

„Digital Streetwork“ für Neuzugewanderte bleibt live in Berlin!

Bericht des Projektes „Neu in Berlin Live“
im Jahr 2023

Impressum

„Digital Streetwork“ für Neuzugewanderte bleibt live in Berlin. Bericht des Projektes „Neu in Berlin Live“ im Jahr 2023
Dezember 2023

Herausgeberin: Rossina Ferchichi

Redaktion: Mamoon Aboassi, Irena Markova-Bedri, Anna Melnikova, Odette Schulz-Kersting

© 2023 Minor – Digital Gemeinnützige GmbH

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.

Diese Publikation entstand im Rahmen von „Neu in Berlin Live“, einem Projekt von:



www.minor-digital.de

Umschlaggestaltung: Elisa Garrote Gasch

Das Projekt „Neu in Berlin Live“ wird aus Mitteln der Senatsverwaltung für Arbeit, Soziales, Gleichstellung, Integration, Vielfalt und Antidiskriminierung gefördert.

Willkommenszentrum	Die Beauftragte des Senats für Integration und Migration	Senatsverwaltung für Arbeit, Soziales, Gleichstellung, Integration, Vielfalt und Antidiskriminierung	BERLIN	
--------------------	--	--	---------------	--

Inhalt

Einführung	5
Neuzugewanderte in Berlin in den sozialen Medien	7
Die „Neu in Berlin“ Projektpräsenzen in den sozialen Medien	10
Die „Neu in Berlin Live“ Facebook-Seite als Plattform der Informationsarbeit	11
Die Facebook-Gruppen von Neuzugewanderten in Berlin	13
Der „Neu in Berlin Live“-YouTube-Kanal	14
Die aufsuchende Arbeit in den sozialen Medien	21
Themen in der aufsuchenden Beratungsarbeit	21
Kooperation mit dem Willkommenszentrum und Verweisberatung	27
Die Verweisberatung als Pfeiler der aufsuchenden Beratung	28
Profile der erreichten Ratsuchenden – Anonymität steigt	29
Feedback der Ratsuchenden	31
Erprobung von kurzen Videos	32
Informationsarbeit	35
Informationsgrafiken	35
Informationsvideos/ Videoformate	37
Literatur	42
Tabellen	43
Abbildungen	44

Einführung

„Neu in Berlin Live“ führt aufsuchende Informations- und Beratungsarbeit für Zugewanderte in Berlin, sogenannte „Digital Streetwork“¹, in den sozialen Medien durch. Zugewanderte gründen eigene Kommunikationsorte in den sozialen Medien, in denen sich die Projektmitarbeitenden ebenfalls mit beruflichen Profilen bewegen. Zwar gibt es zahlreiche Social-Media-Plattformen wie Instagram, Telegram, WhatsApp etc. Eine Plattform ist jedoch für die schriftliche Kommunikation und den Austausch über Arbeit und Leben in Berlin noch immer unangetastet: Facebook. Zugewanderte organisieren sich dort in Gruppen, deren Mitgliedszahlen weiterhin steigen (siehe Abbildung 2). Daher konzentriert sich die folgende Betrachtung auf Facebook-Communities.

Gemäß dem Vergleich der größten Social-Media-Plattformen und deren Nutzendenanzahl im Januar 2023, belegt Facebook weltweit den ersten Platz mit etwa 2,96 Milliarden monatlich aktiven Nutzenden². Die Bedeutung dieser Plattform als maßgebliche Informationsquelle wurde während der Corona-Pandemie deutlich. Auch nach dem Ausbruch des Krieges in der Ukraine war und ist Facebook für viele Nutzende eine der wichtigsten ersten Anlaufstellen, insbesondere für Geflüchtete aus der Ukraine, um aktuelle Informationen zu teilen und gegenseitige Unterstützung anzubieten. Nach einer Erhebung vom Juni 2023³ leben 60.353 Ukrainer*innen in Berlin. In Anbetracht dieser hohen Zahl bleibt die ukrainischsprachige Community auch im Jahr 2023 eine wichtige Zielgruppe für die Informationsarbeit des Projektes. Das Projekt unterstützt seit 2023 zwei neue, äußerst relevante Zielgruppen in seiner Beratungsarbeit: die russisch- und die bulgarischsprachige Community. Die Zuwandernden aus Bulgarien stellen eine der größten migrantischen

¹ Der Begriff Digital Streetwork wird seit 2016 von Minor – Projektkontor für Bildung und Forschung und Minor – Digital verwendet und geprägt.

² Ranking der größten Social Networks und Messenger nach der Anzahl der Nutzenden im Januar 2023 (Statistisches Bundesamt, zitiert nach <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/181086/umfrage/die-weltweit-groessten-social-networks-nach-anzahl-der-user/>, 2023), (12.12.2023).

³ Einwohnerinnen und Einwohner in Berlin in 2023 (Statistisches Amt: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, zitiert nach <https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/a-i-5-hj>), (12.12.2023).

Gemeinschaften unter den EU-Mitgliedsstaaten dar, mit offiziell 33.059 gemeldeten Personen im Jahre 2023⁴ in Berlin.

Das Projektteam analysiert regelmäßig das Kommunikationsverhalten der Sprachcommunities, um rechtzeitig feststellen zu können, ob eine andere Social-Media-Plattform vorrangig genutzt wird. Dazu führt das Projekt Erprobungen auf anderen Plattformen durch und folgt stets dem Bedarf der Zielgruppen. Dementsprechend wurde 2023 die Plattform Telegram als Beratungsort für die arabischsprachige Zielgruppe erprobt.

Ein Schwerpunkt des Projektes liegt weiterhin auf mehrsprachiger Informationsarbeit und dabei auf der Erprobung verschiedener, multimedialer Formate. Als zentrale Herausforderung der mehrsprachigen Digital Streetwork bleibt, der wachsenden Nachfrage von Zugewanderten in Berlin nach Informationen gerecht zu werden und gleichzeitig Falschinformationen in sozialen Medien entgegenzuwirken. Das Projekt untersucht in diesem Zusammenhang, wie verlässliche, mehrsprachige Informationsangebote nicht nur ausgebaut, sondern auch verstetigt werden können. Im Jahr 2023 testete das Projektteam kurze Videos als Antwortformat für Social-Media. Dabei wurden verschiedene Konzepte von Kurzvideos mit bedarfsorientierten Inhalten für die jeweiligen Zielgruppen erprobt.

Dieser Bericht bietet einen umfassenden Überblick über den Stand des Projektes „Neu in Berlin Live“ im Jahr 2023. Besonderes Augenmerk liegt auf den Erfahrungen mit den beiden neuen Zielgruppen sowie den neu erprobten Beratungs- und Informationsangeboten.

⁴ ebd.

Neuzugewanderte in Berlin in den sozialen Medien

Die Analyse der projektspezifischen Zugewandertengruppen zeigt Unterschiede zwischen der tatsächlichen Größe der verschiedenen migrantischen Gemeinschaften in Berlin (Anzahl der in Berlin lebenden Menschen) und der Anzahl der Facebook-Nutzenden dieser Zielgruppe. Abbildung 1 vergleicht die Zielgruppen des Projektes auf Facebook die Anzahl der angemeldeten Personen in Berlin aus den jeweiligen Sprachcommunities mit der Anzahl der Nutzenden am Standort Berlin.

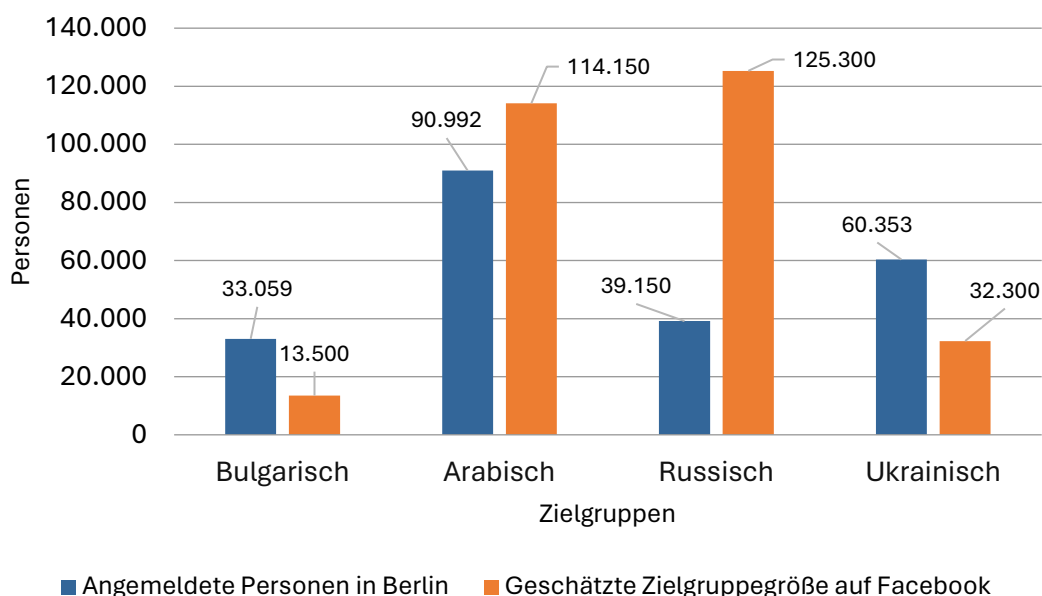


Abbildung 1: Ein Vergleich zwischen der Anzahl der angemeldeten Personen in Berlin mit der Anzahl der arabisch, bulgarisch-, russisch- und ukrainischsprachigen Facebook-Nutzenden mit Standort Berlin. Stand November 2023, Quelle: Meta, eigene Bearbeitung © Minor-Digital

Gemäß den Daten von Facebook Meta beträgt die geschätzte Zielgruppengröße⁵ der Facebook und Instagram-Nutzenden für Berlin im November 2023

⁵ Die geschätzte Zielgruppengröße oder potenzielle Reichweite ist eine quantitative Schätzung, die den potenziellen Personenbereich angibt, der mit bestimmten Targeting-Kriterien erreicht werden könnte. Die Zielgruppengröße wird anhand konkreter Angaben definiert.

insgesamt 2.700.000 Personen (bzw. Profile). Im Vergleich zum November 2022 ist ein Rückgang der Nutzungszahlen um 300.000 Nutzende weniger auf beiden Plattformen festzustellen. Trotz dieses Trends verzeichnen einzelne Sprachcommunities einen Anstieg der Nutzendenanzahl auf beiden Plattformen. Beispielsweise nahm die Zahl der Nutzenden aus arabischsprachigen Ländern weiter um 17,62% im Jahr 2023 zu (ca. 110.500 im Jahr 2022). Der gleiche Trend wurde auch bei den ukrainischsprachigen Nutzenden beobachtet, die im Vergleich zum Vorjahr (ca. 22.400 im Jahr 2022) einen beachtlichen Anstieg um 67,32 % verzeichneten (vgl. Aboassi 2022).

Das Verhältnis der Mitgliederzahlen auf Facebook zur tatsächlichen Größe der Bevölkerungsgruppen in Berlin variiert je nach Sprache und es korrespondiert nur teilweise mit der Entwicklung der Zuwanderung nach Berlin. Diese Unterschiede sind besonders bei den russischsprachigen Communities zu beobachten. Die signifikante Diskrepanz zwischen den offiziell angemeldeten Personen aus russischsprachigen Ländern (Russland, Kasachstan, Kirgisistan) und der potenziellen Anzahl russischsprachiger Nutzender lässt sich dadurch erklären, dass Russisch nicht nur in einigen Regionen Südasiens, der Ukraine und Moldawiens als Muttersprache gesprochen wird, sondern auch in vielen Ländern Ost- und Südosteuropas als Fremdsprache weit verbreitet ist.

Im Rahmen der Zielgruppenanalyse verfolgte das Projektteam einen methodischen Ansatz, indem es die Mitgliederzahlen in den relevanten Online-Community-Foren genau überwachte. Durch den Vergleich von Facebook-Nutzungsdaten innerhalb der Zielgruppen des Projektes sowie den Beobachtungen innerhalb der analysierten Foren und insbesondere der Facebook-Gruppen, wurde ein kontinuierliches Wachstum der Mitgliederzahlen im Jahr 2023 festgestellt. Diesen Trend weiter zu überwachen und zu analysieren, hilft bei der zielgerichteten Schwerpunktsetzung des Projektes auf die Bedürfnisse und Erwartungen der wachsenden Online-Communities.

Hierunter fallen sämtliche Nutzende von Meta mit dem Standort Berlin und einem Alter zwischen 18 und 65+ Jahren.

