

Bedarfe von EU-Arbeitnehmenden und -Arbeitssuchenden

Beratungs- und Informationsarbeit für die Online-Communities im Rahmen von CADS

Mit dem Modellprojekt „CADS – Community Advisors – Digital Streetwork für EU-Beschäftigte in Deutschland“ wird der in den vergangenen Jahren erfolgreich für die EU-Gleichbehandlungsstelle im Kanzleramt konzeptionierte, einzigartige Ansatz der aufsuchenden Beratung und Information – „Digital Streetwork“¹ – von EU-Arbeitnehmenden und -Arbeitssuchenden in den sozialen Medien weiterentwickelt. Der digitale Ansatz, die juristisch geprüften Beratungs- und Informationsinhalte, die herangezogenen Social-Media-Plattformen und das institutionelle Netzwerk sollen so auf- und ausgebaut werden, dass die erfolgreiche Methodik zum Projektende in ein dauerhaftes Programm überführt werden kann.

Aufgrund des Freizügigkeitsgesetzes ist die Migration aus anderen EU-Staaten nach Deutschland besonders einfach und zugleich eine der wichtigsten Zuwanderungsbewegungen.

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

Die Gleichbehandlungsstelle EU-Arbeitnehmer der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration zugleich Beauftragten der Bundesregierung für Antirassismus hat die Aufgabe, EU-Zugewanderte bei der Wahrnehmung der Rechte, die ihnen im Rahmen der Arbeitnehmerfreizügigkeit in Deutschland zustehen, zu unterstützen. Sie fördert das Projekt CADS – Community Advisors – Digital Streetwork für EU-Beschäftigte in Deutschland, das von Minor – Digital durchgeführt wird.



Häufig scheitert die Integration unter anderem an schlechten Arbeitsbedingungen und Arbeit unterhalb des eigenen Qualifikationsniveaus, wodurch die EU-Zugewanderten auch wieder abwandern – diesmal aus Deutschland. Die Brutto- und Nettozuwanderung sind dementsprechend seit mehr als fünf Jahren als sinkend zu betrachten. Dennoch sind die EU-Zugewanderten eine der wichtigsten Stützen des Beschäftigungswachstums im letzten Jahrzehnt gewesen. Deshalb wird es für den Arbeitsmarkt zunehmend wichtig, die Bedingungen für EU-Arbeitnehmende in Deutschland deutlich zu verbessern, sodass es zu weniger Abbrüchen der Integration und seltener zur Abwanderung kommt.

Das Projekt CADS ist im Februar 2023 mit dem Ziel gestartet, EU-Arbeitnehmende effektiv in ihren Rechten und Kompetenzen auf dem Arbeitsmarkt, bei der Arbeitssuche, bei der Auseinandersetzung mit Diskriminierungen und in weiteren Integrationsprozessen zu stärken. Modellhaft werden die Zugewanderten in den digitalen Räumen, wo sie sich austauschen, beraten und zugleich wird den dort kursierenden Falschinformationen entgegengewirkt.

Dieser Bericht beschreibt die durch das Projekt betreuten Communities, deren Strukturen und Bedarfe überwiegend auf Facebook² im Zeitraum von März 2023 bis März 2024.

Methodik

Das Projekt sammelt zum Zwecke einer stetigen Verbesserung des Modellansatzes Daten zur aufsuchenden Arbeit, um neue Bedarfe und auffällige Veränderungen der Sozialstruktur der Ratsuchenden zu identifizieren. Das wichtigste Instrument ist dabei die thematische Zuordnung zu einem oder mehreren Themenclustern im erweiterten Spektrum von Arbeitsmarktintegration, insbesondere Arbeits- und Sozialrecht.

² Das Projekt erprobt neben Facebook auch andere Plattformen (insbesondere Instagram, Telegramm, TikTok). Aktuell liegt der Schwerpunkt der aufsuchenden Arbeit auf Facebook, da hier die meisten schriftlich gestellten Fragen zu den projektrelevanten Themen zu finden sind.

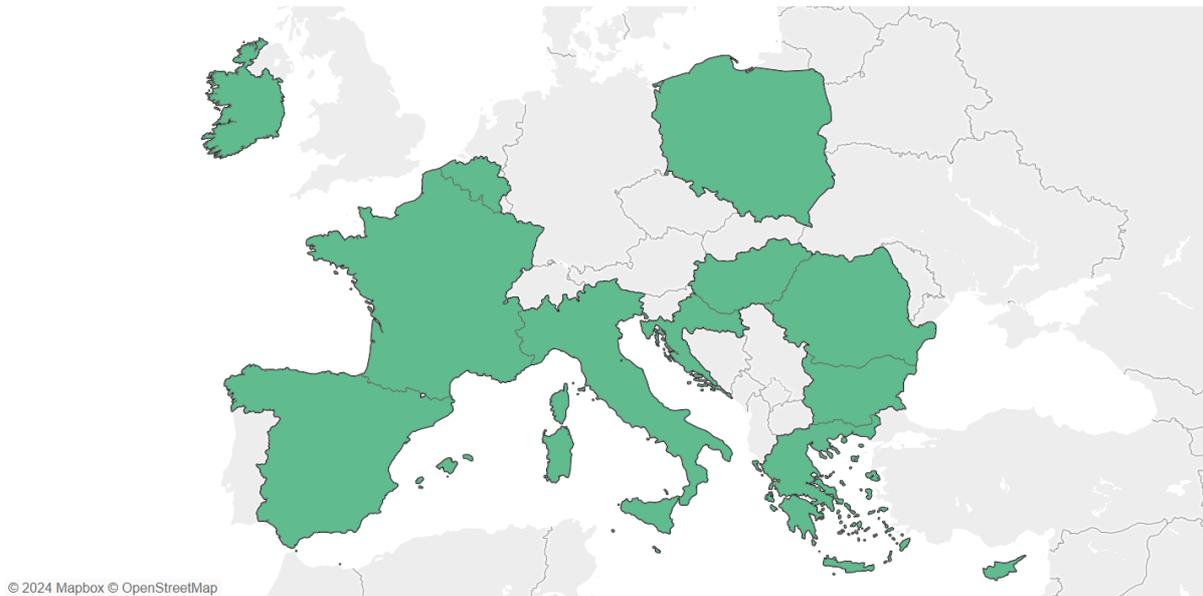


Abbildung 1: Herkunftsländer der CADS Communities

Die Stichprobe umfasst Daten der Ratsuchenden in den 10 Sprachen des Projektes: Rumänisch, Polnisch, Bulgarisch, Italienisch, Spanisch, Ungarisch, Kroatisch, Griechisch, Englisch und Französisch. Zuzüglich werden die Communityübergreifenden gelegentlich auftretenden deutschsprachigen Fälle als Deutsch erfasst.

