

Wiederaufnahme Digital Streetwork für EU-Zugewanderte

- Die Evaluation des Projektes "Migrationsberatung 4.0 – Gute Arbeit in Deutschland" ergab, dass die Beratung für die Communities äußerst wertvoll ist. Im Abschlussbericht wurde eine klare Empfehlung zur Weiterführung der Projektarbeit mit aufsuchendem Ansatz und des Beratungsschwerpunktes für Live-Ins ausgesprochen.
- Mit dem Modellprojekt „CADS – Community Advisors – Digital Streetwork für EU-Beschäftigte in Deutschland“ wird der in den vergangenen Jahren erfolgreich konzeptionierte, einzigartige Ansatz der aufsuchenden Beratung und Information – „Digital Streetwork“ – von EU-Arbeitnehmenden und -Arbeitsuchenden in den sozialen Medien weiterentwickelt.
- Um die Informations- und Beratungsarbeit für die Zielgruppe zu verbessern, werden die Erstellung von Informations- und E-Learning-Angeboten, die Erprobung innovativer Kampagnen und die Untersuchung von KI-Anwendungen integriert.
- Die temporäre Umsetzung des gesonderten Beratungsangebot für Arbeitnehmende im prekären Beschäftigungsverhältnis der Häuslichen Betreuung in Privathaushalten in Deutschland wird weiterhin in den Sprachen Bulgarisch, Kroatisch, Polnisch und Rumänisch fortgeführt.
- Seit Projektbeginn konnten 738 neue Facebook-Seiten Follower gewonnen werden. Die Inhalte wurden insgesamt 15.703-mal aufgerufen, wobei die Reichweite beeindruckende 989.144 Personen erreichte.
- Insgesamt wurden 2.284 Fragestellungen anonymisiert dokumentiert, wobei 16,24% dieser Beratungsanfragen über direkte Nachrichtenkanäle der Projektmitarbeitenden ausmachen.

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.



CADS – Community Advisors – Digital Streetwork für EU-Beschäftigte in Deutschland

Innovationen und Zukunftsstrategien in der aufsuchenden Beratungsarbeit

Mit dem Modellprojekt „CADS – Community Advisors – Digital Streetwork für EU-Beschäftigte in Deutschland“ wird der in den vergangenen Jahren erfolgreich für die EU-Gleichbehandlungsstelle konzeptionierte, einzigartige Ansatz der aufsuchenden Beratung und Information – „Digital Streetwork“ – von EU-Arbeitnehmenden und -Arbeitsuchenden in den sozialen Medien weiterentwickelt.

Die Ergebnisse der externen Evaluation für das Projekt „Migrationsberatung 4.0 – Gute Arbeit in Deutschland“ (im Folgenden: MB 4.0) zeigten, dass die Beratungsarbeit für die Communities wertvoll ist und das Projekt ein sehr hohes Aktivierungspotenzial hat. MB 4.0 fungierte für viele Nutzende als primäre Informationsquelle, indem es leicht verständliche und dennoch fundierte Informationen bereitstellte. Dies trägt wesentlich zur Prävention von Fehlinformationen bei. Nicht nur das Wissen, sondern auch die Handlungskompetenz der verschiedenen Zielgruppen hat MB 4.0 laut der Evaluation verbessert. Im Abschlussbericht wurde eine klare Empfehlung zur Weiterführung der Projektarbeit mit aufsuchendem Ansatz sowie des Beratungsschwerpunktes für Live-Ins ausgesprochen.

Das Projekt „CADS – Community Advisors – Digital Streetwork für EU-Beschäftigte in Deutschland“ umfasst neun Handlungsfelder der Informations- und Beratungsarbeit für Neuzugewanderte aus der EU. Dazu gehört die aufsuchende Beratung in den sozialen Medien, wobei Qualitätssicherung, Dokumentation sowie die Bekämpfung von Falschinformationen im Vordergrund stehen. Gleichzeitig werden die Social-Media-Spaces mit Fokus auf den zehn größten EU-Einwanderungsgruppen laufend analysiert und ausgewertet. Um die Informations- und Beratungsarbeit für die Zielgruppe zu verbessern, werden die Erstellung von Informations- und E-Learning-Angeboten, die Erprobung innovativer Kampagnen und die Untersuchung von KI-Anwendungen integriert. Die technischen Fortschritte im Projekt, insbesondere im Bereich der künstlichen Intelligenz und des maschinellen Lernens, sind als besonders innovativ hervorzuheben. Solche Anwendungen sollen im Verlauf des Projektes in den Beratungsprozess dergestalt integriert werden, dass die Informations- und Beratungsarbeit weiter verbessert und in ihrer Wirkungsweise verstärkt werden. Darüber hinaus konnte ein Beirat mit Migrantenorganisationen und Fachleuten zur Abstimmung strategischer Entscheidungen konstituiert werden. Die regelmäßige Durchführung von Veranstaltungen und Workshops mit strategischen

