss deshalb strategischer Ansatz in den Agenturen für Arbeit und Jobcentern sein.

1. Einleitung

Wie fördern Agenturen für Arbeit und Jobcenter Migrantinnen bei der Integration in den Arbeitsmarkt? Diese Frage steht im Zentrum des vorliegenden Bands. Die Fallstudie basiert auf den Veröffentlichungen der IQ Fachstelle Einwanderung zur Arbeitsmarktintegration geflüchteter Frauen (Montero Lange/Ziegler 2017; Pfeffer-Hoffmann 2018) sowie auf einer aktuellen Studie zu EU-Zugewanderten bei Jobcentern und Agenturen für Arbeit (Pfeffer-Hoffmann 2020). Daneben versteht sich dieser Band als Fortschreibung der von der IQ Fachstelle Einwanderung im Förderprogramm „Integration durch Qualifizierung (IQ)“ vorgelegten Publikation zu geflüchteten Frauen als Zielgruppe der Arbeitsmarktförderung (Pallmann et al. 2019). Dafür wurden mit Unterstützung der Bundesagentur für Arbeit (BA) geflüchtete Frauen nach ihren Erfahrungen, Wünschen und Bedürfnissen auf dem Weg in den deutschen Arbeitsmarkt befragt. Basierend darauf nimmt der vorliegende Band nun das Vorgehen der Jobcenter und Agenturen für Arbeit in den Blick. Anders als in der ersten Studie stehen dabei nicht ausschließlich geflüchtete Frauen im Zentrum, sondern Migrantinnen generell. Der vorliegende Band vermittelt einen ersten Überblick über Maßnahmen zur Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen. Darauf aufbauend wählt die IQ Fachstelle Einwanderung unter den eingegangenen Rückmeldungen einzelne Modelle als Best-practice-Ansätze aus. Um diese en détail zu untersuchen, sind vertiefende Interviews mit den involvierten Akteur*innen vor Ort geplant. Die Ergebnisse werden in einer Folgestudie veröffentlicht.

Nach wie vor sind Migrantinnen auf dem deutschen Arbeitsmarkt unterrepräsentiert: Während von den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (svB) mit deutscher Staatsangehörigkeit 48,0 % weiblich sind, ist der Anteil der Frauen bei den sozialversicherungspflichtig beschäftigten Migrant*innen mit 36,8 % deutlich geringer (siehe Abbildung 1). Gleichzeitig ist bei Migrantinnen der Anteil der ausschließlich geringfügig Beschäftigten (agB) mit 19,1 % mehr als doppelt so hoch wie bei Migranten (siehe Abbildung 2).

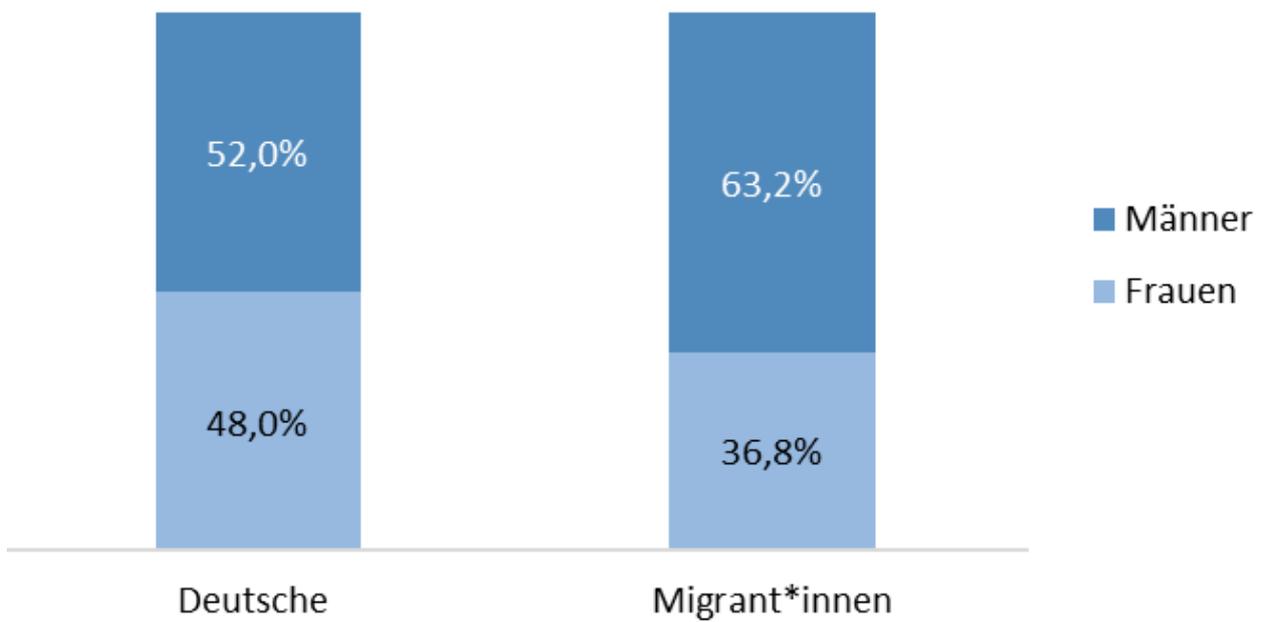


Abbildung 1: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Staatsangehörigkeit und Geschlecht (Stand Juli 2020)

Eigene Berechnung und Darstellung nach BA 2020c © Minor

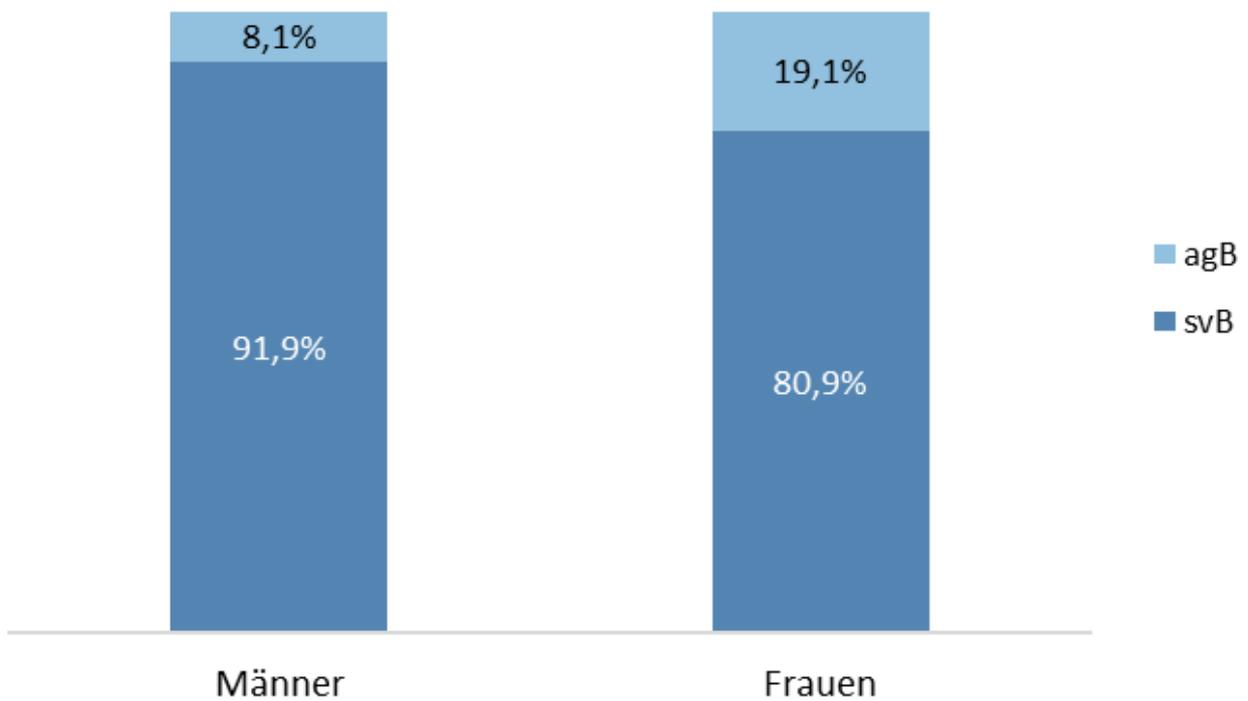


Abbildung 2: Migrant*innen nach Beschäftigungsform (Stand Dezember 2019)

Eigene Berechnung und Darstellung nach BA 2019 © Minor

Die Studie stellt innovative Ansätze zur Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen vor. Von besonderem Interesse sind strukturelle Modelle, die die Frauen nicht ausschließlich mit Einzelmaßnahmen, sondern mit aufeinander aufbauenden bzw. verzahnten Angeboten fördern. Daneben werden die Rahmenbedingungen beleuchtet, also die Frage, welche Voraussetzungen idealerweise vorhanden sein sollten, damit Migrantinnen Fuß auf dem Arbeitsmarkt fassen. Außerdem wird die regionale Zielsetzung der Jobcenter und Agenturen für Arbeit analysiert und untersucht, welche Personengruppen sie in erster Linie im Blick haben und welche Wirkung sie erzielen möchten. Ein weiterer Schwerpunkt sind Kooperationsmodelle, d. h. die Frage, mit welchen (externen) Akteur*innen Jobcenter und Agenturen für Arbeit zusammenarbeiten und wie sie dabei vorgehen.

Chancengleichheit am Arbeitsmarkt

Die Förderung der Chancengleichheit von Frauen und Männern ist Querschnittsaufgabe im Rahmen aller geschäftspolitischen Ziele der Arbeitsagenturen sowie der gemeinsamen Einrichtungen und als durchgängiges Prinzip zu verfolgen (§1 SGB II und SGB III). Die Bundesagentur für Arbeit wirkt Benachteiligungen und geschlechterstereotypen Zuschreibungen aktiv entgegen, indem sie Frauen und Männer während der gesamten Erwerbsbiografie beratend begleitet und ihnen in ihrer jeweiligen Bedarfslage die bestmögliche Förderung und Unterstützung zur Integration in den Ausbildungs- und Arbeitsmarkt zukommen lässt. Ziel ist die langfristige, wirtschaftlich unabhängige und gleichberechtigte Teilhabe am Arbeitsmarkt.

Um das Ziel der Gleichstellung als Leitmotiv im täglichen Handeln und Entscheiden aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Agenturen für Arbeit und Jobcentern zu verankern, gibt es in jedem Jobcenter und in jeder Agentur für Arbeit Beauftragte für Chancengleichheit (BCA) (§385 SGB III und §18e SGB II). Die BCA beraten und unterstützen die Geschäftsführung und ihre Kolleginnen und Kollegen durch Information und beraten sie zu übergeordneten Fragen der Gleichstellung von Frauen und Männern, der Frauenförderung sowie der Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Sie tragen mit ihrem Angebot dazu bei, dass auch Fach- und Führungskräfte geschlechtsspezifische Herausforderungen am Arbeitsmarkt wahrnehmen und ihnen sinnvoll begegnen. Damit sowohl das Leitprinzip der Gleichstellung von Frauen und Männern als auch der gesetzliche Auftrag der

Frauenförderung sowie der Förderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf beachtet und umgesetzt werden, leisten die BCA vollumfängliche Unterstützung. Ferner arbeiten sie mit Arbeitsmarktpartner*innen sowie Netzwerken zu den Fragen der Gleichstellung im Erwerbsleben zusammen und vernetzen sich mit Kolleg*innen aus anderen Agenturen für Arbeit und Jobcentern. Dabei soll im Sinne des Gender Mainstreaming jegliches Handeln die unterschiedlichen Lebenssituationen und Interessen von Frauen und Männern berücksichtigen.

Bei der Umsetzung ihrer geschäftspolitischen Ziele beachtet die Bundesagentur für Arbeit auch die Vielfaltsthemen Gleichstellung, Chancengleichheit, Migration und Inklusion (BA 2020b).

Das Kompetenzzentrum Chancengleichheit am Arbeitsmarkt der Zentrale der Bundesagentur für Arbeit unterstützte die Studie, indem es die Agenturen für Arbeit und die Jobcenter um deren freiwillige Beteiligung an der Online-Befragung bat. An der Befragung nahmen BCA, Migrationsbeauftragte und auch Verantwortliche von Flucht- und Asylteams teil.

Um Jobcenter und Agenturen für Arbeit im gesamten Bundesgebiet zu befragen, hat die IQ Fachstelle Einwanderung einen Fragebogen zu Zielstellung sowie zu innovativen Ansätzen und Modellen zur Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen entworfen. Gefragt wurde auch nach Wünschen und Empfehlungen.

Die Jobcenter zugelassener kommunaler Träger (zKT) erhielten die Information über die Online-Befragung über den Deutschen Landkreistag. Die Antworten gingen zwischen September 2019 und Ende Januar 2020 online bei der IQ Fachstelle Einwanderung ein.

Die vorliegende Studie wertet zunächst die Antworten aus der Online-Befragung statistisch aus und untersucht unter anderem Zielgruppen, Impulsgebende und Wünsche der befragten Dienststellen. Anschließend werden Beispiele für die Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen vorgestellt. Weil strukturelle Ansätze, bei denen Agenturen für Arbeit und Jobcenter die Arbeitsmarktförderung von Migrantinnen nicht nur über Einzelmaßnahmen, sondern über aufeinander abgestimmte Angebote unter Beteiligung aller Arbeitsmarktakteur*innen von besonderem Interesse sind, ist diesen Modellen ein eigenes Kapitel gewidmet. Auch das Vorgehen der Jobcenter in kommunaler Trägerschaft wird in einem eigenen Kapitel untersucht.

2. Statistische Einordnung der Antworten

Von den insgesamt 156 Agenturen für Arbeit und 302 Jobcentern in der Bundesrepublik (BA 2020a) nahmen 77 an der freiwilligen Online-Befragung teil. Dies entspricht 16,8 % der Dienststellen. Daneben beteiligten sich elf der bundesweit 104 Jobcenter zugelassener kommunaler Träger (Kommunale Jobcenter 2020) an der Befragung, also 10,6 % aller zKts. Insgesamt liegen Antworten aus 88 Häusern vor.

Betrachtet man den Rücklauf aus den einzelnen Bundesländern, fallen starke Abweichungen auf (siehe Abbildung 3). Mit 22 Fragebögen stammen die meisten Antworten aus Bayern. Es folgen Nordrhein-Westfalen (15 Antworten), Niedersachsen (zwölf Antworten) und Baden-Württemberg (neun Antworten). Damit stammen aus diesen vier Bundesländern 58 der insgesamt 88 Fragebögen, also 65,9 % aller Antworten.¹ Deutlich geringer war die Resonanz in Sachsen und Hessen (je sieben Antworten) sowie in Rheinland-Pfalz, Thüringen und dem Saarland (je drei Antworten). Je zwei Antworten stammen aus Sachsen-Anhalt und Schleswig-Holstein sowie je eine aus Bremen, Hamburg und Berlin. Aus den Dienststellen in Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern liegen keine Rückmeldungen vor.

Bei der Antwortverteilung gibt es ein starkes Ungleichgewicht zwischen Ost und West (siehe Abbildung 4). Während 76 Fragebögen aus Westdeutschland stammen (86,4 %), sind die ostdeutschen Bundesländer mit zwölf Fragebögen (13,6 %) stark unterrepräsentiert.

¹ Bei diesen Bundesländern handelt es sich um die Länder mit den meisten Jobcentern und Agenturen für Arbeit: So gibt es in Bayern 106 Jobcenter und Agenturen für Arbeit, in Baden-Württemberg sind es 52 und in Nordrhein-Westfalen 65 (BA 2020d, BA 2020e und BA 2020f).

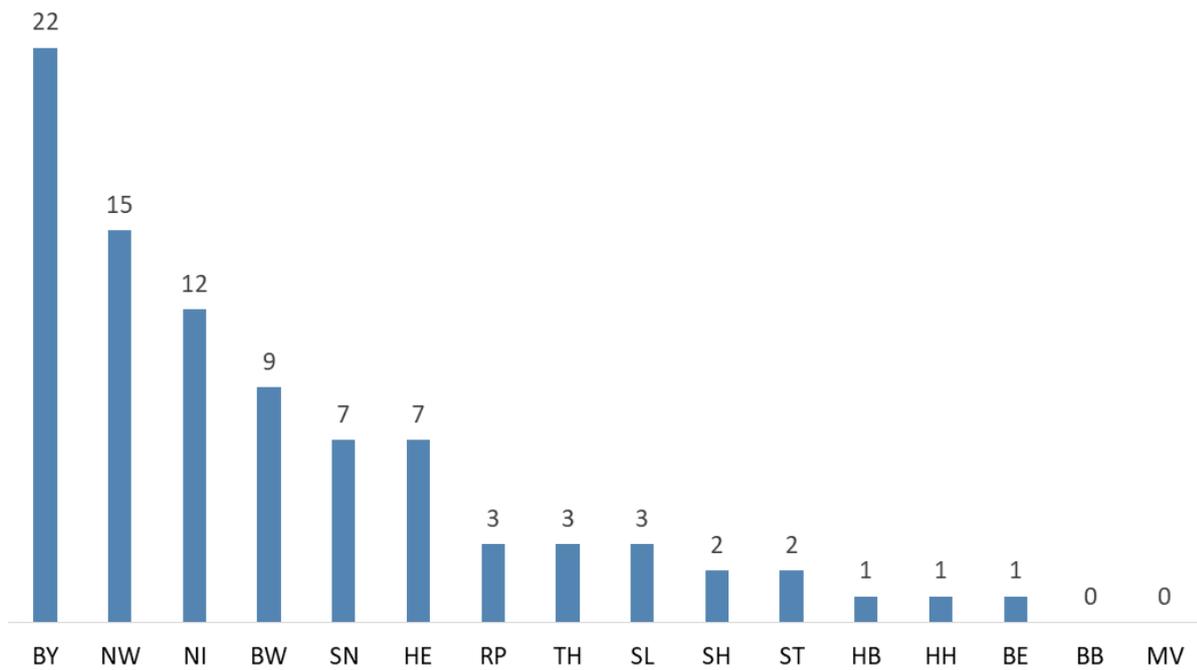


Abbildung 3: Rücklauf nach Bundesländern

n= 88 © Minor

BY: Bayern; NW: Nordrhein-Westfalen; NI: Niedersachsen; BW: Baden-Württemberg; SN: Sachsen; RP: Rheinland-Pfalz; TH: Thüringen; SL: Saarland; HE: Hessen; BE: Berlin; ST: Sachsen-Anhalt; HB: Bremen; HH: Hamburg; SH: Schleswig-Holstein; BB: Brandenburg; MV: Mecklenburg-Vorpommern

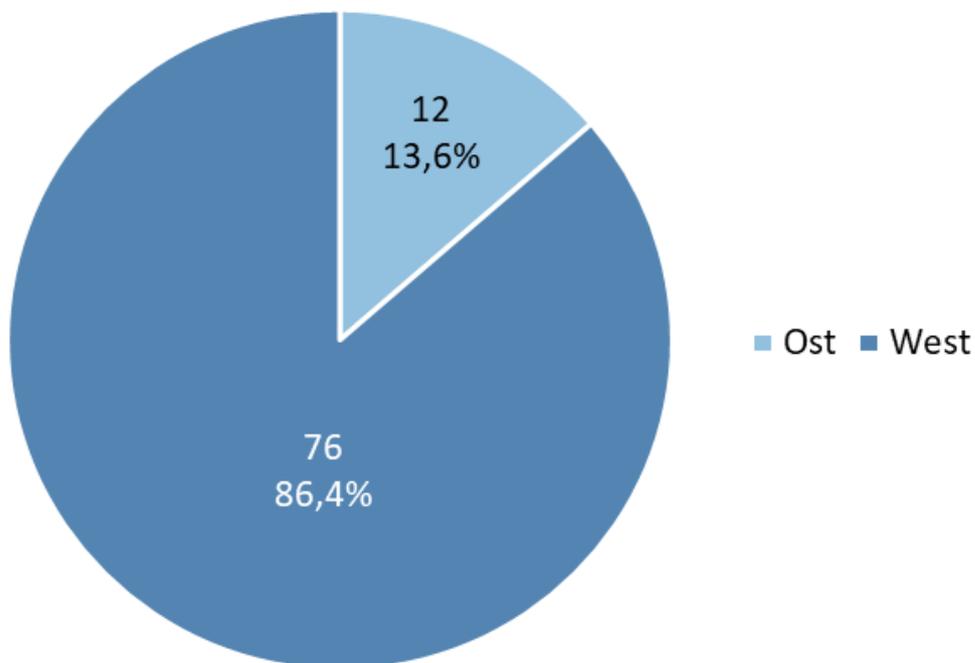


Abbildung 4: Rücklauf aus Ost- und Westdeutschland

n= 88 © Minor

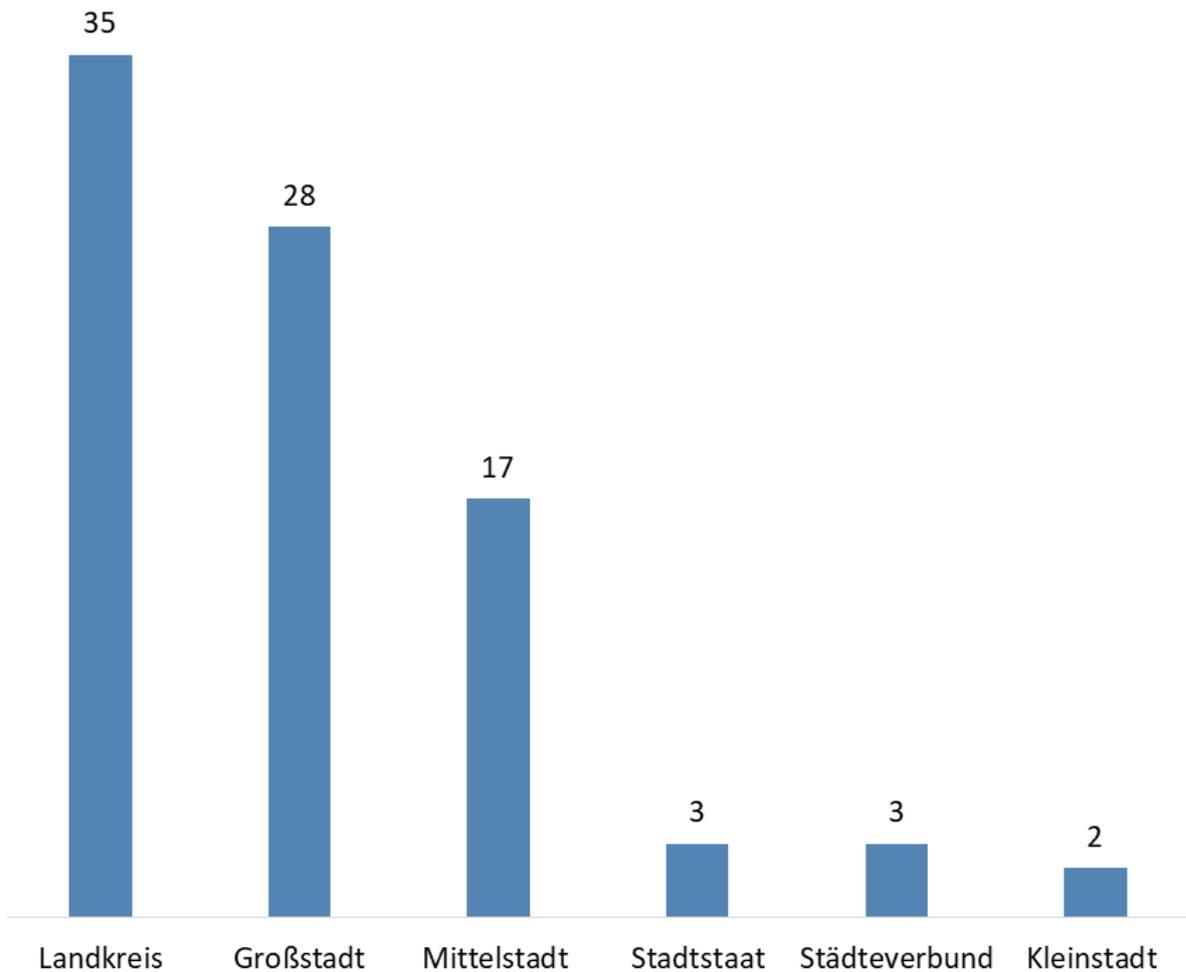


Abbildung 5: Rücklauf nach Standorten der Jobcenter und Agenturen für Arbeit
n= 88 © Minor

Auch bei den Standorten gibt es Unterschiede (siehe Abbildung 5). Mit 35 Antworten sind Dienststellen in Landkreisen am häufigsten vertreten, gefolgt von Häusern in Großstädten (28 Antworten) sowie in Mittelstädten mit 20.000 bis 100.000 Einwohner*innen (17 Antworten). Mit jeweils drei Antworten ist der Rücklauf aus Städteverbänden und den drei Stadtstaaten Hamburg, Bremen und Berlin deutlich geringer. Dasselbe gilt mit zwei Antworten für Kleinstädte mit bis zu 20.000 Einwohner*innen. Die Städteverbände und Kleinstädte sind also ebenso „blinde Flecken“ der vorliegenden Studie wie die unterrepräsentierten ostdeutschen Bundesländer.

Schließlich unterscheidet sich auch die Qualität der Antworten. Während einige Jobcenter und Agenturen für Arbeit mit erkennbar großem Aufwand die Fragebögen ausgefüllt und ausführlich Beispiele für ihre Arbeit genannt haben, haben andere ihr Vorgehen nur knapp in Stichpunkten umrissen. In diesen Fällen war es entsprechend schwerer, sich ein detailliertes Bild von den konkreten Maßnahmen zur Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen zu machen.