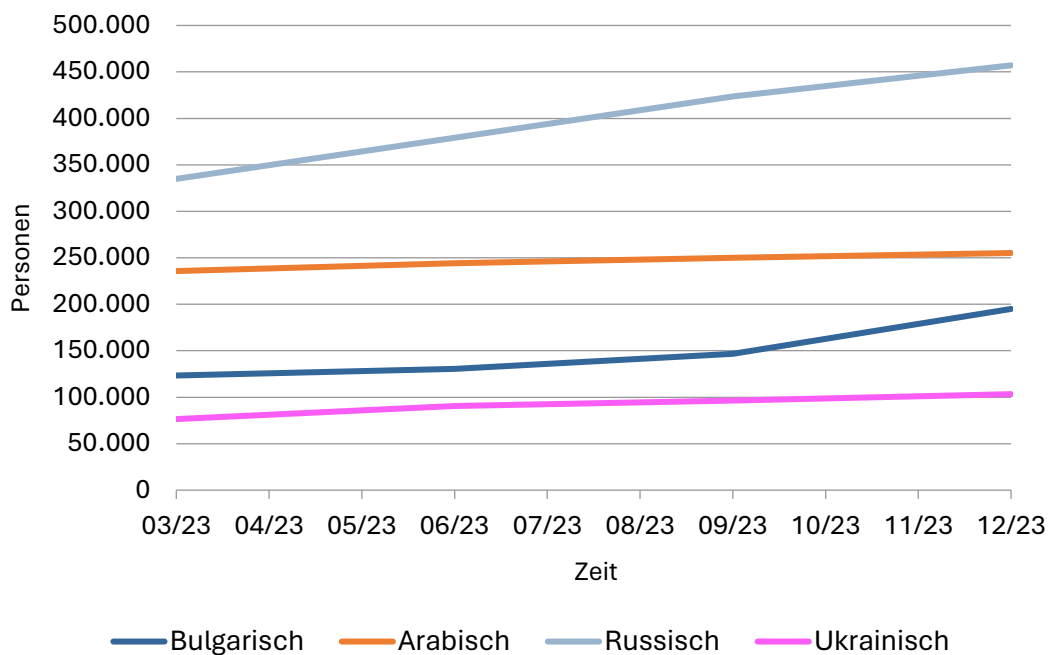


Abbildung 2: Entwicklung der Mitgliederzahlen der Facebook-Gruppen der Projekt-Zielgruppen mit Beratungsbezug in Berlin zwischen März 2023 und Dezember 2023.

Stand Dezember 2023, Quelle: Meta, eigene Bearbeitung © Minor-Digital

Hervorzuheben ist der deutliche Anstieg der Mitgliederzahlen in bulgarischsprachigen Facebook-Gruppen im Zeitraum von März bis Dezember 2023 um über 58% Prozent. Im Vergleich dazu betrug das prozentuale Wachstum der Mitglieder in den analysierten russischen Facebook-Gruppen 36%, in den ukrainischen Gruppen 35% und in den arabischen Gruppen 8%.

Die „Neu in Berlin“ Projektpräsenzen in den sozialen Medien

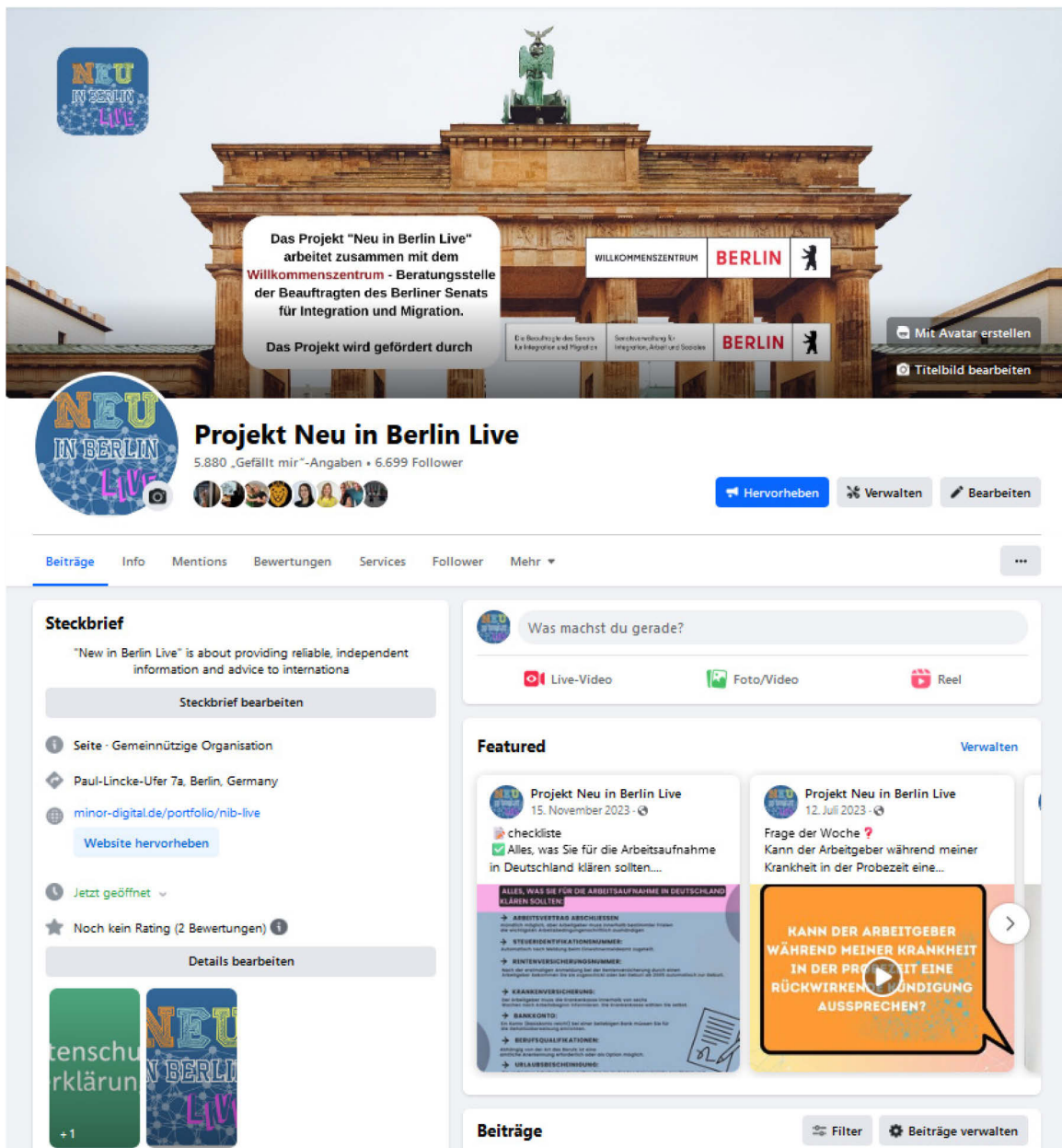


Abbildung 3: Ansicht der „Neu in Berlin Live“ Facebook-Seite. Stand Dezember 2023, Quelle: Meta

Die „Neu in Berlin Live“ Facebook-Seite als Plattform der Informationsarbeit

Die Erweiterung der Zielgruppen des Projektes im Jahr 2023 wirkt sich auch auf den Umfang der Social-Media-Präsenz und die Reichweite⁶ unter den Projektzielgruppen aus. Als Hauptplattform für die Verbreitung von Informationsangeboten, wie beispielsweise Informationsgrafiken und -videos, nutzt das Projektteam die Facebook-Seite „Projekt Neu in Berlin Live“ (siehe Abbildung 3).

Im Jahr 2023 verzeichnete die Facebook-Seite einen Anstieg der Abonnent*innenzahl um 400 auf insgesamt 6.700 Personen. Diese Steigerung geht einher mit einer jährlichen Gesamtreichweite von 102.440 Personen. Dieses Reichweitenwachstum basiert auf der verstärkten Verbreitung von Seiteninhalten in digitalen Community-Netzwerken. Im vorliegenden Datensatz zeigt sich, dass 61 % der Abonnent*innen der Seite männlich⁷ und 39 % weiblich sind. Die größte demografische Gruppe setzt sich aus Personen im Alter von 25 bis 34 Jahren zusammen, die 42 % der Gesamtabonnent*innen ausmachen. Auf Platz zwei folgen die 35- bis 44-Jährigen mit einem Anteil von 38 % (vgl. Abbildung 4). ausmachen. Auf Platz zwei folgen die 35- bis 44-Jährigen mit einem Anteil von 38 % (vgl. Abbildung 4).

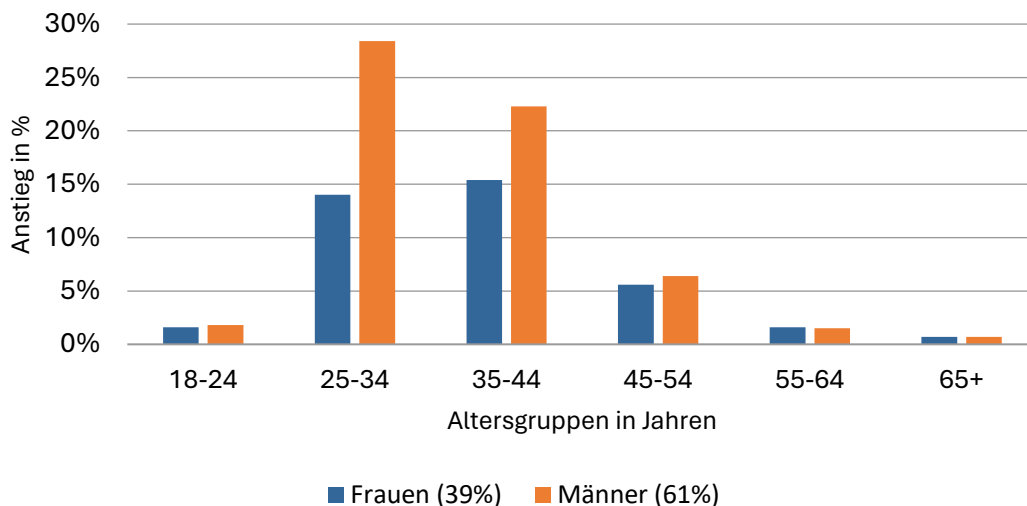


Abbildung 4: Geschlechter und Altersverteilung der Abonnent*innen der Facebookseite „Neu in Berlin Live“ in Prozent, n = 6700.

Stand Dezember 2023, Quelle: Meta, eigene Bearbeitung © Minor-Digital

⁶ Die Reichweite entspricht der Anzahl von Personen, die Inhalte von einer oder über eine Seite gesehen haben. Diese Kennzahl basiert auf Schätzungen.

⁷ Laut Facebooks Geschlechterzuordnung.

Facebook-Profile als Zugangswege zu Online-Communities

Um einen direkten Zugang zu den Kommunikationsorten der Zielgruppen sicherzustellen, haben die Projektmitarbeitenden individuelle Facebook-Profile erstellt. Dies ermöglicht es ihnen, ihre Social-Media-Präsenz zu stärken und Informations- sowie Beratungsaktivitäten gezielt in den Netzwerken der Migrant*innen zielgruppenspezifisch aufrechtzuerhalten. Es wurden drei Facebook-Profile für die bulgarisch-, arabisch- und russischsprachigen Zielgruppen erstellt. Über diese Profile traten die Mitarbeitenden des Projektes bestehenden Facebook-Gruppen bei, um direkt mit den Mitgliedern in Kontakt zu treten, projektrelevante Fragen zu suchen und zu beantworten und gezielt Informationen bereitzustellen.

Die erstellten Profile dienen sowohl dazu, zielgruppenspezifische und muttersprachliche Informationen zu vermitteln, als auch zur transparenten Darstellung der Projektzugehörigkeit der Mitarbeitenden. Dazu werden die Profileseiten datenschutzkonform mit einer projekteigenen, aktuellen Datenschutzerklärung und dem Impressum des Projektträgers versehen. Um die Sichtbarkeit der Projektförderung zu gewährleisten, finden sich die Logos der Fördergebenden auf dem Profil. Die Hinweise auf die Datenschutzerklärung und das Impressum sind leicht sichtbar und zugänglich in Link- und Beitragsform eingepflegt. Um Vertrauen bei den Zielgruppen aufzubauen, registrieren sich die Projektmitarbeitenden unter ihrem Klarnamen und nutzen ein authentisches Foto.

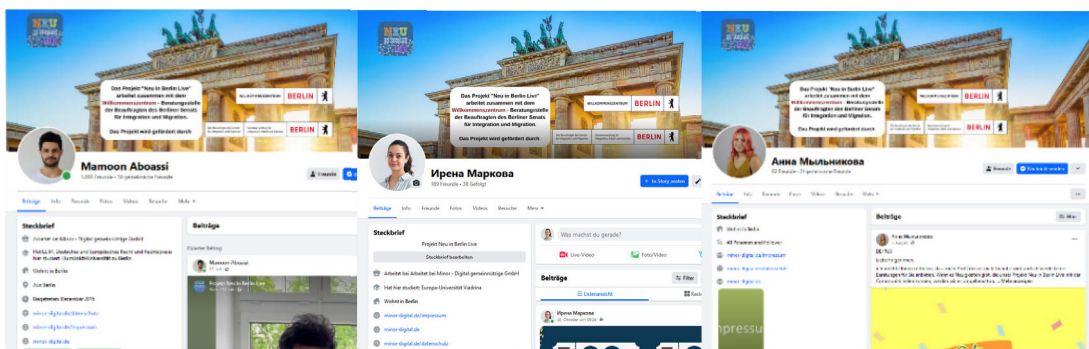


Abbildung 5: Facebook-Profile der arabisch-, bulgarisch- und russischsprachigen Mitarbeitenden des Projektes.