Partner*innen ist angedacht. Das gesonderte Beratungsangebot für Arbeitnehmende im prekären Beschäftigungsverhältnis der Häuslichen Betreuung in Privathaushalten in Deutschland (sog. Live-Ins) wird temporär fortgeführt.

Ziel des Projektes ist die Entwicklung eines nachhaltigen Modells der aufsuchenden Beratung als fester Bestandteil und Ergänzung des deutschen Beratungssystems für EU-Zugewanderte.

Wiederaufnahme der Projektarbeit: Sprachenvielfalt und Veränderung

Die Wiederaufnahme der Beratungsarbeit im März 2023 erfolgte nach einer gezielten Vorbereitungsphase, in deren Mittelpunkt die Optimierung und Beschleunigung der Beratungstätigkeit sowie eine zielgruppengerechtere Bedarfsorientierung standen. Neue Strategien und Tools wurden geplant und teilweise implementiert, um nicht nur die Qualität, sondern auch die Effizienz der Arbeit signifikant zu steigern. Die Schwerpunkte lagen dabei auf einer schnelleren Reaktionszeit und einer insgesamt effizienteren Beratungs- und Informationsarbeit für die Zielgruppe.

Durch die sukzessive Einstellung neuer sowie durch Übernahme wissenschaftlicher und studentischer Mitarbeitenden aus dem Vorgängerprojekt MB 4.0 von Minor – Projektkontor für Bildung und Forschung konnte die Beratungsarbeit nahtlos fortgesetzt werden.



Abbildung 1: Herkunftsländer der CADS Communities

Stand Juli 2023, eigene Bearbeitung

Die Projektmitarbeitenden sind seit März 2023 in den Sprachen Bulgarisch, Polnisch, Ungarisch und Französisch mit angepassten CADS-Profilen in den Social-Media-Spaces beratend unterwegs. Die Beratungsarbeit wurde bis Juli 2023 um die Sprachen Englisch, Griechisch,

Italienisch, Kroatisch, Rumänisch und Spanisch komplettiert. Gesondert wurden die Häuslichen Betreuungskräfte bei der Wahrnehmung ihrer Rechte in den Sprachen Bulgarisch, Polnisch, später auch Rumänisch und Kroatisch unterstützt.

Die Communities (s. Abbildung 1) werden vom Projektteam zu arbeits- und sozial-rechtlichen Themen begleitet, indem aufsuchend Fragen beantwortet, weiterführende Informationen vermittelt, falsche oder irreführende Antworten korrigiert und richtige Antworten bekräftigt werden. Bei Bedarf werden Ratsuchende an lokale Beratungsstellen verwiesen. Gleichzeitig werden die Entwicklungen von Themen und die Formen der Interaktion innerhalb der Communities beobachtet, dokumentiert und ausgewertet.

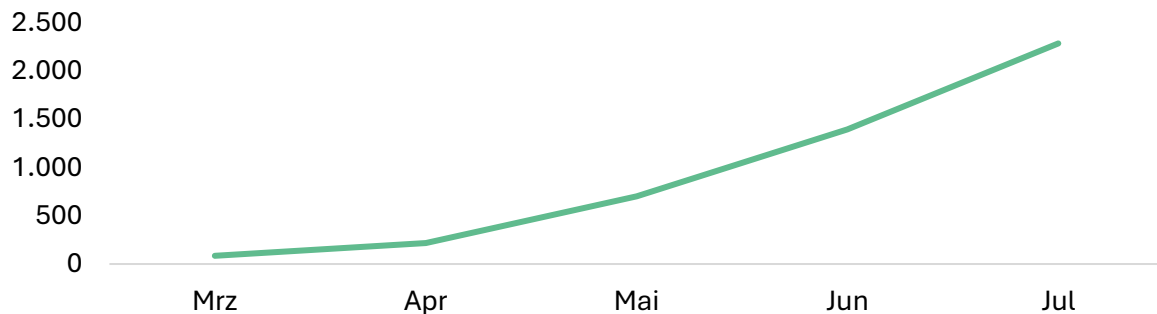


Abbildung 2: Kumulierte Anzahl der dokumentierten Fragestellungen in allen Sprachcommunities
Stand Juli 2023, eigene Darstellung ©Minor – Digital