3. Ergebnisse der Online-Befragung

3.1. „Besondere Unterstützung und Stärkung“: Migrantinnen als Zielgruppe

Im Folgenden werden zunächst ausschließlich die Antworten der Jobcenter und Agenturen für Arbeit ausgewertet; die Rückmeldungen der zKTs werden in Kapitel 6 analysiert. Auf die Frage, wen sie mit ihren Maßnahmen zur Arbeitsmarktintegration ansprechen, führten die einzelnen Jobcenter und Agenturen für Arbeit zum Teil mehrere Personengruppen an: Insgesamt gab es in der Rubrik Zielgruppe 125 Rückmeldungen. Dabei verwenden die Jobcenter und Agenturen für Arbeit acht verschiedene Begriffe (siehe Abbildung 6), die sich zum Teil wie z. B. „Mütter“ und „geflüchtete Mütter“ überschneiden. Einige Dienststellen fokussieren unterschiedliche Zielgruppen mit Blick auf das Alter oder das Sprachniveau (siehe unten).

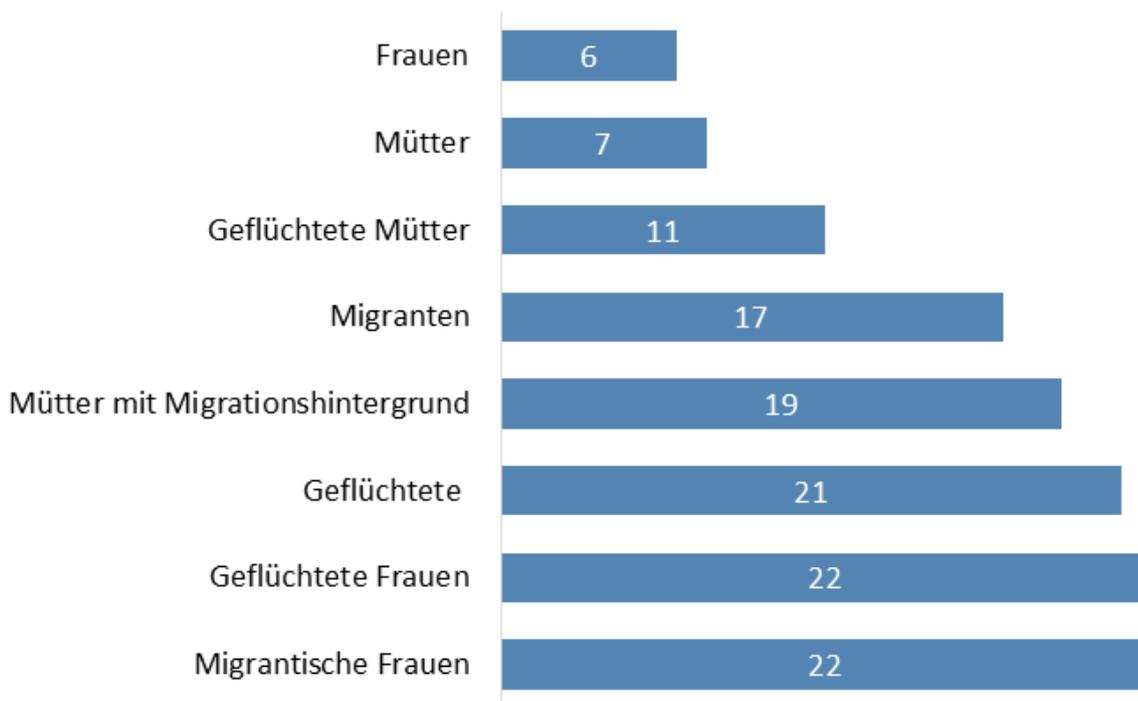


Abbildung 6: Von den teilnehmenden Jobcentern und Agenturen für Arbeit benannte Zielgruppen

n= 77. Die Befragten konnten bei dieser Frage mehrere Antworten geben. © Minor

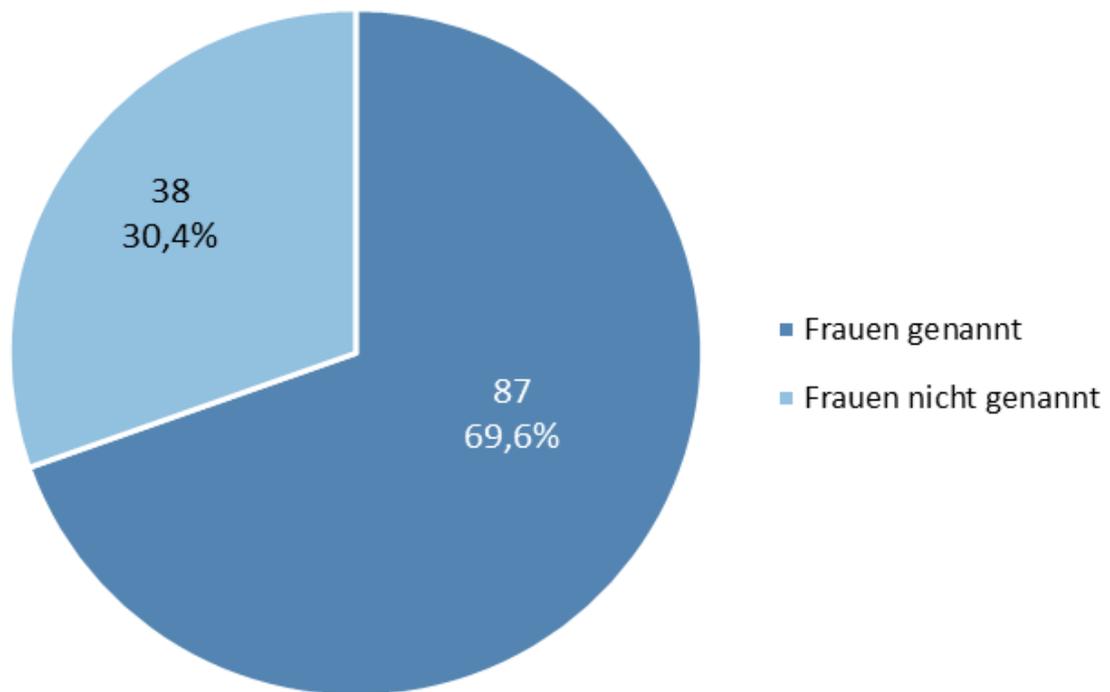


Abbildung 7: Nennung von Frauen als Zielgruppe © Minor

n= 77. Die Befragten konnten bei dieser Frage mehrere Antworten geben. © Minor

Je 22 Mal und damit am häufigsten wurden migrantische Frauen und geflüchtete Frauen genannt. 21 Mal gaben die Mitarbeitenden der Jobcenter und Agenturen für Arbeit Geflüchtete an, weitere 17 Mal Migranten. Das heißt: Insgesamt 38 Mal, also bei 30,4 % aller Rückmeldungen, wurden Frauen nicht explizit als Zielgruppe genannt (siehe Abbildung 7) – ob aus sprachlicher Unachtsamkeit oder weil die Dienststellen sie nicht speziell im Fokus haben, sei dahingestellt. Die Beauftragten für Chancengleichheit am Arbeitsmarkt, die im Rahmen ihres gesetzlichen Auftrags die Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen unterstützen, heben die besonderen Voraussetzungen von Migrantinnen als eigene Zielgruppe hervor wie die BCA aus einem Jobcenter:

„Frauen mit Migrations- oder Fluchthintergrund gründen häufig direkt nach dem Schulabschluss Familien. Wenn diese Frauen sich mit Mitte dreißig oder Mitte vierzig im Anschluss an die Erziehungszeiten entschließen, einen Berufsabschluss zu erwerben, bekommen sie meist keine Chance auf eine dauerhafte Integration am Arbeitsmarkt.“

Eine Kollegin ergänzt:

„Berücksichtigt man die gesellschaftlichen und persönlichen Erfahrungen von weiblichen Flüchtlingen, insbesondere aus einer patriarchalisch strukturierten Gesellschaft, mit Benachteiligungen und strukturellen Barrieren aufgrund ihres Geschlechtes, (sexualisierter) Gewalterfahrungen im Herkunftsland und auf der Flucht, so bedarf es für diesen Personenkreis einer besonderen Unterstützung und Stärkung der eigenen Ressourcen und zur Bewältigung der Alltagshürden (wie z. B. Kinderbetreuung), um ihre eigene zeitnahe berufliche und damit auch ihre soziale Integration voranzubringen.“

Für Niedersachsen fällt eine Abweichung vom bundesweiten Durchschnitt auf: Die zehn Jobcenter und Agenturen für Arbeit, die sich an der Umfrage beteiligten, führten nur einmal allgemein Geflüchtete als Zielgruppe an. Bei allen anderen Rückmeldungen in den Fragebögen aus diesem Bundesland ist stets explizit von Frauen die Rede.

Mütter tauchen mehrfach explizit als Zielgruppe auf. So gaben Jobcenter und Agenturen für Arbeit 19 Mal Mütter mit Migrationshintergrund als Zielgruppe an sowie elfmal geflüchtete Mütter und siebenmal allgemein Mütter. Damit wird das Wort Mütter insgesamt 37 Mal genannt, was 29,6 % aller Nennungen entspricht.

Einige Jobcenter und Agenturen für Arbeit konzentrieren sich auf eng gefasste Zielgruppen wie Migrantinnen mit Arabisch oder Kurdisch als Muttersprache, alleinerziehende Frauen mit Migrationshintergrund oder geflüchtete Frauen ohne Betreuungsmöglichkeiten für ihre Kinder. Daneben wenden sich manche Jobcenter und Agenturen für Arbeit vor allem an Personen, die mindestens über Deutschkenntnisse der Stufe A2 verfügen oder die eventuell aufgrund ihres Alters bessere Chancen auf dem Arbeitsmarkt haben.

Zur Zielgruppe gehören teilweise auch Mütter mit Kindern unter drei Jahren, die sich nach den gesetzlichen Vorgaben im SGB II auf den §10 Abs. 1 Nr.3 SGB II (Zumutbarkeit) berufen können und sich im Status „Nichtaktivierung“ befinden. So beraten unter anderem die Jobcenter in Bremen, Chemnitz, Forchheim und im Kreis Heinsberg Mütter noch in der Elternzeit zum beruflichen (Wieder)Ein-

stieg, mit dem Ziel der frühzeitigen Aktivierung für den Arbeitsmarkt, und erinnern sie „immer wieder“ daran, „dass sie jederzeit unsere Angebote in Anspruch nehmen können“, wie eine Mitarbeiterin betont.

3.2. „Wege in die Arbeitswelt“: Ziele

Weil die Jobcenter und Agenturen für Arbeit auf die Frage nach den Zielen ihrer Maßnahmen zur Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen zum Teil mehrere Absichten anführten, gibt es in den Fragebögen insgesamt 109 Nennungen. Sie lassen sich in zwei Gruppen unterteilen: 69 Mal, also bei 63,3 %, liegt der Fokus auf dem Arbeitsmarkt, das heißt das primäre Ziel ist, die Frauen in ein reguläres Beschäftigungsverhältnis zu vermitteln (siehe Abbildung 8). 40 Mal, also bei 36,7 %, steht die Perspektive der Migrantinnen im Vordergrund, also die Stärkung ihres Selbstbewusstseins und ihrer Eigenständigkeit als erster Schritt hin zur Integration in den Arbeitsmarkt.

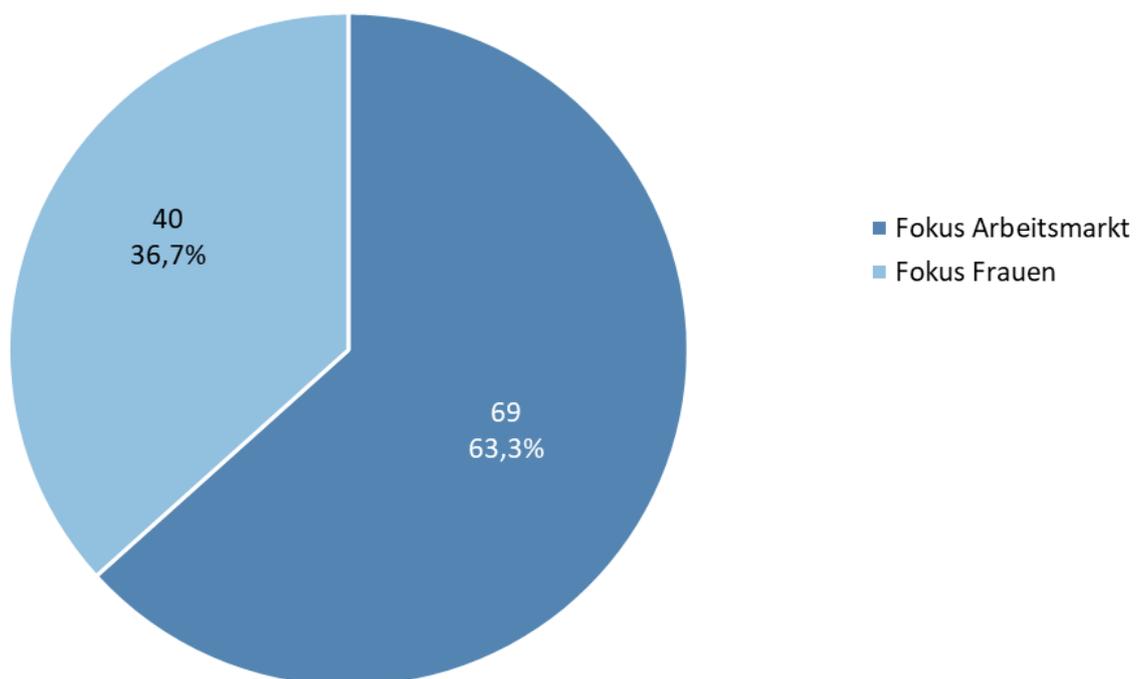


Abbildung 8: Zielsetzung der Maßnahmen

n= 77. Die Befragten konnten bei dieser Frage mehrere Antworten geben. © Minor

Bei den niedersächsischen Jobcentern und Agenturen für Arbeit ist das Verhältnis zwischen den beiden Antwortgruppen ausgeglichener: 53 % der Nennungen haben den Arbeitsmarkt im Fokus, 47 % die Perspektive der Migrantinnen. Auch die Ergebnisse aus Sachsen unterscheiden sich von den bundesweiten Durchschnittswerten. Hier steht bei 75 % der Antworten der Arbeitsmarkt im Zentrum, bei 25 % die Perspektive der Frauen.

Kernaussage der Antworten mit Fokus auf den Arbeitsmarkt ist die rasche und nachhaltige Integration der Migrantinnen in das Berufsleben. „Wir wollen Wege in die Arbeitswelt aufzeigen“, gibt eine Mitarbeiterin aus einem Jobcenter an. Dazu kann, je nach Ausrichtung der konkreten Maßnahmen, zunächst eine grundlegende Unterstützung gehören, um den Alltag in Deutschland zu meistern. So soll den Migrantinnen „der Einstieg in das Leben in Deutschland [...] erleichtert“ und ihnen „Hilfestellung in alltäglichen Lebenslagen mit Behörden, Schulen und Kindergärten“ geben, wie ein Mitarbeiter aus einem Jobcenter betont. Um die Frauen an den Arbeitsmarkt heranzuführen, vermitteln Jobcenter und Agenturen für Arbeit einen Überblick über das Arbeitsleben und informieren über Zugangswege, Aufbau und Funktionsweise des deutschen Bildungssystems sowie über Ausbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten. Ein wesentliches Ziel ist darüber hinaus die Stärkung der jeweiligen Kompetenzen, allen voran die Vermittlung von grundlegenden Sprachkenntnissen sowie darauf aufbauend von berufsbezogenen Sprachkenntnissen, Praktika oder Ausbildungsplätzen. Am Ende steht idealerweise die Integration in den ersten Arbeitsmarkt und damit einhergehend in die Gesellschaft.

Wenn Migrantinnen im Berufsleben Fuß fassen, sinkt die Arbeitslosigkeit und die Notwendigkeit, staatliche Unterstützungsleistungen in Anspruch nehmen zu müssen – für alle Jobcenter und Agenturen für Arbeit gesetzlicher Auftrag und primäres Ziel ihrer Maßnahmen. Daneben ist die Integration von Migrantinnen in den Arbeitsmarkt auch eine Möglichkeit, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken. Eine Mitarbeiterin aus einer Agentur für Arbeit hebt hervor:

„Ein Nutzen für die Agentur für Arbeit bzw. den regionalen Arbeitsmarkt wird darin gesehen, dass unsere stille Reserve in Form von Frauen dabei helfen kann, [...] den Fachkräftemangel (bei rechtzeitiger Identifizierung und Realisierung von Anerkennungen) zu verringern.“

Bei den Antworten, die den Fokus auf die Perspektive der Migrantinnen richten, stehen Empowerment und die Stärkung des Selbstvertrauens im Zentrum. Eine Mitarbeiterin aus einer Agentur für Arbeit betont beispielsweise, durch Maßnahmen zur Arbeitsmarktintegration würden „das Selbstbewusstsein der Frauen und ihre Eigenständigkeit [...] gestärkt“. Ähnliche Ziele verfolgt das Jobcenter Kiel: „Die Frauen lernen, einen eigenen Standpunkt und eine eigene Position zu beziehen und ihre Rolle zu reflektieren.“ Auch ein anderes Jobcenter legt den Fokus auf die Stärkung des Selbstvertrauens von Migrantinnen:

„Es ist wichtig, dass den Frauen Mut gemacht wird, ihren eigenen Weg zu gehen und sich nicht nur hinter ihrem Mann zu verstecken. Ihr beruflicher Werdegang ist mindestens genauso wichtig wie der ihrer Männer, weil sie den größeren Einfluss auf ihre Kinder haben und damit Werte vorleben.“

Dabei klingt ein weiteres wesentliches Ziel an: Wenn Migrantinnen auf dem Arbeitsmarkt erfolgreich Fuß fassen, hat das positive Auswirkungen auf die ganze Familie. Einerseits sind Mütter wichtige Vorbilder für ihre Kinder und vor allem für ihre Töchter; sie werden, wenn ihre Mutter beruflich auf eigenen Beinen steht, mit größerer Wahrscheinlichkeit ebenfalls eine Ausbildung und einen Beruf anstreben. Andererseits können berufstätige Migrantinnen, so beobachtet ein Mitarbeiter eines Jobcenters, „durch besseres Wissen über unser Schul- und Ausbildungssystem die Integration der Kinder besser unterstützen“.

3.3. „Von unterschiedlichen Stellen und Ebenen“: Impulsgebende

Die Ideen für Ansätze zur Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen stammen meist nicht von einer Person oder Institution. Insgesamt nannten die Jobcenter und Agenturen für Arbeit 120 Impulsgebende. Mit 41 Rückmeldungen stehen die Mitarbeitenden aus Jobcentern oder Agenturen für Arbeit auf Platz eins (siehe Abbildung 9). Es folgen die eigene Geschäftsführung mit 24 Nennungen und die Beauftragten für Chancengleichheit am Arbeitsmarkt mit 23 Nennungen. Damit werden insgesamt 88 Mal Mitarbeitende der Behörden der Arbeitsverwaltung als Impulsgebende aufgeführt. 73,4 % der Ideengebenden stammen also aus den „eigenen Reihen“ (siehe Abbildung 10). Dabei gibt es vielerorts abteilungsübergreifend gemeinsame Überlegungen und Entscheidungen. So betont eine Mitarbeiterin aus einem Jobcenter, das dortige Maßnahmenbündel mit Coaching,

Sprachkursen und Informationsveranstaltungen sei auf „Impulse aus allen Ebenen“ zurückzuführen. Auch eine Mitarbeiterin aus einem anderen Jobcenter berichtet:

„So sind neben der Geschäftsführung, Bereichsleitung, Teamleitung, der Beauftragten für Chancengleichheit am Arbeitsmarkt und der Migrationsbeauftragten auch die Jobcenterteams wichtige Impulsgebende aufgrund ihres hohen Praxisbezugs zu der Zielgruppe.“

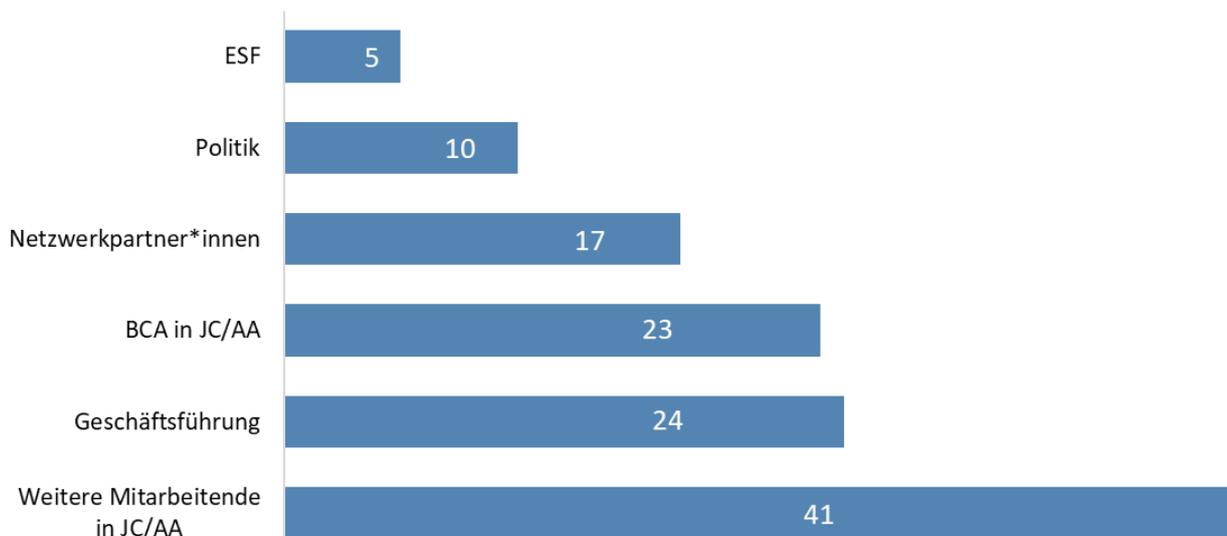


Abbildung 9: Impulsgebende

n= 77. Die Befragten konnten bei dieser Frage mehrere Antworten geben. © Minor

Neben Jobcentern und Agenturen für Arbeit sind Netzwerkpartner*innen (17 Nennungen), Akteur*innen aus der Politik (zehn Nennungen) und der Europäische Sozialfond für Deutschland (ESF) vor allem mit dem Programm „Stark im Beruf – Mütter mit Migrationshintergrund steigen ein“ (fünf Nennungen) Impulsgebende für Maßnahmen zur Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen (siehe Abbildung 9). Insgesamt sind 26,7 % der bei der Befragung genannten Impulsgebende extern und stammen nicht aus den Behörden der Arbeitsverwaltung (siehe Abbildung 10).

In manchen Bundesländern fallen Abweichungen auf. So liegt der Anteil der internen Impulsgebende in Bayern mit 79,3 % über dem bundesweiten Durchschnitt (siehe Abbildung 11). In Sachsen dominieren mit insgesamt 55,6 % die externen Ideengebenden Netzwerkpartner*innen und ESF, während 44,4 % der Impulsgebenden aus Jobcentern und Agenturen für Arbeit stammen.