Stand Dezember 2023, Quelle: Meta, eigene Bearbeitung © Minor-Digital

Die Facebook-Gruppen von Neuzugewanderten in Berlin

Die aufsuchende Informations- und Beratungsarbeit konzentrierte sich hauptsächlich auf Facebook-Gruppen mit Berlin-Bezug. Darüber hinaus beobachtet das Projekt die Entwicklung anderer Community-spezifischer Facebook-Gruppen mit einem weiteren Fokus, beispielsweise deutschlandweit. Der inhaltliche Schwerpunkt und die Größe der Facebook-Gruppen variieren je nach Community. Die Gruppen werden hauptsächlich von ehrenamtlichen Personen aus der jeweiligen Gemeinschaft verwaltet und moderiert. Zum Beispiel wird die größte Facebook-Gruppe in der arabischsprachigen Community für Studierende in Berlin (طلاب برلين - الدراسة في ألمانيا) mit 74.371 Mitgliedern von zwei Administrator*innen moderiert. In der russischsprachigen Community fasst die größte Gruppe 46.882 Mitglieder (Russen in Berlin - Русские в Берлине) und wird von zwei Administratorinnen verwaltet. In der bulgarischen Community gibt es eine Gruppe mit 31.707 Mitgliedern (БЪЛГАРИ В БЕРЛИН Bulgaren in Berlin), die von drei Administrator*innen moderiert wird.

Das Themenspektrum der bundesweiten Facebook-Gruppen variiert je nach den Bedürfnissen der Communities. Es reicht von allgemeinen Gruppen, in denen Mitglieder nützliche Informationen über das Leben in Deutschland austauschen, bis hin zu themenspezifischen Gruppen mit Fokus auf Fragestellungen zu Kindererziehung in Deutschland, dem Ausfüllen von Dokumenten, Job- und Wohnungssuche sowie landeseigenen Aufnahmeprogrammen, besonders bei den arabisch- und russischsprachigen Gruppen. Das Team beobachtet insgesamt 176 Facebook-Gruppen. Die durchschnittliche Mitgliederzahl in arabischen Gruppen beträgt 62.472, während sie in russischen Gruppen bei 43.365 liegt. Die bulgarischen Gruppen weisen die niedrigste durchschnittliche Mitgliederzahl mit 11.861 Mitgliedern auf.

Tabelle 1: Übersicht über die Anzahl von Facebook-Gruppen und deren Mitgliedszahlen, in denen das Projektteam Mitglied ist.

Stand Dezember 2023, Quelle: Facebook, eigene Erfassung und Bearbeitung
© Minor-Digital

Sprache	Bulgarisch	Arabisch	Russisch
Anzahl der erfassten Facebook-Gruppen für die jeweiligen Zielgruppen	65	63	44
Gesamtanzahl der Gruppenmitglieder in diesen Gruppen	807.430	4.137.444	1.017.076
Durchschnittliche Mitgliederzahl der Gruppen	12.422	65.674	23.115

Der „Neu in Berlin Live“-YouTube-Kanal

Im Jahr 2023 betreute das Projektteam einen YouTube-Kanal (siehe Abbildung 6). Im Verlauf des Jahres wurden zusätzliche Videos auf dem Kanal veröffentlicht, wodurch die Gesamtzahl auf 50 Videos angewachsen ist. Die Auswahl der Themen für diese Videos erfolgte anhand der Bedürfnisse und Anfragen, die das Team auf verschiedenen Plattformen, nämlich Facebook, Instagram und Telegram, identifizierte. Dabei ging es um Fragestellungen zu Themen wie Jobsuche, Wohnungssuche und Chancenaufenthaltsrecht.

Die Videos wurden je nach Thema auf Bulgarisch, Arabisch und Russisch übersetzt. In Anbetracht der Bedeutung für die arabische Community wurde das Thema Chancenaufenthaltsrecht sowohl auf Deutsch als auch auf Arabisch mit Untertiteln veröffentlicht. Ein Großteil der Videos wurde in bis zu sechs Sprachen übersetzt: Arabisch, Bulgarisch, Ukrainisch, Russisch, Rumänisch und Englisch und daneben mit deutschen Untertiteln.

Der YouTube-Kanal des Projektes bietet den Zuschauenden die Flexibilität, die Informationsvideos in verschiedenen Sprachen aufzurufen. Die Nutzenden können entscheiden, in welcher Sprache sie das Video sehen möchten und unterschiedliche Untertitelsprachen für jedes Video auswählen. Diese

Funktion ermöglicht eine größere Reichweite und einen einfacheren Zugang zu den bereitgestellten Informationen.

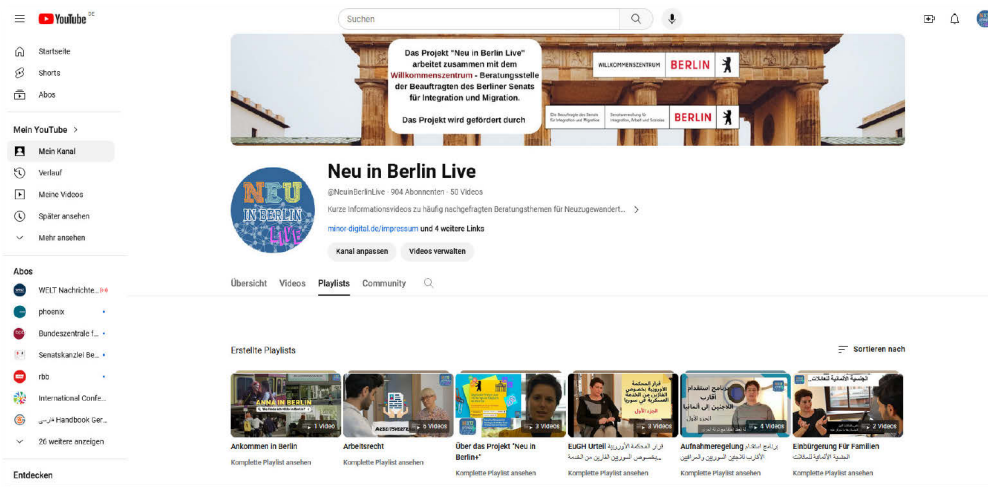


Abbildung 6: Der YouTube-Kanal des Projektes "Neu in Berlin Live"
Stand Dezember 2023, Quelle: YouTube © Minor-Digital

Die Analyse des YouTube-Kanals (siehe Abbildung 7) „Neu in Berlin Live“ zeigt eine divergierende geschlechtsspezifische Verteilung der Zuschauerschaft. Der Anteil der männlichen Nutzer lag 2023 bei 62,8 %, wobei der Anteil der Nutzerinnen im Vergleich bei 37,2% lag. Hinsichtlich der Altersgruppen ist auffällig, dass die Altersbereiche zwischen 25 und 44 Jahren sowohl bei männlichen als auch weiblichen Zuschauern einen höheren Anteil aufweisen im Vergleich zu den jüngeren und älteren Altersgruppen.

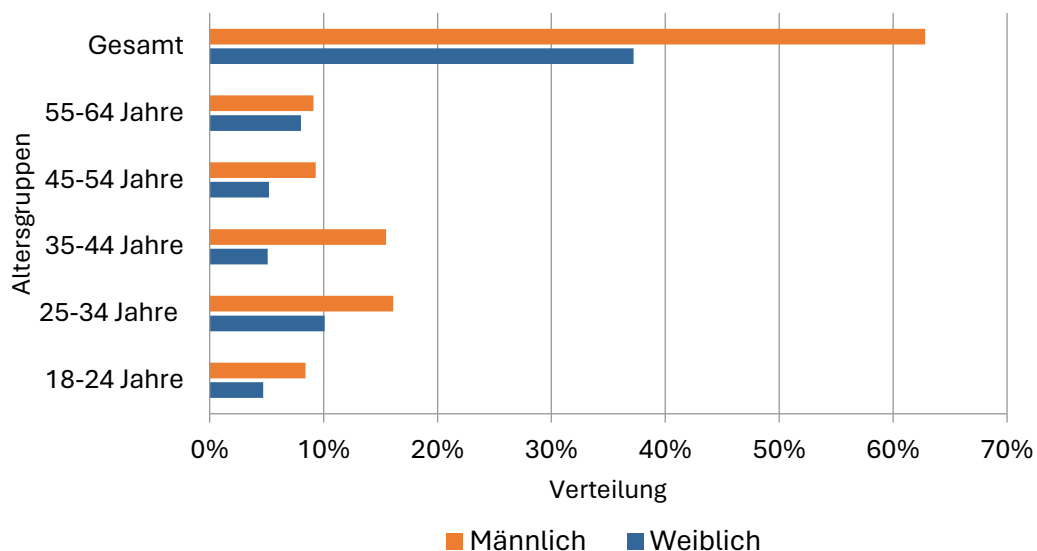


Abbildung 7: Geschlechter- und Altersverteilung der Zuschauer*innen des YouTube-Kanals des Projektes „Neu in Berlin Live“, n = 910.
Stand Dezember 2023, Quelle: YouTube, eigene Bearbeitung © Minor-Digital

Das „Neu in Berlin Live“ Instagram-Profil

Das Projektteam setzte die Pflege des Instagram-Kontos fort, um Informationsgrafiken sowohl auf Facebook als auch auf Instagram zu teilen. Die Verknüpfung der beiden Konten auf Instagram und Facebook über die digitale Plattform Meta vereinfacht das parallele Teilen. Instagram spielt eine wichtige Rolle für das Projekt, insbesondere für die Veröffentlichung von kurzen Videos (sog. Reels), da diese auf der Plattform sehr beliebt sind und in der Regel eine hohe Reichweite erzielen.

Die Daten zeigen eine unterschiedliche Alters- und Geschlechterverteilung bei den erreichten Personen (siehe Abbildung 8). Der Anteil weiblicher Follower auf Instagram (90 %) ist im Vergleich zu Facebook (39 %) deutlich höher. Die demografische Analyse zeigt, dass Instagram-Follower in der Regel jünger sind. Dies unterstreicht die Bedeutung der Nutzung verschiedener Plattformen im Projekt zur Ansprache unterschiedlicher Communityschichten.

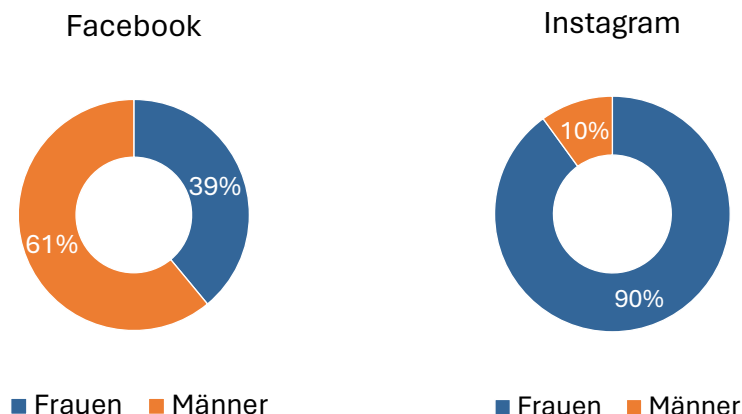


Abbildung 8: Follower auf Facebook und Instagram nach Geschlecht, $n_{\text{Facebook}} = 6700$, $n_{\text{Instagram}} = 2200$.

Stand Dezember 2023, Quelle: Meta, eigene Bearbeitung © Minor – Digital

Reels als effektive Informationsvermittler für Neuzugewanderte

Im Laufe des Projektjahres hat das Projektteam insgesamt 20 Reels zu verschiedenen Themen erstellt und veröffentlicht. Diese erzielten eine erhebliche Reichweite (siehe Abbildung 9). Ein solches Video informierte z.B. über eine Aktualisierung der Einkommensanforderungen für die Verpflichtungserklärung im Rahmen der Aufnahmeregelungen in Berlin und wurde insge-

samt 8.670-mal abgespielt. Die prägnante, niedrighschwellige Erläuterung erreicht auf Instagram insbesondere viele junge Menschen, die auf dieser Plattform aktiv sind.