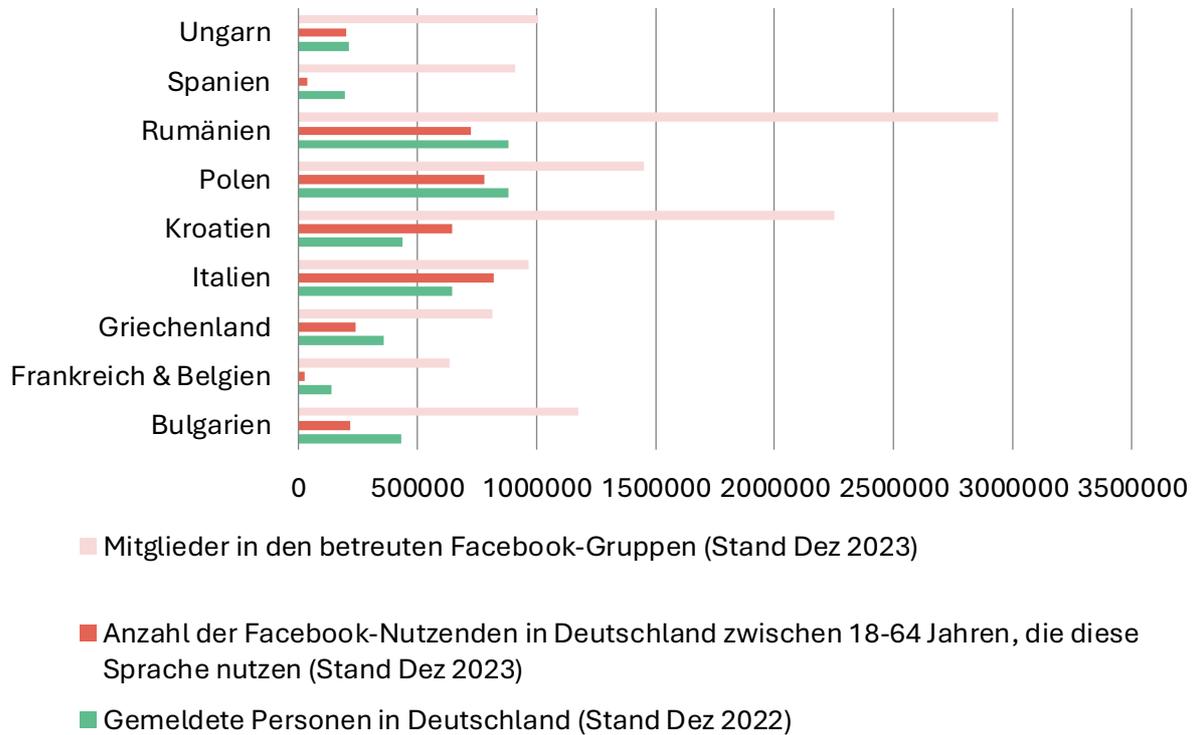


Abbildung 2: Vergleich der Daten von Facebook-Zielgruppen, der Gruppen-Mitglieder und der in Deutschland gemeldeten Personen.

Eine bedingte Verallgemeinerung auf die Grundgesamtheit der Ratsuchenden in den bedienten sozialen Medien ist im Fall von Facebook diskutierbar. Ein großes Hindernis dabei ist die Abschätzung der Größe der Grundgesamtheit. Gleichzeitig kann auch nicht garantiert werden, ob alle für die jeweilige Community relevanten Gruppen erfasst werden. Letztlich trifft dieser Bericht vornehmlich Aussagen zu den Ratsuchenden des Projektes in den tatsächlich betreuten Facebook-Gruppen. In Abbildung 2 werden die Meldedaten von DESTATIS, die Daten von Facebook zur Anzahl fremdsprachiger Nutzender in den jeweiligen Sprachen in Deutschland und die nach Sprache aufsummierten Mitgliederzahlen der Facebook-Gruppen, in denen die Community Advisors³ die aufsuchende Information und Beratung erproben, verglichen. Die aufsummierten Gruppendaten weichen deutlich von den anderen zwei Vergleichszahlen ab. Gründe dafür sind insbesondere Mehrfachmitgliedschaften, eine höhere Präsenz der Sprachcommunity auf Facebook und der unterschiedlichen Grad der

³ Mitarbeitende des Projektes CADs mit Sprach- und Communitykompetenzen sowie wissenschaftlicher Expertise, die in verschiedenen Themengebieten vielfältige Projektarbeit leisten, v.a. Beratungsarbeit zu arbeits- und sozialrechtlichen Themen, Analyse und Auswertung zielgruppenspezifischer Bedarfe, Erprobung digitaler Informationsmedien und Vernetzungsarbeit.

Organisation in Selbsthilfegruppen der entsprechenden Community. Im Falle von Spanisch und Französisch und geringerem Maße auch bei Kroatisch kommen Unschärfen hinsichtlich der Abgrenzung von EU- und Nicht-EU-Bürger*innen hinzu.

Mit den Themen der Beratungen werden die Antworten der Community Advisors klassifiziert. Sie können dafür aus 203 Beratungsthemen wählen. Jedes Beratungsthema hat eine Themendefinition. Dabei handelt es sich um einen Text über das Thema, der so auch als Teil einer Beratungsantwort verwendet werden kann. Jedes Beratungsthema ist einem von 28 Themenclustern zugeordnet. Das erste Thema in einem Cluster ist immer ein allgemeiner Informationstext. Die Auswahl mehrerer Themen eines Clusters führt nicht zur Mehrfachzählung des Clusters. Die Größe der Themencluster ist unterschiedlich. Eine vollständige Liste aller Themencluster ist Abbildung 10 zu entnehmen.

Das Geschlecht⁴ wird über den Profilenames oder Angaben der ratsuchenden Person entnommen. In einigen Fällen können grammatikalische Besonderheiten der Sprachen Hinweise auf das Geschlecht bzw. die durch die ratsuchende Person getroffene Geschlechtszuordnung geben. Das ist insbesondere dann notwendig, wenn aus dem Profilenames oder den Angaben der Person keine Bestimmung möglich ist.

Anonymität einer Person wird als Anonymität gegenüber Gruppenmitgliedern erfasst. Anonymität kann gegenüber anderen Nutzenden über eine spezielle anonyme Post-Option erreicht werden. Alternativ kann ein Beitrag auch durch eine*n Admin erstellt werden. Werden Fragen einer dritten Person durch einfache Gruppenmitglieder gestellt, werden sie in der Regel nicht als anonym erfasst. Diese Fragen werden mit dem Merkmal „Drittperson betroffen“ markiert.

Falschinformationen⁵ oder rechtswidrige Empfehlungen werden ebenfalls erfasst und können Anlass einer Beratung sein. Sie entstehen in der Regel als Reaktion auf Beratungsfragen.

⁴ Das Projekt arbeitet mit den Zuordnungen „weiblich“, „männlich“ und „divers“ sowie „Frauen“ und „Männer“, ohne den Anspruch zu erheben, die reale Geschlechtszuordnung abbilden zu können.

⁵ Unter Falschinformationen versteht das Projekt falsche sowie widersprüchliche oder irreführende Informationen.