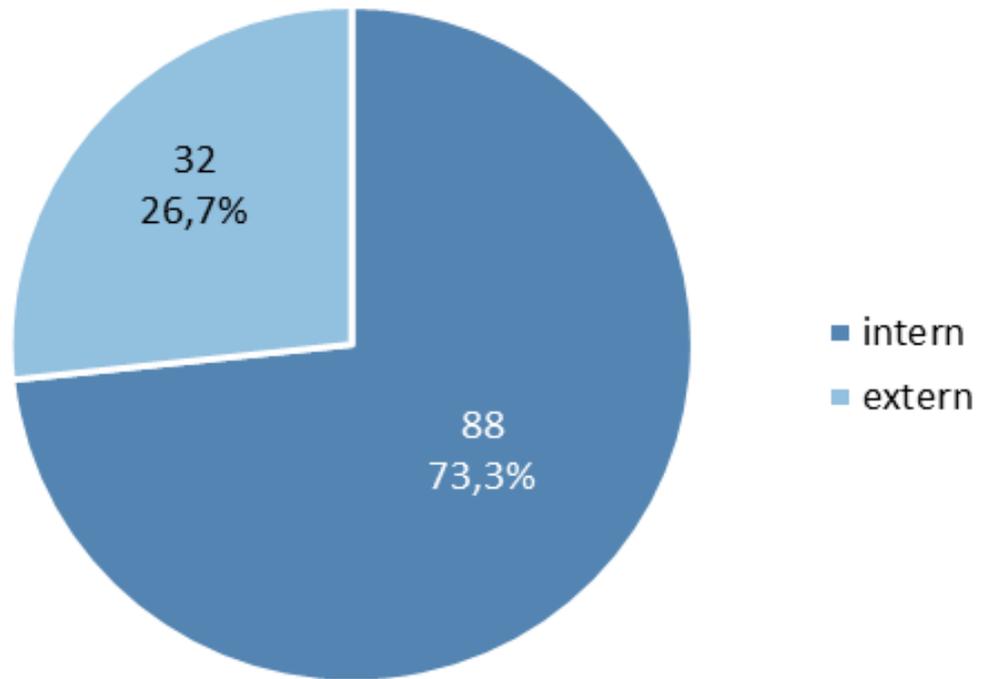


Abbildung 10: Interne und externe Impulsgebende © Minor
 n= 77. Die Befragten konnten bei dieser Frage mehrere Antworten geben. © Minor

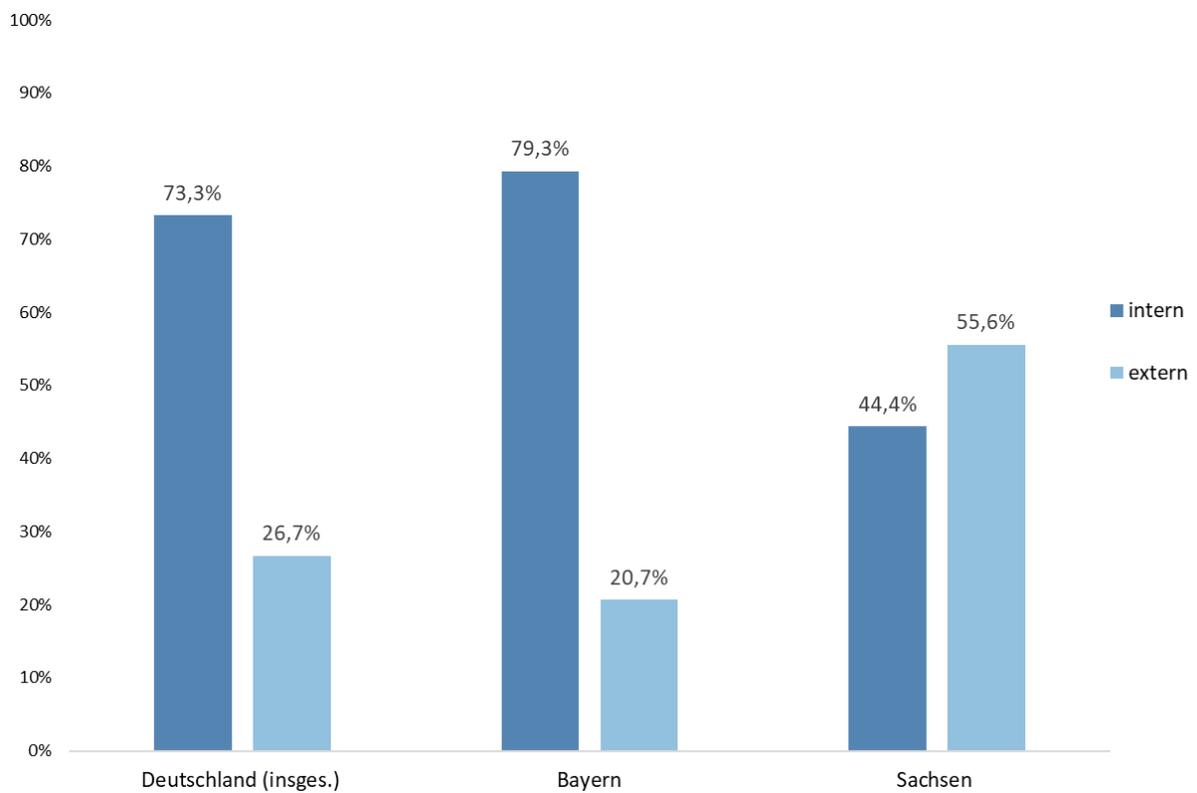


Abbildung 11: Impulsgebende in Deutschland, Bayern und Sachsen © Minor
 n= 77/22/7. Die Befragten konnten bei dieser Frage mehrere Antworten geben. © Minor

Unterschiede gibt es auch zwischen den Standorten der Jobcenter und Agenturen für Arbeit. So sind 85,3 % der von den Jobcentern und Agenturen für Arbeit in Landkreisen genannten Impulsgebenden Mitarbeitende der Dienststellen – fast zwölf Prozent mehr als im deutschlandweiten Durchschnitt (siehe Abbildung 12). In Städten zeigt sich ein anderes Bild: 65,4 % der von Jobcentern und Agenturen für Arbeit in mittelgroßen Städten mit bis zu 100.000 Einwohner*innen aufgeführten Impulsgebende sind die eigene Dienststelle, die Geschäftsführung oder BCA, während 26,9 % der Ideengebenden Netzwerkpartner*innen sind. Mit 67,3 % (interne Impulsgebende) und 14,3 % (Netzwerkpartner*innen) ist die Verteilung in Großstädten ähnlich. Es ist zu vermuten, dass die Mitarbeitenden in Jobcentern und Agenturen für Arbeit auf dem Land stärker als ihre Kolleginnen und Kollegen in größeren Städten eigene Ideen entwickeln müssen, weil hier gegebenenfalls weniger etablierte Netzwerke und Initiativen zur Integration von Migrantinnen existieren, die entsprechende Impulse geben.

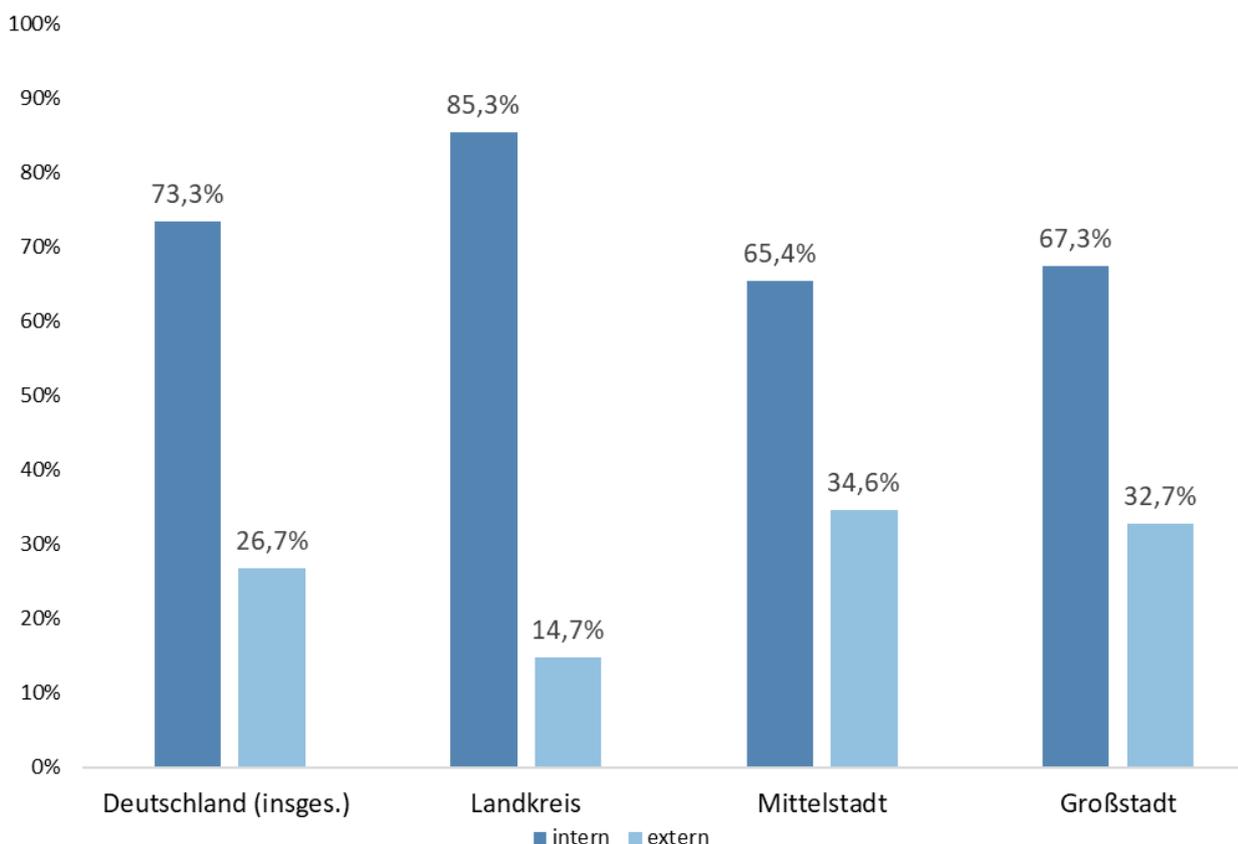


Abbildung 12: Impulsgebende deutschlandweit, in Landkreisen, Mittelstädten und Großstädten © Minor

n= 77/24/17/28. Die Befragten konnten bei dieser Frage mehrere Antworten geben. © Minor

3.4. Austausch und Netzwerkarbeit: Umsetzung

3.4.1. *Enger Kontakt zur Zielgruppe*

Um die Migrantinnen auf Angebote aufmerksam zu machen, gehen die Jobcenter und Agenturen für Arbeit unterschiedliche Wege. An erster Stelle steht in der Regel die direkte Ansprache der Migrantinnen durch die Arbeitsvermittlung. Eine Agentur für Arbeit setzt daneben auch auf Mund-zu-Mund-Propaganda und informiert Familienmitglieder sowie Freund*innen der Migrantinnen über Angebote:

„Die Ehemänner, Brüder und Bekannte, die bei der Agentur für Arbeit bereits an Maßnahmen teilgenommen haben und weiterhin teilnehmen und mit den Erfahrungen zufrieden waren, haben ihnen bekannte Frauen mitgeteilt bzw. zur Agentur für Arbeit geschickt oder direkt zum Bildungsträger, um sich anzumelden.“

Eine weitere Möglichkeit sind Informationsveranstaltungen, auf denen Jobcenter und Agenturen für Arbeit ihre Maßnahmen und Programme vorstellen. Die Migrantinnen auf Angebote aufmerksam zu machen und sie zur Teilnahme zu bewegen, erfordert bisweilen einen „hohen Zeitaufwand“, wie eine Mitarbeiterin aus einem Jobcenter berichtet. Eine Kollegin aus einer Agentur für Arbeit hebt hervor, dass sie gemeinsam mit dem Träger und der BCA in „individuellen Gesprächen“ mit Migrantinnen nach Möglichkeiten sucht, um ihnen die Teilnahme an Angeboten zu ermöglichen.

Um Sprachbarrieren im Kontakt zu den Migrantinnen zu überwinden, setzen Jobcenter und Agenturen für Arbeit mehrsprachige Informationsbroschüren zu ihren Angeboten ein. Das Jobcenter Landkreis Konstanz verteilt Flyer auf Deutsch in leichter Sprache. Auf Veranstaltungen und bei Einzelgesprächen unterstützen Dolmetscherinnen und Dolmetscher die Mitarbeitenden. Weil bisweilen auch Kolleginnen und Kollegen helfen können, hat das Jobcenter Landkreis Reutlingen eine interne Liste mit sprachkundigen Mitarbeitenden erstellt.

3.4.2. *Externe Kooperation*

Für die meisten Jobcenter und Agenturen für Arbeit ist das „Zauberwort“ bei der erfolgreichen Umsetzung ihrer Maßnahmen Netzwerkarbeit. In den Fragebögen kommt der Begriff 31 Mal vor, oft in Verbindung mit Adjektiven wie „aktiv“ oder

„intensiv“. Jobcenter und Agenturen für Arbeit arbeiten mit einer Vielzahl an externen Partner*innen zusammen: mit Städten und Gemeinden, Landratsämtern, dem Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF), lokalen sowie regionalen Netzwerken unter anderem für Bildung, Frauenförderung, Migration und Integration, Handwerkskammern sowie Industrie- und Handelskammern, Unternehmen, Schulen, Bildungsträgern, Vereinen, Wohlfahrtsverbänden, sozialen Einrichtungen, Familienzentren und nicht zuletzt den vielen ehrenamtlichen Helfer*innen, die Migrantinnen im Alltag unterstützen (siehe Abbildung 13). Zum Teil kooperieren die Mitarbeitenden in den Jobcentern und Agenturen für Arbeit auch mit Partner*innen außerhalb ihrer Region wie das Jobcenter Schwarzwald-Baar-Kreis. Weil es dort keine regionalen Angebote mit gut qualifizierten Muttersprachlerinnen als Dozentinnen gibt, lässt das Jobcenter Trainerinnen aus Berlin in den Schwarzwald kommen. Um den Überblick über die externen Kooperationspartner*innen zu behalten, empfiehlt das Jobcenter Berlin Steglitz-Zehlendorf eine interne Netzwerktabelle, auf die alle Mitarbeitenden zugreifen können.

Neue Kontakte lassen sich vor allem auf öffentlichen Veranstaltungen knüpfen sowie in Arbeitskreisen. Vielerorts sind Mitarbeitende von Jobcentern und Agenturen für Arbeit in entsprechenden Gremien vertreten. So gehört das Jobcenter Schwarzwald-Baar-Kreis diversen „Regionalkonferenzen, Sozialausschüssen, Arbeitskreisen in den Regionen“ an. Auch das Jobcenter Landkreis Konstanz ist „in vielen Lenkungsgruppen des Landkreises sowie verschiedener Städte und Gemeinden als Mitglied und wichtiger Impulsgeber vertreten“. Bestehende Verbindungen pflegen die Mitarbeitenden per Telefon und E-Mail sowie im persönlichen Gespräch. Dabei setzt das Jobcenter Landkreis Reutlingen auch auf „den gegenseitigen Besuch in Dienstbesprechungen und Hospitationen“.

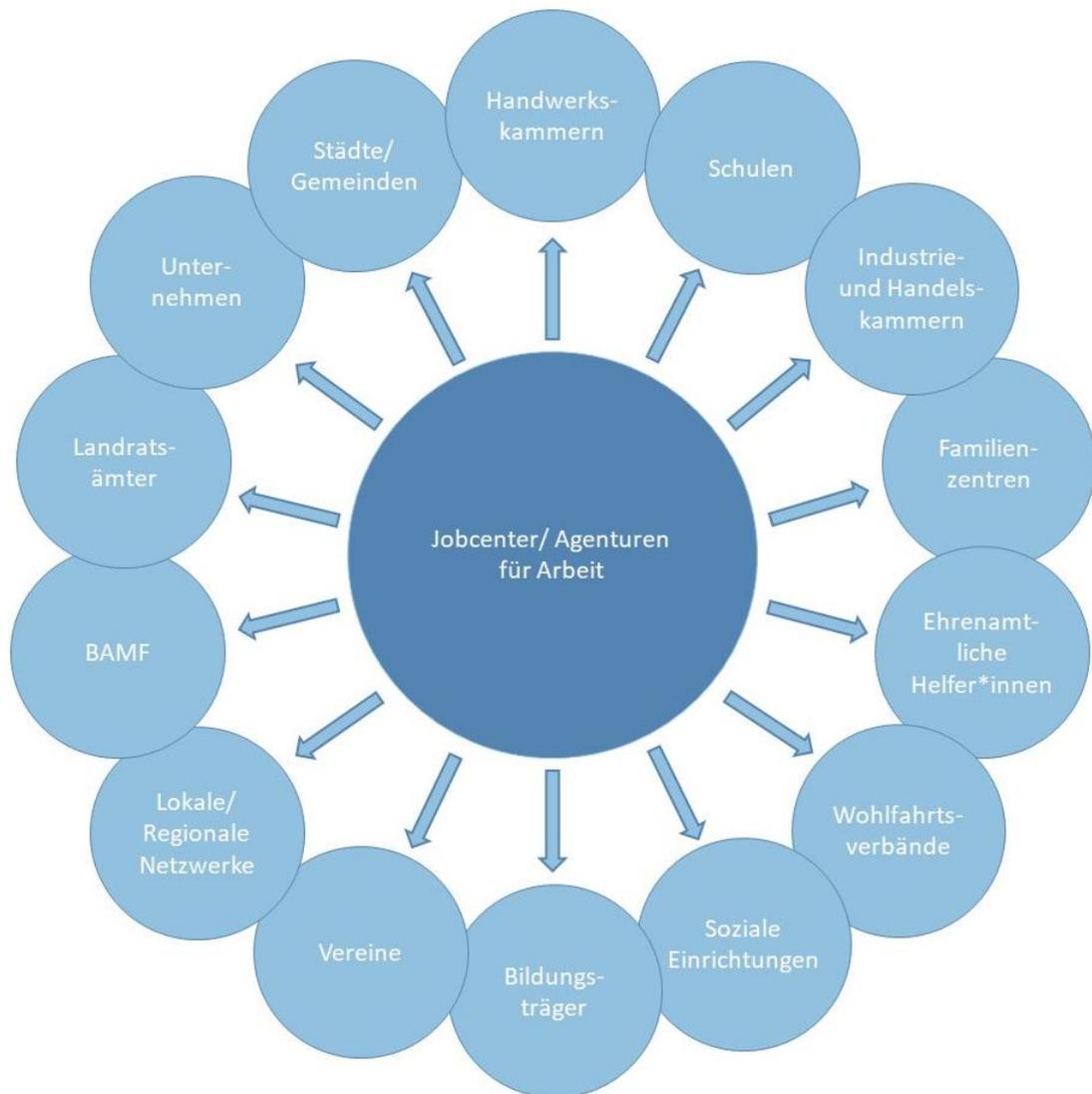


Abbildung 13: Mögliche Netzwerkpartner*innen

3.4.3. Interner Austausch

Für die Umsetzung bestimmter Maßnahmen ist ein enger interner Austausch zentral. So berichtet eine Mitarbeiterin aus einem Integration Point² über rechtskreisübergreifende Kooperationen im Alltagsgeschäft: „Der Bereich SGB II und III arbeitet eng zusammen, wir sitzen auf einer Etage und tauschen uns über die Kundinnen aus.“ Das Jobcenter Mönchengladbach setzt neben dem persönli-

² Für eine zentrale Beratung und Unterstützung geflüchteter Menschen wurden 2016 flächendeckend in Nordrhein-Westfalen Integration Points eingeführt. Sie übernehmen unter anderem die Identitätsprüfung, die Klärung der Sprachkenntnisse und den Qualifikationscheck (Agentur für Arbeit Düsseldorf 2016).

chen Austausch auf das interne Wiki: So informiert die BCA intern über Informationscafés im Rahmen des Projekts „Starke Mütter sorgen vor! Starke Väter auch!“ und legt in Wiki Informationen und Listen ab, in denen die Interessent*innen eingetragen werden können. Vielerorts tauschen sich die Mitarbeitenden bei Teambesprechungen, Steuerungsrunden und in Arbeitskreisen aus und halten sich gegenseitig über ihre Tätigkeit auf dem Laufenden. Die Migrationsbeauftragte aus einem Jobcenter erklärt:

„Als erfolgreichstes Modell hat sich dabei die Dienstbesprechung mit den Kolleg*innen erwiesen, die in den Häusern mit den entsprechenden Spezialisierungen betraut sind, wie z. B. Alleinerziehende oder Geflüchtete. Diese Dienstbesprechungen werden von der BCA und der Migrationsbeauftragten in ihren jeweiligen Bereichen geplant und umgesetzt. Dieses Format ist das Beste für einen direkten Austausch, weil man auf Fragen und Anregungen sofort eingehen kann.“

Zum Teil gibt es regelmäßig stattfindende Treffen wie im Jobcenter Augsburg Land, wo sich Geschäftsführung und BCA regelmäßig bei einem Jour Fixe austauschen.

Oft nehmen die BCA in der internen Kommunikation eine Schlüsselrolle ein. Eine Mitarbeiterin einer Agentur für Arbeit berichtet beispielsweise über „intensive Werbeaktivitäten der BCA bei den Arbeitsvermittler*innen“, während ihre Kollegin aus einem Jobcenter die „enge Begleitung der Maßnahme durch die BCA“ und die „Kommunikationsbündelung“ durch sie hervorhebt. Eine weitere Mitarbeiterin berichtet über die Aktivitäten der BCA in ihrem Jobcenter:

„Die Vermittlungsfachkräfte wurden von der BCA informiert. Geeignete Kundinnen werden der BCA von den Vermittlungsfachkräften benannt, Informationsveranstaltungen werden durch die BCA durchgeführt und die Ergebnisse an die Vermittlungsfachkräfte weitergeleitet. Antragstellung und Bewilligung läuft über die zuständige Vermittlungsfachkraft, die Maßnahmenbetreuung erfolgt durch die BCA. Ebenfalls ist die BCA aktiv in die Netzwerkarbeit mit eingebunden.“

Zur Umsetzung gehört auch die regelmäßige interne Auswertung der bisherigen Maßnahmen. So betont die Migrationsbeauftragte eines Jobcenters: „Es ist wichtig, dass Schritte dokumentiert werden: Erfolge, Misserfolge, Sachstände.“ Auch eine Mitarbeiterin aus einem anderen Jobcenter ist ebenfalls der Meinung,

dass Monitoring und Evaluation „wichtige Voraussetzungen für die weitere Verbesserung der unterstützenden Maßnahmen“ sind.

3.5. Erfolgsfaktoren und gute Rahmenbedingungen

Die insgesamt 133 Antworten auf die Frage nach günstigen Voraussetzungen lassen sich in drei große Gruppen einteilen: Mit 55 Rückmeldungen beziehungsweise 38,3 % aller Nennungen stehen Vernetzung und Austausch auf Platz eins (siehe Abbildung 14). Es folgen mit 27 Nennungen (20,3 %) eine gute Infrastruktur sowie mit 26 Nennungen (19,5 %) der politische Wille. 25 Nennungen greifen weitere verschiedene Erfolgsfaktoren auf.

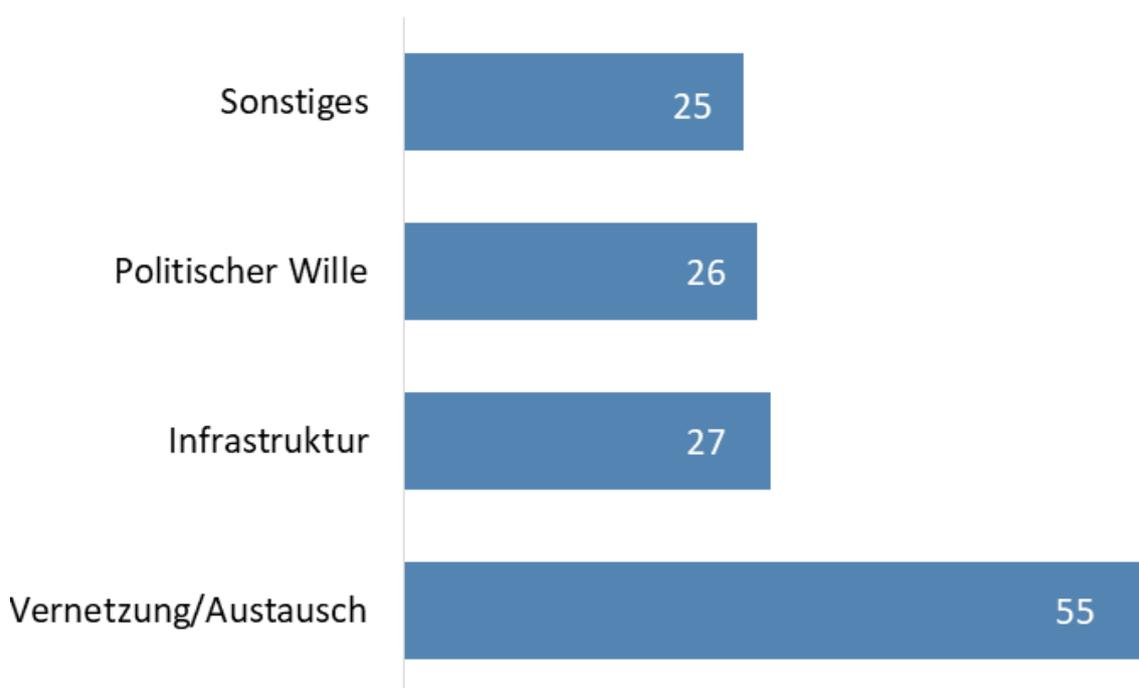


Abbildung 14: Günstige Rahmenbedingungen

n= 77. Die Befragten konnten bei dieser Frage mehrere Antworten geben. © Minor

Nur zwei Befragte gaben an, auf keine förderlichen Rahmenbedingungen zurückgreifen zu können. Ein Jobcenter, das seit Jahren einen Integrationskurs speziell für geflüchtete Frauen plant, deren Kinder keinen Betreuungsplatz haben, zieht eine ernüchternde Bilanz:

„Der Impuls zur Umsetzung kommt bereits seit dem Jahr 2016 seitens des Jobcenters. Leider sind bisher alle Versuche zur Umsetzung gescheitert. Wir haben drei Jahre benötigt, um die erforderlichen Rahmenbedingungen zu schaffen.“

3.5.1. *Vernetzung und Austausch*

Zusammenarbeit und Kooperation, Austausch, Kommunikation und Vernetzung sind für Jobcenter und Agenturen für Arbeit die wichtigsten Rahmenbedingungen für den Erfolg ihrer Maßnahmen. So betont eine Mitarbeiterin aus einem Jobcenter:

„Förderlich für die Umsetzung war in jedem Fall eine intensive Zusammenarbeit zwischen der Stadt und dem Jobcenter. Auch die sehr gute Vernetzung innerhalb der Stadt mit den Wohlfahrtsverbänden, Vereinen und sozialen Einrichtungen war hilfreich.“

Eine Kollegin aus einem anderen Jobcenter stimmt ihr zu:

„Die gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Landratsamt und Landkreis, den Arbeitsmarktakteur*innen, Sozialverbänden usw. und dem Jobcenter ist sicherlich ein Erfolgsfaktor.“

Vielerorts funktioniert die Kooperation mit den externen Partner*innen reibungslos. Eine Mitarbeiterin aus einem Jobcenter betont: „Die Zusammenarbeit mit den Netzwerkpartner*innen verläuft kooperativ und partnerschaftlich.“ Gut, eng und intensiv, so beschreiben auch andere Agenturen für Arbeit und Jobcenter das Verhältnis. Dabei bestehen die Kontakte oft schon seit geraumer Zeit. Ein Jobcenter hebt hervor, es profitiere von der „langjährige[n] Zusammenarbeit mit erfahrenen Bildungsträgern und den regionalen BCA von Stadt und Landkreis“. Auch ein anderes Jobcenter kann bei aktuellen Projekten auf „enge Kontakte zu bestehenden Netzwerkpartner*innen“ zurückgreifen.