Die Abbildung 2 dokumentiert die kontinuierliche Steigerung der Beratungszahlen im Projektverlauf zwischen März und Juli 2023. Die Beratungsarbeit wurde im März wieder aufgenommen und begann zunächst mit einer begrenzten Anzahl von Sprachen. Die zahlenmäßige Darstellung veranschaulicht den schrittweisen Aufbau der Beratungsarbeit, der mit der Einstellung mehrerer Mitarbeitenden einherging, um die verschiedenen Sprachcommunities effektiv zu betreuen.

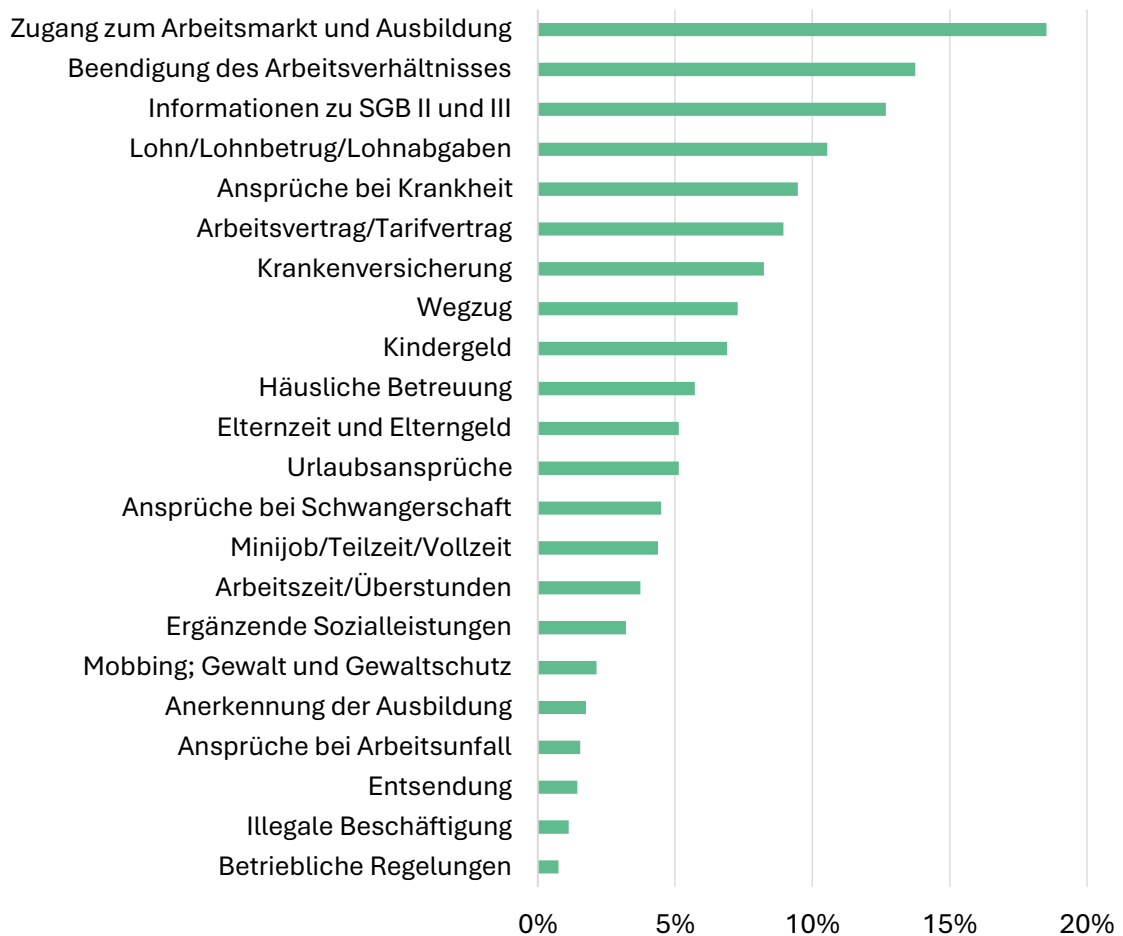


Abbildung 3: Verteilung der seit Projektbeginn dokumentierten Fragestellungen in allen Sprachcommunities nach Themen (n=2.284)