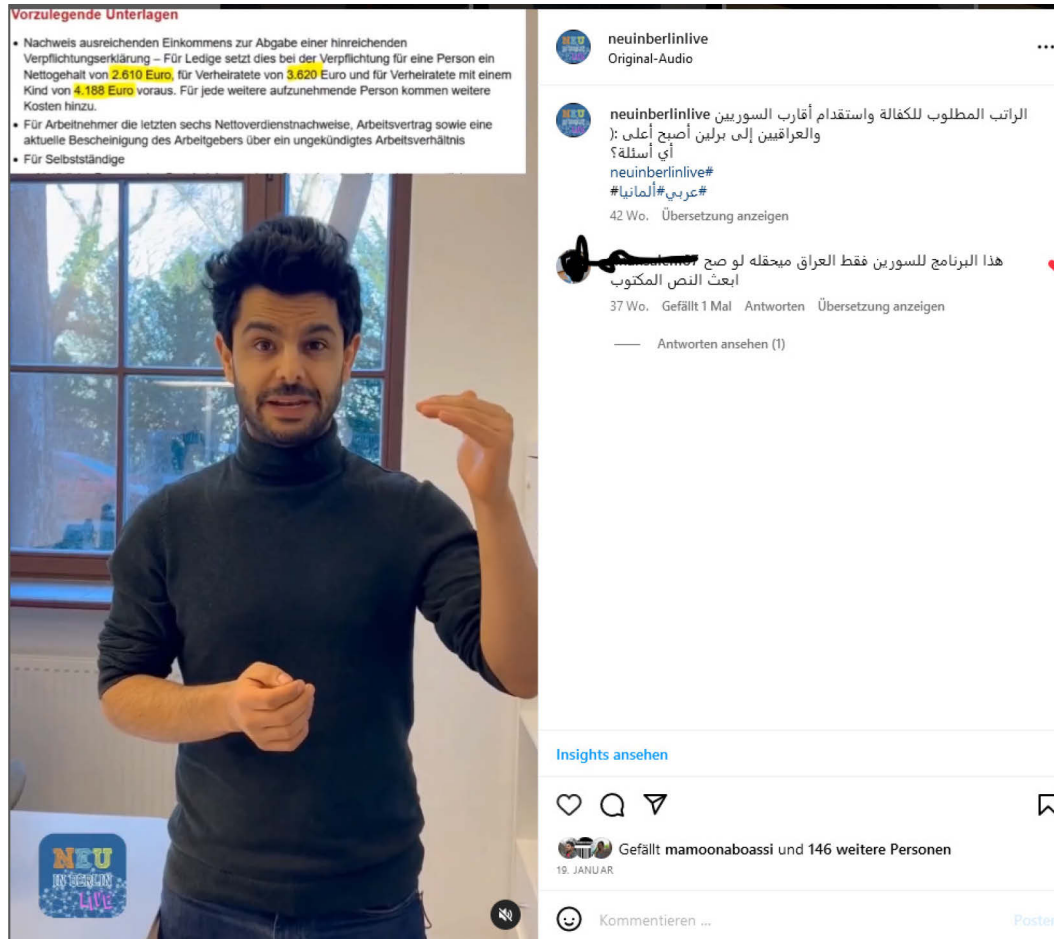


Abbildung 9: Video zum Thema „Aufnahmeregungen für afghanische, syrische und irakische Geflüchtete mit Verwandten in Berlin“.

Stand Dezember 2023, Quelle: Meta, eigene Bearbeitung © Minor – Digital

Erprobung auf Telegram

Telegram-Kanal: Neue Plattform, bewährte Professionalität

Im Juli 2023 eröffnete das Projektteam einen Telegram-Kanal, um sich auf einer neuen Plattform zu engagieren und um die Zielgruppe in weiteren Kanälen zu erreichen. Dabei wurde der Account datenschutzkonform eingerichtet mit Datenschutzerklärung und Impressum. Die Transparenz hinsicht-

lich der professionellen Strukturen wird auf dieser Plattform genauso gewahrt wie auf den Facebook- und Instagram-Profilen. Nutzende sollen unmittelbar erkennen können, wer hinter dem Profil steht (siehe Abbildung 11).

Die Plattform wurde zunächst ausschließlich mit der arabischen Zielgruppe getestet. In dieser Phase trat der zuständige Projektmitarbeiter mehreren Gruppen bei, die in der Regel nach Nationalität, Fachgebiet oder Region aufgeteilt sind. Manchmal überschneiden sich diese Kategorien, wie beispielsweise in einer Gruppe für die Ausbildung von Syrer*innen in Berlin.

Die Gruppensuche erfolgt mithilfe einer Suchmaschine, die sowohl arabische als auch deutsche Stichwörter berücksichtigt. Der Beitritt zu den Gruppen bedarf meistens keiner Genehmigung durch die Administrator*innen. Sobald man ein Konto hat, ist man Mitglied und kann Fragen in den Gruppen beantworten. Die Fragesuche erfolgt entweder durch das Scrollen im Verlauf der Gruppe oder durch die Verwendung der Suchfunktion mit der Eingabe von Stichwörtern.

Die Gruppe „برنامج الكفالة للولايات - Aufnahme- und Aufenthaltsregelung in den Bundesländern“ zählt 1128 Mitglieder und wird von 2 Administratoren betreut (Stand November 2023). In dieser Gruppe stellt ein Mitglied eine Frage, die von einem Projektmitarbeiter beantwortet wird, wobei auch andere Gruppenmitglieder die Antwort einsehen können. Das Beispiel in Abbildung 11 zeigt eine Beratungsfrage und die Antwort vom Projektmitglied.

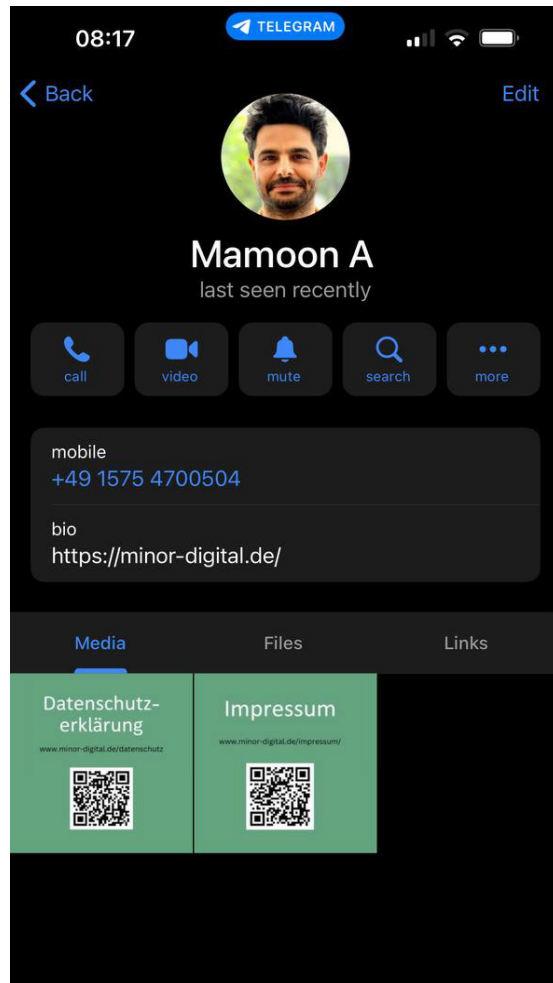


Abbildung 10: Übersicht des Telegram-Profiles

Stand November 2023, Quelle: Telegram © Minor – Digital



**Abbildung 11: Beispiel für Telegram-Gruppe zum Thema Aufnahme-
regelung für Syrer*innen in Berlin.**

Stand November 2023, Quelle: Telegram © Minor – Digital

Wie das Projekt mit Falschinformationen umgeht und welche Konsequenzen solche haben können durch die rasante Verbreitung in den sozialen Medien an eine Vielzahl von Personen, wird im Folgenden an einem Praxisbeispiel beschrieben: Dem Projektmitarbeiter fiel auf, dass in der Beschreibung der Gruppe eine Falschinformation enthalten war. Er kontaktierte den Administrator und bat darum, die Informationen zu berichtigen, um Missverständnisse unter den Gruppenmitgliedern zu vermeiden (siehe Abbildung 12). In der Gruppenbeschreibung befindet sich eine Auflistung der Voraussetzungen, die erfüllt sein müssen, um zu Angehörigen aus Syrien oder dem Irak nachzuziehen, die in Berlin leben. Eine der Voraussetzungen ist, dass die nachgezogene Person ein*e Familienangehörige*r ersten oder zweiten Grades (also Eltern, Kinder, Enkel, Großeltern, Geschwister) der geflüchteten Person sein muss. In der Beschreibung der Gruppe wurde jedoch fälschlicherweise festgehalten, dass "Nichten und Onkel" ebenfalls Familienangehörige zweiten Grades seien. Es besteht die Gefahr, dass Personen eine Interessensbekundung an das Landesamt für Einwanderung senden, die abgelehnt wird. Dies führt zu Enttäuschungen bei der Zielgruppe und zu Zeitverlusten sowohl bei den Personen als auch bei der zuständigen Behörde und kann darüber hinaus das Vertrauen in staatliche Institutionen schwächen. Der Fall

verdeutlicht, wie wichtig es ist, solche Gruppen zu begleiten und Fehlinformationen zu korrigieren, da die Aufklärung über falsche Voraussetzungen nicht nur allen Gruppenmitgliedern, sondern auch der Verwaltung zugutekommt.

Das Projektteam hat über 45 Fragestellungen auf Telegram beantwortet (Stand November 2023). Inhaltlich stand Aufenthaltsrecht im Vordergrund. Die Tendenz bei der Bildung von Gruppen auf Telegram ist weiterhin steigend.



Abbildung 12: Eine kurze Kommunikation mit einem Admin einer Gruppe, um falsche Informationen zu korrigieren

Stand November 2023, Quelle: Telegram © Minor – Digital

Die aufsuchende Arbeit in den sozialen Medien

Mit der aufsuchenden Informations- und Beratungsarbeit in den sozialen Medien verfolgt das Projekt mehrere Ziele. Erstens werden Fragestellungen und Anliegen von Neuankommenden in Berlin auf eine niedrighschwellige und zugängliche Art auf der Erstsprache in Form der Erst- und Verweisberatung beantwortet und für Bedarfsanalysen anonymisiert dokumentiert. Zweitens werden irreführende oder falsche Inhalte korrigiert und ebenfalls statistisch erfasst. Die Erfassung der Fragestellungen dient dazu, aktuelle Entwicklungen sichtbar zu machen und zukünftige Bedürfnisse antizipieren zu können.

Das Projektteam berät vorwiegend auf Facebook. Die Suche nach projektrelevanten Fragen in den Facebook-Gruppen erfolgt entweder mithilfe der Suchfunktion mit spezifischen Stichworten oder manuell, indem jeder Beitrag oder Kommentar sorgfältig durch das Projektteam geprüft wird. Bei der Formulierung der Antworten wird im Rahmen der Verweisberatung auf offizielle Quellen, nützliche Webseiten und Links sowie im Projekt erstellte Informationsmaterialien verwiesen. Die Qualitätssicherung erfolgt durch die Anleitung projektinterner Volljuristinnen, durch teaminterne Qualitätssicherungsstrukturen und durch eine enge Kooperation mit den Beratenden im Willkommenszentrum⁸. Je nach Besonderheit des Falles verweist das Projektteam direkt auf kooperierende Beratungsstellen.

Themen in der aufsuchenden Beratungsarbeit

Anhand der Dokumentation der Fälle lassen sich die Entwicklungen, Veränderungen und Unterstützungsbedarfe innerhalb der Communities verfolgen. Bis Dezember 2023 hat das Projektteam insgesamt 1180 Fragen beantwortet.

⁸ Das Projekt "Neu in Berlin" kooperiert eng mit dem Willkommenszentrum - der Beratungsstelle der Beauftragten des Berliner Senats für Integration und Migration. Das Projektteam übermittelt regelmäßig Beratungsfragen an das Willkommenszentrum Berlin, um eine Qualitätssicherung der Beratungsarbeit durchzuführen.

Die häufigsten Fragen betrafen aufenthaltsrechtliche Themen, gefolgt von Fragen zum Thema Wohnen, Zugang zum Arbeitsmarkt, Ausbildung und Staatsangehörigkeit (siehe Abbildung 13).

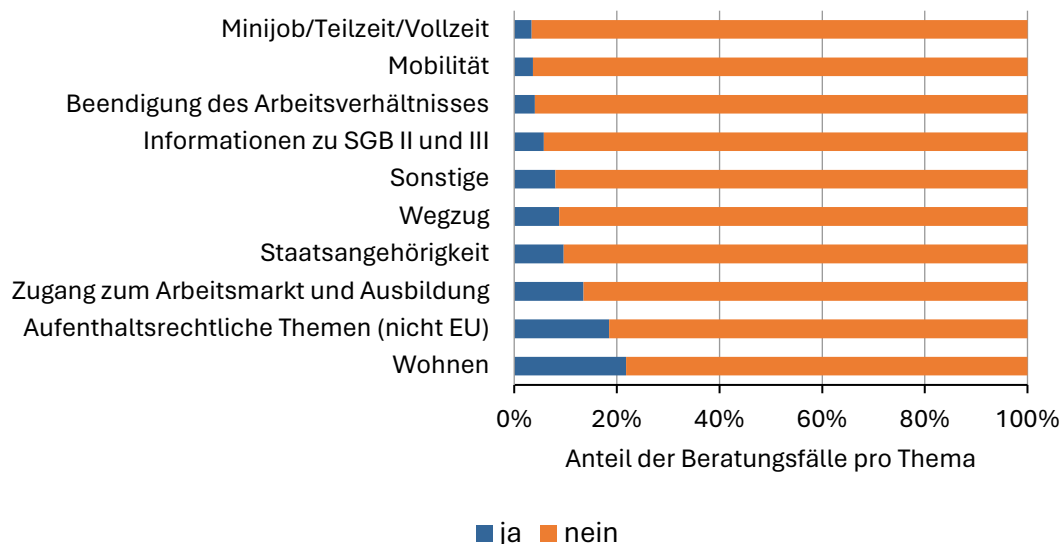


Abbildung 13: Top 10 der Beratungsthemen für das Jahr 2023, n=799.
Stand Dezember 2023, Quelle: eigene Erhebung und Bearbeitung © Minor – Digital

Das Themenspektrum variiert zwischen den einzelnen Communities. In arabischsprachigen Facebook-Gruppen konzentrieren sich die Fragen besonders auf die Themen Aufenthaltsrecht und Staatsangehörigkeit, insbesondere auf Fragen zur Aufenthaltsgewährung, Einbürgerung und Niederlassungserlaubnis im Nicht-EU-Kontext (siehe Abbildung 14). Die Fragestellungen innerhalb dieser Sprachcommunity haben sich im Verlauf des Projektes jedes Jahr verändert. Beispielsweise konzentrierten sich die meisten Fragen im Jahr 2020 der Neu in Berlin-Projektreihe auf die Voraussetzungen für den Erhalt der Niederlassungserlaubnis und der Fiktionsbescheinigung sowie um das Thema Terminvereinbarungen bei der Ausländerbehörde. Dieser Fokus hat sich im Laufe der Zeit gewandelt, was eine erwartbare Entwicklung als Konsequenz der Aufenthaltsdauer der Gruppe aus dem arabischsprachigen Raum darstellt, die zwischen 2015 und 2016 nach Deutschland gekommen ist.