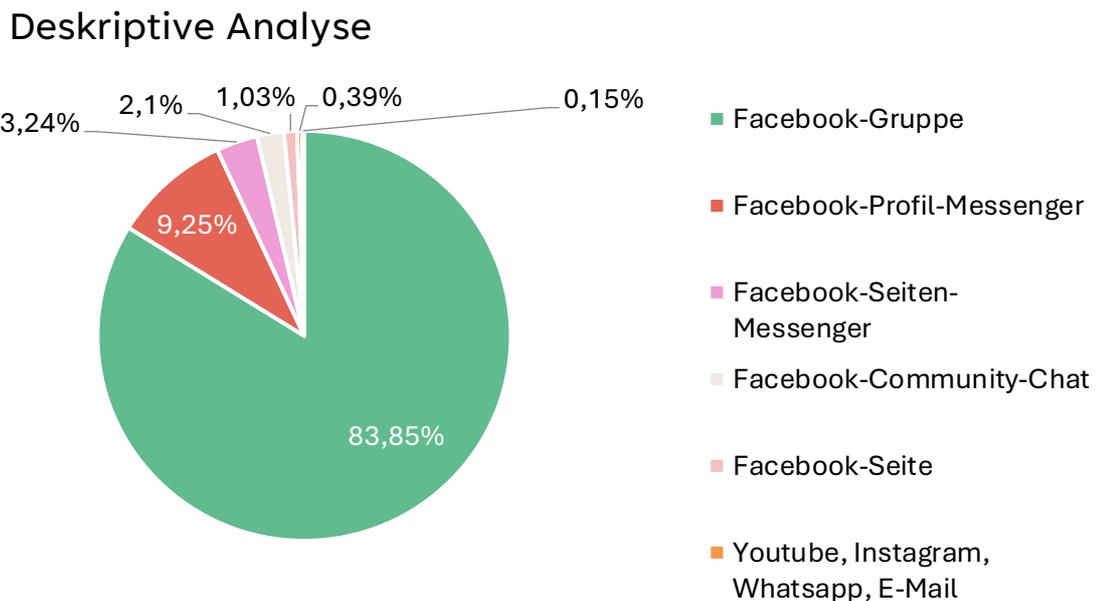


Abbildung 3: Beratene Fälle nach Kommunikationskanal

Darstellung nach eigener Erhebung, n = 6931, März 2024. © Minor – Digital

Insgesamt werden 12,56 % der Fragen über Messengerdienste gestellt. Der Facebook-Community-Chat wurde nicht zu den Messengerdiensten gerechnet. Der häufigste Fall ist die Frage in einer Gruppe. Diese erfolgen entweder in Form eines Posts (auch anonym möglich) oder als Kommentar unter einem Post. In einigen Gruppen mit höherer Aktivität stellen oft Kommentare unter Posts einen großen Anteil an den Beratungsfragen. Kommentare unter Beratungsfragen entstehen sowohl unter Posts, die selbst eine Beratungsfrage darstellen, als auch unter rein informativen Posts. So sammeln sich häufig Beratungsfragen unter Posts, die im Zuge einer Informationskampagne durch das Projekt selbst erstellt wurden.

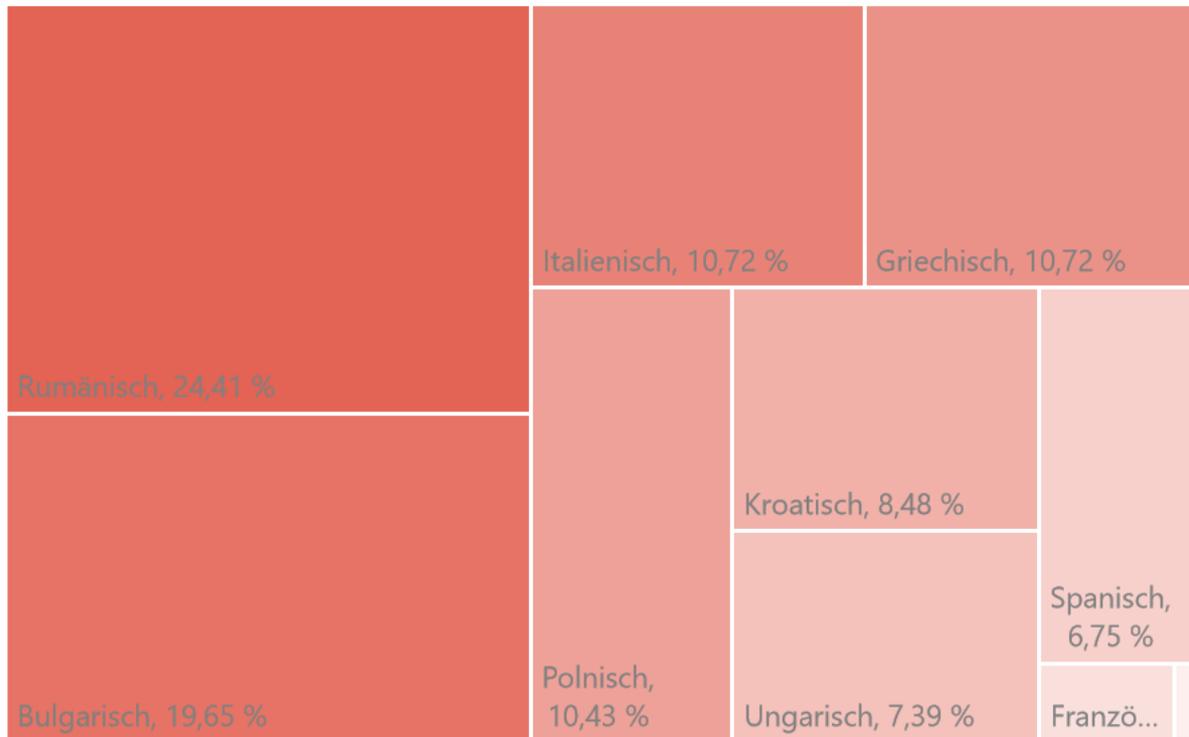


Abbildung 4: Beratene Fälle nach Sprache

Darstellung nach eigener Erhebung, n = 6931, März 2024. © Minor – Digital

Die meisten Ratsuchenden des Projektes sind rumänischsprachig. Danach folgt Bulgarisch, bevor mit größerem Abstand die restlichen Sprachen folgen. Diese Zahlen dürfen allerdings keinesfalls als Indikator für den Beratungsbedarf gesehen werden. Sie spiegeln stark die personelle Besetzung und Aufgabenverteilung im Team wider. Grundsätzlich besteht in allen Sprachen mehr Bedarf als er durch das Projekt bedient werden kann.

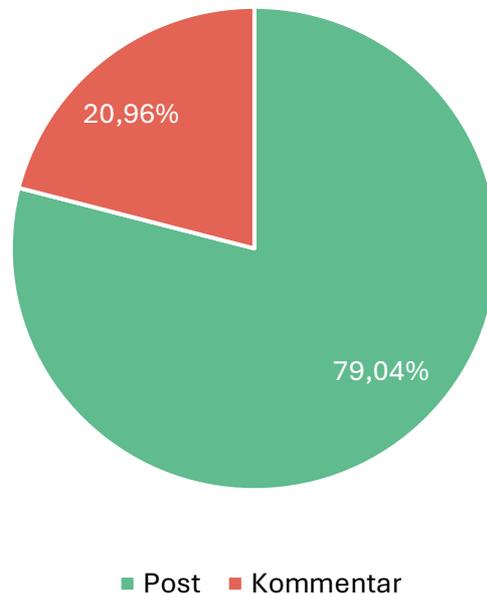


Abbildung 5: Verteilung der Fälle in Facebook-Gruppen und auf Facebook-Seiten nach Form

Daten aus dem Projekt „MB 4.0“⁶, Dezember 2022 © Minor – Projektkontor für Bildung und Forschung

Trotz der (vermeintlich) niedrigeren Schwelle einen Kommentar zu verfassen werden im laufenden Projekt vor allem Posts bedient. Viele Gruppen haben zudem ein geringes Kommentar-Aufkommen. Beratung von Kommentaren findet vor allem in großen und/oder aktiven Gruppen statt. Insgesamt stellten Fragen in Post-Form ebenso die Mehrheit der Fälle im vorherigen Projekt „Migrationsberatung 4.0 – Gute Arbeit in Deutschland“ (kurz: MB 4.0) dar, dem die in Abbildung 5 dargestellte Verteilung entnommen wurde.

⁶ Das Projekt „Migrationsberatung 4.0 – Gute Arbeit in Deutschland“ ist das Vorgängerprojekt von CADS, welches ebenfalls Digital Streetwork für EU-Arbeitnehmende erprobte. Nähere Informationen: <https://minor-kontor.de/migrationsberatung-4-0/> (16.04.2024).