3.5.2. *Infrastruktur*

Zu einer guten Infrastruktur gehören für Jobcenter und Agenturen für Arbeit in erster Linie die leichte Erreichbarkeit ihrer Dienststelle und der Schulungsorte. Vor allem im ländlichen Bereich spielt eine gute Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr eine zentrale Rolle. Schließlich haben „Migrantinnen [...] häufig keinen Führerschein oder keinen PKW“, wie eine Mitarbeiterin einer Agentur für Arbeit betont.

Ein weiterer Faktor ist eine breite Trägerlandschaft, also Einrichtungen und Bildungsinstitutionen, die speziell auf Migrantinnen zugeschnittene Kurse im Portfolio haben. So führt ein Jobcenter als günstige Rahmenbedingung in ihrer Stadt

„das gute Angebot an Sprachkursen, Maßnahmen und Qualifizierungsangeboten“ an. Nicht nur in Städten, auch in ländlichen Regionen können Jobcenter und Agenturen für Arbeit auf eine leistungsfähige Trägerlandschaft zurückgreifen. Ein in einem Landkreis gelegenes Jobcenter profitiert von „Bildungsträger[n] mit langjähriger Erfahrung im Bereich Sprachkurse sowie arbeitsmarktnahen und qualifizierenden Maßnahmen“.

Mit Blick auf die Zielgruppe der Migrantinnen nennen einige Agenturen für Arbeit und Jobcenter speziell auf deren besondere Bedürfnisse zugeschnittene Aspekte als ein weiteres Plus. Weil sich viele Frauen um ihre Familien kümmern müssen, hebt ein Mitarbeiter eines Jobcenters die Flexibilität der Träger heraus, die auch Abendkurse oder Teilzeitseminare anbieten. Eine Mitarbeiterin aus einem Integration Point verweist auf Spielsachen im Wartebereich ihrer Dienststelle, mit denen sich die Kinder der Migrantinnen während der Beratungsgespräche beschäftigen können.

3.5.3. Politischer Wille

Als günstige Rahmenbedingung erweist sich auch, so vorhanden, ein „klarer politischer Wille“, wie es der Migrationsbeauftragte eines Jobcenters nennt, also die Bereitschaft der politischen Entscheidungsträger auf lokaler und regionaler Ebene, die Integration der Migrantinnen voranzutreiben. Dabei spielen die Landräte eine zentrale Rolle und werden mehrmals genannt. So berichtet ein Mitarbeiter eines Jobcenters von der „politischen Unterstützung“ durch den dortigen Landrat. Weil dieser „(Fach-)Kräfte für die Region“ wolle, habe er die Integration von Geflüchteten zur „Chefsache“ gemacht.

3.5.4. Weitere günstige Rahmenbedingungen

Neben den genannten Erfolgsfaktoren führten Jobcenter und Agenturen für Arbeit weitere Aspekte als gute Voraussetzungen für das Gelingen ihrer Maßnahmen an. So kann die wirtschaftliche Lage für günstige Rahmenbedingungen sorgen. Nach Ansicht einer Mitarbeiterin einer Agentur für Arbeit trägt die in ihrer Region „anhaltend geringe Arbeitslosenquote“ dazu bei, „dass die Zielgruppe Frauen und Wiedereinsteigerinnen als Fachkräftepotenzial bei den Unternehmen als interessante Zielgruppe akzeptiert werden“. Positive Auswirkungen hat auch die überschaubare Größe einer Stadt oder eines Bundeslandes.

„Dass Bremen ein kleines Bundesland mit flachen Hierarchien und kurzen Wegen ist, hat sehr geholfen: alle wissen um die Herausforderungen, besonders Frauen mit Fluchthintergrund in Arbeit zu bringen.“ (Mitarbeiterin des Jobcenters Bremen)

Mehrere Agenturen für Arbeit und Jobcenter heben als gute Rahmenbedingungen das Fachwissen ihrer Dienststellen hervor. So nennt eine Mitarbeiterin aus einem Jobcenter das „Spezialist*innen-Team“ mit Schwerpunkt Migration in ihrem Haus als gute Voraussetzung für das Gelingen der Maßnahmen, während die Beauftragte für Chancengleichheit eines anderen Jobcenters auf den dort vorhandenen Dolmetscherpool verweist.

Ein mehrfach genannter Faktor ist schließlich das Engagement der beteiligten Akteur*innen. Für eine Mitarbeiterin eines Jobcenters stehen bei den günstigen Rahmenbedingungen ihre „motivierte[n]“ Kolleginnen und Kollegen auf Platz eins, weil sie Migrantinnen „mit Wertschätzung behandeln“ und „gerne als Ansprechpartner für Menschen mit Fluchthintergrund fungieren“. Die BCA eines Jobcenters nennt als wesentliche Rahmenbedingung, „die Bereitschaft, gemeinsam etwas zu bewegen“. Eine Mitarbeiterin eines anderen Jobcenters betont das große Engagement aller Beteiligten und berichtet über das Zustandekommen spezieller Kurse für Migrantinnen während der Erziehungszeit:

„Alle Akteur*innen, die bei der Gestaltung der Maßnahme dabei waren, mussten sich ganz weit aus dem Fenster lehnen, sonst wäre die Durchführung nicht möglich geworden.“

3.6. Mehr Kinderbetreuung und Sprachkurse: Wünsche

„So soll es bleiben“, notierte ein Mitarbeiter aus einem Jobcenter – und ist damit eine Ausnahme. Denn die meisten seiner Kolleginnen und Kollegen haben eine ganze Reihe von Verbesserungsvorschlägen. Bei 67 Fragebögen ist die Kategorie „Wünsche“ ausgefüllt. Das entspricht 87,0 % aller Fragebögen.

Bei 34 der in der Rubrik „Wünsche“ ausgefüllten Fragebögen, also 50,7 %, fordern die Mitarbeitenden der Jobcenter und Agenturen für Arbeit mehr Betreuungsmöglichkeiten sowohl für Kinder unter drei Jahren als auch für Kindergartenkinder und Schulkinder am Nachmittag (siehe Abbildung 15).

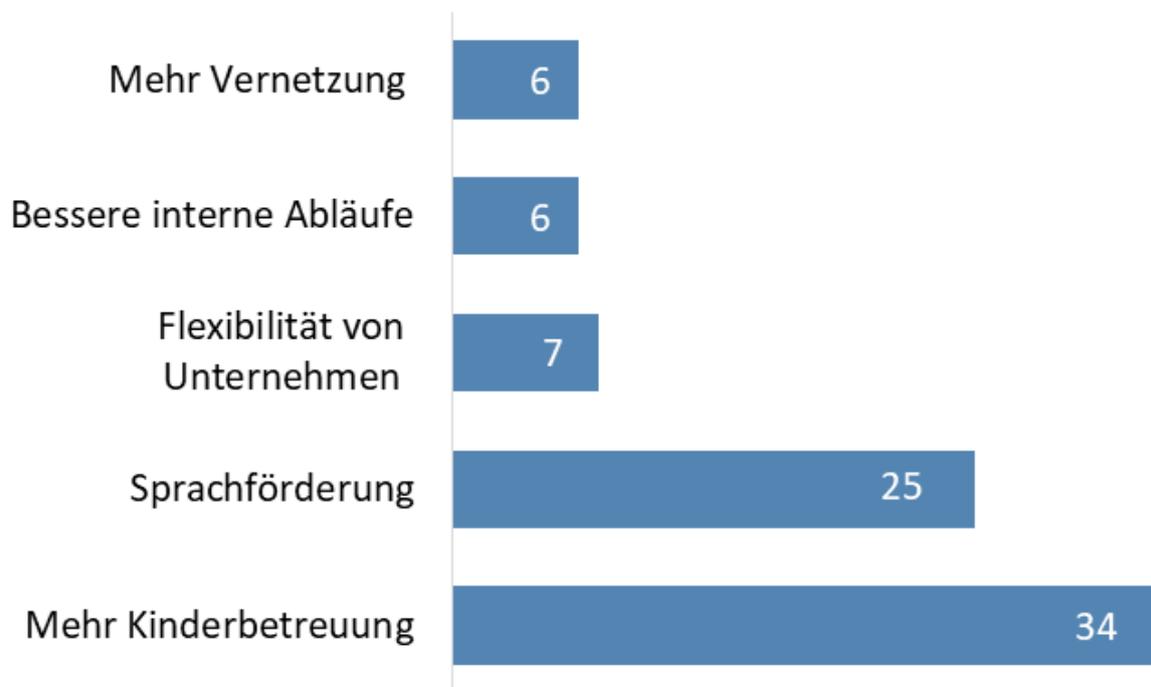


Abbildung 15: Wünsche © Minor

n= 77. Die Befragten konnten bei dieser Frage mehrere Antworten geben. © Minor

„Eine ausreichende Kinderbetreuung ist das A und O für die Integration der Frauen in Gesellschaft und Arbeit. Meine Erfahrung zeigt, dass ich die Frauen gar nicht überzeugen muss, dass ihre Kinder gut aufgehoben sind bei den staatlichen Institutionen und Einrichtungen, sondern dass sie überwiegend längst den eigenen Wunsch nach externer Betreuung hegen. Viele meldeten sich in den Veranstaltungen mehrfach zu Wort und gaben ihre Enttäuschung und auch ihr Unverständnis über die fehlenden Betreuungsmöglichkeiten ihrer Kinder kund.“ (Eine Mitarbeiterin aus einem Jobcenter)

Eine Kollegin aus einem anderen Jobcenter ergänzt: „Ideen, Pläne und Motivation scheitern oft aufgrund mangelnder Kinderbetreuungsmöglichkeiten.“ Auch andere Agenturen für Arbeit und Jobcenter berichten, dass fehlende Kitaplätze oder Betreuungsmöglichkeiten nach der Schule die Teilnahme an Sprach- und Integrationskursen erschweren oder ganz unmöglich machen. Dabei zeigen sich Städte und Kommunen oft wenig flexibel. Ein Jobcenter moniert, dass, auch wenn es freie Plätze gibt, Kinder aus dem Landkreis nicht in Einrichtungen der Stadt gehen dürften und umgekehrt. Doch auch wenn Kinder von Migrantinnen betreut werden, gibt es Hürden, wie eine Mitarbeiterin einer Agentur für Arbeit

berichtet: Viele Familien bekämen nur in „weit auseinanderliegenden Einrichtungen“ Betreuungsplätze; damit verlören die Mütter wertvolle Zeit beim Bringen und Abholen der Kinder und könnten nicht oder nur erschwert an Kursen teilnehmen.

Auf Platz zwei der Wunschliste stehen Sprachkurse. Sie werden 25 Mal genannt, also in 37,3 % der in der Kategorie „Wünsche“ ausgefüllten Fragebögen. Dabei schlagen die Mitarbeitenden der Jobcenter und Agenturen für Arbeit vor allem Angebote für Deutschanfängerinnen vor. Eine Mitarbeiterin aus einem Jobcenter betont, in ihrer Stadt seien viele geflüchtete Frauen Analphabetinnen oder hätten maximal Deutschkenntnisse auf A2-Niveau. Auch ihre Kollegin aus einem anderen Jobcenter wünscht sich „eine passende Sprachförderung“, die „Erfolge unterhalb des B1-Niveaus als Ziel verfolgt“. Neben Sprachunterricht für Anfängerinnen schlagen die befragten Jobcenter und Agenturen für Arbeit Folgekurse vor:

„Das Aufrechterhalten von Sprachlernangeboten ist Voraussetzung für eine gelungene Integration, da viele Menschen die neu erlernte Sprache immer wiederholen müssen, um eine gute Grundlage für das Berufsleben zu bewirken.“

Daneben regen die Agenturen für Arbeit und Jobcenter neue Konzepte für die Sprachvermittlung an. So meint eine Mitarbeiterin eines Jobcenters, das Erlernen der Sprache müsse mit der konkreten Anwendung wie beim gemeinsamen Einkaufen oder Busfahren verknüpft werden.

In sieben Fragenbögen (10,4 %) wünschen sich die Befragten von den Unternehmen mehr Flexibilität und die Bereitschaft, Migrantinnen einzustellen. Eine Mitarbeiterin einer Agentur für Arbeit erhofft sich in Zukunft „mehr Mut bei unseren kleinen und mittelständischen Unternehmen, hier auch mal neue Wege auszuprobieren“. Ihre Kollegin aus einem anderen Jobcenter meint, Arbeitgeber sollten vor allem „Frauen mit Kopftuch mehr Chancen für berufliche Erprobung geben“.

In sechs Fragenbögen (8,9 %) machten die Befragten Verbesserungsvorschläge für die Arbeit in ihrer Dienststelle. So wünscht sich eine Mitarbeiterin einer Agentur für Arbeit „weniger bürokratische Hürden und mehr Freiräume zum Experimentieren und Ausprobieren bei Maßnahmemöglichkeiten“. Auch ihre Kollegin

aus einem Jobcenter meint, die Häuser bräuchten mehr „Freiheit“, um „kunden-spezifische Integrationsmaßnahmen anzubieten“. Daneben wünschen sich zwei Befragte mehr Personal- und Finanzressourcen.

In sechs Fragebögen (8,9 %) taucht der Wunsch nach mehr Vernetzung und Ko-operation auf. So regt ein Mitarbeiter einer Agentur für Arbeit eine „weitere Zu-sammenarbeit mit den caritativen Einrichtungen sowie mit den Ausländerbehör-den“ an, während sich seine Kollegin aus einem Jobcenter „regelmäßige Infor-mationen über erfolgreiche Angebote in anderen Bundesländern“ wünscht.

Neben diesen konkreten Verbesserungsvorschlägen äußern einige Befragte all-gemein Wünsche an Politik und Gesellschaft:

„Außerdem wäre es wichtig, das Thema Migration weg von der Sonderstel-lung hin zu mehr ‚Normalität‘ zu führen. Ein sachlicher, weniger emotionaler Diskurs mit mehr Neutralität und einem realistischeren Blick – auf allen Sei-ten – wäre wünschenswert, um eine Gleichbehandlung aller zu erreichen. Mehr Gelassenheit und Geduld wäre bei dem Thema wünschenswert, denn Integration braucht Zeit!“

3.7. Netzwerken und über den Tellerrand gucken: Empfehlungen

Nicht alle Befragten sprachen Empfehlungen aus: Nur 58 Fragebögen, also 75,3 %, enthalten Eintragungen in dieser Rubrik. Mit 30 Rückmeldungen werden Austausch und Kooperation am häufigsten genannt (siehe Abbildung 16). Damit taucht diese Nennung in 51,7 % der in der Rubrik „Empfehlungen“ ausgefüllten Fragebögen auf. Sie bezieht sich einerseits auf die Jobcenter und Agenturen für Arbeit selbst. So rät eine Mitarbeiterin aus einem Jobcenter zum „enge[n] Aus-tausch mit den Kolleginnen und Kollegen“ im eigenen Haus, während es ein Mit-arbeiter aus einem anderen Jobcenter für ratsam hält, „sich [zu] informieren, was andere Jobcenter anbieten“. Neben dem internen Austausch empfehlen die Befragten andererseits die Zusammenarbeit mit externen Partner*innen. So legt eine Mitarbeiterin aus einem Jobcenter ihren Kolleginnen und Kollegen ans Herz: „Nutzen Sie vorhandene Netzwerkkontakte.“ Auch eine Mitarbeiterin aus einem anderen Jobcenter empfiehlt den „rege[n] Austausch im Netzwerk“. Dabei he-ben einige Befragte die Bedeutung von regelmäßigen und idealerweise instituti-onalisierten Treffen hervor. So ist eine Mitarbeiterin einer Agentur für Arbeit überzeugt: „Jedes Netzwerk braucht einen ‚Kümmerer‘, die oder der regelmäßig das Netzwerk zusammenbringt.“ Auch eine Mitarbeiterin aus einer anderen

Agentur für Arbeit meint, man müsse möglichst „regelmäßig“ mit externen Ansprechpartner*innen in Kontakt bleiben und am besten Arbeitskreise bilden.

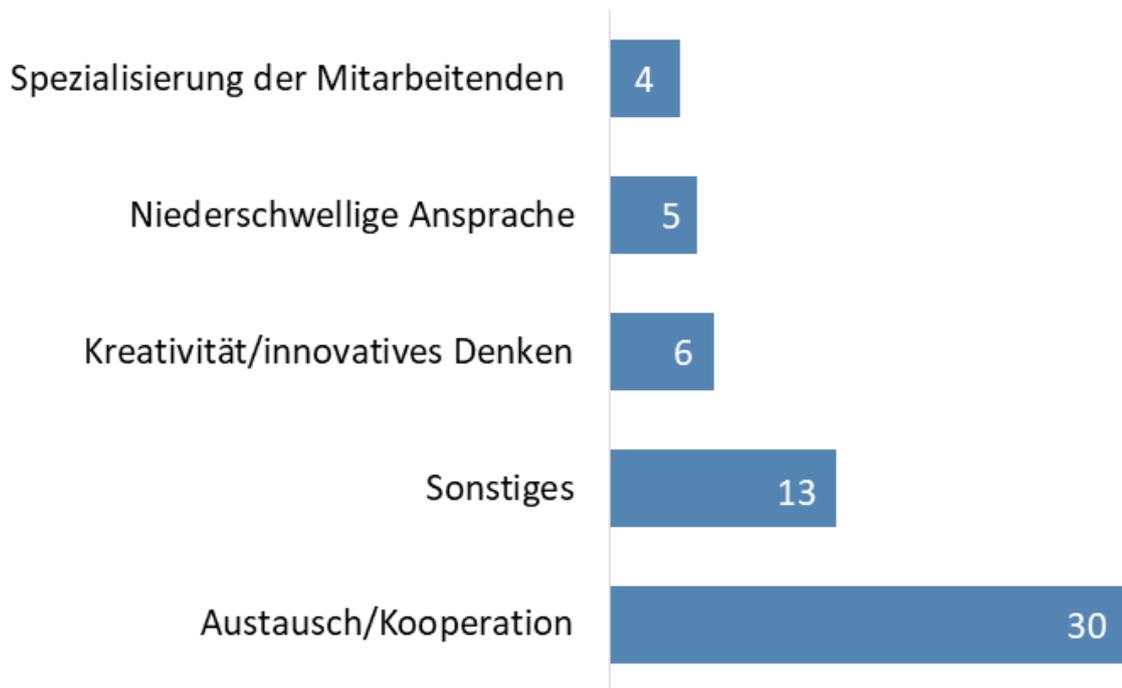


Abbildung 16: Empfehlungen an andere Jobcenter und Agenturen für Arbeit © Minor
n= 77 © Minor

Auf Platz zwei der konkreten Empfehlungen stehen Kreativität und innovatives Denken. Sie werden sechsmal genannt, also in 10,3 % aller Fragebögen mit Empfehlungen. Eine Mitarbeiterin aus einer Agentur für Arbeit ist überzeugt: „Keine Möglichkeiten sollten ausgeschlossen werden.“ Auch ihre Kollegin aus einem Jobcenter rät zu „innovative[m] Denken“ und dazu, „über den Tellerrand hinaus[zu]schauen“.

Fünfmal, also in 8,6 % der in der Rubrik „Empfehlungen“ ausgefüllten Fragebögen, taucht der Rat auf, die Zielgruppe der Migrantinnen niederschwellig anzusprechen. So überwinde man Sprachbarrieren und vermeide bei Kursen die Überforderung der Teilnehmerinnen, betonen die Befragten. Zudem sei es mit niederschweligen Angeboten möglich, die Frauen „dort ab[zu]holen, wo sie sich aufhalten“, so eine Mitarbeiterin einer Agentur für Arbeit.

In vier Fragebögen, also in 6,9 % aller Fragebögen mit Empfehlungen, wird eine Spezialisierung der Mitarbeitenden in den Jobcentern und Agenturen für Arbeit

auf Migration und Flucht angeregt. Eine Mitarbeiterin aus einem Jobcenter empfiehlt die Einsetzung eines „Spezialist*innen-Teams“, das sich auf die Beratung von Migrant*innen konzentriert. Eine Mitarbeiterin aus einem anderen Jobcenter rät zur „Spezialisierung von Integrationsfachkräften auf das Thema Flüchtlinge“ und zur Einsetzung einer „eigene[n] Einheit zur Betreuung der Flüchtlinge“.

Neben diesen generellen Anregungen geben die Befragten eine ganze Reihe von praktischen Tipps für die Alltagsarbeit mit Migrantinnen. Eine Mitarbeiterin aus einem Integration Point rät von „starren (Zeit-)Vorgaben für Gespräche“ ab. Weil die regulären Büros bei der Beratung ganzer Bedarfsgemeinschaften an ihre Grenzen stoßen, vor allem wenn zusätzlich Dolmetscherinnen oder Dolmetscher anwesend sind, empfiehlt sie außerdem, die Termine mit Migrantinnen möglichst in größeren Räumen abzuhalten. Mit Blick auf Informationsveranstaltungen empfiehlt eine Mitarbeiterin aus einem Jobcenter, die Frauen „in kleinen Gruppen einzuladen, weil erfahrungsgemäß eine hohe Teilnehmerinnenquote erreicht wird und zudem noch die Kinder mitgebracht werden“; der Geräuschpegel sei auch bei überschaubaren Gruppen „enorm“. Außerdem regen einige Befragte an, nicht nur die Frauen, sondern auch ihr Umfeld miteinzubeziehen. So rät eine BCA, Mittlerinnen in den Migrant*innen-Communities anzusprechen; eine Mitarbeiterin aus einem Jobcenter empfiehlt, die Ehemänner der Migrantinnen in den Integrationsprozess einzubinden.

Weitere Empfehlungen beziehen sich auf Eigenschaften und Fähigkeiten der Mitarbeitenden in den Jobcentern und Agenturen für Arbeit. Eine Mitarbeiterin aus einer der Agentur für Arbeit regt an, die beteiligten Akteur*innen „interkulturell“ zu sensibilisieren. Ihre Kollegin aus einem Jobcenter rät bei der Integration von Migrantinnen in den Arbeitsmarkt zu „viel Eigenmotivation, Geduld und Aktivismus“. Auch eine BCA empfiehlt „Zeit“ und „lange[n] Atem“ mitzubringen, denn: „Im Schnelldurchlauf gibt es keine Integration.“

Nicht explizit als Empfehlungen genannt werden Engagement und Empathie. Sie schimmern jedoch in den Antworten der Jobcenter und Agenturen immer wieder zwischen den Zeilen hindurch. Mit großer Eigeninitiative geht beispielsweise die Geschäftsstelle Bad Kissingen der Agentur für Arbeit Schweinfurt vor und beteiligt sich an der Erarbeitung eines Integrationskonzepts für den ganzen Landkreis. Daneben zeigen viele Befragte Einfühlungsvermögen und Verständnis für

die besondere Situation, in der sich Migrantinnen befinden. So betont eine Mitarbeiterin eines Jobcenters:

„Auch wenn jemand gute Qualifikationen mitbringt, heißt das nicht zwingend, dass man gleich in Arbeit kann. Es können sprachliche Defizite vorhanden sein oder persönliche Probleme, die noch nicht geklärt sind; alles ist möglich. Und sich das immer wieder bewusst zu machen: Menschen können nicht immer sofort (gesellschaftlich wie in jeder Hinsicht) ‚funktionieren‘. Es braucht Zeit, um Sprache und Gepflogenheiten zu erlernen, eben: um anzukommen.“

4. Ansätze zur Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen

4.1. Überblick: Regelgeschäft, Einzelmaßnahmen und strukturelle Modelle

Das Vorgehen der Jobcenter und Agenturen für Arbeit zur Integration von Migrantinnen in den Arbeitsmarkt unterteilt sich in drei Kategorien:

- 1) *Betreuung im Rahmen des Regelgeschäfts*: Es gibt keine gesonderten Maßnahmen für die Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen. Die Frauen werden im Rahmen des regulären Geschäfts betreut.
- 2) *Einzelmaßnahmen*: Jobcenter und Agenturen für Arbeit fördern Migrantinnen mit eigens für sie entwickelten Maßnahmen. Diese sind oft unmittelbar nach dem vorübergehend starken Anstieg der humanitären Zuwanderung 2015 entstanden, haben aber in der Regel keinen gemeinsamen Rahmen, das heißt: Sie sind nicht Teil eines umfassenden Gesamtkonzepts.
- 3) *Struktureller Ansatz*: Jobcenter und Agenturen für Arbeit haben für die Integration von Migrantinnen in den Arbeitsmarkt eine langfristige Strategie entwickelt. Sie gehen die Arbeitsmarktförderung von Migrantinnen ganzheitlich an und binden regelmäßig verschiedene Akteur*innen in ihre Maßnahmen ein.

Die Zuordnung zu den Kategorien übernahmen nicht die Befragten selbst, sondern die IQ Fachstelle Einwanderung im Rahmen der Auswertung. Für die Zuteilung maßgeblich war dabei neben dem von Jobcentern und Agenturen für Arbeit skizzierten Vorgehen zum Teil auch die Art und Weise, in der die Fragebögen ausgefüllt worden waren. Es ist also durchaus möglich, dass einzelne Dienststel-

len eigentlich einen strukturellen Ansatz verfolgen, dies aber aus ihren nur stichpunktartigen Antworten nicht ersichtlich war und sie deswegen einer anderen Kategorie zugeordnet wurden.