Im Jahr 2023 wurde eine neue Kategorie von Fragen festgestellt. Es werden im Vergleich zu den Vorjahren vermehrt Fragen zum Landesaufnahmeprogramm für Personen aus Syrien und dem Irak sowie Fragen zum Sozial- und Arbeitsrecht gestellt. Dies spiegelt neue Herausforderungen wider, die von

der Zielgruppe aufgegriffen werden – von anfänglichen Fragen zum Asyl- und Aufenthaltsrecht bis zu den jetzigen Themen wie Niederlassungserlaubnis, Einbürgerung, Arbeitsrecht und Nachzug von Verwandten.

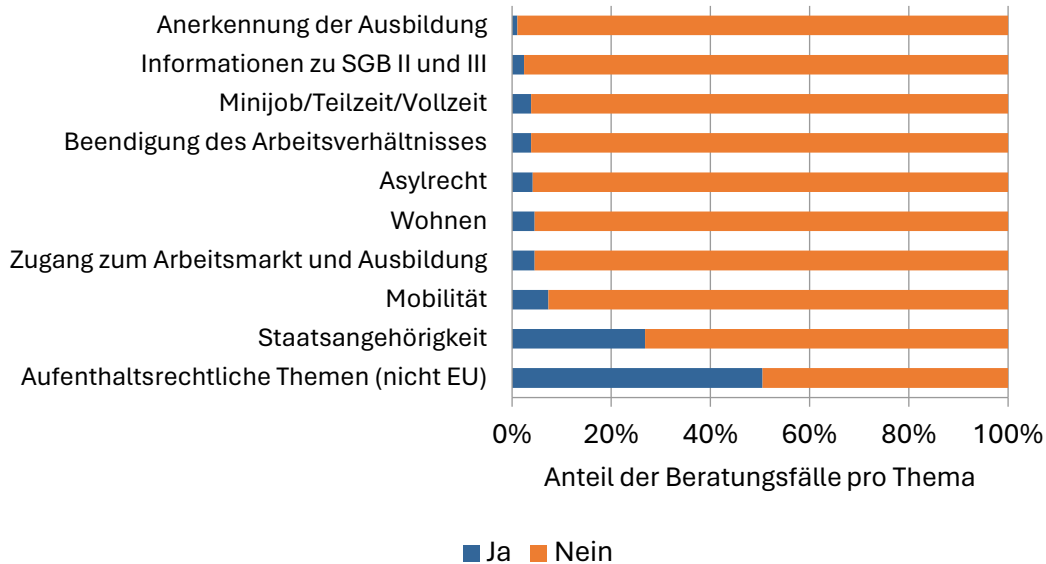


Abbildung 14: Top Beratungsthemen in der arabischsprachigen Community für das Jahr 2023, n = 287.

Stand Dezember 2023, Quelle: eigene Erhebung und Bearbeitung, © Minor-Digital

In der bulgarischen Community hingegen handeln die meisten Fragen von Wohnen, Zugang zum Arbeitsmarkt, Ausbildung und dem Wegzug aus Deutschland. Die Fragen zum Thema Wohnen beziehen sich auf die Wohnungssuche in Berlin, wie zum Beispiel „Wie finde ich eine Wohnung?“ oder „Welche Unterlagen benötige ich, um eine Wohnung zu finden?“. Fragen bezüglich des Zugangs zum Arbeitsmarkt und der Ausbildung umfassen vorrangig die Arbeitssuche. Eine bemerkenswerte Tendenz zeigt sich in der bulgarischen Community, in der vermehrte Fragen zum Wegzug aus Deutschland gestellt werden. Im Jahr 2021 gehörten Staatsangehörige Bulgariens (55.407) zu den drei Hauptgruppen von EU-Bürgern, die Deutschland verlassen haben⁹. Dies stützt die beobachtete Themenentwicklung. Insbesondere fragen

⁹ So viele gehen wieder - Abwanderung von nicht-deutschen Personen nach Staatsangehörigkeit und Aufenthaltsstatus, Kurzbericht 02/2023. https://minor-kontor.de/wp-content/uploads/2023/07/Minor_FEI_Kurzbericht_02-2023.pdf (12.12.2023).

die Ratsuchenden in diesem Zusammenhang nach der Beendigung der Krankenversicherung oder dem Transfer von Arbeitslosengeld ins Ausland.

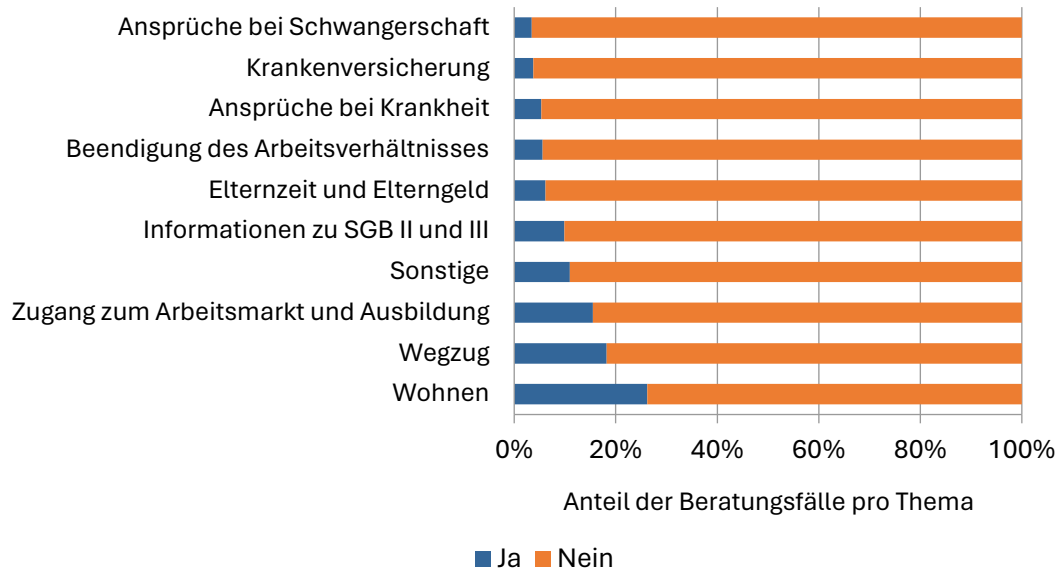


Abbildung 15: Top Beratungsthemen in der bulgarischsprachigen Community für das Jahr 2023, n = 374.

Stand Dezember 2023, Quelle: eigene Erhebung und Bearbeitung, © Minor – Digital

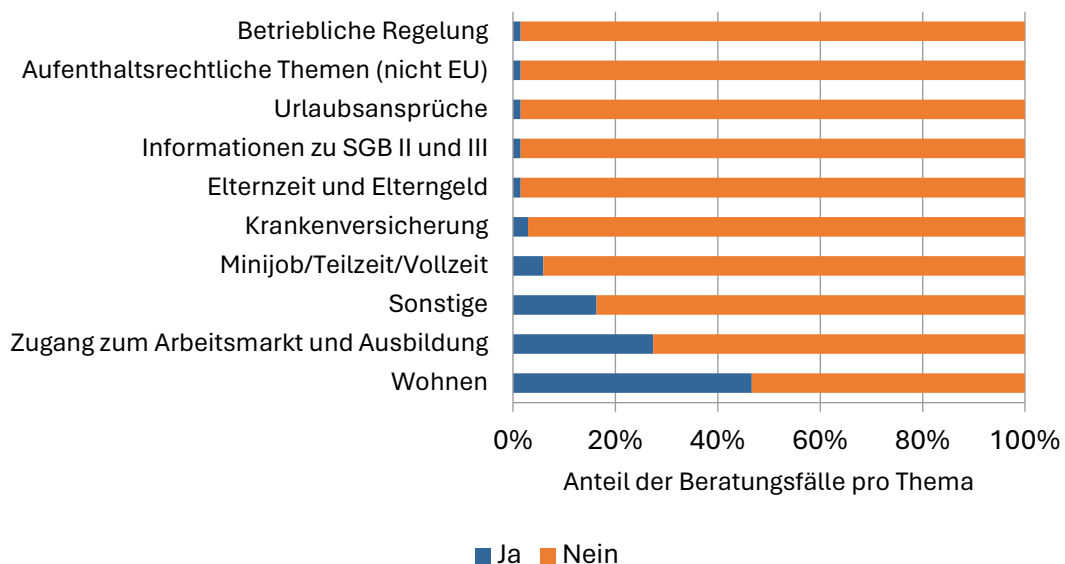


Abbildung 16: Top Beratungsthemen in der russischsprachigen Community für das Jahr 2023, n = 135.

Stand Dezember 2023, Quelle: eigene Erhebung und Bearbeitung © Minor-Digital

Die vier Hauptthemen in der russischsprachigen Community sind Wohnen, Zugang zum Arbeitsmarkt und Ausbildung, Minijobs/Teilzeit/Vollzeit sowie Krankenversicherung in Deutschland. In der Kategorie „Sonstige“ fallen insbesondere Anfragen zur Suche nach russischsprachigen Dolmetscher*innen sowie zur Suche von Beratungsstellen, zuständigen Ämtern und Behörden.

Falschinformationen bei der aufsuchenden Beratung

Das Projektteam stellt regelmäßig falsche, widersprüchliche oder irreführende Informationen¹⁰ auf den verschiedenen Social-Media-Plattformen fest. Diese Fehlinformationen tauchen mitunter als Kommentare unter Beiträgen auf und werden als vermeintliche Hilfe für Ratsuchende auf Facebook gepostet.

Die Herausforderungen im Umgang mit solchen Informationen sind vielfältig und abhängig davon, um welche Art von Falschinformation es sich handelt. Je nachdem ob die Information tatsächlich falsch oder irreführend ist oder falsch kontextualisiert wurde, stellen sich unterschiedliche Fragen: Wie reagiert das Team auf solche Falschinformationen? Besteht die Gefahr eines Konflikts mit der Person, die diese Informationen verbreitet hat, und wenn ja, wie löst das Team die Konfliktsituation auf?

Aufgrund des Konfliktpotenzials geht das Projektteam transparent und sorgfältig vor, korrigiert die Informationen und formuliert die Richtigstellung behutsam, um nicht zu provozieren, sondern vielmehr einen „Aha-Effekt“ zu erzeugen sowie eine positive Resonanz in der Online-Community zu erzielen. Nach der Korrektur verfolgt das Team den Beitrag weiterhin und beteiligt sich an Diskussionen unter dem Beitrag. Es kommt häufig vor, dass die verbreitende Person der Informationen behauptet, Beweise zu haben. In solchen Fällen wird gezielt nach Quellen gefragt und eigene verlässliche Quellen werden genannt, um darzustellen, dass die eigenen Aussagen auf nachprüfbaren Fakten beruhen.

¹⁰ Als Falschinformation im Kontext der Beratungsarbeit definiert das Projekt sämtliche Angaben, die von anderen Nutzenden in Kommentaren oder Beiträgen - sei es ganz oder teilweise, oder in einem irreführenden Kontext - geteilt werden.