Stand Juli 2023, eigene Darstellung ©Minor – Digital

Abbildung 3 stellt eine quantitative Analyse der Hauptthemen, die in den verschiedenen Sprachcommunities bis Ende Juli 2023 erfasst wurden, dar. Seit Projektbeginn bis Juli 2023 wurden insgesamt 2.284 Fragestellungen detailliert dokumentiert, wobei 16,24 % dieser Anfragen Beratungsanfragen über direkte Nachrichtenkanäle der Projektmitarbeitenden ausmachen. Die Auswertung dieser hinsichtlich ihrer thematischen Zuordnung und die statistische Aufbereitung zeigen das Spektrum der Beratungsthemen innerhalb der Zielgruppen. Das Thema mit der größten Häufigkeit, das auf dem Diagramm erkennbar ist, ist „Zugang zum Arbeitsmarkt und Ausbildung“, welches knapp unter 20% der Anfragen ausmacht. Hervorzuheben sind andere wesentliche Themen, nämlich „Beendigung des Arbeitsverhältnisses“, „Informationen zu SGB II und III“ und Lohnbezogene Themen mit einer Relevanz von etwas über 10%. Themen wie „Ansprüche bei Krankheit“, „Krankenversicherung“ sowie „Arbeitsvertrag/Tarifvertrag“ verzeichnen eine mittlere Häufigkeit, die zwischen 5% und 10% liegt.

Abschließend rangieren spezifische Themen wie u.a. „Entsendung“, „Illegale Beschäftigung“ und „Betriebliche Regelungen“, die jeweils unter 5% der Fragestellungen ausmachen.

Wiederaufbau der Reputation

Die kontinuierliche Präsenz und aktive Beteiligung in den digitalen Kommunikationsorten von Zugewanderten in Deutschland ermöglicht es dem Projektteam, eine starke Bindung zu ihrer Zielgruppe aufzubauen. Indem die Mitarbeitenden nicht nur proaktiv auf Fragen reagieren, sondern auch gezielt nach Fragen suchen und diese beantworten, positionieren sie sich als vertrauenswürdige Quellen für verlässliche Informationen rund um arbeits- und sozialrechtliche Themen.