Von den insgesamt 77 Jobcentern und Agenturen für Arbeit fördern 46 Migrantinnen mit speziell auf sie zugeschnittenen Einzelmaßnahmen. Dies entspricht 59,7 % der Fälle (siehe Abbildung 17). In 16 Fällen (20,8 %) werden die Frauen ausschließlich über das Regelgeschäft betreut, 15 Jobcenter und Agenturen für Arbeit (19,5 %) haben einen strukturellen Ansatz zur Integration von Migrantinnen in den Arbeitsmarkt. Das heißt: Insgesamt nimmt die große Mehrheit von 61 Jobcentern und Agenturen für Arbeit (78,7 %) die besonderen Bedürfnisse von Migrantinnen wahr und fördert sie mit speziellen Angeboten. Allerdings geht nur jedes fünfte Jobcenter bzw. Agentur für Arbeit das Thema auf einer grundsätzlichen Ebene an und hat ein über Einzelmaßnahmen hinausgehendes Konzept entwickelt.

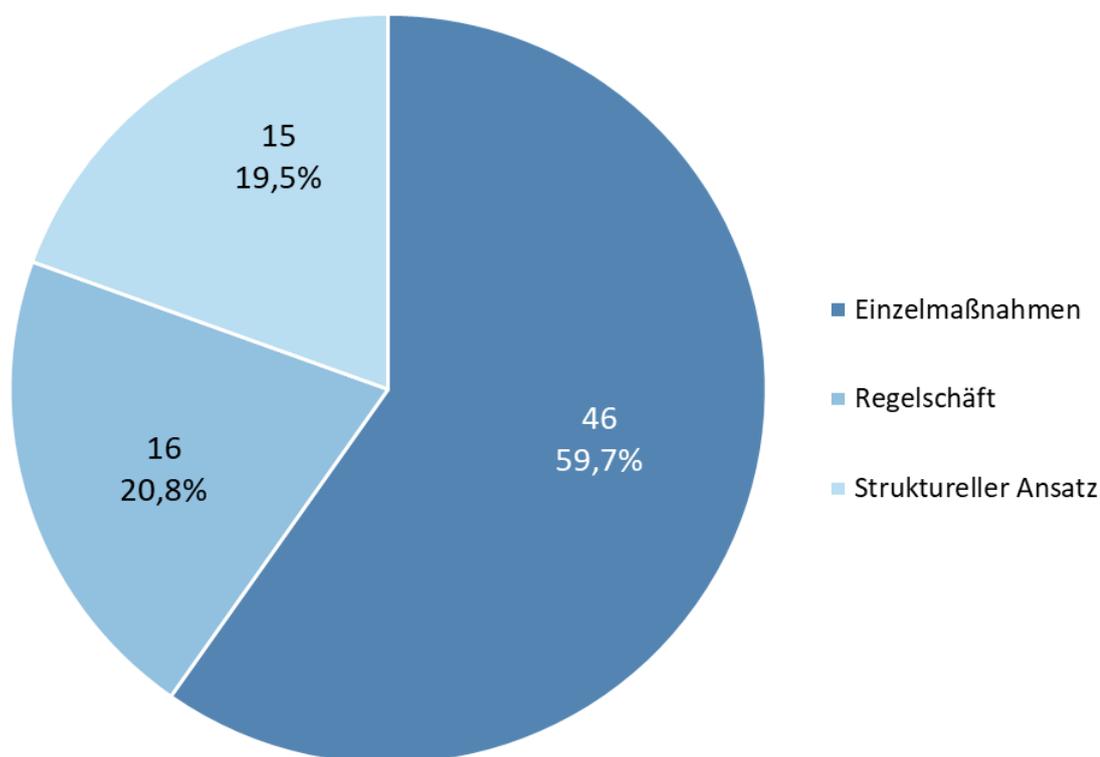


Abbildung 17: Ansätze zur Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen
n= 77 © Minor

In einigen Bundesländern gibt es Abweichungen von den bundesweiten Durchschnittswerten. So wurden 40,9 % der aus bayerischen Jobcentern und Agenturen für Arbeit stammenden Fragebögen, also etwa doppelt so viel wie deutschlandweit, der Kategorie Regelgeschäft zugeordnet (siehe Abbildung 18). Auch in Nordrhein-Westfalen laufen Migrantinnen häufiger als im bundesweiten Durchschnitt im Regelgeschäft mit: 33,3 % der dortigen Jobcenter und Agenturen für Arbeit betreuen Migrantinnen im Rahmen des regulären Geschäfts. Ein anderes Bild bietet sich in Niedersachsen. Keines der insgesamt zehn befragten niedersächsischen Jobcenter und Agenturen für Arbeit betreut Migrantinnen im Regelgeschäft. Stattdessen setzen 90,0 % auf Einzelmaßnahmen zur Arbeitsmarktintegration der Frauen.

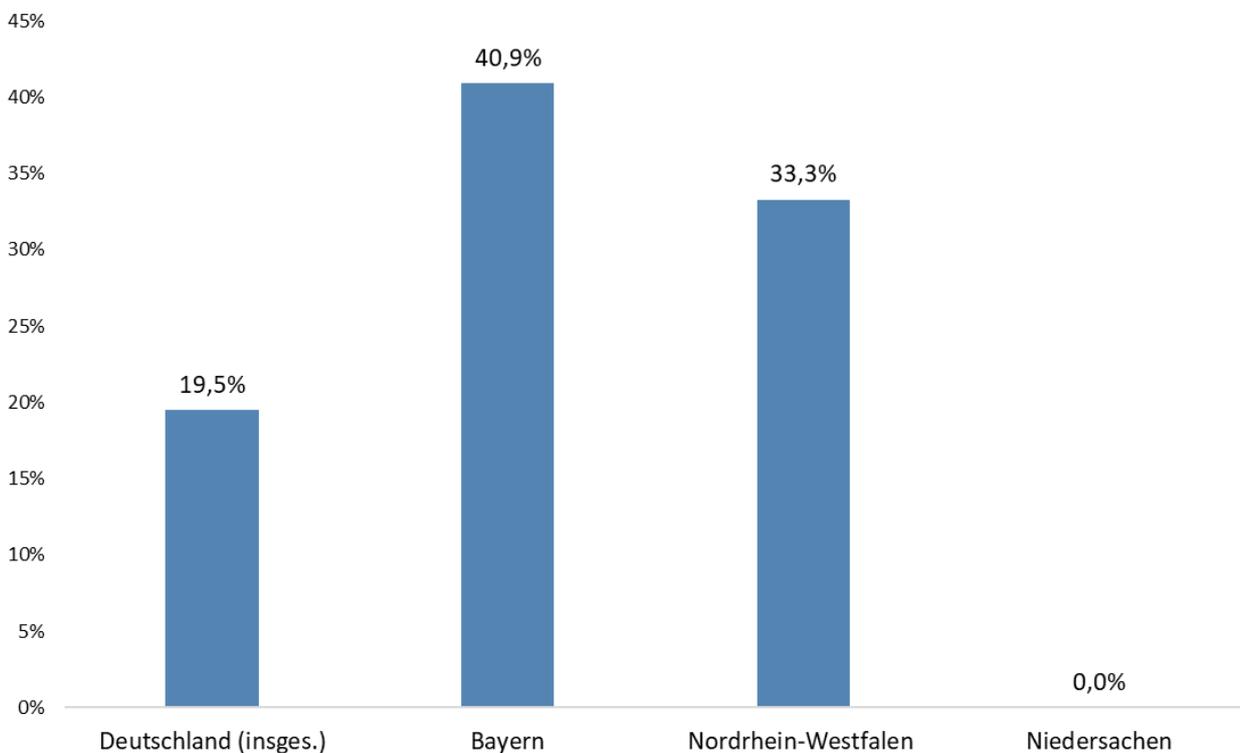


Abbildung 18: Betreuung von Migrantinnen im Regelgeschäft in Deutschland, Bayern, Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen

n= 77/22/12/10 © Minor

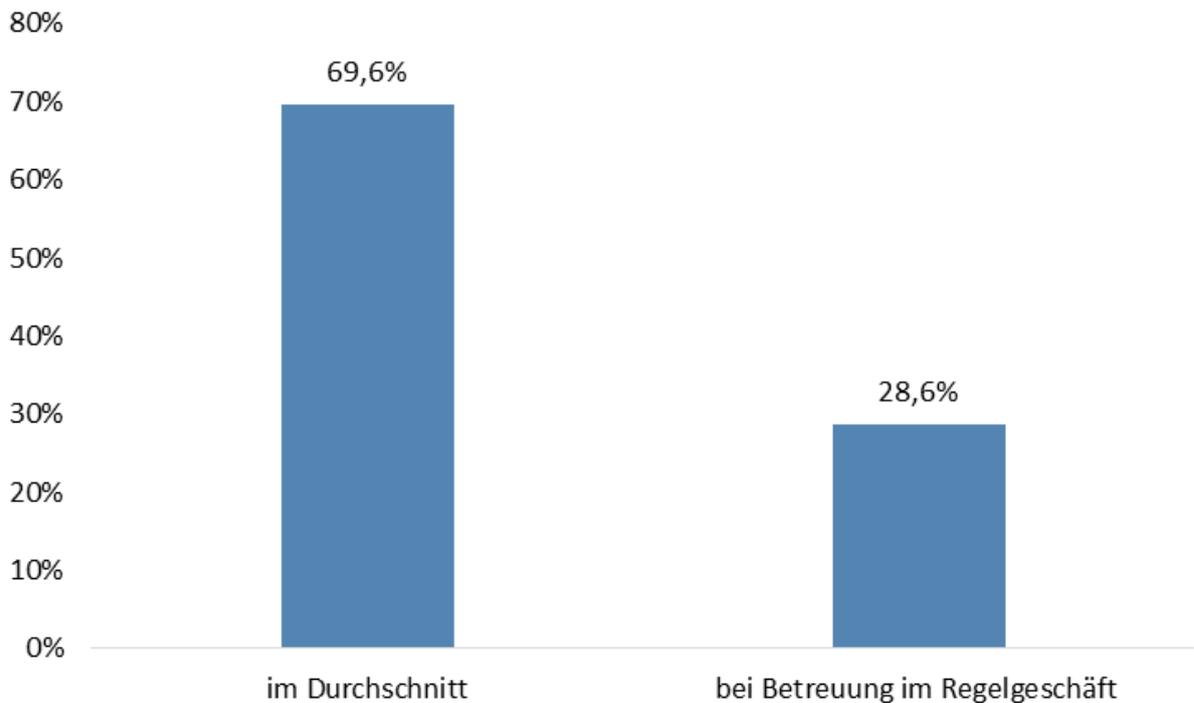


Abbildung 19: Nennung von Migrantinnen als Zielgruppe im Durchschnitt und bei Betreuung im Regelgeschäft

n= 77/16. Die Befragten konnten bei dieser Frage mehrere Antworten geben. © Minor

Auffallend ist folgende Korrelation zwischen Ansatz und Zielgruppe: Die Agenturen für Arbeit und Jobcenter, die Migrantinnen im Regelgeschäft betreuen, nennen deutlich seltener als die übrigen Befragten Migrantinnen explizit als Zielgruppe. 28,6 % der Rückmeldungen in der Rubrik Zielgruppe von den der Kategorie Regelgeschäft zugeordneten Jobcentern und Agenturen für Arbeit beziehen sich explizit auf Migrantinnen, während es im Durchschnitt bei allen Dienststellen 69,6 % sind (siehe Abbildung 19). Es ist schwer zu beurteilen, welche Auswirkungen dies hat, ob also die Tatsache, dass Migrantinnen nicht als eigene Zielgruppe wahrgenommen werden, in der Praxis dazu führt, dass die betreffenden Jobcenter und Agenturen für Arbeit keine speziellen Ansätze bzw. Modelle für ihre Integration in den Arbeitsmarkt entwickeln.

4.2. Beispiele für die Betreuung im Regelgeschäft

Im Folgenden soll zur Veranschaulichung das Vorgehen von einigen der insgesamt 16 Jobcenter und Agenturen für Arbeit vorgestellt werden, die Migrantinnen ausschließlich im Rahmen des Regelgeschäfts betreuen. Bei einer Agentur für Arbeit werden die Frauen „entsprechend ihren Berufswünschen einem Hauptbetreuenden zugeordnet“, erläutert eine Mitarbeiterin und setzt hinzu:

„Ihnen wird passgenau in Beratungsgesprächen das gleiche umfangreiche Dienstleistungsangebot zur Verfügung gestellt wie allen anderen Kundinnen der Agentur für Arbeit.“

Wenn nötig, ermöglicht das Jobcenter den Migrantinnen eine Teilnahme an Berufssprachkursen oder Qualifizierungsmaßnahmen mit beruflichen und sprachlichen Modulen. Um Migrantinnen mit Fluchthintergrund, die Nichtleistungsempfängerinnen sind und einen beschränkten Arbeitsmarktzugang haben, kümmern sich „Spezialist*innen“, so die Mitarbeiterin der Agentur für Arbeit.

Eine andere Agentur für Arbeit hat ebenfalls „bisher keine eigenen innovativen Ansätze und Modelle der Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen erprobt“. Stattdessen sind ihre Mitarbeitenden in verschiedenen Netzwerken tätig und beteiligen sich an diversen Veranstaltungen, darunter eine jährlich stattfindende Informations- und Integrationsmesse, die „Interkulturellen Wochen“ mit Lesungen, Vorträgen und Gesprächsrunden sowie ein jährlicher Aktionstag für Familien und Alleinerziehende. Dabei sprechen die Mitarbeitenden der Agentur für Arbeit gezielt Migrantinnen an und stellen ihnen Beratungsangebote vor.

Ein Jobcenter hat sich bewusst gegen spezielle Maßnahmen für Migrantinnen entschieden. Ein bestehendes „Flüchtlings-Team“ wurde inzwischen aufgelöst.

„Unsere Integrationsstrategie nutzt die Einbeziehung geflüchteter Menschen in das Regelgeschäft. Sie unterstreicht unseren Integrationsgedanken ohne Sonderräume [...], Gleichbehandlung und damit gegenseitige Akzeptanz und Anerkennung zu fördern und zu unterstützen.“ (Mitarbeiterin eines Jobcenters)

4.3. Beispiele für Einzelmaßnahmen

Unter den Einzelmaßnahmen stehen mit 23 Nennungen Kurse und Workshops auf Platz eins (siehe Abbildung 20). 14 Mal führten Jobcenter und Agenturen für Arbeit Gruppen- bzw. Einzelcoachings und Begleitung im Alltag als Instrumente zur Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen an. Neunmal wurden Vorträge und offene Informationsveranstaltungen genannt sowie sechsmal die Teilnahme am Programm „Stark im Beruf – Mütter mit Migrationshintergrund steigen ein“. Zweimal gaben die Befragten an, Migrantinnen bei der Qualifizierung für bestimmte Berufsfelder zu unterstützen. Einen ganz eigenen Weg geht schließlich das Jobcenter Emden mit einem Theaterworkshop.

Zum Teil setzen Jobcenter und Agenturen für Arbeit auf eine Kombination verschiedener Einzelmaßnahmen. Das Konzept des Jobcenters im Landkreis Esslingen zur Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen sieht beispielsweise verschiedene Module vor, darunter Informationsveranstaltungen zu Möglichkeiten der Kinderbetreuung ab dem ersten Lebensjahr, Sprachkurse und Coaching-Angebote für die Frauen sowie ihre gesamte Familie.

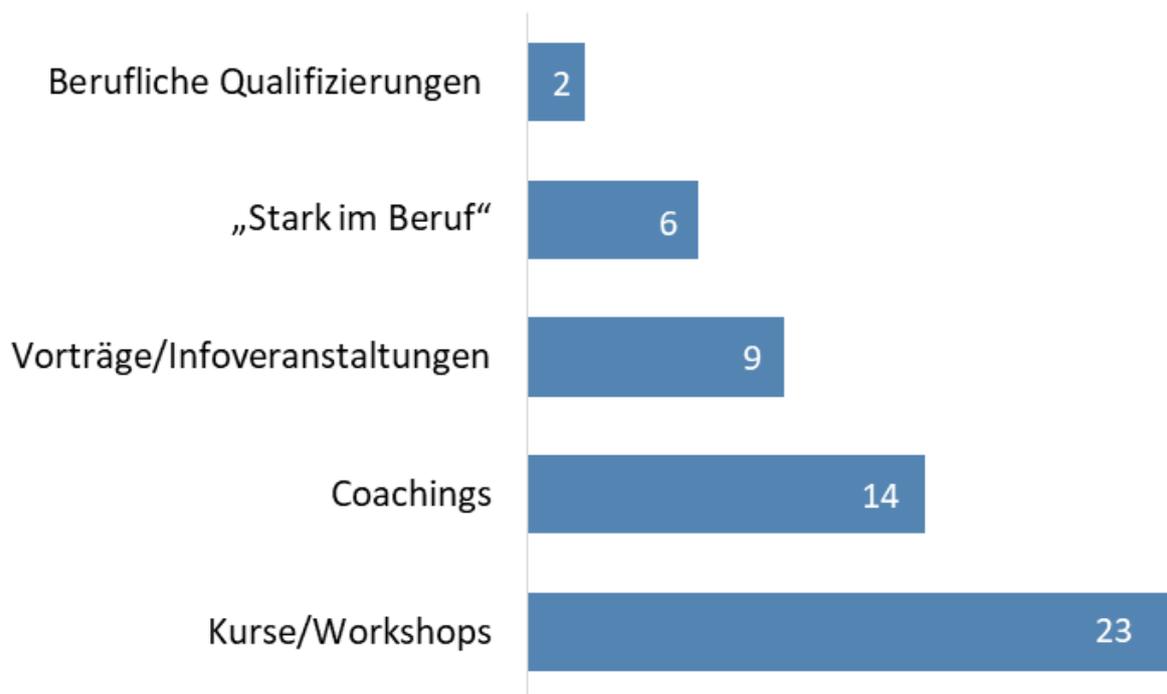


Abbildung 20: Art der Einzelmaßnahmen und Angebote © Minor
n= 77. Die Befragten konnten bei dieser Frage mehrere Antworten geben. © Minor

4.3.1. Kurse und Workshops

Neben den Sprach- und Integrationskursen des BAMF bieten einige Jobcenter und Agenturen für Arbeit in Zusammenarbeit mit lokalen Trägern Workshops an, in denen die Migrantinnen einen ersten Überblick über das Leben in Deutschland erhalten. So vermittelt das vom Jobcenter im oberpfälzischen Landkreis Neumarkt eigens für Migrantinnen mit Kindern unter drei Jahren entwickelte Angebot „LEO“ (Leben und Orientieren in Deutschland) grundlegende Informationen unter anderem zu Feiertagen und Bräuchen. Das Angebot beinhaltet eine integrierte Kinderbetreuung, die über das örtliche Jugendamt finanziert wird. Auch die Agentur für Arbeit Göttingen hat einen Basiskurs für Migrantinnen im Angebot: In Modul 1 lernen die Frauen Grundlegendes zum Alltag in Deutschland; in

Modul 2 geht es unter anderem um das Schulsystem, Ausbildung, Fort- und Weiterbildung sowie die Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

An Migrantinnen mit guten Sprachkenntnissen richtet sich der Kurs „Orientieren und Aktivieren mit berufsorientiertem Deutsch“ der Agentur für Arbeit in Balin-gen. Hier erhalten die Frauen einen Überblick über den aktuellen Arbeits- bzw. Ausbildungsmarkt in der Region, erstellen individuelle Bewerberprofile, üben Bewerbungsgespräche und entwickeln Selbstvermarktungsstrategien. Das Jobcenter Gießen lädt Migrantinnen in Zusammenarbeit mit einem lokalen Träger in ein virtuelles Klassenzimmer ein: „Comeback-Online“ kombiniert berufliche Orientierung und Sprachtraining. Die dafür notwendigen Tablets stellt der Träger.

Weil sich die Angebote oft speziell an Mütter mit kleinen Kindern ohne Kitaplatz richten, können die Frauen zum Teil ihre Kinder mitbringen.

„Während die Frauen lernen, werden die Kinder in einem extra für sie eingerichteten Raum durch zusätzliches Personal beaufsichtigt. [...] In den Unterrichtspausen können Mütter und Kinder zusammen die Zeit verbringen. Sollte einmal ein Kind unbedingt durch die Mutter versorgt werden müssen, kann die Mutter innerhalb von Sekunden bei ihrem Kind sein und das Notwendige erfüllen und sofort zurück in den Unterricht zurückkehren.“ (Mitarbeiterin einer Agenturs für Arbeit)

4.3.2. Coaching, Begleitung im Alltag und Gruppenberatung

Ein weiterer wesentlicher Baustein zur Arbeitsmarktintegration sind Coachings und die Begleitung der Frauen im Alltag. Das Jobcenter Wilhelmshaven bietet im Rahmen des Projekts SOLO Einzelcoachings für Migrantinnen mit Sprachmittlerinnen und Sprachmittlern an. An zwei Stunden in der Woche erhalten die Frauen Unterstützung in Alltagssituationen und gehen z. B. in Begleitung zu Ärzten oder Behörden. Außerdem werden Möglichkeiten aufgezeigt, die deutsche Sprache zu erlernen, und Informationen über den Arbeitsmarkt ausgetauscht. Auf Wunsch findet das Coaching zu Hause statt.

Ein Jobcenter stellt Migrantinnen mit Kindern unter drei Jahren eine Familienlotsin zur Seite. Weil die Familienlotsin selbst einen Migrationshintergrund hat, erreicht sie die Frauen leichter als Mitarbeitende des Jobcenters in Beratungsgesprächen.

„Ihre authentische Berichterstattung, beruhend auf eigenen Erfahrungen kann Türen öffnen, nachhaltigen Eindruck hinterlassen und die geflüchteten Frauen eher beeindrucken als theoretisch aufgezeigte Möglichkeiten. Ihre eigenen Sozialisationserfahrungen ermöglichen es, entsprechend der kulturellen Erwartungen zu agieren und bei den Einzelberatungen auch die Ehemänner der zu beratenden Frauen mit einzubeziehen.“ (Mitarbeiterin eines Jobcenters)

Eine Agentur für Arbeit bietet Gruppenberatungen zum Thema „Berufswege“ an. Im Zentrum stehen die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, die Suche nach beruflichen Möglichkeiten und Strategien für Bewerbungen. Die Gespräche finden bewusst nicht in der Agentur für Arbeit statt, sondern im Haus eines Bildungsträgers, der Sprachkurse für Migrantinnen anbietet:

„Eine Anmeldung ist nicht erforderlich. Die Frauen melden sich direkt aus dem Sprachkurs heraus, kommen teilweise mit Freundinnen. Auf diese Weise bauen wir Barrieren zu öffentlichen Verwaltungen ab und erreichen die Frauen, um sie auf dem Weg in den Arbeitsmarkt zu begleiten.“

4.3.3. Niederschwellige Veranstaltungen und Vorträge

Um in Kontakt mit Migrantinnen zu kommen, organisieren einige Jobcenter und Agenturen für Arbeit niederschwellige Veranstaltungen. Unter dem Motto „In Dresden ankommen – in Dresden leben“ lädt das dortige Jobcenter gemeinsam mit dem Sozialamt geflüchtete Frauen ein, um die Angebote von Vereinen und Beratungseinrichtungen kennenzulernen. Dabei stehen Dolmetscherinnen und Dolmetscher Frauen mit geringen oder keinen Deutschkenntnissen zur Seite.

Die Agentur für Arbeit Erfurt nimmt an der jährlich stattfindenden „Interkulturellen Woche“ teil. 2019 organisierte sie in deren Rahmen zum Tag der Integration am 24. September gemeinsam mit dem Jobcenter und dem Zentrum für Integration und Migration Erfurt (ZIM) einen Gesprächsabend für geflüchtete Frauen, zu dem rund 50 Gäste kamen.

„Ziel dieser Veranstaltung war es, mit persönlichen Erfolgsgeschichten von Frauen mit Migrationshintergrund andere Frauen zu motivieren und Mut zu machen, ihren eigenen Weg hier in Deutschland zu gehen. Berichtet wurde auf eine sehr emotionale Art und Weise über Einreise, Flucht, Deutsch lernen, Qualifizierung und den ersten Job. Weiterhin erzählten die ‚Erfolgsfrauen‘ darüber, wie sie ihre Herausforderungen gemeistert haben.“

Im Ergebnis war dies eine sehr bewegende und erfolgreiche Veranstaltung.
[...] Das Feedback der Zuhörer war sehr positiv: „Das sind echte Vorbilder.“

Auch das Jobcenter im Landkreis Celle setzt auf niederschwellige Einzelveranstaltungen, um Migrantinnen zu erreichen. Im November 2017 lud es erstmals geflüchtete Frauen zu einem in mehrere Sprachen übersetzten Vortrag einer Vertreterin des Flüchtlingsrats Niedersachsen ein. Etwa 80 Frauen nahmen daran teil; Männer waren nicht dabei. Nach dem Vortrag präsentierten sich die Migrationsbeauftragten von Stadt und Landkreis Celle, des Jobcenters und der Agentur für Arbeit sowie Frauen, die in Deutschland arbeiten. Das Jobcenter stellte Getränke sowie Gebäck bereit und bot in einem eigenen Raum Kinderbetreuungsmöglichkeiten und Kinderschminken an.

2018 fand die Veranstaltung ein weiteres Mal in einem großen Rahmen statt. Im Jahr darauf ging das Jobcenter im Landkreis Celle in Zusammenarbeit mit der Agentur für Arbeit Celle, dem Team Migration und Integration des Landkreises Celle und dem Bildungsmanagement der Celler Zuwanderungsagentur zu einem kleineren Format über, einem Info-Café für maximal 16 Frauen. Dabei sind Mitarbeitende des Jobcenters zu Gast bei Veranstaltungen für Migrantinnen in caritativen Einrichtungen und informieren unter anderem über Frauenrechte, Möglichkeiten der Beschäftigung wie Mini-Jobs oder Teilzeitstellen, Sprachlernangebote und Möglichkeiten der Kinderbetreuung. Im Vergleich zu den großen Vortragsveranstaltungen hat das Info-Café viele Vorteile, denn die Mitarbeitenden können so auch die Frauen im Landkreis erreichen, die nicht mobil sind. Außerdem befinden sich die Migrantinnen in einer ihnen vertrauten Umgebung. Zusätzlich sorgen die Gastgeber*innen für einen angenehmen Rahmen, indem sie Essen und Getränke anbieten.