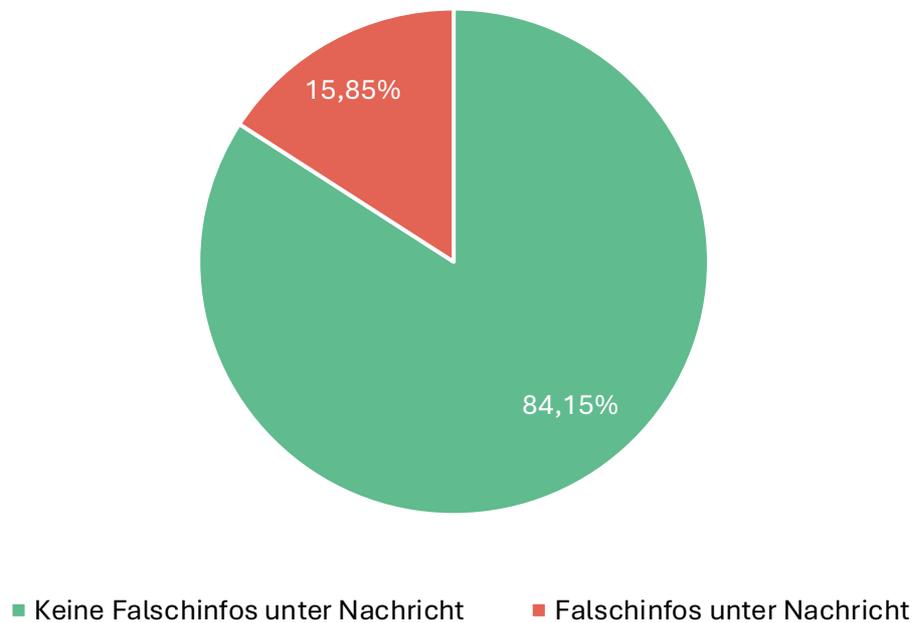


Abbildung 6: Anteil der Falschinformationen unter beratenen Posts/Kommentaren

Darstellung nach eigener Erhebung, n = 5828, März 2024. © Minor – Digital

Ratsuchende können auf Facebook sich nicht darauf verlassen, dass Rat von Gruppenmitgliedern korrekt ist. In Abbildung 6 ist die Verteilung von Falschinformationen unter beratenen Posts/Kommentaren in Facebook-Gruppen dargestellt. In 15,85 % der Fälle befinden sich Falschinformationen unter den Nachrichten.

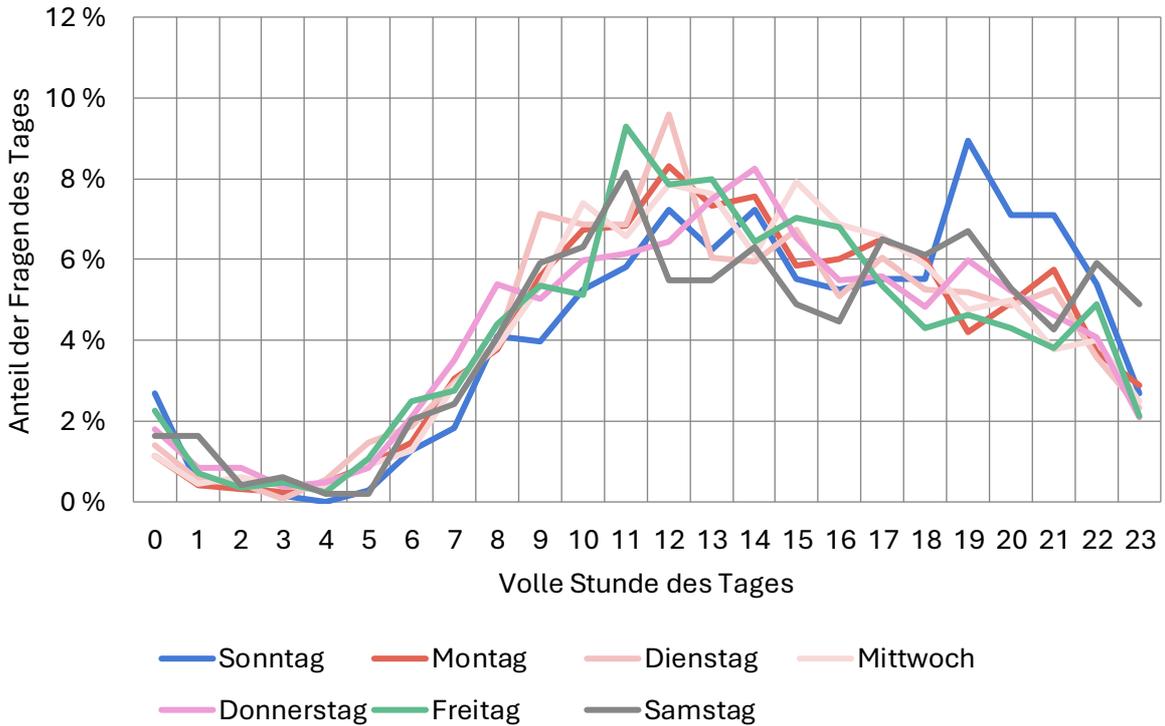


Abbildung 7: Veröffentlichung der Fragen im Tagesverlauf nach Wochentag

Darstellung nach eigener Erhebung, n = 6931, März 2024. © Minor Digital

Ratsuchende stellen ihre Fragen im Tagesverlauf vor allem rund um die Mittagszeit. Von 12 bis 13 Uhr werden mit 7,81 % der Fragen im Vergleich der Stunden die meisten Fragen gestellt. Von 10 bis 14 Uhr werden insgesamt 28,18 % aller Fragen gestellt. Eine Auffälligkeit stellt der Sonntag dar. Hier werden mit 8,94 % die meisten Fragen um 19 Uhr gestellt. Von 18 bis 22 Uhr werden sonntags 28,65 % aller Fragen des Tages gestellt. Dabei können keine speziellen thematischen Auffälligkeiten beobachtet werden. Offensichtlich beschäftigen die Zielgruppen in den letzten Stunden vor der neuen Arbeitswoche die arbeitsrechtlichen Themen in besonderem Maße.

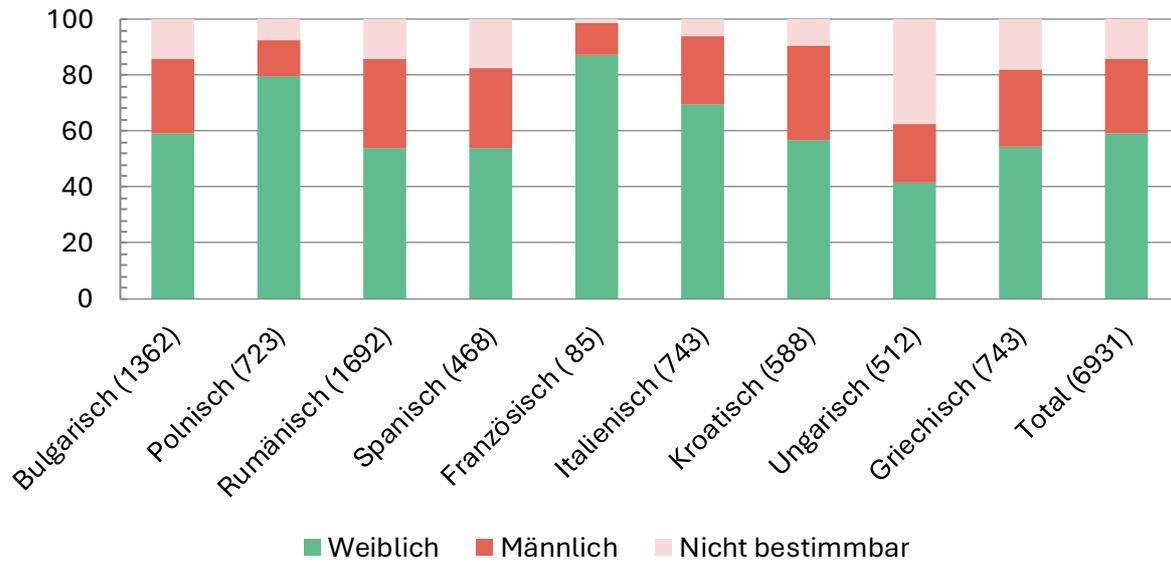
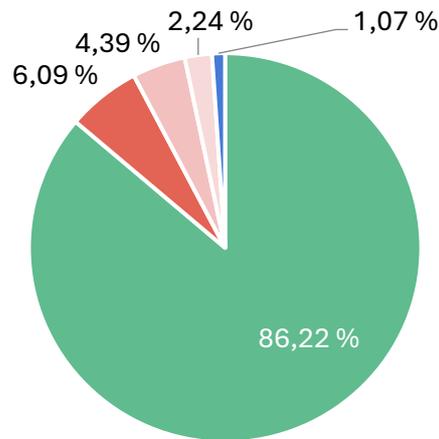