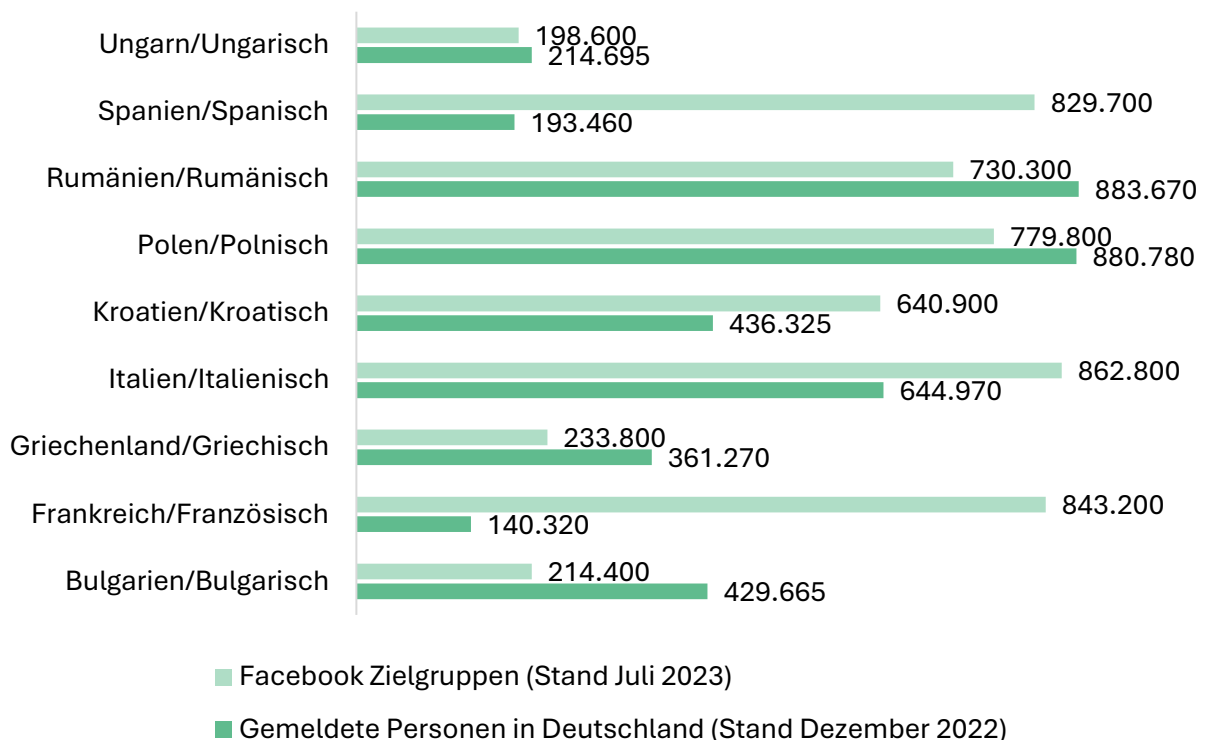


Abbildung 4: Vergleich zwischen Meldedaten und den Online-Communities Darstellung der Meldedaten nach Staatsangehörigkeit und den von Facebook bereit-gestellten Daten nach Sprache.

Stand Juli 2023, Quelle: Meta und Statistisches Bundesamt ©Minor – Digital

Analysen im Rahmen des Projektes zeigen, dass sich die Communities neben einigen Soziale Medien vor allem auf Facebook konzentrieren. Sie sind in Online Communities organisiert, die Integrationsprozesse und -probleme in Deutschland diskutieren. Im Vergleich (s. Abbildung 4) zwischen der Anzahl der in Deutschland lebenden EU-Staatsangehörigen basierend auf den Meldedaten des Statistischen Bundesamtes für das Jahr 2023 und der Anzahl der Facebook-Nutzenden¹ in Deutschland nach Sprache wird deutlich, dass die Mehrheit der Zugewanderten

¹ Mit „Nutzenden“ sind alle Personen, die ein Facebook-Konto besitzen und bei Facebook veröffentlichte Inhalte lesen können, gemeint. Eine Person kann auch mehrere Konten besitzen.

über ein aktives Facebook-Profil verfügt und diese Bevölkerungsgruppe folglich über soziale Medien gut erreichbar ist.

Der aufsuchende Ansatz, nach Fragen zu diesen Themen zu suchen und diese an Ort und Stelle zu beantworten, ermöglicht es dem Projektteam, die Bedürfnisse und Herausforderungen der Zugewanderten unmittelbar nachzuvollziehen. Durch die schnelle, direkte Beantwortung von Fragen schaffen die Projektmitarbeitenden nicht nur eine effektive Orientierung bis hin zur Problemlösung für die Einzelnen, sondern tragen dazu bei, ein kollektives Verständnis in der Community aufzubauen, wodurch nicht nur die ratsuchende Person selbst profitiert, sondern auch alle anderen Mitglieder, die mitlesen.

Die Projektmitarbeitenden bieten verlässliche und durch die juristische Prüfung qualitativ hochwertige Informationen. Richtige Informationen und praktische Hinweise erreichen einen verlässlichen Grad an hoher Multiplikation, indem z.B. die projekteigenen Beiträge vielfach durch die Gruppenmitglieder geteilt werden. Dadurch steigt die Glaubwürdigkeit der einzelnen Projektmitarbeitenden weiter. Dies fördert einen nachhaltigen Reputationsaufbau, der langfristig das Vertrauen der Zugewanderten stärkt und ihre Bereitschaft zur Zusammenarbeit mit dem Projektteam erhöht.

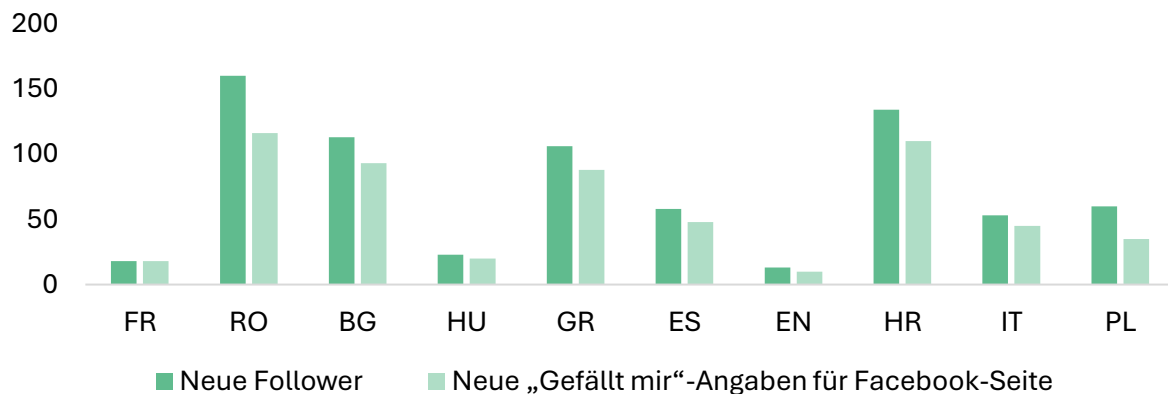


Abbildung 5: Anzahl neue Follower und „Gefällt mir“-Angaben auf CADS-Facebook-Seiten.