4.3.4. Teilnahme an „Stark im Beruf“

Sechs der befragten Jobcenter und Agenturen für Arbeit gaben an, sich an „Stark im Beruf – Mütter mit Migrationshintergrund steigen ein“ zu beteiligen. Das vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) und dem Europäischen Sozialfonds (ESF) geförderte Programm zielt darauf ab, Müttern mit Migrationshintergrund den Einstieg in den Arbeitsmarkt zu erleichtern. Es besteht eine strategische Partnerschaft zwischen dem BMFSFJ und der Bundesagentur für Arbeit: Etwa 70 % der Zuweisungen in das ESF-Bundesprogramm erfolgen über die Jobcenter und Agenturen für Arbeit.

In Salzgitter bietet das dortige Jobcenter im Rahmen des Projekts „Stark im Beruf – Gemeinsam einsteigen!“ in Zusammenarbeit mit dem AWO-Kreisverband und dem Stadtteil-Koordinator der Stadt Salzgitter wöchentlich Module in Kleingruppen von maximal 15 Personen an. Die Treffen finden in Lebenstedt statt, einem Viertel, in dem, so die Aussage der Mitarbeitenden des Jobcenters, Migrantinnen oftmals in traditionellen Zusammenhängen leben und sich zuständig für familiäre Belange fühlen. Die Frauen erhalten unter anderem Hilfe bei der Anerkennung von ausländischen Qualifikationen oder der Suche nach Praktika und können Familiencoachings sowie Bewerbungstrainings in Anspruch nehmen. Weil die Anwesenheitszeiten flexibel sind und es Kinderbetreuungsmöglichkeiten gibt, können auch Mütter mit kleinen Kindern teilnehmen. Gerade sie will das Jobcenter bestmöglich bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf unterstützen.

„Der gewählte Ansatz eröffnet nicht nur den Müttern, sondern der gesamten Familie bzw. Bedarfsgemeinschaft neue Perspektiven und wirkt den Gefahren von Kinderarmut präventiv entgegen. Die Kinder können nach der Schule bei ‚Stark im Beruf‘ klingeln und ihre Mutter oder auch nur den Wohnungsschlüssel abholen.“

4.3.5. Qualifizierung für bestimmte Berufe

Ein wesentlicher Aspekt, um Migrantinnen die Integration in den Arbeitsmarkt zu erleichtern, ist die Unterstützung bei der beruflichen Qualifizierung. Dabei werden bestimmte Bereiche besonders gefördert, weil es hier einen hohen Bedarf an Fachkräften gibt und die Migrantinnen nach Ansicht der Mitarbeitenden der Jobcenter und Agenturen für Arbeit häufig Erfahrungen aus eben diesen Bereichen mitbringen. So vermittelt die Agentur für Arbeit Vechta Migrantinnen eine Weiterbildung zu Helferinnen in der Pflege. Die Fortbildung ist in Teilzeit möglich, sodass auch Mütter mit kleinen Kindern und Frauen mit anderweitigen familiären Verpflichtungen teilnehmen können. Außerdem unterstützt die Agentur für Arbeit Vechta Migrantinnen, sich auf die Prüfung zur Hauswirtschafterin vor der Landwirtschaftskammer vorzubereiten. Dabei wird die Tätigkeit im eigenen Haushalt als Berufserfahrung angerechnet.

Mit BAFFiS (Berufliche Aktivierung von Frauen und Männern mit Fluchthintergrund in Sozialberufen) wendet sich ein Jobcenter an Geflüchtete, die in ihrer Heimat eine Qualifikation im sozialen Bereich erworben haben. Eine Mitarbeiterin des Jobcenters erklärt:

„Die Teilnehmenden werden bei beruflichen Anerkennungsverfahren unterstützt. Häufig erhalten sie eine Anerkennung als ‚Pädagogische Fachkraft‘, mit der sie zwar Betreuungstätigkeiten an Schulen ausüben, aber nicht als Lehrpersonen arbeiten dürfen.“

4.3.6. Kreativer Ansatz

Das Jobcenter Emden geht die Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen mit Kindern auf kreative Art und Weise an: Beim Theaterprojekt „lebens:ART“ des Trägers defakto heben gezieltes Sprachtraining und Sprechrollen das Sprachniveau der Teilnehmerinnen. Gleichzeitig kann das Theaterspielen das Selbstbewusstsein der Frauen stärken, ihnen neue Perspektiven aufzeigen und sie nach Ansicht der Mitarbeitenden des Jobcenters dazu bewegen, Rollenbilder zu hinterfragen. Die ersten drei Monate von lebens:ART stehen im Zeichen der Bestandaufnahme: Das Sprachniveau der Teilnehmerinnen wird ermittelt und sie erhalten Sprachcoaching. In den folgenden drei Monaten entwickeln die Teilnehmerinnen ein Theaterstück, erarbeiten ihre Rolle und absolvieren Orientierungspraktika. In den letzten drei Monaten erhalten die Frauen betriebsbezogenes Sprachcoaching und werden in eine Ausbildung oder Anstellung begleitet. Über den gesamten Zeitraum hinweg werden die Kinder vor Ort betreut. Außerdem bekommen die Teilnehmerinnen sozial- und theaterpädagogisches Coaching. „Hier arbeiten Menschen mit Menschen, hier werden spürbar Grenzen überwunden“, so das Fazit des Jobcenters Emden.

5. Strukturelle Ansätze zur Arbeitsmarktförderung von Migrantinnen

5.1. Statistische Einordnung

Im Folgenden werden die Jobcenter und Agenturen für Arbeit mit strukturellen Ansätzen gesondert betrachtet. Ausschlaggebend für die ausführlichere Analyse dieser Dienststellen ist die Vermutung der Autor*innen, dass für eine erfolgreiche Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen nicht nur gute Einzelmaßnahmen entscheidend sind, sondern ein reibungsloses Ineinandergreifen verschiedener Aktivitäten als Teil eines Gesamtkonzeptes, an dem verschiedene Netzwerkpartner*innen gemeinsam wirken. Jobcenter und Agenturen für Arbeit mit einem strukturellen Ansatz gehen die Integration von Migrantinnen in den Arbeits-

markt ganzheitlich an. Das heißt: Es gibt eine langfristige Strategie zur Arbeitsmarktförderung von Migrantinnen. Einzelmaßnahmen stehen nicht unverbunden nebeneinander, sondern sind Bausteine eines umfassenden Konzepts.

Von den insgesamt 15 Jobcentern und Agenturen für Arbeit, die die Integration von Migrantinnen in den Arbeitsmarkt strukturell angehen und die an der Befragung teilgenommen haben, befinden sich die meisten in Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Sachsen. In diesen Bundesländern wurden jeweils drei strukturelle Modelle identifiziert. In Bayern, Bremen, Hessen, Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Thüringen gibt es jeweils ein Jobcenter bzw. eine Agentur für Arbeit mit strukturellem Ansatz. Aus den Antworten der Dienststellen in Berlin, Hamburg, Rheinland-Pfalz, Sachsen-Anhalt und dem Saarland konnte das Vorgehen anhand eines umfassenden Modells nicht identifiziert werden. Wie weiter oben bereits erwähnt, sind hier die Antworten der Umfrage maßgeblich für diese Zuordnung. Ungewiss bleibt, ob nicht auch die Regionaldirektionen strukturelle Ansätze in einzelnen Dienststellen verfolgen.

Die meisten Jobcenter und Agenturen für Arbeit, die laut Zuordnung der IQ Fachstelle Einwanderung ein strukturelles Modell entwickelt haben, befinden sich in Großstädten: Acht Dienststellen mit strukturellen Ansätzen stammen aus Städten mit mehr als 100.000 Einwohner*innen (siehe Abbildung 21). Weitere vier Dienststellen mit strukturellen Modellen sind in Landkreisen ansässig sowie jeweils ein Jobcenter bzw. eine Agentur für Arbeit in Mittelstädten, Stadtstaaten und Städteverbänden.

Nimmt man die Großstädte in den Blick (siehe Abbildung 22), fällt auf, dass 28,6 % der Jobcenter und Agenturen für Arbeit hier einen strukturellen Ansatz verfolgen – deutlich mehr als im bundesweiten Durchschnitt (19,5 %) und als in Landkreisen (16,6 %) sowie Mittelstädten (5,8 %).

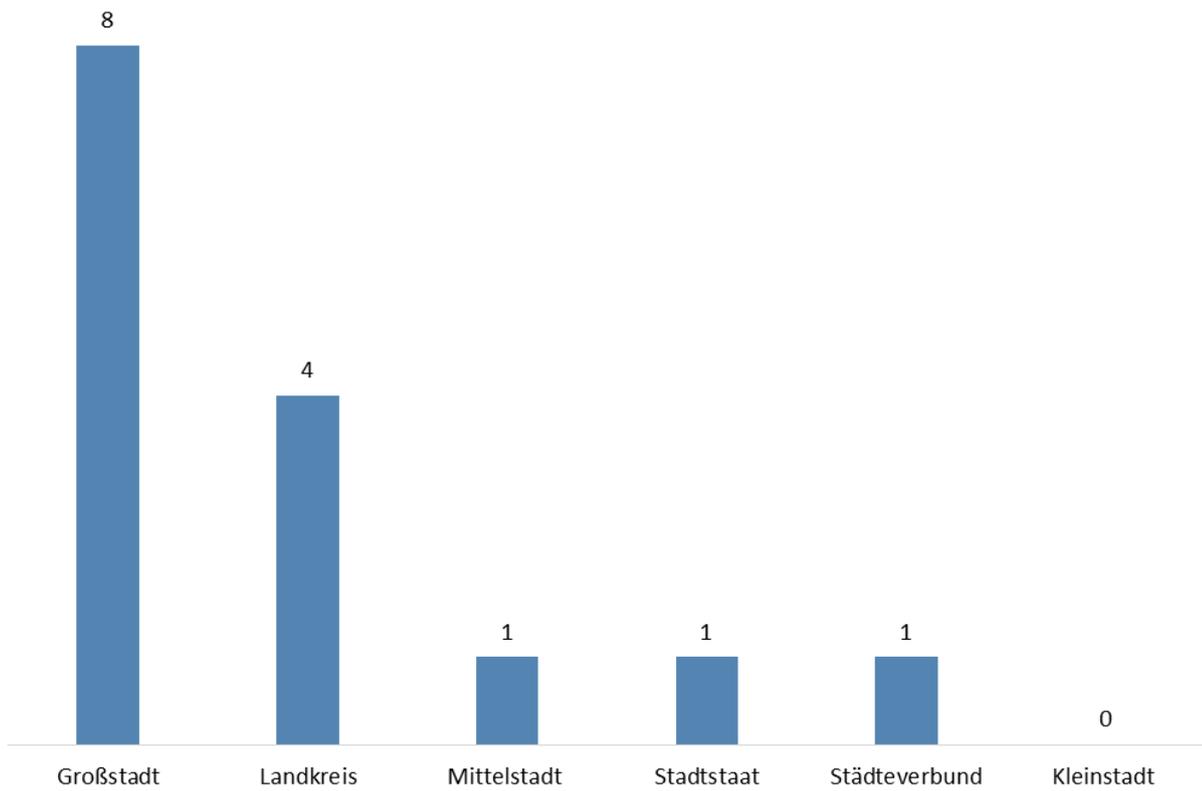


Abbildung 21: Strukturelle Ansätze nach Standorten

n= 15 © Minor

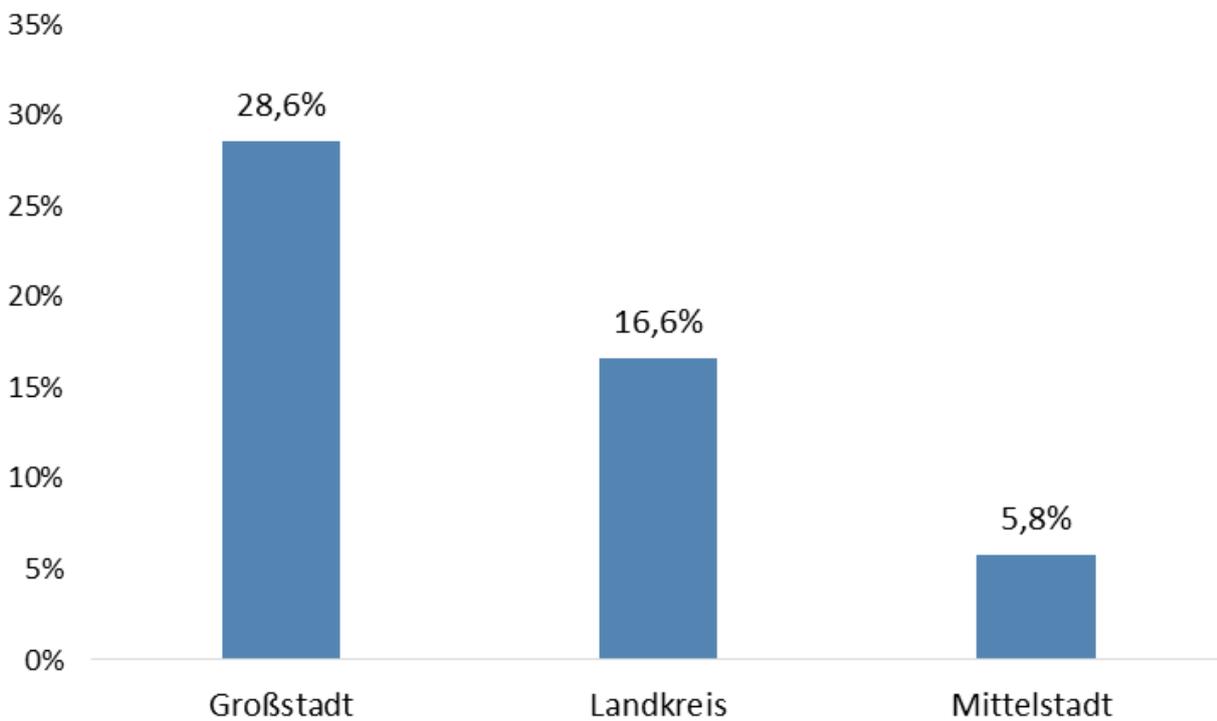


Abbildung 22: Anteil von Jobcentern und Agenturen für Arbeit mit strukturellem Ansatz nach Standort

n= 15 © Minor

5.2. „Gute Angebote in einer guten Atmosphäre“: Beispiele für strukturelle Modelle

Im Folgenden wird das Vorgehen von Jobcentern und Agenturen für Arbeit mit strukturellem Ansatz zur Integration von Migrantinnen in den Arbeitsmarkt vorgestellt. Dabei soll vor allem gezeigt werden, worin sich die Arbeit dieser Dienststellen von den übrigen Jobcentern und Agenturen für Arbeit unterscheidet.

5.2.1. *Interne Rahmenbedingungen: Spezialisierung und hauseigene Sprachmittlerinnen und Sprachmittler*

Inwieweit sich einzelne Jobcenter und Agenturen für Arbeit auf bestimmte Zielgruppen spezialisieren, hängt von der Größe der Dienststelle und der Kund*innen-Struktur ab. Von den 15 Jobcentern und Agenturen für Arbeit mit einem strukturellen Ansatz zur Arbeitsmarktförderung von Migrantinnen gaben acht an, eigene Teams oder speziell geschulte Mitarbeitende zu haben. Diese kümmern sich zwar nicht ausschließlich um Migrantinnen, haben aber die speziellen Voraussetzungen und Bedürfnisse von Menschen mit Migrationshintergrund im Blick. So hat das Jobcenter im sächsischen Landkreis Vogtland den „Integrationspunkt Vogtland“ als zentrale Anlaufstelle für Migrant*innen, Mitarbeitende sowie Netzwerkpartner*innen ins Leben gerufen:

„Das notwendige Expertenwissen zum systematischen Erwerb der erforderlichen Sprachkenntnisse, zum Verfahren der Anerkennung von Berufsabschlüssen, die Kenntnis über die Kompetenzen und den weitergehenden Unterstützungsbedarf der anerkannten Flüchtlinge werden im ‚Integrationspunkt Vogtland‘ gebündelt.“

Der Integrationspunkt Vogtland bietet aus einer Hand die Beratung von Geflüchteten zu Sprachkursen, die Anerkennung von im Ausland erworbenen Schul- und Berufsabschlüssen sowie die Betreuung von Geflüchteten während ihrer Teilnahme an Sprach- und Integrationskursen an. Dabei kooperieren die Mitarbeitenden eng mit regionalen Arbeitsmarktmentor*innen.

Im Jobcenter im baden-württembergischen Landkreis Rems-Murr kümmert sich das „IBA-TEAM“ (Integration, Beratung und Arbeit) um geflüchtete Männer und Frauen. Seit 2019 ist der Leiter des Teams gleichzeitig auch Migrationsbeauftragter des Jobcenters und nutzt das Netzwerk, um Informationen im Haus an alle weiterzugeben. Für ihn liegen die Vorteile auf der Hand: Spezialist*innen können sich besser um die besonderen Anliegen der Geflüchteten kümmern.

Ein Sonderteam für den Bereich Flucht hat auch ein anderes Jobcenter geschaffen. Neben dem Tagesgeschäft stehen die Mitarbeitenden ihren Kolleginnen und Kollegen „als ExpertInnen und MultiplikatorInnen für bestimmte Themenfelder Migration zur Verfügung“, wie eine Mitarbeiterin des Jobcenters erläutert:

„Aktuelle Entwicklungen und Veränderungen werden über die MultiplikatorInnen an die anderen Teams weitergegeben. Es fanden intern Schulungen zu bestimmten Themen statt.“

In den übrigen Jobcentern und Agenturen für Arbeit kümmern sich einzelne Mitarbeitende speziell um Migrant*innen. So hat das Jobcenter im hessischen Waldeck-Frankenberg an jedem Standort eine Ansprechperson für Menschen mit Fluchthintergrund. Im Jobcenter Landkreis Konstanz gibt es sowohl für Alleinerziehende als auch für Menschen mit Fluchthintergrund spezielle Arbeitsvermittler*innen, die deren besondere Bedürfnisse besonders im Blick haben.

Neben der Spezialisierung setzen die Jobcenter und Agenturen für Arbeit mit strukturellem Ansatz verstärkt auf eigene Sprachmittlerinnen und Sprachmittler: In vier der 15 Dienststellen (26,6 %) arbeiten Dolmetscherinnen und Dolmetscher. Das Jobcenter Rems-Murr verfügt zwar nicht über eigene Sprachmittlerinnen und Sprachmittler, nutzt aber stattdessen bei Gesprächen mit Migrantinnen regelmäßig die zentrale Dolmetscherinnen- und Dolmetscher-Hotline der Bundesagentur für Arbeit.

5.2.2. *Aktive Netzwerkarbeit*

Austausch und Kooperation mit externen Partner*innen spielen für viele Jobcenter und Agenturen für Arbeit bei der Integration von Migrantinnen in den Arbeitsmarkt eine zentrale Rolle (siehe Kapitel 3.5.1.). Für die Dienststellen mit einem strukturellen Ansatz zur Arbeitsmarktförderung von Migrantinnen hat Netzwerken einen noch höheren Stellenwert. So ist den Mitarbeitenden in den entsprechenden Jobcentern und Agenturen für Arbeit bewusst, dass der Aufbau neuer Kontakte und die Pflege bestehender Verbindungen viel Zeit und Energie kosten, mit anderen Worten: dass Netzwerken Arbeit im eigentlichen Sinne ist und nicht etwas, was man „nebenher“ erledigen kann. Ein Mitarbeiter eines Jobcenters erinnert sich an die Aufbauphase: „Netzwerkarbeit nahm zu Beginn viel Arbeit ein.“ Auch die Mitarbeiterinnen eines anderen Jobcenters betreiben „intensive Netzwerkarbeit“, die mehr ist als „ein ‚Rucksack‘ unter vielen anderen Aufgaben“.

Basierend auf diesem Verständnis von Netzwerkarbeit hat für die Jobcenter und Agenturen für Arbeit mit strukturellem Ansatz der regelmäßige Austausch mit externen Partner*innen eine große Bedeutung. Neun von 15 Dienststellen mit strukturellem Ansatz (60,0 %) sind in lokalen Arbeitskreisen und Lenkungsgruppen vertreten oder nehmen regelmäßig an Netzwerktreffen teil. So gehört das Jobcenter Dresden der Fach AG „Integration und Migration“ in Dresden an. Das Jobcenter Vogtland ist mit seinem Integrationspunkt Teil des regionalen Netzwerkes „Flucht/Asyl“, das eng mit Sprachkursträgern und dem IQ-Netzwerk zusammenarbeitet und Kontakte mit Unternehmen im Vogtland knüpft.

Zwei Dienststellen setzen beim regelmäßigen Austausch auf gegenseitige Besuche und Hospitationen:

„Weiterhin wurde der Aufbau zu externen Netzwerkpartner*innen und speziell Migrationseinrichtungen intensiv verfolgt und Kompetenzen miteinander verflochten. Gegenseitige Besuche und regelmäßiger Austausch im Rahmen von übergreifenden Besprechungen führen auch weiterhin zu einer engen Verflechtung.“

Ein Paradebeispiel für effektive Netzwerkarbeit ist das „Weimarer Bündnis für Sprache und Integration“, dem neben dem Jobcenter Weimar die vom BAMF zugelassenen Sprachkursträger, die Agentur für Arbeit, das Sozialamt, die Ausländerbehörde sowie AWO und Caritas angehören. Das Bündnis möchte die sprachliche und berufssprachliche Integration von Zugewanderten fördern. Grundlage der Zusammenarbeit ist eine 2017 geschlossene Kooperationsvereinbarung, die unter anderem die gemeinsame Planung von Kursen und die Abstimmung der unterschiedlichen Kursarten im Sinne einer aufeinander aufbauenden, möglichst lückenlosen Sprachförderkette vorsieht. Außerdem gibt es in einem vom Jobcenter zur Verfügung gestellten Raum eine zentrale Sprachkursberatung. Einmal im Monat erhalten alle Beteiligten per E-Mail eine aktualisierte Informationsübersicht. Alle drei Monate tauschen sich die Sprachkursträger bei einem Treffen aus; die übrigen Partner*innen kommen zweimal im Jahr zusammen.

5.2.3. Niederschwellige und frühe Ansprache der Zielgruppe

Vier der 15 Jobcenter und Agenturen für Arbeit mit strukturellem Ansatz (26,7 %) gaben an, Migrantinnen zu niederschweligen Veranstaltungen einzuladen oder eigens für sie konzipierte offene Beratungsangebote im Portfolio zu haben. Das

Jobcenter Landkreis Konstanz lädt beispielsweise regelmäßig zu „Kita-Info-Tagen“ ein, um Migrantinnen über die Möglichkeiten der Kinderbetreuung aufzuklären und sie bei der Suche nach einem Betreuungsplatz zu unterstützen. Auch die Veranstaltungsreihe „Frauen erzählen Erfolgsgeschichten“ der interkulturellen Botschafterin des Jobcenters Landkreis Konstanz richtet sich an Migrantinnen.

Das Jobcenter Bremen bietet Migrantinnen in Mütterzentren eine unverbindliche Beratung an. Eine Mitarbeiterin erklärt, warum die ersten Gespräche bewusst nicht im Jobcenter stattfinden:

„Wenn Frauen (besonders die mit Fluchthintergrund) hier neu sind und ihnen das System noch nicht bekannt ist, kann die ‚Institution Jobcenter‘ befremdlich wirken. Wir wollen ihnen die Scheu vor dem Jobcenter nehmen, indem wir auch an anderen Orten beraten – auch mit anderen Kooperationspartner*innen. Wir wollen gute Angebote in einer guten Atmosphäre machen, weil das der erste Schritt in Richtung vertrauensvoller Zusammenarbeit ist, an deren Ende hoffentlich die Aufnahme einer befriedigenden, nachhaltigen Arbeit steht.“

In eine ähnliche Richtung geht „Gast im Elterncafé“, ein Angebot des Jobcenters StädteRegion Aachen in plusKITAs und Familiengrundschulen, in deren Umfeld viele Familien mit erschwerten Startbedingungen leben. In den Elterncafés treffen sich Mütter und Väter mehrmals pro Woche, um sich über Eltern- und Erziehungsthemen auszutauschen. Vor allem für geflüchtete Frauen sind die plusKITAs und Familiengrundschulen ein vertrauenswürdiger und geschützter Ort. In den Elterncafés können die Mitarbeitenden des Jobcenters mit den Frauen ins Gespräch kommen und sie u. a. mit Informationen zu Arbeit, Förderung der beruflichen Weiterbildung, kommunalen Leistungen, Bildung und Teilhabe sowie Möglichkeiten der Kinderbetreuung informieren und zur weitergehenden Beratung im Jobcenter Kontakte herstellen.

Neben niederschweligen Veranstaltungen gaben drei Jobcenter und Agenturen für Arbeit (20,0 %) an, Migrantinnen frühzeitig anzusprechen, also bewusst auch Kontakt zu Migrantinnen aufzunehmen, die noch keine oder nur rudimentäre Deutschkenntnisse haben. Eine Mitarbeiterin aus dem Jobcenter Dortmund betont:

„Es hat sich gezeigt, dass ein zunächst alleiniger Focus auf das Erlernen der deutschen Sprache nicht zielführend ist, da viele Kund*innen lediglich das Niveau A2 erreichen und somit andere Strategien zu verfolgen sind.“

Früh in anderer Hinsicht wird das Jobcenter Bremen aktiv: Es spricht auch Migrantinnen an, die in Erziehungszeit sind und den § 10 Abs.1 Nr. 3 SGB II in Anspruch nehmen und damit nicht verpflichtet sind, an Maßnahmen des Jobcenters teilzunehmen. Sie werden gezielt zu Infoveranstaltungen eingeladen und erfahren dort, wie eine Teilnahme an Integrationskursen auch mit (kleinen) Kindern gelingen kann.