Abbildung 8: Verteilung der Fälle nach Geschlecht, Stichprobengröße in Klammern

Darstellung nach eigener Erhebung, März 2024. © Minor – Digital

Weibliche Personen machen mit 59,17 % den deutlich größeren Anteil der Beratungsfälle aus. Männliche Personen fragen nur in 26,4 % der Fälle nach Informationen. In 14,43 % der Fälle kann das Geschlecht nicht bestimmt werden. Dabei gibt es leichte Unterschiede in den einzelnen Sprachgruppen. Auffällig sind die Sprachen Polnisch und Französisch, in denen deutlich mehr Frauen beraten werden. Im Ungarischen gibt es einen besonders hohen Anteil an nicht bestimmbar Fällen. Das liegt an sprachspezifischen Besonderheiten, die oft nicht erkennen lassen, welches Geschlecht der Person zugeordnet werden könnte.



■ Nein ■ Ja - Männlich ■ Ja - Weiblich ■ Ja - Nicht bestimmbar ■ Nicht bestimmbar

Abbildung 9: Ist eine Drittperson Gegenstand der Beratung?

Darstellung nach eigener Erhebung, n = 6931, März 2024. © Minor – Digital

Ein schon im Projekt MB 4.0 beobachtetes Phänomen ist das umgekehrte Geschlechterverhältnis bei den Fällen, in denen eine Drittperson betroffen ist. Bei 47,90 % dieser Fragen ist ein Mann betroffen, bei 34,51 % eine Frau und in 17,59 % kann das Geschlecht der Drittperson nicht ermittelt werden. Das ist z. B. der Fall, wenn mit geschlechtsneutralen Begriffen über eine verwandte oder bekannte Person gesprochen wird oder wenn mehrere Personen betroffen sind.

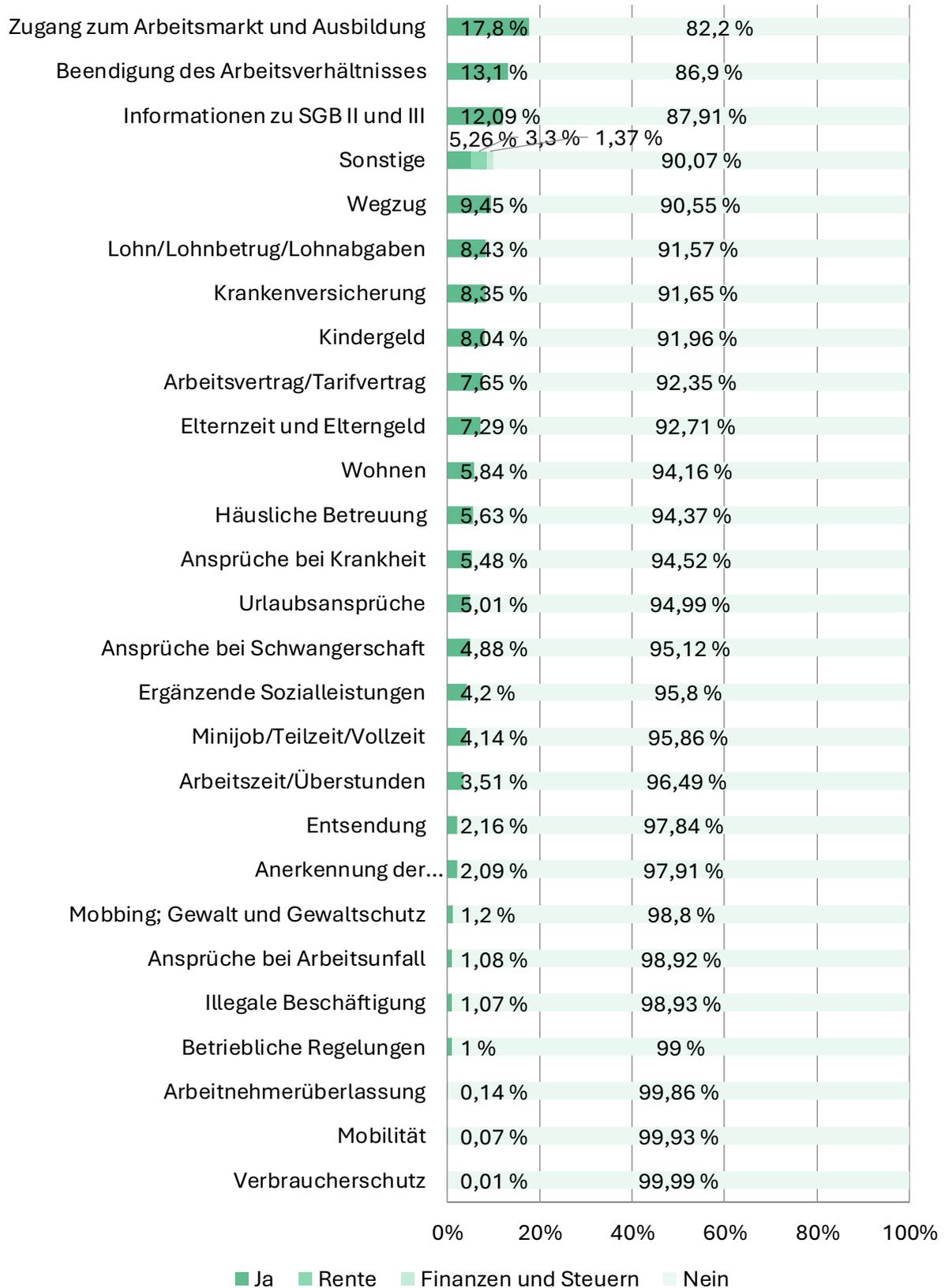
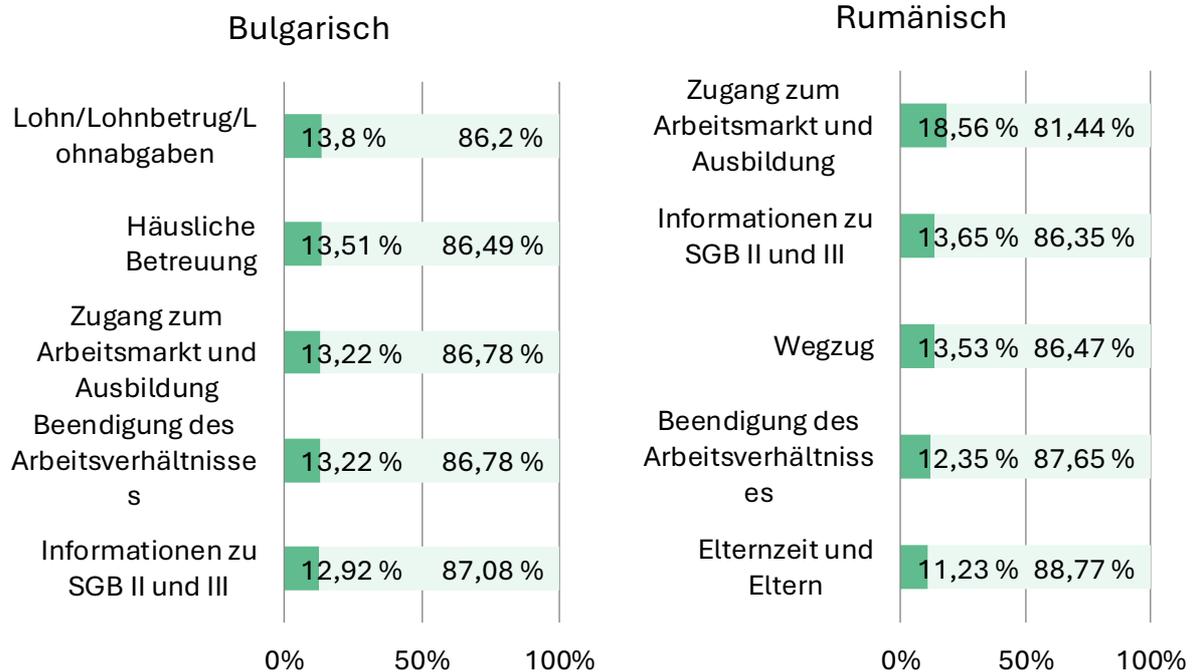