Stand Juli 2023, Quelle: Meta, eigene Darstellung ©Minor – Digital

Der Reputationsaufbau lässt sich an wichtigen Indikatoren ablesen: insgesamt haben die CADS-Facebook-Seiten innerhalb weniger Monate 738 neue Follower², 583 neue „Gefällt mir“³

² Personen, die einer Seite folgen, erhalten Updates und Beiträge der Seite in ihrem eigenen Feed.

³ Wenn jemand eine Seite mit „Gefällt mir“ markiert, folgt er ihr automatisch. Das bedeutet, dass diese Personen Updates und Beiträge von der Seite in ihren Feeds sehen können.

- Angaben, 15.703 Aufrufe auf Facebook und eine Reichweite⁴ von 989.144 erreicht (s. Abbildung 5).

Im Zeitraum vom 2. Juni 2023 bis zum 5. Juli 2023 wurde eine entgeltliche Werbekampagne für Saisonarbeitskräfte auf der bulgarischen, polnischen und rumänischen CADS-Facebook-Seite geschaltet. Diese Maßnahme führte zu einer signifikanten Steigerung der Präsenz des Projektes in den sozialen Medien. 56,26% der Facebook-Aufrufe und beachtliche 88,03% der Gesamtreichweite aller zehn CADS-Facebook-Seiten resultierten allein aus der Werbeschaltung auf den drei Community-Seiten, auf denen die Informationskampagne erfolgreich durchgeführt wurde.

Resümee und Perspektive

Der Fokus in den ersten Monaten lag darauf, das Projektteam aufzubauen, die Reputation in den Social-Media-Spaces zu pflegen und Strategien zu entwickeln sowie deren Umsetzung zu planen. Durch u.a. regelmäßige Interaktionen und bedarfsorientierte Informationsarbeit wurde die Reputation des Teams aufrechterhalten und sichergestellt, dass die Projektmitarbeitenden in den digitalen Kommunikationsorten weiterhin als vertrauenswürdige Personen wahrgenommen werden. Darüber hinaus wurden Formen der Verweisberatung definiert und umgesetzt sowie in diesem Rahmen Kooperationsvereinbarungen angestoßen.

In den kommenden sechs Monaten wird sich das Projekt einerseits auf die Entwicklung und Erprobung technischer Innovationen konzentrieren, die die Beratungsarbeit erleichtern sollen. Die Implementierung von KI-Tools soll nicht nur die Effizienz steigern, sondern auch die Qualität der Beratungsarbeit verbessern. Andererseits sind regelmäßige und zielgruppenspezifische Kampagnen mit Administrator*innen und Netzwerkmitgliedern geplant, um die Dynamiken der digitalen Kommunikationsräume besser zu verstehen und dort als Teil der Community präsent zu bleiben. Durch eine enge, strategische Zusammenarbeit mit den Administrator*innen kann die Reichweite in den Social-Media-Spaces deutlich erhöht werden, um näher an die Ratsuchenden heranzurücken. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Einführung von E-Learning-Angeboten. Dies ermöglicht nicht nur eine flexible Wissensvermittlung, sondern unterstützt auch die kontinuierliche Weiterbildung der Ratsuchenden.

⁴ Die Reichweite eines Facebook-Seitenbeitrages bezeichnet die Anzahl der Personen, die den Beitrag eines Unternehmens oder einer Person auf Facebook sehen können. Es gibt organische Reichweite, bei der der Beitrag von Facebook an die Follower der Seite ausgespielt wird, sowie bezahlte Reichweite, bei der das Unternehmen für die Verbreitung des Beitrags bezahlt, um eine größere Zielgruppe zu erreichen. Je größer die Reichweite eines Beitrags ist, desto mehr Menschen können ihn sehen und potenziell darauf reagieren.



Projekt CADS – Community Advisors

Texte und Daten: Petronela Bordeianu, Odette Schulz-Kersting, Lia Zlateva



Minor – Digital gemeinnützige GmbH
Paul-Lincke-Ufer 7a, 10999 Berlin
minor@minor-digital.de
www.minor-digital.de