Um falsche Informationen zu bekämpfen, setzt das Team auf folgende Maßnahmen:

- ▶ **Förderung von Faktenchecks:** Es werden Faktenchecks durchgeführt und auf vertrauenswürdige Quellen verwiesen, um die Richtigkeit von Informationen zu betonen. Diese Faktenchecks werden so gestaltet, dass sie für die Zielgruppe verständlich und zugänglich sind.
- ▶ **Transparenz und Offenheit:** Das Projektteam ist transparent über den Prozess der Informationsüberprüfung und gibt Einblick in Methodik und Quellen, die das Projektteam für die Argumentation nutzt. Durch Offenheit wird Vertrauen aufgebaut und die Glaubwürdigkeit gestärkt.
- ▶ **Zusammenarbeit mit Administrator*innen:** Das Projektteam strebt nach einer Zusammenarbeit mit Admins von den Kommunikationsräumen der jeweiligen Social-Media-Plattform (z.B. der Facebook-Gruppen), um gemeinsam mit ihnen die falschen Informationen zu bekämpfen, sie früh zu erkennen und darauf zu reagieren.
- ▶ **Klare Kommunikation und Update über die neuen Regeln:** Es wird auf eine klare und konsistente Kommunikation geachtet, um Missverständnisse zu vermeiden. Dies geschieht nicht nur bei der Korrektur von Falschinformationen, sondern auch durch regelmäßige Updates sowohl über neue Regelungen in Berlin sowie Erklärungen zu bereits bestehenden Regelungen, die einer erneuten Erläuterung bedürfen.

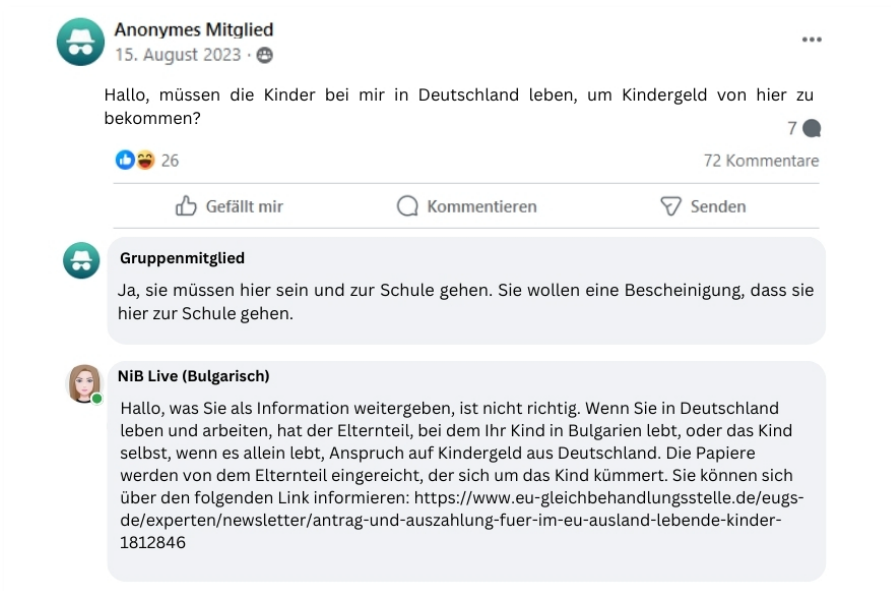


Abbildung 17: Falsche Antwort in einer bulgarischen Facebook-Gruppe, Thema Kindergeld für im Ausland lebende Kinder, Korrektur mit Erklärung und Quellenangabe durch eine Projektmitarbeiterin.
Stand August 2023, Quelle: eigene Bearbeitung © Minor-Digital

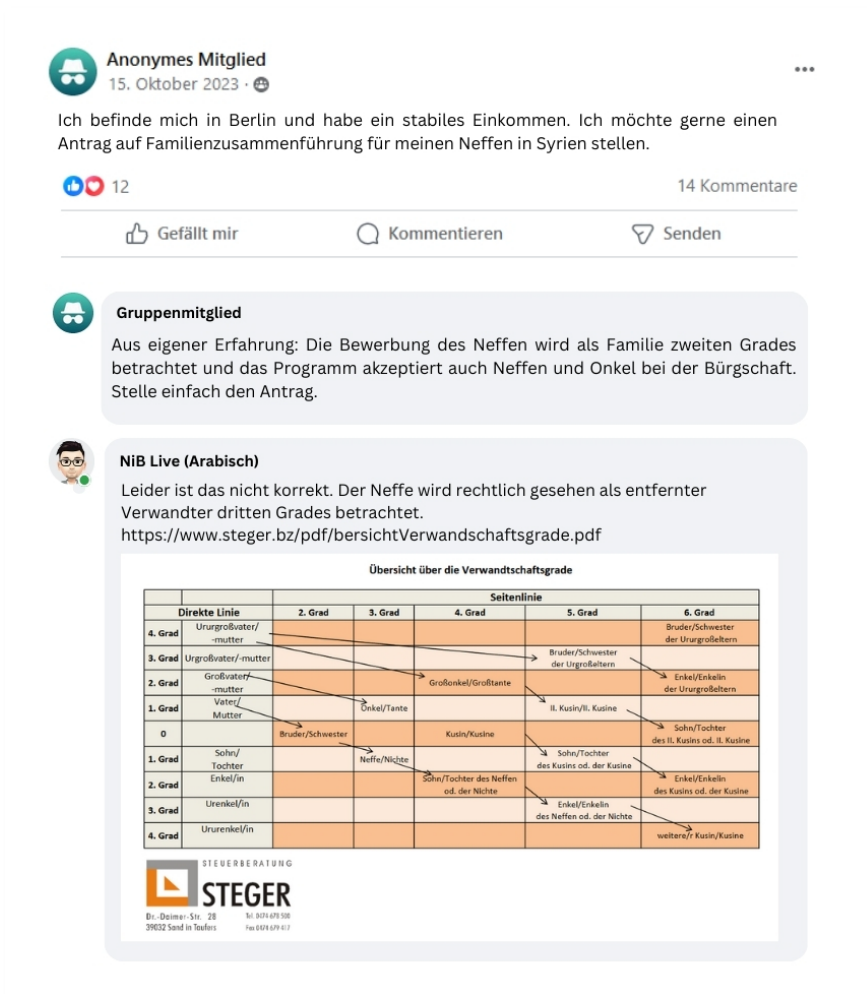


Abbildung 18: Verbreitung falscher Informationen zur Aufnahme­regelung von Familienmitgliedern in Berlin, Richtigstellung durch einen Screenshot, der die korrekten Informationen bestätigt.
Stand Oktober 2023, Quelle: eigene Bearbeitung © Minor-Digital

Kooperation mit dem Willkommenszentrum und Verweisberatung

Das Projektteam verweist, wenn es Fragen nicht abschließend beantworten kann, auf weiterführende Informationen und spezifische Beratungsangebote, die auf die Zielgruppe zugeschnitten sind. Insbesondere bei

aufenthalts- und sozialrechtlichen Fragen wird in erster Linie das Willkommenszentrum Berlin empfohlen.

Um die Fragen der Zielgruppe schnell und effizient zu beantworten, hat das Projektteam eine mehrschrittige Strategie entwickelt: Zunächst wird die Frage mit projektrelevanten Themen identifiziert, diese anschließend soweit möglich mit Informationen aus der vergangenen Projektarbeit, beispielsweise unter Verweis auf frühere Beiträge und spezifische Themen-Kacheln, sowie aus vertrauenswürdigen Quellen beantwortet. Falls erforderlich und eine Einzelfallbetreuung notwendig erscheint, werden die Ratsuchenden durch das Projektteam an Präsenzberatungsstellen in Berlin verwiesen.

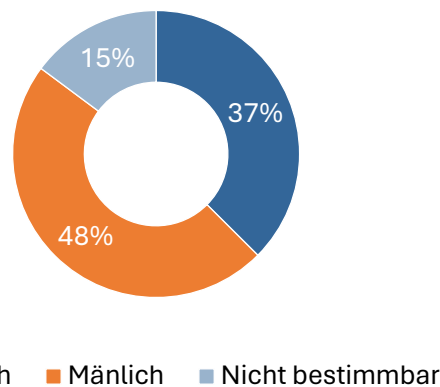
Die Verweisberatung als Pfeiler der aufsuchenden Beratung

Die Zusammenarbeit mit dem Willkommenszentrum ist auch im aktuellen Jahr ein zentraler Bestandteil der Projektarbeit geblieben. Die Kooperation mit dem Willkommenszentrum hat sich in zwei Hauptbereichen entwickelt: Erstens profitiert das Projekt von der fachlichen Unterstützung des Willkommenszentrums bei der Beantwortung komplexer Fragen und verweist Ratsuchende an das Zentrum. Zweitens wurde die wechselseitige Unterstützung im Jahr 2023 verstärkt, insbesondere bei der Veröffentlichung von Informationsmaterialien. Dabei geht es sowohl um die vom Projektteam erstellten Materialien als auch um die Beiträge des Willkommenszentrums auf Facebook und Instagram.

Aufgrund der Unterschiede zwischen der Präsenzberatung vor Ort und der Online-Beratung, die das Projekt durchführt, ist der regelmäßige Austausch mit dem Willkommenszentrum von großer Bedeutung. Die enge Kooperation ermöglicht es beiden Seiten, einen umfassenden Einblick in die Zielgruppen sowie die spezifischen Beratungsthemen und -herausforderungen zu gewinnen, erhöht die Effektivität der Projektarbeit und führt zu einem besseren Verständnis für die Bedürfnisse der Zielgruppe.

Profile der erreichten Ratsuchenden – Anonymität steigt

Gemäß den datenschutzrechtlichen Vorgaben erfasst das Projektteam nur wenige Informationen über die Ratsuchenden. Die Fragen werden in der Datenbank anonymisiert dokumentiert. Lediglich Daten hinsichtlich der Sprache, des Ge-



schlechts¹¹ und ob die Frage anonym gepostet wurde, werden erfasst.

Abbildung 19: Geschlechterverteilung der Ratsuchenden bei den durch das Projekt erfassten Beratungsfällen für das Jahr 2023, n = 1019.

Stand Dezember 2023, Quelle: eigene Erhebung und Bearbeitung © Minor – Digital

¹¹ Die Erfassung bleibt hier zum Teil hinter den realen Verhältnissen zurück und arbeitet mit einer weitgehend binären Geschlechtseinordnung: Es kann ausschließlich Rückschlüsse aus den Angaben auf den Profelseiten und den grammatikalischen Besonderheiten der jeweiligen Sprache auf eine Geschlechtszuordnung treffen. Nicht in allen Fällen offenbaren die Ratsuchenden ihre Selbsteinordnung.

Fast 50 % aller erfassten Fragen wurden von männlichen¹² Personen (48%) gestellt, im Vergleich dazu 37 % von weiblichen Personen. In 15 % der Fälle war das Geschlecht nicht bestimmbar. Dies liegt oft daran, dass die Frage entweder anonym gepostet wurde oder das Profil der Ratsuchenden verfälschte Namen, Profilbilder sowie keine Selbsteinordnung enthält. Im Vergleich zum vorherigen Jahr ist dieser Prozentsatz um 12 % gestiegen (siehe Abbildung 19). Ursachen dafür lassen sich nicht abschließend feststellen: Nach den Beobachtungen der Projektmitarbeitenden werden jedenfalls Fragen zu schwierigen oder sensiblen Themen häufig anonym gestellt, so z.B. „frauenspezifische“ Themen oder Fragen, die prekäre Arbeitsverhältnisse betreffen. Das Bedürfnis nach Anonymität in der eigenen Community könnte in der Angst vor Hate Speech, Diskriminierungen im Netz oder realer Konsequenzen begründet sein.

Die Geschlechtsverteilung unterscheidet sich zudem je nach Sprachcommunity. In der bulgarischen Community werden deutlich mehr Fragen von Frauen gestellt (64,6 %) im Vergleich zu Männern (26,8 %). Im Gegensatz dazu ist bei der arabischsprachigen Community die Mehrheit der Ratsuchenden männlich (68 %), während nur 15,6 % der Fragen von weiblichen Personen stammen. Bei der russischsprachigen Community ist die Geschlechtsverteilung nahezu gleich, wobei 52,2 % der Fragen von Männern und 46,3 % von Frauen gestellt werden (siehe Abbildung 19).

¹² Meint männlich gelesene Personen, s.o. Im Folgenden sind dementsprechend auch die Begriffe weiblich, Frau und Mann etc. zu verstehen.

Feedback der Ratsuchenden

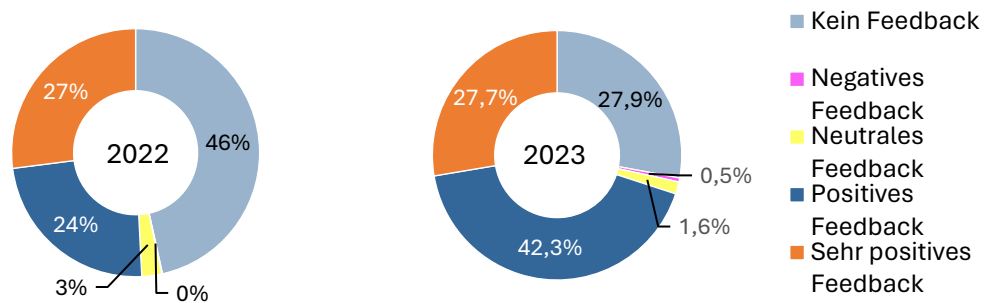


Abbildung 20: Feedback zur Informations- und Beratungsarbeit des Projektes im Vergleich zwischen den Jahren 2022 und 2023, $n_{2022} = 1161$, $n_{2023} = 1019$.