Abbildung 10: Verteilung der Beratungsfälle auf alle Themencluster

Darstellung nach eigener Erhebung, n = 6931, März 2024. © Minor – Digital

Der Themencluster „Sonstiges“ vereint Themen, die entweder zu spezifisch sind oder zu selten auftreten, um einen eigenen Cluster zu bilden. Exemplarisch wurden in Abbildung 10 die häufigsten Themen dieses Clusters kenntlich gemacht. In den folgenden Grafiken wurde er jedoch weggelassen. In Abbildung 10 wurde der Cluster „Beschäftigung auf Basis von Werkverträgen“ mangels Fälle weggelassen.



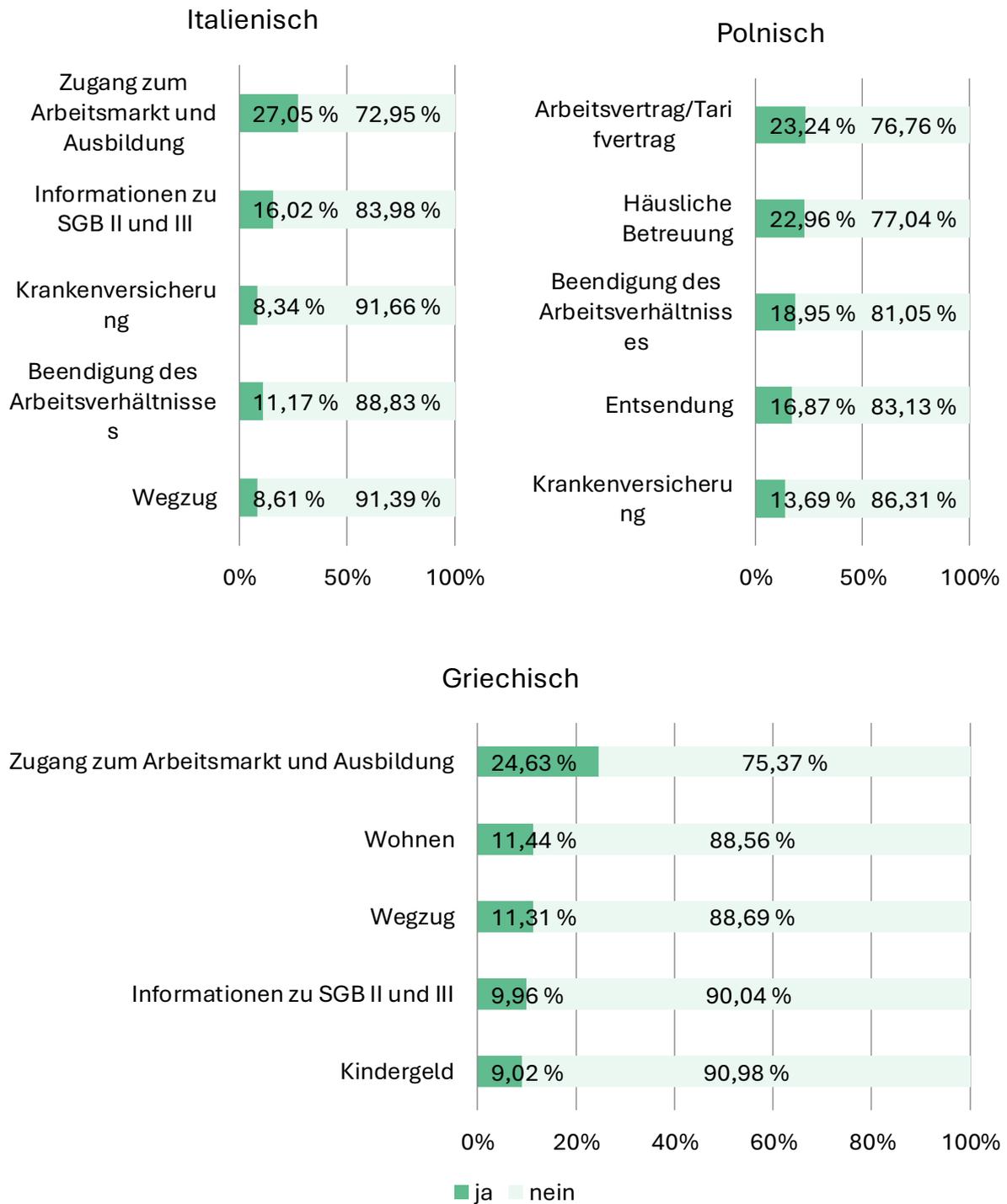


Abbildung 11: Top 5 Themencluster in der bulgarischen (n = 1362), griechischen (n = 743), italienischen (n = 743), polnischen (n=723) und rumänischen (n = 1362) Community

Darstellung nach eigener Erhebung, März 2024. © Minor – Digital

Die Themen der Beratung unterscheiden sich je nach Sprache teils stark. Dargestellt sind die Top 5 Themencluster in den Top 5 der Sprachen. Es ist zu beachten, dass das Thema der

häuslichen Betreuung nicht in griechischer und italienischer Sprache schwerpunktmäßig beraten wird. Im Polnischen ist dieser Schwerpunkt häufig verknüpft mit dem Themencluster der Entsendung.