5.2.4. Breitgefächerte Angebote

Die große Mehrheit der Dienststellen mit strukturellem Vorgehen setzt auf mehrere Angebote: Elf der 15 Jobcenter und Agenturen für Arbeit (73,3 %) gaben an, mehrere Einzelmaßnahmen für Migrantinnen im Portfolio zu haben. Ein besonders breites Spektrum deckt das Jobcenter Kiel mit acht Angeboten für Migrantinnen ab, darunter das Modellprojekt „Hayati“, das Müttern mit Migrationshintergrund Zugang zu Integrationskursen und anschließend Beschäftigungsmöglichkeiten bietet. Daneben gibt es im U25-Bereich weitere Einzelmaßnahmen speziell für Migrantinnen.

Hinter dem breitgefächerten Angebot steht ein differenzierter Blick auf die Zielgruppe. So betonen die Mitarbeiterinnen eines Jobcenters, „dass die Gruppe der Migrantinnen sehr inhomogen ist und die Frauen sich in Herkunftsland, Alter, Vorbildung etc. deutlich unterscheiden“. Dieser Meinung ist auch eine Mitarbeiterin aus einem anderen Jobcenter:

„[Wir] versuchen [...], möglichst umfangreich zu denken und alle Frauen zu erreichen. Wir versuchen genauso niederschwellige Angebote im Portfolio zu haben wie wir auch Frauen mit einer anspruchsvollen Bildungs- und Arbeitsbiographie erreichen wollen.“

Die Jobcenter und Agenturen für Arbeit mit strukturellem Ansatz bieten ähnliche Formate wie die Dienststellen mit Einzelmaßnahmen an, unter anderem Infoveranstaltungen, Vorträge, Coachings und Beratungen sowie Sprach- und Integrationskurse. Anders als Dienststellen, die Migrantinnen ausschließlich mit Einzelmaßnahmen unterstützen, sind die Angebote von Jobcentern und Agenturen für Arbeit mit strukturellen Modellen oft aufeinander abgestimmt und bauen zum

Teil aufeinander auf. So lädt das Jobcenter Osnabrück Migrantinnen zu speziellen Infoveranstaltungen zu Sprachförderungsangeboten ein. Daneben bietet es das individuelle Einzelcoaching „Kommunikation für Mütter mit Kindern“ an, bei dem die Kinder anwesend sind und ins Sprachtraining einbezogen werden. Gleichzeitig bemüht sich das Jobcenter Osnabrück um die Einrichtung von Sprachkursen mit Kinderbetreuung. Ein eigenes Migrationskompetenzzentrum begleitet Teilnehmerinnen von Sprach- und Integrationskursen und unterstützt sie bei ihren „Hausaufgaben“. Dank der aufeinander aufbauenden Maßnahmen machen die Migrantinnen rasch Fortschritte beim Spracherwerb und sind nach Angaben des Jobcenters Osnabrück schnell in der Lage, „selbstständig ohne Begleitung agieren zu können“. Bei der Umsetzung der Maßnahmen beschränken sich zwei Jobcenter nicht auf die Frauen, sondern beziehen auch ihr Umfeld ein. So verfolgt das Jobcenter Landkreis Konstanz einen familienzentrierten Ansatz und binden bei einem Familiencoaching auch die Ehemänner und Kinder mit ein. Einen ähnlichen Weg geht das Jobcenter Waldeck-Frankenberg und wendet sich an die Partner der Migrantinnen.

5.2.5. Netzwerken und Mut

Intensive Netzwerkarbeit steht unter den Empfehlungen auf Platz eins: Zehn der 15 Dienststellen mit strukturellem Ansatz (66,7 %) raten anderen Jobcentern und Agenturen für Arbeit zum Ausbau der Zusammenarbeit mit externen Partner*innen. Daneben empfehlen drei Jobcenter und Agenturen für Arbeit Flexibilität und Kreativität (20,0 %). So ist die Mitarbeiterin einer Agentur für Arbeit der Meinung: „Abweichen vom Standardprogramm ist ein Muss.“ Auch ein Mitarbeiter eines Jobcenters empfiehlt „Mut, etwas auszuprobieren“ und rät davon ab, „von Beginn an zu viele Kriterien und Ziele aufzustellen“. Stattdessen sei es besser, gegebenenfalls später nachzjustieren.

6. Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen durch Jobcenter in kommunaler Trägerschaft

6.1. „In kleinen Schritten an den Arbeitsmarkt heranführen“: Zielgruppe und Ziele

Wie die übrigen Jobcenter und die Agenturen für Arbeit gaben auch die Jobcenter in kommunaler Trägerschaft mehrere sich zum Teil überschneidende Zielgruppen an. Je dreimal wurden migrantische Frauen, Mütter mit Migrationshintergrund sowie Migranten genannt (siehe Abbildung 23). Zweimal gaben die Jobcenter Geflüchtete als Zielgruppe an sowie je einmal geflüchtete Frauen und geflüchtete Mütter.

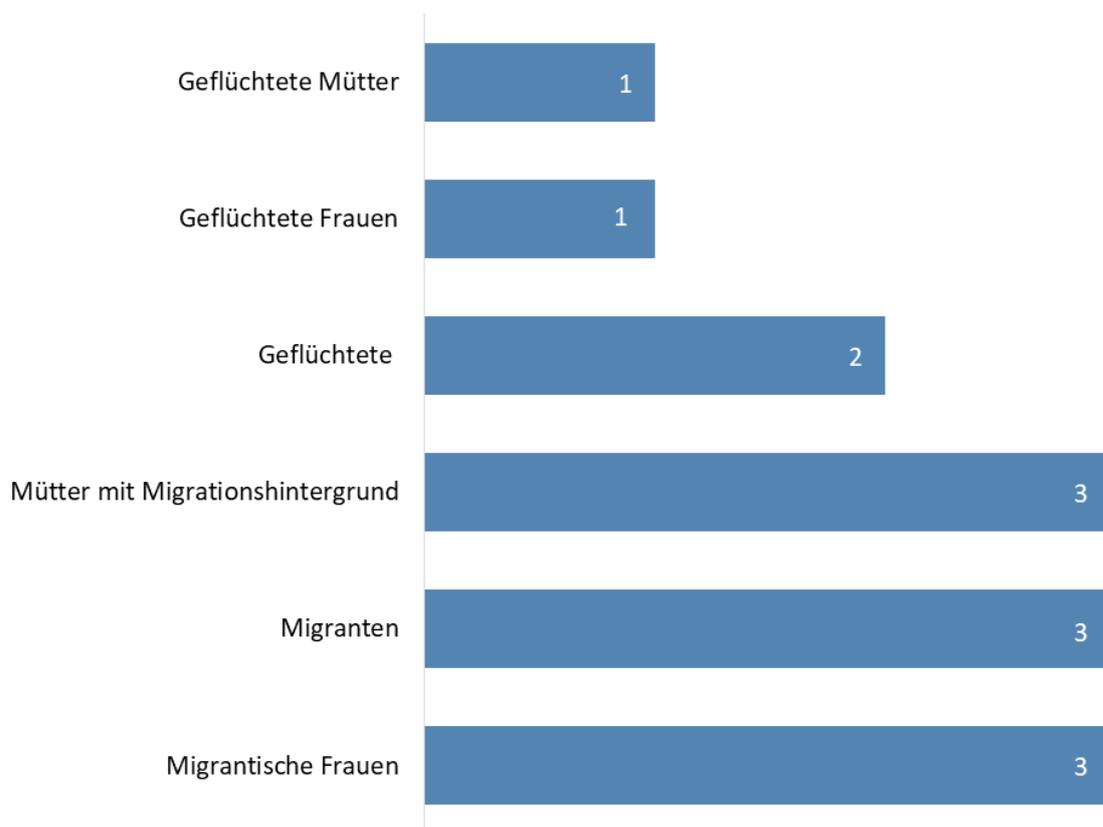


Abbildung 23: Von Jobcentern in kommunaler Trägerschaft genannte Zielgruppen
n= 11. Die Befragten konnten bei dieser Frage mehrere Antworten geben. © Minor

Zum Teil fassen die zKT ihre Zielgruppen noch enger. Zwei Dienststellen wenden sich an migrantische Frauen mit Babys und Kleinkindern, die in Erziehungszeit sind. Sie müssen zwar laut Gesetz nicht an Maßnahmen teilnehmen, dennoch ist

die frühe Aktivierung dieser Frauen ein Handlungsfeld der zKT. Das Amt proArbeit im nordrhein-westfälischen Kreis Minden-Lübbecke spricht mit einer speziellen Förder- und Aktivierungsmaßnahme Migrantinnen über 45 Jahren an, die in der Regel die Familienphase hinter sich haben und die meist über keine oder nur geringe Sprachkenntnisse sowie berufliche Qualifikationen verfügen.

Einen anderen Weg schlägt das Grafschafter Jobcenter im niedersächsischen Bentheim ein: Es differenziert beim Spracherwerb stark und bietet für Schülerinnen und Schüler, Migrant*innen mit akademischem Abschluss sowie Fachkräfte spezielle Kurse an. Ein anderes Jobcenter spricht mit seinen Familiencoachings für Geflüchtete nicht nur Migrantinnen an, sondern bewusst auch die Partner und Kinder der Frauen, wie eine Mitarbeiterin betont:

„Anders als in üblichen Maßnahmen des Jobcenters richtet sich das Projekt an alle Beteiligten innerhalb einer Bedarfsgemeinschaft. Ziel ist es, Mitglieder der Bedarfsgemeinschaften im Kontext der jeweiligen Bedarfsgemeinschaft aber auch individuell zu aktivieren, zu fördern, zu trainieren und auf eine Integration in den regionalen Arbeits- und Ausbildungsmarkt vorzubereiten.“

Von den insgesamt 19 Nennungen in der Rubrik Ziele setzen elf den Schwerpunkt auf den Arbeitsmarkt, während bei acht die Perspektive der Frauen im Vordergrund steht. Dabei schließen sich die beiden Zielsetzungen nicht aus: Einige zKT zielen mit ihren Maßnahmen sowohl auf die Integration der Migrantinnen in den Arbeitsmarkt als auch auf ihr Empowerment als erstem Schritt hin zur beruflichen Integration ab wie ein Jobcenter mit einer Nähwerkstatt:

„Das Projekt führt in kleinen Schritten an den Arbeitsmarkt heran und unterstützt Frauen mit Migrationshintergrund bei der Teilhabe am gesellschaftlichen Leben. [...] Über den Kontakt zu anderen Frauen sollen die Teilnehmerinnen sich aus ihrem bisherigen familiären Umfeld für einen begrenzten Zeitraum lösen, was Bedingung für eine spätere Integration in die Arbeitswelt ist.“

Drei zKT haben nicht nur die Migrantinnen, sondern auch ihre Familien im Blick. So nennt eine Mitarbeiterin aus einem Jobcenter die „möglichst parallele[n] Integrationsfortschritte“ von Ehefrau und Ehemann als wesentliches Ziel und ergänzt:

„Für die Perspektivenfindung der Frau ist es bedeutend, den Mann mitzunehmen. [...] So sollten die Informationen sehr transparent gehalten werden. Der

Zugang zu den Informationsveranstaltungen/Gesprächen im JC sollte den jeweiligen Ehepartnern daher nicht verwehrt werden.“

6.2. *Nähschule und Digitales Know-how: Beispiele für Einzelmaßnahmen*

Um Migrantinnen in den Arbeitsmarkt zu integrieren, setzen die meisten zKT auf Einzelangebote. Zehn Dienststellen gaben einzelne Maßnahmen an, eine verfolgt bei der Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen einen strukturellen Ansatz (siehe Kapitel 6.3.). Dabei nehmen sich in drei Jobcentern eigens geschulte Mitarbeitende der Migrantinnen an wie im Jobcenter Kreis Warendorf das „Kompetenzteam Migration und Flüchtlinge“. Im Jobcenter Ennepe-Ruhr-Kreis tauschen sich die auf die Zielgruppe der Geflüchteten spezialisierten Mitarbeitenden regelmäßig aus. Außerdem leitet die dortige BCA Arbeitsgruppen zum Thema Integration in Arbeit und Ausbildung von Frauen mit Migrationshintergrund.

Fast alle zKT arbeiten eng mit externen Akteur*innen zusammen: Neun Dienststellen gaben an, dass sie auf lokaler Ebene gut vernetzt sind und gezielt auf die Kooperation mit Behörden, Trägern und Unternehmen setzen. Eine Mitarbeiterin eines Jobcenters ist überzeugt:

„Ein ganzheitlicher Ansatz zur Integration von Migrantinnen gelingt nur, wenn vor Ort die unterschiedlichen Akteur*innen-Gruppen zusammenarbeiten. Wenn es beispielsweise um die Integration in den Arbeitsmarkt geht, müssen nicht nur das Jobcenter, sondern auch örtliche Unternehmen und die Ausländerbehörde, aber auch Sprachkursanbieter an Bord sein.“

Um Migrantinnen bei der Arbeitsmarktintegration zu fördern, entwickelten die zKT ebenfalls eine Vielfalt an Ideen und haben die unterschiedlichsten Angebote im Portfolio. Das Jobcenter im Kreis Warendorf setzt mit dem Beratungsangebot „Migrantinnen in den Job“ auf Einzel- und Gruppencoachings. Um potenzielle Teilnehmerinnen zu erreichen, informiert es zunächst im Rahmen einer Gruppenveranstaltung mit einer PowerPoint-Präsentation auf Arabisch über das Coaching sowie über Spracherwerb und Kinderbetreuung. Auch ein anderes Jobcenter bietet Coachings an, bezieht allerdings auch die Kinder und Ehemänner der Frauen mit ein. Eine Mitarbeiterin erklärt den Ablauf der Familiencoachings:

„Die Familien werden zunächst ein halbes Jahr lang beziehungsweise eventuell auch länger begleitet und auch zu Hause aufgesucht, um die Familiensituation und die Lebensverhältnisse kennenzulernen und mit allen Familienmitgliedern ins

Gespräch zu kommen. [...] Flankierend zum Einzelcoaching werden regelmäßig wöchentlich auch Gruppenangebote zu verschiedenen Themen und zur Sprachförderung organisiert, die das Ziel haben, die oft isoliert lebenden Familien zum Aufbau von Kontakten und gemeinsamen Freizeitaktivitäten zu motivieren.“

Im niedersächsischen Landkreis Friesland fertigen in einer Nähwerkstatt bis zu zehn Migrantinnen Kleidungsstücke für den Eigenbedarf oder für gemeinnützige Projekte wie ein soziales Kaufhaus an. Daneben erhalten sie Informationen zu Gesellschaft, Kultur und Rechtssystem in Deutschland. Die Nähwerkstatt simuliert damit eine „Arbeitswelt“ in einem geschützten Rahmen: Hier können sich die Teilnehmerinnen treffen, gemeinsam nähen, sich in deutscher Sprache unterhalten und sich unter Anleitung einer pädagogisch geschulten Fachkraft dem Ziel nähern, mit Hilfe des Projektes eine Arbeit zu suchen und aufzunehmen.

Einstieg und Orientierung in Arbeitsmarkt, Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft ermöglicht VOICE, ein Gemeinschaftsprogramm vom KreisJobCenter Marburg-Biedenkopf, der Agentur für Arbeit, dem Landkreis und der Stadt. Das breitgefächerte Willkommensangebot richtet sich sowohl an Männer als auch an Frauen mit Fluchthintergrund. VOICE steht für vocational (berufsorientierend), orientation (Orientierung), information (Information), culture (Kultur) und experience (Erfahrung) und umfasst neben Beratungsgesprächen im Arbeitsmarktbüro für Flüchtlinge in Marburg und Betriebsbesichtigungen auch gemeinsame Theaterbesuche, Stadtführungen und sportliche Aktivitäten wie Fahrradausflüge mit der ganzen Familie.

An Migrantinnen und Migranten richtet sich auch „MIQUA“ (Migranten Qualifizieren). Im Zentrum des modular gestalteten Angebots des Jobcenters Nordfriesland stehen die Orientierung in der deutschen Arbeitswelt und die berufliche Kompetenzfeststellung. Dabei bearbeiten Teilnehmer und Teilnehmerinnen die Themen zunächst gemeinsam und anschließend getrennt. Diese Unterrichtsgestaltung soll gewährleisten, dass beide Geschlechter den gleichen Input bekommen und diesen anschließend im geschützten Rahmen unter Berücksichtigung geschlechtsspezifischer Besonderheiten bearbeiten.

Ausschließlich für Frauen konzipiert ist das „FrauenKompetenzCenter Wetzlar“, das Migrantinnen berufliche Orientierung bietet. Es entstand aus der Motivation und den Bedürfnissen der Frauen selbst, die auch nach dem Sprachkursbesuch

weiterhin die Möglichkeit haben wollten, die erworbenen Kenntnisse aufrechtzuerhalten und zu verbessern. Nach Absolvierung eines Sprachkurses lernen Migrantinnen grundlegende Kompetenzen für einen erfolgreichen Einstieg in den Beruf wie freies Sprechen. Daneben können sie im Rahmen von Betriebspraktika oder durch die Arbeit in den Werkstätten des Trägers, dem Internationalen Bund, erste Erfahrungen im Berufsleben sammeln. Weil es vor Ort Kinderbetreuungsmöglichkeiten gibt, können auch Frauen mit kleinen Kindern am FrauenKompetenzCenter teilnehmen.

Die Kreisagentur für Beschäftigung Darmstadt-Dieburg hat zwei Projekte für Migrantinnen im Portfolio. „GeLA – Perspektive für Migrantinnen“ konzentriert sich auf die Sprachqualifizierung und zielt auf einen Zertifikatserwerb in Anlehnung an die BAMF-Kurse ab. Daneben können geflüchtete Frauen an einer traumasensiblen Beratung teilnehmen. Das zweite Projekt „Digitales Know-How für die Arbeitswelt – Perspektive mit Doppelklick“ umfasst Beratung, Coaching, Sprachqualifizierung, berufliche Orientierung und Vermittlung von digitalen Kompetenzen. Dabei lernen die Frauen unter anderem Internet-suchmaschinen und digitale Dienstleistungen von Banken und Behörden kennen und erwerben Grundkenntnisse in der Textverarbeitung am PC. Neben den beiden Teilprojekten stehen übergreifende Angebote in modularer Form allen Teilnehmerinnen offen, darunter ein Bewerbungstraining.

Im Zentrum einer eigens für Migrantinnen, die über 45 Jahre alt sind, entwickelten Maßnahme des Amts proArbeit Minden-Lübbecke stehen die Förderung zur selbständigen Bewältigung von Alltagssituationen wie Arztbesuche und Behördengänge. Daneben geben pädagogische Mitarbeiterinnen, die selbst Migrationshintergrund haben, den Frauen Informationen über weiterführende Angebote des Jobcenters und über Hilfsangebote, unter anderem bei der Pflege von Angehörigen. Um Frauen ohne Führerschein die Teilnahme zu ermöglichen, bringt sie anfangs ein eigener Shuttle-Service zu den Kursen. Die Migrantinnen beenden die Maßnahme in der Regel mit einer konkreten Perspektive wie der Teilnahme an einem Sprachkurs, einer regelmäßigen ehrenamtlichen Tätigkeit, einer Arbeitsgelegenheit mit Mehraufwandsentschädigung („1 Euro-Job“) oder der Aufnahme einer Beschäftigung am ersten Arbeitsmarkt.

6.3. *„Keiner soll verloren gehen“: Der strukturelle Ansatz des Grafschafter Jobcenters*

Nur eines der zKT, die sich an der Umfrage beteiligten, geht die Arbeitsmarktförderung von Migrantinnen auf struktureller Ebene an: das „Grafschafter Jobcenter“ im niedersächsischen Bentheim. Die Maßnahmen des Jobcenters sind Teil der „Leitlinien für den Umgang mit Migranten“, ein übergreifendes Konzept des Landkreises zur Integration von Menschen mit Migrationshintergrund. Dabei haben die Mitarbeitenden des Grafschafter Jobcenters an der Formulierung der Leitlinien mitgewirkt und arbeiten auch an der Fort- und Weiterentwicklung der entsprechenden Arbeitsprozesse mit.

Die berufliche Integration der Migrant*innen ist ein Schwerpunkt des Gesamtkonzepts. Nach dem Motto „Keiner soll verloren gehen“ kümmern sich Betreuende in einem eigens eingerichteten Integrationszentrum sowohl um Asylbewerberinnen und -bewerber als auch um Asylberechtigte und anerkannte Flüchtlinge sowie Neuzugewanderte im Allgemeinen. Eine Mitarbeiterin des Grafschafter Jobcenters erklärt:

„Der Übergang vom Flüchtlingsfallmanagement zum Fallmanagement für Migrant*innen (SGB II) ist fließend, sodass Integrationsmaßnahmen fortgesetzt werden können. Die Fallmanager begleiten den Neubürger von der Zeugnisübersetzung bis zur Eingliederung in den anerkannten oder gewünschten Beruf.“

Dem Integrationszentrum sind die Anerkennungsberatung, die Sprachkurskoordination und ein/e Arbeitgeberlots*in als Ansprechpartner für die örtliche Wirtschaft zugeordnet.

Neben der Integration in den Arbeitsmarkt zielt das Konzept des Landkreises Bentheim auf die kulturelle und soziale Integration der Migrant*innen ab. Der Landkreis koordiniert entsprechende Angebote, darunter Informationsveranstaltungen und Vorträge zu Themen des täglichen Lebens. Daneben stärkt der Landkreis bewusst den Aufbau von Migrant*innen-Selbstorganisationen. Ein weiterer Schwerpunkt ist die sprachliche Integration. Eine Mitarbeiterin des Grafschafter Jobcenters berichtet:

„Eine Vielzahl von Angeboten verschiedenster Träger mit den unterschiedlichsten Finanzierungen hat dazu geführt, dass zu Beginn des Jahres 2016 eine weitestgehend ungesteuerte Inanspruchnahme dieser Angebote erfolgte. Umso

wichtiger ist es daher, sämtliche zentralen und dezentralen Angebote zu erfassen, zu koordinieren und individuelle Sprachbildungsketten zu entwickeln. Grundlage hierfür ist der Aufbau einer Datenbank, in der die Sprachprofile der Betroffenen erfasst sind.“

Der Mitarbeiterin des Grafschafter Jobcenters ist bewusst, dass es keine „Musterlösung“ für die Arbeitsmarktförderung von Migrantinnen gibt. Aus ihrer Sicht begünstigen jedoch vier Faktoren die Integration in den deutschen Arbeitsmarkt:

- 1) „Koordination von Angebot und Nachfrage in den Sprachkursen an einer Stelle, nicht bei einem Anbieter“;
- 2) „Ansprache und Förderung von Asylbewerbern auch bei unklarer Bleibeperspektive“;
- 3) „Möglichst enge Arbeitsbeziehung mit den anderen Beteiligten aufbauen günstigstenfalls unter einem Dach“;
- 4) „Vereinbarung auf gleiche Ziele und Werte hinsichtlich der Integration von Migrant*innen unter den Beteiligten“.

6.4. Ausbau der Kinderbetreuung und Vereinfachung der Anerkennungsverfahren: Wünsche

Wie bei den übrigen Jobcentern und den Agenturen für Arbeit steht auch auf der Wunschliste der zKT der Ausbau der Kinderbetreuung ganz oben. Acht Dienststellen gaben an, dass sie sich mehr Kinderbetreuungsmöglichkeiten wünschen, damit Migrantinnen mit Kindern an Sprachkursen und anderen Integrationsmaßnahmen teilnehmen können. Vor allem in ländlichen Gegenden erweisen sich neben fehlenden Kita- und Hortplätzen die weiten Wege zwischen verschiedenen Betreuungseinrichtungen als problematisch. Eine Mitarbeiterin des Jobcenters Kreis Warendorf wünscht sich deswegen Fahrdienste, die Frauen ohne Führerschein beim Bringen und Abholen der Kinder unterstützen.

Auf Platz zwei der Wunschliste stehen vereinfachte Anerkennungsverfahren. Drei zKT gaben an, dass sie es für erstrebenswert halten, wenn berufliche Abschlüsse leichter und schneller anerkannt werden. Zwei Befragte nannten mehr niederschwellige Angebote für Migrantinnen mit geringen Sprachkenntnissen. Jeweils ein Jobcenter wünschte sich bessere Absprachen der Sprachkursträger untereinander sowie weniger Verwaltungsaufwand bei den Integrationskursen und den berufsbezogenen Deutschkursen.

Daneben führten einzelne zKT allgemeine Wünsche an Wirtschaft und Gesellschaft an. So hofft eine Mitarbeiterin aus einem Jobcenter, dass in Zukunft „mehr Arbeitgeber [...] Integration als Teamaufgabe sehen“. Eine Mitarbeiterin aus einem anderen Jobcenter wünscht sich vor allem in Berufen, in denen Frauen wie in der Pflege und im Einzelhandel häufig tätig sind, flexiblere Arbeitszeiten für Mütter. Die Gesellschaft als Ganzes hat schließlich eine Mitarbeiterin aus dem Grafschafter Jobcenter im Blick, die sich wünscht,

„dass im Einzelfall misslungene (berufliche und/oder gesellschaftliche) Integrationen in der gesellschaftlichen und fachlichen Debatte nicht zu einer Verallgemeinerung und Stigmatisierung der Betroffenen führen“.