Stand Dezember 2023, Quelle: eigene Erhebung und Bearbeitung © Minor – Digital

Die Rückmeldungen, die die Projektmitarbeitenden von Ratsuchenden erhalten, spielen eine bedeutende Rolle für die inhaltliche und strategische Entwicklung des Projektes und werden daher sorgfältig dokumentiert. Im Vergleich zum Vorjahr 2022 kann in 2023 eine signifikante Zunahme an Rückmeldungen verzeichnet werden. Bemerkenswert ist, dass lediglich bei 28 % aller erfassten Fragen das Projektteam kein Feedback erhalten hat, im Gegensatz zu 46 % im Jahr 2022. 42 % aller Rückmeldungen waren positiv, bei 28 % der Fälle sogar sehr positiv. Nach der Erfassungsskala bedeutet positives Feedback mindestens ein positives Emoticon oder ein positiver Kommentar. Als sehr positiv wird ein Feedback verstanden, wenn mehrere Likes, positive Emoticons und zahlreiche Kommentare vorliegen. Dies deutet auf eine gesteigerte Anerkennung und positive Reputation des Projektes auf den Social-Media-Plattformen hin. Zusätzlich zu den Likes erhalten die Mitarbeitenden detailliertes Feedback, das eine positive Einstellung sowohl zum Projekt als auch zu den vermittelten Informationen erkennen lässt.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit und die umfassenden Informationen, die Sie uns zur Verfügung gestellt haben!

Vielen Dank für die Ratschläge und spezifischen Links! Ich bin froh, dass es noch humane Menschen gibt!

Wir sind Ihnen zutiefst dankbar! Ihre wertvolle Unterstützung bedeutet uns sehr viel. Bitte setzen Sie Ihre großartige Arbeit fort!

Erprobung von kurzen Videos

Im Jahr 2023 hat das Projekt ein neues Beratungsformat erprobt – kurze Videos als direkte Antwort auf spezifische Fragen. Diese Videos wurden zu verschiedenen Themen aufgenommen, um den unterschiedlichen Bedürfnissen der jeweiligen Communities gerecht zu werden. Beispielhaft wurden auf Arabisch Videos zu Fragen bezüglich fristloser Kündigung, rückwirkender Kündigung, Aufenthaltsrecht (Asylrecht) und Einbürgerung für Studierende erstellt. Auf Bulgarisch wurden drei Videos zu den Themen Arbeitssuche, Wohnungssuche sowie Elternzeit und Elterngeld produziert. Ebenso wurden auf Russisch drei Videos zu den Themen Arbeitssuche, Wohnungssuche und Rechtsberatungsstellen erstellt. Diese vielfältigen Inhalte sollen dazu beitragen, gezielt auf die Anliegen und Fragen der jeweiligen Gemeinschaften einzugehen und eine effektive Beratung anzubieten.

In der arabischen Community wurden diese Videos unter mehreren Beiträgen auf Facebook geteilt. Durch die Auswertungen der Reaktionen wurde festgestellt, dass die Zielgruppe eher an textbasierten Formaten interessiert ist, anstatt an einer Antwort oder einem bereits veröffentlichten Video (wie bei den Projektbeiträgen auf Facebook, Instagram und YouTube). Es hat sich dennoch als sinnvoll erwiesen, die Erprobung auf Arabisch durchzuführen, um die Resonanz zu testen und die Reaktion auf diese neue Methode zu evaluieren. Die arabische Zielgruppe bevorzugt dieses Format im Ergebnis nicht. Das zeigt der deutliche Unterschied zwischen den Reaktionen. Die Antwortvideos erhielten weniger Reaktionen als die textbasierten Beiträge, die lediglich einen Link zu einem Video enthalten. Die Videos können jedoch anderweitig genutzt werden, zum Beispiel als Stories oder Beiträge in den sozialen Medien wie YouTube, Instagram oder Facebook.

In der bulgarischen Community haben die Videos zu Themen wie Wohnungssuche und Arbeitssuche besonders viel Aufmerksamkeit erhalten. Fragen wie: „Wie finde ich einen Job in Berlin?“ oder „Wie finde ich eine Wohnung?“ wurden mehrmals gepostet und mehrmals gelikt, da sie allgemeine Tipps enthalten, die nicht nur für diejenige Person nützlich sind, die die Frage gestellt hat, sondern auch für andere, die unter dem Post beteiligt sind. Das Video zum Thema Elternzeit und Elterngeld, wurde spezifisch zu der Frage „Wie lange kann ich in Elternzeit bleiben und Elterngeld bekommen?“ erstellt und hat nur ein Like bekommen und weniger Aufmerksamkeit generiert.

Anfangs zeigten die Videos wenig Resonanz in der russischen Community, da es keine Kommentare und folglich keine Fragen zu den Inhalten gab. Dies änderte sich jedoch im letzten Monat der Erprobung (Juli), als Ratsuchende positive Reaktionen wie „Gefällt mir“ sendeten und ihre Dankbarkeit für die geteilten Tipps in Kommentaren ausdrückten. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass die Videos im Laufe der Zeit bekannt wurden und somit eine gewisse Reputation und Vertrauensbasis gegenüber der Projektmitarbeiterin aufgebaut wurde. Im direkten Vergleich zu den schriftlichen Antworten zeigte sich kein signifikanter Unterschied. Dennoch erleichterte die Verwendung von Kurzvideos zu allgemeinen Themen die Arbeit für die Projektmitarbeiterin erheblich, da sie einmal erstellt und mehrmals geteilt werden können bei nahezu identisch gestellten Fragen. Videos zu spezifischen Fragen erfordern mehr Aufwand, da sie seltener wiederverwendet werden können. Dennoch bieten Videos eine effektive Art der Informationsvermittlung und fördern die Verbindung zum Publikum, während sie gleichzeitig den Arbeitszeitaufwand der Projektmitarbeitenden reduzieren.

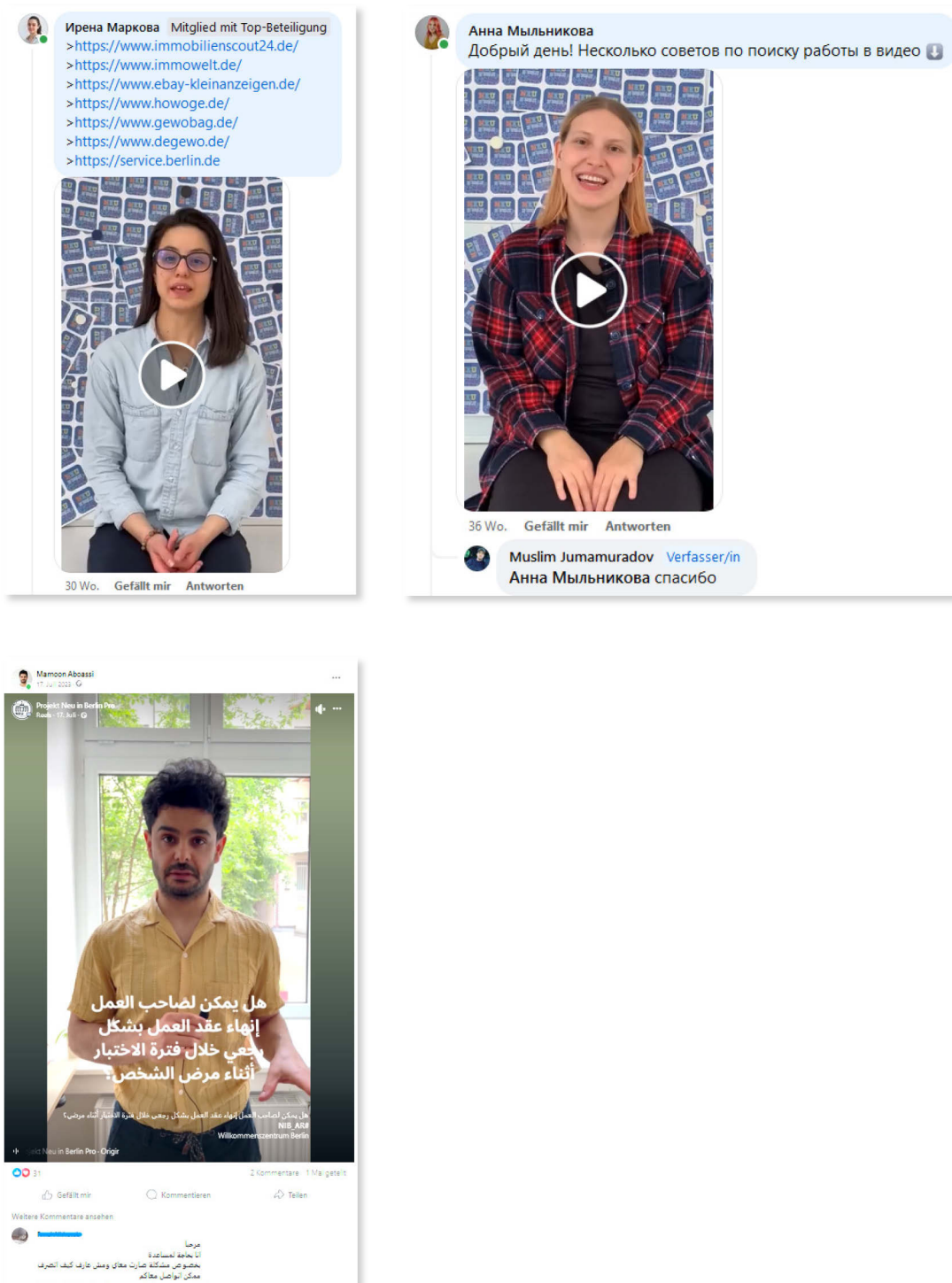


Abbildung 21: Erprobung von kurzen Videos des Projektteams auf Bulgarisch, Arabisch und Russisch.

Stand Dezember 2023, Quelle: Meta, eigene Bearbeitung © Minor – Digital

Informationsarbeit

Die Informationsarbeit im Rahmen des Projektes konzentriert sich einerseits auf die Erstellung und Verbreitung von digitalen Informationsmaterialien wie Infografiken und Erklärvideos sowie andererseits auf die Erprobung von neuen, innovativen Formaten. Die Informationsmedien werden den communityspezifischen Bedürfnissen angepasst und auf Basis der aufgefundenen Fragen aus den Communities entwickelt oder zu aktuellen Themen und Neuerungen erstellt. Ihr Zweck besteht darin, nicht nur auf bestehende Fragen einzugehen, sondern auch neue Fragestellungen zu generieren.

Nach der Bedarfsanalyse und der Erstellung wurden diese Informationsmedien auf allen Social-Media-Kanälen des Projektes veröffentlicht. Die verschiedenen Formate wurden je nach Zielgruppe und Bedarf unterschiedlich auf den jeweiligen Plattformen zur Verfügung gestellt. Beispielsweise wurden längere Videos ausschließlich auf dem YouTube-Kanal veröffentlicht und gegebenenfalls verweist das Projektteam direkt in der Beratungsarbeit darauf.

Dieses Jahr legte das Projektteam einen Schwerpunkt auf kurze Videos, die als Reels auf Instagram und Facebook gepostet wurden, wobei sie auf Instagram eine deutlich größere Reichweite erzielten. Ebenso wurden die Infografiken auf Instagram und Facebook geteilt, wobei das Projektteam mehr Personen auf Facebook erreichte, da diese nach der Veröffentlichung auch in den Netzwerken der Communities weiterverbreitet wurden. Das Projekt hat 2023 insgesamt 82 Infografiken und 43 Informationsvideos auf Arabisch, Bulgarisch, Russisch, Ukrainisch, Englisch und Rumänisch auf der Facebookseite und den Instagram Profilen gepostet (Stand November 2023).



Informationsgrafiken

Das Team erstellt Informationsgrafiken zu aktuellen Themen oder gemäß den Bedürfnissen der jeweiligen Communities. Beispielsweise ist der Beitrag mit der größten Reichweite auf der Facebook-Seite des Projektes auf Arabisch

eine Infografik zum 49-Euro-Ticket. Dieser Beitrag verzeichnet sogar die höchste Anzahl an Impressionen¹³ - 20.795. Eine weitere sehr erfolgreiche Infografik, die besonders viele Mitglieder innerhalb der arabischsprachigen Community erreicht, behandelt das Thema Elterngeld und Elternzeit. Die Infografik zum Arbeitslosengeld (ALG I) verzeichnet die größte Reichweite von 13.700 innerhalb der bulgarischen Community und wurde mit 133 Likes am meisten positiv bewertet. Weitere positiv bewertete Infografiken innerhalb der bulgarischen Community behandeln die Themen „Bürgergeld und Minijob“, „Urlaubsansprüche“ und „Checkliste Arbeitsaufnahme“.

Tabelle 2: Übersicht über einige der Informationsgrafiken, die 2023 auf der Facebookseite des Projektes veröffentlicht wurden.