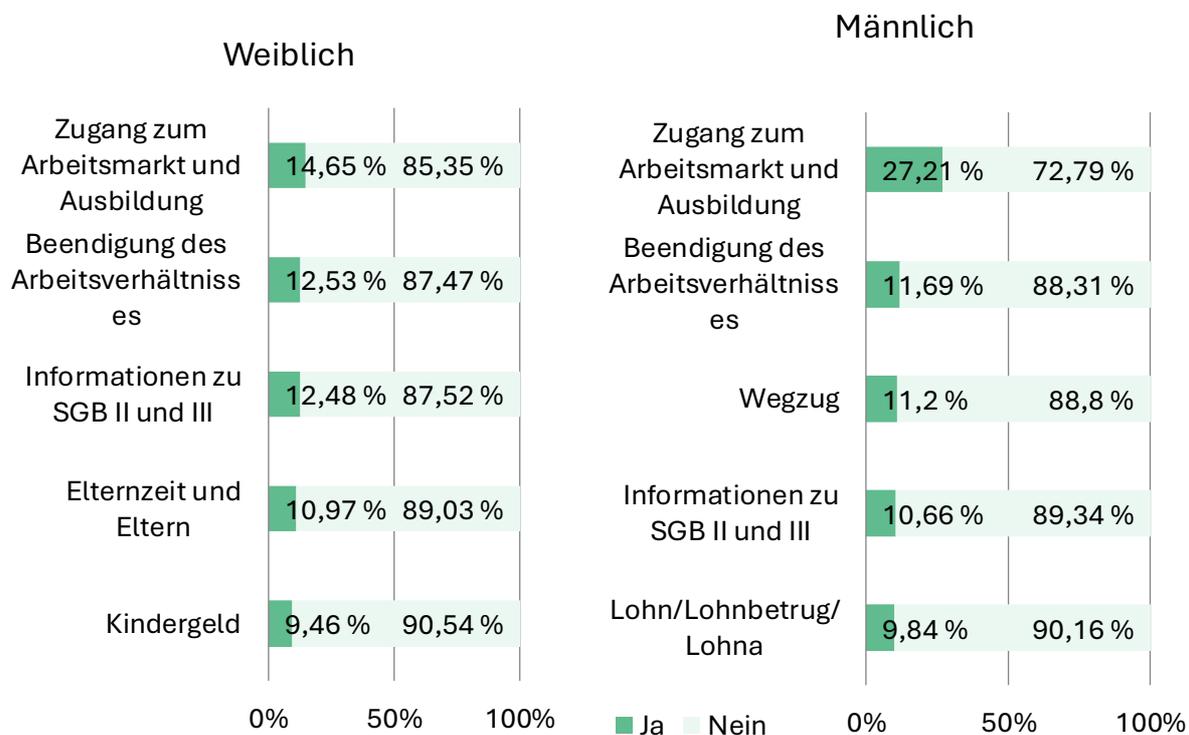


Abbildung 12: Gegenüberstellung der Themencluster der Fälle nach Geschlecht, Weiblich (n=4101), Männlich (n=1830)

Darstellung nach eigener Erhebung, März 2024. © Minor – Digital

Sowohl bei weiblichen als auch bei männlichen Ratsuchenden ist Zugang zum Arbeitsmarkt und Ausbildung der häufigste Themencluster. Jedoch ist dessen Häufigkeit bei Männern annähernd doppelt so hoch. Das ist vor allem auf Unterschiede bei dem Beratungsthema „Arbeitssuche“ des Clusters zurückzuführen. 20,44 % der Männer werden zum Thema Arbeitssuche beraten, während es bei den Frauen nur 9,27 % sind. Nicht dargestellt sind die großen Unterschiede beim Themencluster „Elternzeit und Elterngeld“. Frauen werden in 10,97 % der Fälle und Männer in 2,13 % der Fälle zu diesem Cluster beraten. Beim Themencluster „Kindergeld“ ist der Unterschied geringer. Frauen werden in 9,46 % der Fälle und Männer in 5,57 % der Fälle zu diesem Cluster beraten. Ebenfalls bestehen Unterschiede beim Themencluster „Ansprüche bei Schwangerschaft“, zu welchem Frauen in 7,32 % und Männer in 1,64 % der Fälle beraten werden. Wichtig ist zuletzt die Divergenz beim Cluster „Häusliche Betreuung“:

Frauen machen 8,75 % der Fälle, Männer 1,42 % der dazu beratenen Fälle aus. Das lässt sich anhand des hohen Frauenanteils in dieser Branche erklären.

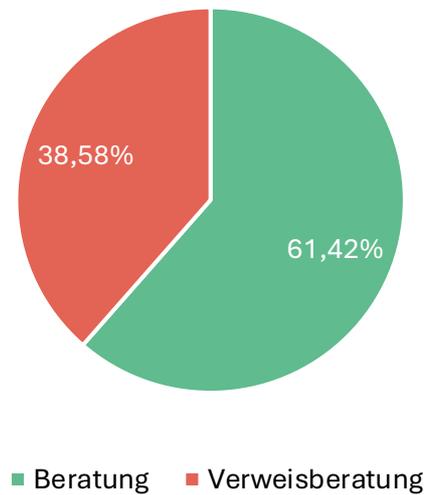


Abbildung 13: Anteil der Verweisberatung

Darstellung nach eigener Erhebung, n = 6931, März 2024. © Minor – Digital

Der Verweis an andere Beratungsstellen und deren Informationsangebote stellt einen wichtigen Teil der erprobten aufsuchenden Informations- und Beratungsarbeit dar. In 38,58 % der Fälle wird an andere Beratungsstellen verwiesen.

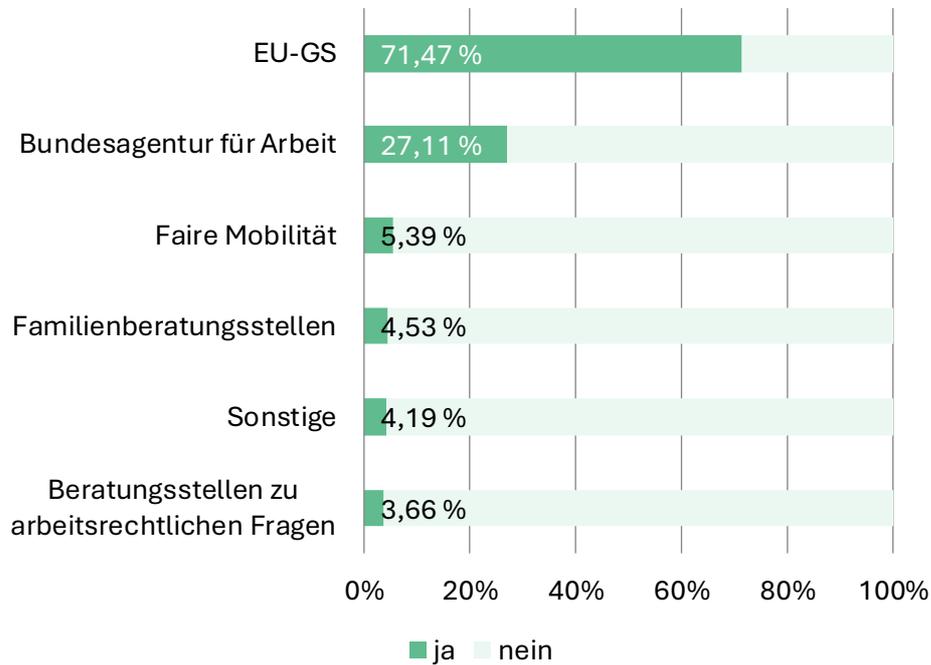


Abbildung 10: Top 6 Verweisstellen

Darstellung nach eigener Erhebung, n = 6931, März 2024. © Minor – Digital

Die wichtigste Verweisstelle des Projektes ist die Gleichbehandlungsstelle EU-Arbeitnehmer (kurz: EU-GS). In 71,47 % der Verweisberatungen wird auf die EU-GS verwiesen. In den meisten Fällen auf die mehrsprachige Beratungsstellensuche, aber auch direkt auf abgestimmte muttersprachliche Inhalte der dortigen Infothek. Die zweitwichtigste Verweisstelle ist die Bundesagentur für Arbeit. In 70,77 % der Fälle ist ein Verweis an die Bundesagentur für Arbeit mit dem Themencluster „Zugang zum Arbeitsmarkt und Ausbildung“ verbunden. Darauf folgt mit 14,89 % der Themencluster „Informationen zu SBG II und III“ und mit 11,75 % der Themencluster „Arbeitsvertrag/Tarifvertrag“.