7. Fazit und Ausblick

Für die Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen gibt es kein Patentrezept, doch vor allem die Jobcenter, Agenturen für Arbeit und zKTs mit strukturellen Modellen liefern viele Anhaltspunkte, wie aus der Arbeitsmarktförderung von Migrantinnen eine Erfolgsgeschichte werden kann. Von elementarer Bedeutung ist zunächst, dass die Mitarbeitenden Migrantinnen als eigene Zielgruppe wahrzunehmen. Migrantinnen sind häufig mit einer Mehrfachdiskriminierung als Frauen, als Migrantinnen und als geflüchtete Frauen konfrontiert. Gleichzeitig ist es ratsam, sich bei der Entwicklung von Ansätzen immer wieder bewusst zu machen, wie heterogen die Zielgruppe ist. Seit Jahrzehnten in Deutschland lebende Frauen gehören ebenso dazu wie Neuzugewanderte aus EU- und Drittstaaten sowie geflüchtete Frauen. Frauen mit und ohne Ausbildung und Deutschkenntnissen sollten von den Behörden ebenso mitgedacht werden wie Migrantinnen mit Hochschulabschlüssen, exzellentem Fachwissen und (jahrelanger) Berufserfahrung. Gerade für Letztere gibt es bisher oft zu wenig Angebote. Die Frauen bringen jedoch nicht nur unterschiedliche (Aus-)Bildungsvoraussetzungen und Sprachkompetenzen mit, sondern befinden sich auch in verschiedenen Lebensphasen – mit (Klein)Kindern oder nach der Familienzeit –, die es bei ihrer Integration in den Arbeitsmarkt zu berücksichtigen gilt.

Um eine gute Basis für die weitere Zusammenarbeit zu schaffen, scheint es empfehlenswert, die erste Begegnung nicht in der für viele Migrantinnen ungewohnten Atmosphäre des Jobcenters oder der Agentur für Arbeit stattfinden zu lassen, sondern mit den Frauen dort in Kontakt zu treten, wo sie sich aus unter-

schiedlichen Gründen ohnehin aufhalten. Hier bieten sich Sprach- und Integrationskurse externer Träger, Eltern- beziehungsweise Müttertreffpunkte oder einmalige Veranstaltungen und Vorträge für Migrantinnen an, in deren Rahmen Mitarbeitende des Jobcenters oder der Agentur für Arbeit Angebote vorstellen können. Hilfreich ist dabei sicherlich eine unbürokratische, entspannte Stimmung mit Essen und Getränken sowie Kinderbetreuungsmöglichkeiten. Um ein Bewusstsein für die Themen Ausbildung, Beruf und Arbeit zu schaffen, scheint es außerdem ratsam, Migrantinnen möglichst früh anzusprechen, sie also bereits während der Elternzeit beziehungsweise zu einem Zeitpunkt zu kontaktieren, an dem sie noch gar nicht oder nur wenig Deutsch sprechen.

Ein vielversprechender Ansatz zur nachhaltigen Arbeitsmarktförderung von Migrantinnen ist die rechtskreisübergreifende Beratung. Dabei begleiten Mitarbeitende die Frauen vom ersten Kontakt bis zur Aufnahme eines Arbeitsverhältnisses, auch wenn sich ihr Status in der Zwischenzeit ändert und sie beispielsweise als Flüchtling geduldet bzw. anerkannt werden. Ein Erfolgsfaktor sind zudem kurze Wege zwischen den beteiligten Personen und Institutionen sowie gut definierte Schnittstellen und „warme“ Übergaben. Falls die Frauen über keine oder geringe Deutschkenntnisse verfügen und im Haus keine Dolmetscherinnen und Dolmetscher bereitstehen, kann die Dolmetscherinnen- und Dolmetscher-Hotline der Bundesagentur für Arbeit genutzt werden.

Statt nach dem Motto „viel hilft viel“ eine ganze Reihe von Einzelmaßnahmen anzubieten, scheint es erfolgversprechender, ein ganzheitliches Konzept zur Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen zu entwickeln und basierend auf der übergeordneten Strategie ausgewählte und aufeinander aufbauende Angebote ins Portfolio aufzunehmen. Um sowohl Analphabetinnen als auch Akademikerinnen anzusprechen, ist ein möglichst breites Spektrum an Angeboten ratsam. Als eine Möglichkeit für niederschwellige Veranstaltungen bietet sich das von mehreren Jobcentern und Agenturen für Arbeit unter diesem oder einem ähnlichen Namen durchgeführte Format „Erfolgsfrauen“ an, bei dem Migrantinnen ihren Lebens- und Arbeitsweg in Deutschland skizzieren. Einige Jobcenter und Agenturen für Arbeit schlagen ganz neue Wege ein, um Migrantinnen beim Einstieg in den Arbeitsmarkt zu unterstützen. Projekte wie der Theaterworkshop und die Nähwerkstatt ermutigen in Zukunft vielleicht auch andere Dienststellen, kreativ zu werden und etwas Neues zu wagen. Vielversprechend ist auch der Ansatz zum virtuellen Lernen, die Migrantinnen die Möglichkeit geben, sich von zu Hause aus

beruflich zu orientieren oder ihre Deutschkenntnisse zu verbessern. Vor allem für Migrantinnen mit niedrigeren Bildungsvoraussetzungen bieten sich Orientierungskurse an, in denen Basisinformationen zum Leben in Deutschland vermittelt werden. Ein besonderes Anliegen ist vielen Jobcentern und Agenturen für Arbeit die bedarfsgerechte Sprachförderung und deren Koordination vor Ort. Konkret wünschen sie sich mehr Kurse auf niedrigerem Niveau, Workshops für berufsbezogene Sprachkenntnisse und Möglichkeiten, das Erlernte im Alltag anzuwenden. Deswegen plant die IQ Fachstelle Einwanderung ein Fachgespräch zur Sprachförderung, bei dem Expertinnen und Experten Lösungsansätze diskutieren.

Von zentraler Bedeutung für eine erfolgreiche Integration in den Arbeitsmarkt sind für Migrantinnen mit Kindern ausreichende Kinderbetreuungsmöglichkeiten. Fast alle Befragten gaben als Wunsch mehr Kita- und Hortplätze an, denn ohne die Möglichkeit, Kinder über mehrere Stunden hinweg extern versorgen zu lassen, ist jede Kursteilnahme zum Scheitern verurteilt. Neben der Unterstützung bei der Suche nach Kita- und Hortplätzen ist es ratsam, vor allem für Mütter mit sehr kleinen Kindern Kurse anzubieten, bei denen der Nachwuchs in eigenen Räumlichkeiten des Kursträgers betreut wird, während die Frauen in Ruhe lernen können.

Eine Quintessenz der Befragung ist die enorme Bedeutung von lokalen Netzwerken. Um Migrantinnen auf ihrem Weg in den Arbeitsmarkt zu unterstützen, sollten Jobcenter und Agenturen für Arbeit auf allen Ebenen Kooperationen mit externen Akteur*innen eingehen, angefangen von Behörden und Ämtern über Unternehmen, Handwerkskammern und Handelskammern bis hin zu freien Trägern und ehrenamtlichen Helfer*innen. In manchen Fällen ist das Netzwerk bereits so weit gespannt, dass die Mitarbeitenden Listen zur Übersicht anlegen. Dabei ist effektives Netzwerken nichts, was „nebenher“ erledigt werden kann, sondern Arbeit im eigentlichen Sinn mit einem hohen Zeit- und Energieaufwand.

Für die Integration von Migrantinnen in den Arbeitsmarkt gibt es eine ganze Reihe vielversprechender Modelle. Seit März 2020 ändert sich durch die Corona-Krise jedoch vieles: Wegen der Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie wurden Vorträge, Informationsveranstaltungen, Workshops, Sprachkurse sowie Gruppencoaching abgesagt und Beratungsangebote eingeschränkt. Digitale Lernangebote sowie die Umstellung auf telefonische Information und Videoberatung sind für viele Migrantinnen nicht selten mit neuen Hürden verbunden.

Die sprachliche Verständigung ist auf diesem Weg oft wesentlich schwieriger als im direkten Gespräch. Außerdem gibt es gerade im ländlichen Raum keine flächendeckende Mobilfunkversorgung, und nicht alle Migrantinnen verfügen über WLAN, unbegrenztes Datenvolumen und die notwendigen mobilen Endgeräte wie Tablets oder Laptops. Weil außerdem Kitas und Schulen nur teilweise geöffnet sind und sich viele Frauen rund um die Uhr um ihre Kinder kümmern müssen, erfordert es ein hohes Maß an Engagement und Energie, um weiterhin Deutsch zu lernen oder sich anderweitig weiterzubilden. Mit anderen Worten: Die Integration von Migrantinnen in Wirtschaft und Gesellschaft stockt seit Mitte März 2020.

Dazu kommen die düsteren Prognosen für die deutsche Wirtschaft. Noch ist unklar, welche Auswirkungen die Maßnahmen zur Eindämmung des Coronavirus SARS CoV-2 genau auf den deutschen Arbeitsmarkt haben werden, aber schon jetzt wird deutlich, dass Migrantinnen stärker als andere Gruppen betroffen sind. So stieg im Juli 2020 die Zahl der arbeitssuchenden Migrantinnen im Vergleich zum Vorjahresmonat um 12,5 % und damit stärker als die Zahl der arbeitssuchenden Migranten und der arbeitssuchenden Frauen mit deutscher Staatsangehörigkeit (siehe Abbildung 24). Auch bei den Arbeitslosen gibt es Disparitäten: Während im Juli 2020 bei Frauen mit deutscher Staatsangehörigkeit die Zahl der arbeitslos gemeldeten um 21,6 % stieg, sind es bei Migrantinnen 32,3 % (siehe Abbildung 25). Ob Migrantinnen auf Dauer zu Verliererinnen der Eindämmungsmaßnahmen werden, hängt auch vom Engagement der Mitarbeitenden in den Jobcentern und Agenturen für Arbeit in der nächsten Zeit ab.

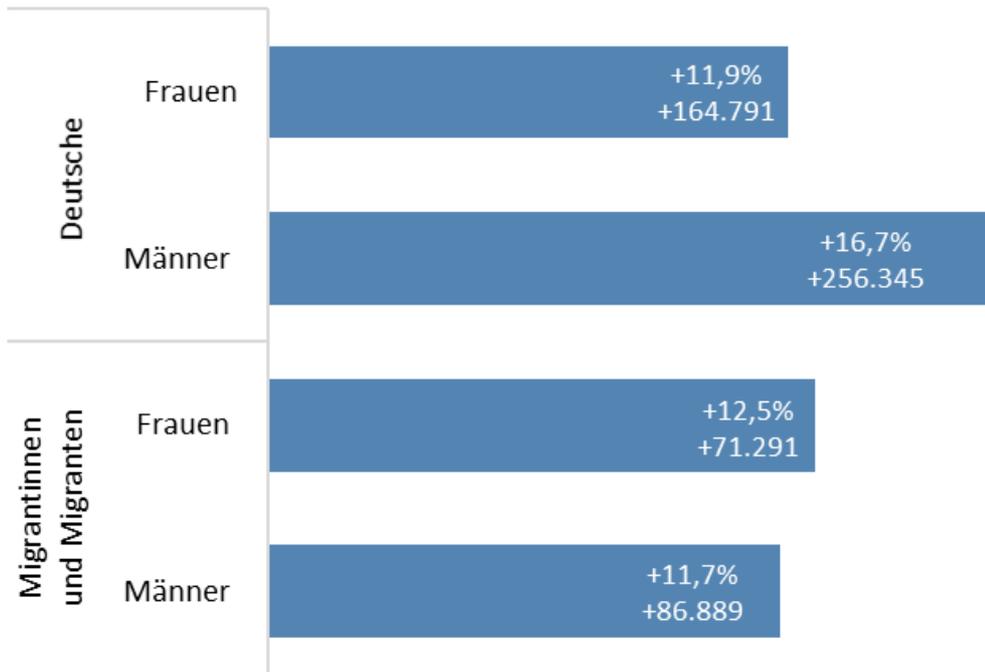


Abbildung 24: Zunahme der arbeitssuchend gemeldeten Personen nach Geschlecht und Staatsangehörigkeit (absolut und prozentual im Vergleich zum Vorjahresmonat, Stand Juli 2020)

Eigene Berechnung und Darstellung nach BA 2020c © Minor

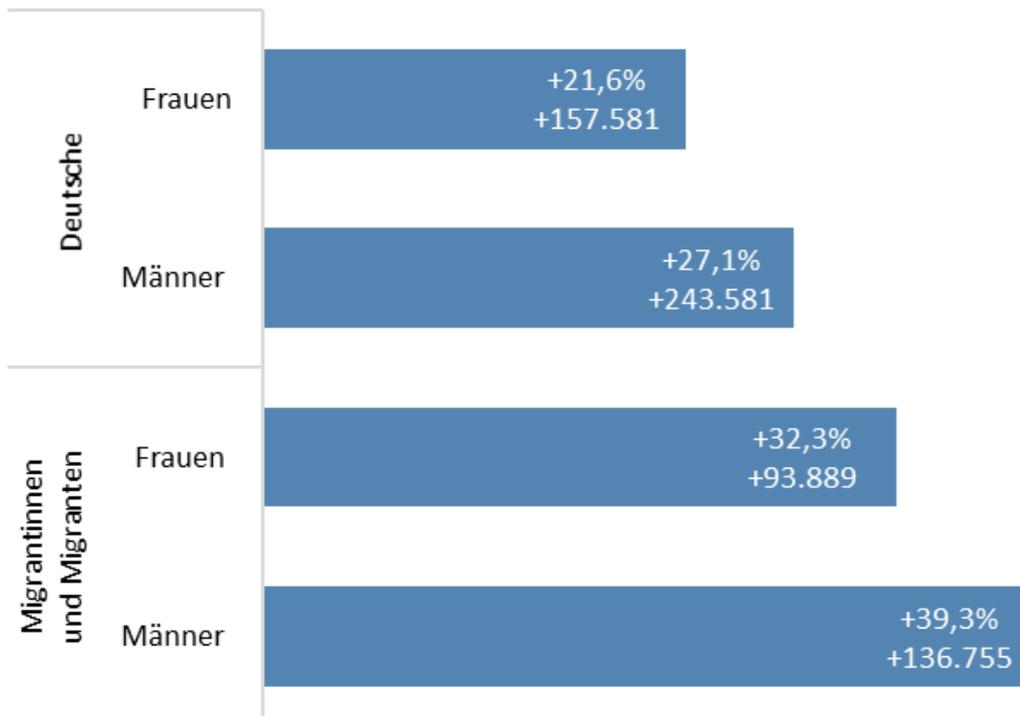


Abbildung 25: Zunahme der arbeitslos gemeldeten Personen nach Geschlecht und Staatsangehörigkeit (absolut und prozentual im Vergleich zum Vorjahresmonat, Stand Juli 2020)

Eigene Berechnung und Darstellung nach BA 2020c © Minor

Literaturverzeichnis

- Agentur für Arbeit Düsseldorf, 2016: Integration Points in NRW. 12.05.2016.
[www.Integration Points in NRW.pdf](#) (23.07.2020).
- [BA] Bundesagentur für Arbeit, 2019: Beschäftigte nach Staatsangehörigkeiten
— Deutschland, Länder und Kreise. Dezember 2019.
- [BA] Bundesagentur für Arbeit, 2020a: Über uns.
[www.arbeitsagentur.de/ueber-uns](#) (15.06.2020).
- [BA] Bundesagentur für Arbeit, 2020b: Wo wir hinwollen – unsere Strategie
2025. [www.arbeitsagentur.de/ueber-uns/wir-bringen-sie-weiter](#)
(23.07.2020).
- [BA] Bundesagentur für Arbeit, 2020c: Migrationsmonitor (Monatszahlen). Juli
2020.
- [BA] Bundesagentur für Arbeit, 2020d: Über uns.
[www.arbeitsagentur.de/vor-ort/rd-by](#) (15.06.2020).
- [BA] Bundesagentur für Arbeit, 2020e: Regionaldirektion Württemberg.
[www.arbeitsagentur.de/vor-ort/rd-bw](#) (15.06.2020).
- [BA] Bundesagentur für Arbeit, 2020f: Über uns.
[www.arbeitsagentur.de/vor-ort/rd-nrw](#) (15.06.2020).
- Kommunale Jobcenter, 2020: Kommunale Jobcenter.
<https://kommunale-jobcenter.de> (15.06.2020).
- Montero Lange, M. / Ziegler, J., 2017: Die Arbeitsmarktintegration geflüchteter
Frauen. Zahlen, Fakten und internationale Erfahrungen. Working Paper
04/2017. [WP Arbeitsmarktintegration geflüchteter Frauen](#) (23.07.2020).
- Pallmann, I. / Ziegler, J. / Pfeffer-Hoffmann, C. (Hrsg.), 2019: Geflüchtete
Frauen als Zielgruppe der Arbeitsmarktförderung. Berlin: Mensch und Buch
Verlag.
- Pfeffer-Hoffmann, C. (Hrsg.), 2018: Profile der Neueinwanderung 2018. Spezifi-
sche Herausforderungen der Arbeitsmarktintegration geflüchteter Frauen.
Erweiterte und überarbeitete Neuauflage der Ausgabe 2017. Berlin: Mensch
und Buch Verlag.
- Pfeffer-Hoffmann, C. (Hrsg.), 2020: EU-Zugewanderte bei Jobcentern und Ar-
beitsagenturen. Herausforderungen und Potenziale beim Zugang zu Ange-
boten der Berliner Arbeitsverwaltung. Berlin: Mensch und Buch Verlag.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Staatsangehörigkeit und Geschlecht	10
Abbildung 2: Migrant*innen nach Beschäftigungsform	10
Abbildung 3: Rücklauf nach Bundesländern	14
Abbildung 4: Rücklauf aus Ost- und Westdeutschland.....	14
Abbildung 5: Rücklauf nach Standorten der Jobcenter und Agenturen für Arbeit	15
Abbildung 6: Von den teilnehmenden Jobcentern und Agenturen für Arbeit benannte Zielgruppen.....	16
Abbildung 7: Nennung von Frauen als Zielgruppe	17
Abbildung 8: Zielsetzung der Maßnahmen	19
Abbildung 9: Impulsgebende	22
Abbildung 10: Interne und externe Impulsgebende.....	23
Abbildung 11: Impulsgebende in Deutschland, Bayern und Sachsen	23
Abbildung 12: Impulsgebende deutschlandweit, in Landkreisen, Mittelstädten und Großstädten	24
Abbildung 13: Mögliche Netzwerkpartner*innen	27
Abbildung 14: Günstige Rahmenbedingungen	29
Abbildung 15: Wünsche	33
Abbildung 16: Empfehlungen an andere Jobcenter und Agenturen für Arbeit	36
Abbildung 17: Ansätze zur Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen	39
Abbildung 18: Betreuung von Migrantinnen im Regelgeschäft in Deutschland, Bayern, Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen	40
Abbildung 19: Nennung von Frauen als Zielgruppe im Durchschnitt und bei Betreuung im Regelgeschäft	41
Abbildung 20: Art der Einzelmaßnahmen und Angebote	43
Abbildung 21: Strukturelle Ansätze nach Standorten.....	50
Abbildung 22: Anteil von Jobcentern und Agenturen für Arbeit mit strukturellem Ansatz nach Standort	50
Abbildung 23: Von Jobcentern in kommunaler Trägerschaft genannte Zielgruppen	57
Abbildung 24: Zunahme der arbeitssuchend gemeldeten Personen nach Geschlecht und Staatsangehörigkeit	68
Abbildung 25: Zunahme der arbeitslos gemeldeten Personen nach Geschlecht und Staatsangehörigkeit.....	68

Fragebogen für Jobcenter und Agenturen für Arbeit

Fallstudie „Best-Practice-Ansätze für eine nachhaltige Förderung der Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen in den Regionen und Kommunen“

Stand: 18.09.2019

Titelblatt der Umfrage

- Titel: s.o.
- Vielen Dank für Ihre Bereitschaft, an unserer Umfrage teilzunehmen!
Die Umfrage findet im Rahmen der Fallstudie „Best-Practice-Ansätze für eine nachhaltige Förderung der Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen in den Regionen und Kommunen“ statt und wird mit Unterstützung der Zentrale der Bundesagentur für Arbeit von der IQ Fachstelle Einwanderung durchgeführt. Die Umfrage ermöglicht Ihnen die Darstellung der von Ihnen erprobten innovativen Ansätze und Modelle der Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen.

Sie haben zu jeder Zeit der Umfrage die Möglichkeit, Ihre Antworten zu speichern und die Beantwortung zu einem späteren Zeitpunkt wiederaufzunehmen.
- Rückfragen richten Sie bitte telefonisch (030-39744228) oder per Email (fe@minor-kontor.de) an die IQ Fachstelle Einwanderung. Ansprechpartnerinnen: Ildikó Pallmann und Dr. Janine Ziegler.

1. Dienststellenangaben:

- Regionaldirektion
- Dienststelle
- Ansprechpartner/in
- Kontakt
- Datum

Bitte skizzieren Sie kurz folgende Informationen:

2. Modell bzw. Ansatz

Beschreiben Sie bitte den Inhalt Ihres Modells bzw. Ihres Ansatzes zur Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen.

3. Zielstellung

Wird eine spezifische Zielgruppe angesprochen?

Welches Ziel wird mit dem Modell bzw. dem Ansatz verfolgt?

Welche Wirkung und welcher Nutzen werden mit dem Modell bzw. dem Ansatz verfolgt?

4. Ausgestaltung

Von wem kam der Impuls für die Umsetzung? Von den Mitarbeitenden Ihrer Dienststelle, z. B. der/des BCA, von der Geschäftsführung oder anderen?

Wie erfolgte die (strategische) Umsetzung vor Ort ins Regelgeschäft? Wie erfolgte dabei die Einbindung von Mitarbeitenden sowie Netzwerken, Externen und Dritten?

Welche Rahmenbedingungen sind oder waren in Ihrer Stadt oder Ihrer Region für die Umsetzung förderlich?

5. Ausblick

Welche Empfehlungen können Sie anderen Agenturen für Arbeit / Jobcentern für die Umsetzung geben?

Was wünschen Sie sich für die Zukunft, um die Integration von Migrantinnen in den Arbeitsmarkt in Ihrer Stadt / Ihrer Region sowie bundesweit noch stärker verbessern zu können?

Was möchten Sie uns Ergänzendes sagen?

Datenschutzrechtlicher Hinweis (Bitte am Ende des Fragebogens einfügen.)

Hiermit stimme ich zu, dass die von mir im Rahmen der Befragung gemachten Angaben von der IQ Fachstelle Einwanderung für die Erstellung der Fallstudie „Best-Practice-Ansätze für eine nachhaltige Förderung der Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen in den Regionen und Kommunen“ genutzt werden dürfen.

Hiermit erkläre ich mich damit einverstanden, dass ich für eine weitere Kontaktaufnahme zur Verfügung stehe, sollte das von mir vorgestellte Modell bzw. der von mir vorgestellte Ansatz seitens der IQ Fachstelle Einwanderung für eine vertiefende Untersuchung bzw. Analyse im Rahmen der Fallstudie „Best-Practice-Ansätze für eine nachhaltige Förderung der Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen in den Regionen und Kommunen“ ausgewählt werden.

Autor*innen

Christiane Fritsche

Christiane Fritsche studierte Geschichte und Politikwissenschaften in München. Nach ihrer Promotion an der Universität Mannheim hat sie neben Fachveröffentlichungen zum Dritten Reich zahlreiche Unternehmensgeschichten verfasst sowie eine Studie zu Muslimfeindlichkeit in Europa.

Ildikó Pallmann

Ildikó Pallmann absolvierte den Masterstudiengang „Sozialwissenschaften“ an der Humboldt-Universität zu Berlin. Beim Deutschen Gewerkschaftsbund arbeitete sie in verschiedenen Projekten mit dem Schwerpunkt Bekämpfung des Menschenhandels zur Arbeitsausbeutung. Seit 2016 ist sie bei Minor in der IQ Fachstelle Einwanderung tätig und beschäftigt sich dort insbesondere mit dem Thema Arbeitsmarktintegration von Geflüchteten.

Janine Ziegler

Janine Ziegler studierte und promovierte in Politikwissenschaften in München und Paris und arbeitet bei Minor als Wissenschaftliche Mitarbeiterin in der IQ Fachstelle Einwanderung sowie in den Forschungsprojekten „Women’s Science – Situationen, Visionen und Bedarfe geflüchteter Frauen“ und „WIR HIER! Kein Platz für Muslimfeindlichkeit in Europa – Migrant*innenorganisationen im Dialog“. Ihre Arbeitsschwerpunkte sind Migration und (Arbeitsmarkt-)Integration, Religionsfreiheit sowie Musliminnen und Muslime in Deutschland und Frankreich.

Christian Pfeffer-Hoffmann

Christian Pfeffer-Hoffmann ist Vorstandsvorsitzender von Minor und Leiter der IQ Fachstelle Einwanderung. Der promovierte Medienpädagoge hat insbesondere in den Kontexten Migration, berufliche und politische Bildung, Medienbildung und Fachkräftesicherung bereits zahlreiche Publikationen herausgegeben sowie vielfältige Modell- und Forschungsprojekte durchgeführt.



Förderprogramm „Integration durch Qualifizierung IQ“



minor - projekt-kontor für bildung und forschung
alt-reinickendorf 25 • 13407 berlin • +49 - (0)30 457989500
minor@minor-kontor.de • www.minor-kontor.de

Das Förderprogramm „Integration durch Qualifizierung (IQ)“ wird durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales gefördert.