Stand Dezember 2023, Quelle: eigene Erhebung © Minor – Digital

	Beitrag	Reichweite	Impressionen	Gefällt mir Angabe	Geteilte Inhalte
	Infografik auf Arabisch zum 49 Euro-Ticket	18.380	20.795	123	73
	Infografik über Krankengeld	17.099	19.734	28	21

¹³ Impressionen geben an, wie häufig Inhalte von der oder über die Seite Personen auf ihrem Bildschirm angezeigt wurden.

	<p>Infografik auf Bulgarisch zum Thema Arbeitslosengeld</p>	<p>13.700</p>	<p>14.701</p>	<p>133</p>	<p>49</p>
	<p>Infografik auf Bulgarisch über Bürgergeld und Minijob</p>	<p>10.753</p>	<p>11.979</p>	<p>72</p>	<p>30</p>
	<p>Infografik auf Arabisch zum Thema Elterngeld und Elternzeit</p>	<p>10.127</p>	<p>10.785</p>	<p>56</p>	<p>19</p>
	<p>Checkliste auf Bulgarisch zum Thema Arbeitsaufnahme</p>	<p>10.318</p>	<p>11.353</p>	<p>68</p>	<p>33</p>
	<p>Infografik auf Bulgarisch zum Thema Urlaubsansprüche</p>	<p>6.297</p>	<p>7.018</p>	<p>45</p>	<p>45</p>

Informationsvideos/ Videoformate

Die Informationsangebote im Projekt bleiben weiterhin vielfältig. Das Format der Informationsvideos war in den letzten drei Jahren erfolgreich. Daher hat das Projektteam beschlossen, die Videoangebote als Informationsquelle beizubehalten und das Format weiter auszubauen, um die Ratsuchenden noch besser zu erreichen.

Die audiovisuellen Beiträge erzielen in der Regel eine höhere Reichweite und sprechen eine neue Zielgruppe an, die Videos gegenüber reinen Textbeiträgen bevorzugt. Insbesondere Personen, die nicht oder nur teilweise alphabetisiert sind, profitieren davon. Um sicherzustellen, dass die Videos für eine breite Zielgruppe zugänglich sind, werden sie in den Sprachen der Zielgruppe Untertitelt.

Die Auswahl der Themen für die Videos erfolgt anhand häufig gestellter Fragen oder Umfragen auf Facebook, bei denen die Wünsche der Zielgruppe berücksichtigt werden. Dies ermöglicht es, gezielt auf die Bedürfnisse und Interessen der Adressierten einzugehen. Die Erfahrungen der letzten Jahre haben gezeigt, dass diese Vorgehensweise effektiv ist und dazu beiträgt, die Informationen niedrigschwellig zu vermitteln sowie eine positive Resonanz in der Community zu erzeugen.

Im Rahmen des Ausbaus von Videoformaten produzierte das Projektteam auch im Jahr 2023 eine Serie von Informationsvideos zum Themenbereich Arbeitsrecht während des Besuchs bei der Beratungsstelle BEMA. Dabei wurden neue Konzepte für die Videoerstellung entwickelt, die auf den gesammelten Projekterfahrungen beruhen. Diese Videos sind kurz, prägnant und präsentieren die wichtigsten Informationen direkt vor Ort in der Beratungsstelle, vermittelt durch die Projektmitarbeitenden.

Die Wirkung dieser Methode bleibt zu erproben.

Videoformat: Besuch bei der BEMA (Berliner Beratungszentrum für Migration und Gute Arbeit)

Die Verweisberatung ist neben der Orientierungs- und Erstberatung maßgebliche Säule der Beratungsarbeit. Daher hat das Projektteam gezielt weitere Beratungsstellen kontaktiert und Kooperationen aufgebaut, um die Zielgruppe noch besser über die bestehenden Angebote aufzuklären und einen direkteren Zugang zu relevanten Ressourcen zu ermöglichen.

Ein besonderer Besuch fand beim „BEMA - Berliner Beratungszentrum für Migration und Gute Arbeit¹⁴“ statt, nachdem BEMA und „Neu in Berlin Live“ eine Kooperationsvereinbarung geschlossen hatten. Es entstand eine Serie von informativen Videos. Diese Videos sind darauf ausgerichtet, die Beratungsstelle sowie ihre Arbeit und Zielgruppen umfassend zu präsentieren. Besonderes Augenmerk wird dabei auf inhaltliche Fragen des Arbeitsrechts gelegt, um Ratsuchenden eine klare Orientierung und Unterstützung in diesem Bereich zu bieten. Die Videoreihe zeigt nicht nur die Arbeitsweise der Einrichtung selbst, sondern gibt vertiefte Einblicke in die verschiedenen Themen und spezifischen Anliegen, auf die sich die Beratungsstelle konzentriert. Der Fokus liegt auf der umfassenden Darstellung der Beratungsarbeit, um potenziellen Nutzenden ein besseres Verständnis für die Möglichkeiten und Unterstützungsbereiche zu vermitteln, die das BEMA für Migrant*innen und Arbeitssuchende in Berlin bereithält. Diese Zusammenarbeit erweitert nicht nur die Reichweite des Projektes, sondern stärkt auch die Partnerschaften und das Netzwerk, was sich positiv auf zukünftige Kooperationen, das dezidierte Hilfsangebot des Projektes sowie auf die Reichweite der Beratungsstrukturen auswirkt.



Abbildung 21: Das Projektteam „Neu in Berlin Live“ beim Besuch bei BEMA (Berliner Beratungszentrum für Migration und Gute Arbeit) Stand August 2023, Quelle: eigene Bearbeitung © Minor – Digital

¹⁴ <https://bema.berlin/>

Die Videoreihe „Storytelling“

Im Kontext der Informationsarbeit im Jahr 2023 strebte das Projektteam an, Storytelling¹⁵ als Format innerhalb der Communities zu erproben. Ziel des Projekts war es, mit der Video-Reihe „Drei Wege nach Berlin“ die Geschichten und Erfahrungen von Menschen zu präsentieren, die nach Berlin gekommen sind, um sich ein neues Leben aufzubauen. Mit kurzen Videos werden die Erzähler*innen und die unterschiedlichen Hintergründe sowie Anlässe für die Migration der Personen nach Berlin porträtiert. Die drei Geschichten wurden mit Personen aus den arabischen, bulgarischen und russischsprachigen Communities aufgezeichnet¹⁶.

Die Geschichten werden in Videos mit einer Länge von jeweils ein bis drei Minuten und in je drei Teilen präsentiert. Im ersten Teil schildern die Protagonist*innen die Schwierigkeiten und Herausforderungen, mit denen sie sich durch den Umzug nach Deutschland konfrontiert sahen. Im zweiten Teil berichten sie über konkrete Unterstützung, die ihnen geholfen hat, diese



Abbildung 22: Videoaufnahmen „Drei Wege nach Berlin“
Stand August 2023, Quelle: eigene Bearbeitung © Minor – Digital

¹⁵ Storytelling ist eine Methode, um zielgerichtete Botschaften durch das Erzählen einer individuellen Geschichte zu vermitteln.

¹⁶ Die Geschichten wurden Ende des Projektjahres 2023 aufgezeichnet und können im Jahr 2024 veröffentlicht werden.

Hindernisse zu überwinden. Abschließend teilen sie im dritten Teil Tipps und wirkungsvolle Strategien für den Erfolg in Deutschland, die für die Gemeinschaften von Nutzen sein können. Die Videos wurden auf muttersprachlichem Niveau aufgenommen, mit dem Ziel, eine breite Zielgruppe anzusprechen und zu motivieren.

„Frag Odette“ als neuer Ansatz bei den Informationsvideos

Parallel zu den allgemeinen Informationsvideos hat das Projekt eine neue Reihe namens „Frag Odette“ gestartet (siehe Abbildung 23). Bei diesem Konzept antwortet die projektinterne Volljuristin „Odette“ auf häufig gestellte Fragen, während die Kamera das Team und sie beim Antworten zeigt. Diese Methode ermöglicht es unserem Team, wiederkehrende Fragen zu adressieren und durch direkte Antworten einer qualifizierten Volljuristin das Vertrauen unserer Zielgruppe weiter zu stärken.



Abbildung 23: Odette Schulz-Kersting beantwortet eine Frage zum Thema „Einbürgerung“

Stand Dezember 2023, Quelle: eigene Bearbeitung © Minor – Digital

Literatur

Aboassi, M./Melnikova, A./Stapf, T./Vochin, M. 2022: „Digital Streetwork“ für Neuzugewanderte jetzt Live in Berlin, Zwischenbericht des Projektes „Neu in Berlin Live“ im Jahr 2022.

Minor – Projektkontor für Bildung und Forschung, 2023: So viele gehen wieder der Abwanderung von nicht-deutschen Personen nach Staatsangehörigkeit und Aufenthaltsstatus, Kurzbericht 02/2023. https://minor-kontor.de/wp-content/uploads/2023/07/Minor_FEI_Kurzbericht_02-2023.pdf (12.12.2023).

Statistisches Amt Berlin-Brandenburg, 2023: Einwohnerinnen und Einwohner in Berlin in 2023, zitiert nach <https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/a-i-5-hj>, (12.12.2023).

Statistisches Bundesamt, 2023: Ranking der größten Social Networks und Messenger nach der Anzahl der Nutzenden im Januar 2024 zitiert nach [de.statista.com: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/181086/umfrage/die-weltweit-groessten-social-networks-nach-anzahl-der-user/](https://de.statista.com/statistik/daten/studie/181086/umfrage/die-weltweit-groessten-social-networks-nach-anzahl-der-user/), 2023), (12.12.2023).

Tabellen

Tabelle 1: Übersicht über die Anzahl von Facebook-Gruppen und deren Mitgliedszahlen, in denen das Projektteam Mitglied ist.....	14
Tabelle 2: Übersicht über einige der Informationsgrafiken, die auf der Facebookseite des Projektes veröffentlicht wurden.....	36

Abbildungen

Abbildung 1: Ein Vergleich zwischen der Anzahl der angemeldeten Personen in Berlin mit der Anzahl der arabisch-, bulgarisch-, russisch- und ukrainischsprachigen Facebook-Nutzenden mit Standort Berlin	7
Abbildung 2: Entwicklung der Mitgliederzahlen der Facebook-Gruppen der Projekt-Zielgruppen mit Beratungsbezug in Berlin zwischen März 2023 und Dezember 2023	9
Abbildung 3: Ansicht der „Neu in Berlin Live“ Facebook-Seite	10
Abbildung 4: Geschlechter und Altersverteilung der Abonnent*innen der Facebookseite „Neu in Berlin Live“ in Prozent, n = 6700 ...	11
Abbildung 5: Facebook-Profile der arabisch-, bulgarisch- und russischsprachigen Mitarbeitenden des Projektes	12
Abbildung 6: Der YouTube-Kanal des Projektes "Neu in Berlin Live"	15
Abbildung 7: Geschlechter- und Altersverteilung der Zuschauer*innen des YouTube-Kanals des Projektes „Neu in Berlin Live“, n = 910	15
Abbildung 8: Follower auf Facebook und Instagram nach Geschlecht, $n_{\text{Facebook}} = 6700$, $n_{\text{Instagram}} = 2200$	16
Abbildung 9: Video zum Thema „Aufnahmeregelungen für afghanische, syrische und irakische Geflüchtete mit Verwandten in Berlin“	17
Abbildung 10: Übersicht des Telegram-Profiles.....	18
Abbildung 11: Beispiel für Telegram-Gruppe zum Thema Aufnahme- regelung für Syrer*innen in Berlin.....	19
Abbildung 12: Eine kurze Kommunikation mit einem Admin einer Gruppe, um falsche Informationen zu korrigieren Quelle: Telegram.....	20
Abbildung 13: Top 10 der Beratungsthemen für das Jahr 2023, n=799	22
Abbildung 14: Top Beratungsthemen in der arabischsprachigen Community für das Jahr 2023, n = 287.....	23
Abbildung 15: Top Beratungsthemen in der bulgarischsprachigen Community für das Jahr 2023, n = 374.....	24

Abbildung 16: Top Beratungsthemen in der russischsprachigen Community für das Jahr 2023, n = 135.	24
Abbildung 17: Falsche Antwort in einer bulgarischen Facebook-Gruppe, Thema Kindergeld für im Ausland lebende Kinder, Korrektur mit Erklärung und Quellenangabe durch eine Projektmitarbeiterin.....	26
Abbildung 18: Verbreitung falscher Informationen zur Aufnahmeregelung von Familienmitgliedern in Berlin, Richtigstellung durch einen Screenshot, der die korrekten Informationen bestätigt...27	
Abbildung 19: Geschlechterverteilung der Ratsuchenden bei den durch das Projekt erfassten Beratungsfälle für das Jahr 2023, n = 1019.	29
Abbildung 20: Feedback zur Informations- und Beratungsarbeit des Projektes im Vergleich zwischen den Jahren 2022 und 2023, n ₂₀₂₂ = 1161, n ₂₀₂₃ = 1019.....	31
Abbildung 21: Erprobung von kurzen Videos vom Projektteam auf Bulgarisch, Arabisch und Russisch.....	34
Abbildung 22: Videoaufnahmen „Drei Wege nach Berlin“.....	40
Abbildung 23: Odette Schulz-Kersting beantwortet eine Frage zum Thema „Einbürgerung“	41