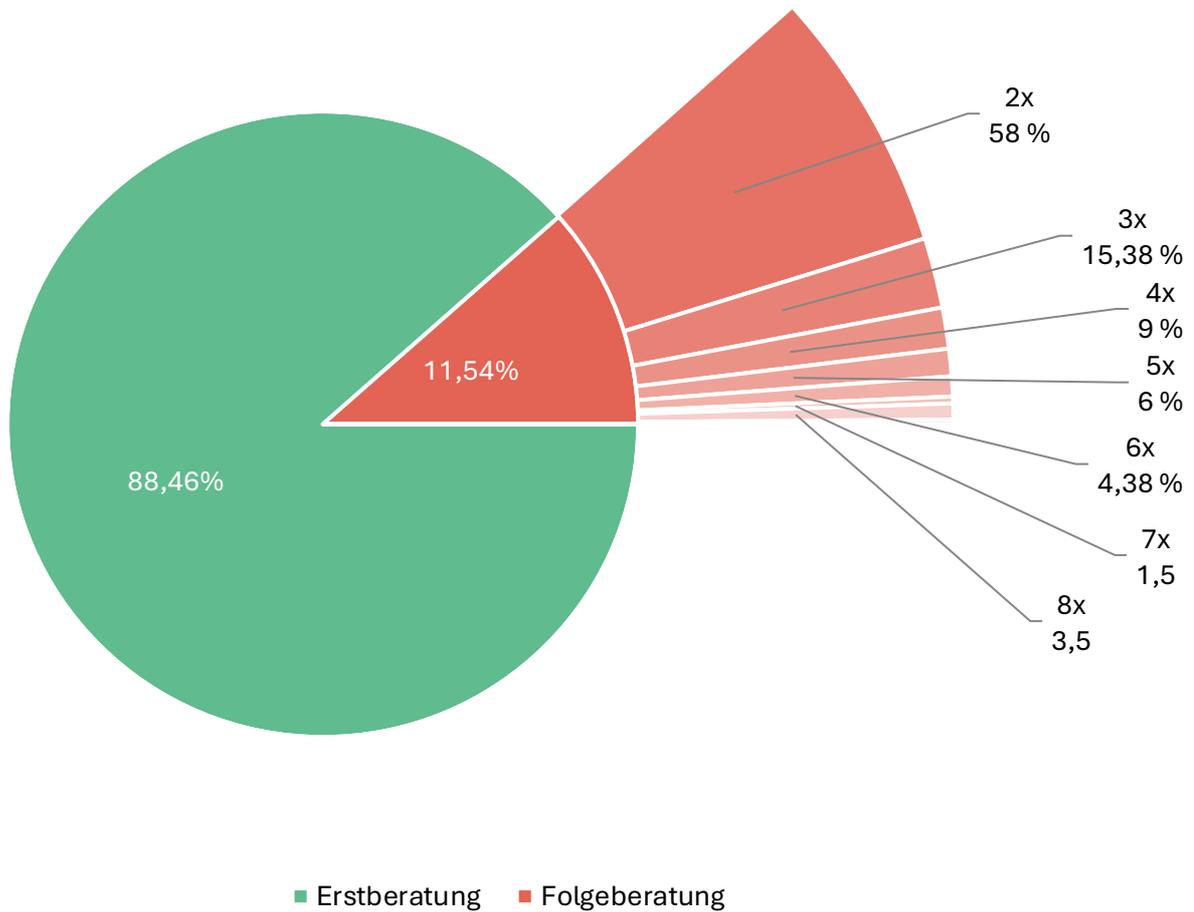


Abbildung 14: Wurde die ratsuchende Person zum ersten Mal beraten? Wenn nein, wie oft in Folge wurde dieselbe Person beraten?

Darstellung nach eigener Erhebung, n = 6931, März 2024. © Minor – Digital

In den meisten Fällen handelt es sich um eine sogenannte Erstberatung. Das bedeutet, dass die Person bisher noch nie durch die Community Advisors beraten wurde. In 11,54 % der Fälle handelt es sich um eine Folgeberatung: die Person wurde bereits beraten und stellt Nachfragen oder wendet sich mit neuen Fragen an die Community Advisors. In obiger Grafik wird aufgeschlüsselt, wie oft dieselben Personen in Folge beraten werden. Die Hälfte der

Personen, die mehrfach beraten wurden, ist zweimal beraten worden. In 1% der Folgeberatungen wurde 9-mal und 1,25 % sogar 11-mal in Folge beraten.

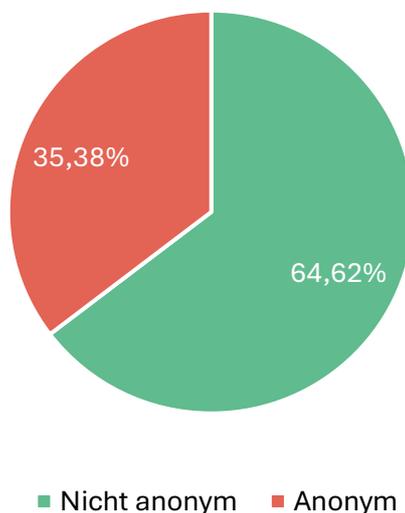


Abbildung 15: Anteil der anonymen Fragen an der Beratung

Darstellung nach eigener Erhebung, n = 5828, März 2024. © Minor – Digital

Die Anonymität wird im Rahmen des Projektes nur in Facebook-Gruppen (nicht in den Messengern) betrachtet. Anonymität wirkt sich teilweise stark auf die Thematik der Beratung aus. Einige Themen werden bevorzugt anonym gefragt. So können 16,83 % der anonymen Beratungsfälle dem Themencluster „Beendigung des Arbeitsverhältnisses“ zugeordnet werden. Im Falle der nicht anonymen Fragen in Facebook-Gruppen sind dies nur 9,77 %. Häufig möchten Betroffene vermeiden, dass ihr Arbeitgeber ihre Anfrage in der Community bemerkt. Auch bei Beratungsfällen zu den Themenclustern „Ansprüche bei Schwangerschaft“, „Mobbing; Gewalt und Gewaltschutz“ ist der Unterschied besonders groß. Ein umgekehrtes Bild ergibt sich beim Themencluster „Zugang zum Arbeitsmarkt“. Themen dieses Clusters sind möglicherweise weniger schambehaftet. Hier liegt der Anteil unter den anonymen Fragen bei 11,98 % und bei den nicht anonymen Fragen bei 22,436 %. Bei anonymen Fällen kann in 41,80 % nicht das Geschlecht identifiziert werden. Generell kann beobachtet werden, dass Frauen häufiger anonym Fragen stellen. 30,5 % der Fragen von Frauen wurde anonym gestellt. Bei Männern liegt dieser Anteil bei 12,11 %.



Projekt CADS – Community Advisors

Texte und Daten: Tom Hellmuth



Minor – Digital gemeinnützige GmbH

Paul-Lincke-Ufer 7a, 10999 Berlin

minor@minor-digital.de

www.minor-digital.de