

# Fachkräfte in den sozialen Medien

Aufsuchende Beratung für zugewanderungsinteressierte und zugewanderte Fachkräfte nach und in Berlin


## Von der Digital Streetwork für Neuzugewanderte in Berlin zur Digital Streetwork für Zuwanderungsinteressierte nach Berlin

Politik, Wirtschaft und Wissenschaft sind sich darüber einig, dass der deutsche Arbeitsmarkt auf Fachkräfte angewiesen ist und dass ihr Fehlen in zahlreichen Bereichen jetzt, aber vor allem in Zukunft enorme Auswirkungen haben wird. Aktuell verzeichnet die IHK 90.000 fehlende Fachkräfte in Berlin. Diese Zahl könnte bis zum Jahr 2035 auf 414.000 ansteigen. Berlins regierender Bürgermeister Kai Wegner betont: „Deswegen brauchen wir viel mehr Leute, die zu uns kommen, die wir gewinnen für offene Stellen in den Betrieben.“<sup>1</sup> Es gibt verschiedene Möglichkeiten den Engpässen zu begegnen, wobei die Erleichterung und Förderung von Zuwanderung eines von fünf Handlungsfeldern darstellt.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Berlins Bürgermeister Kai Wegner: „Wir brauchen mehr Fachkräfte aus dem Ausland“, in: Der Tagesspiegel, 23.01.2023, abrufbar unter: <https://www.tagesspiegel.de/berlin/berliner-cdu-landeschef-kai-wegner-wir-brauchen-mehr-fachkrafte-aus-dem-ausland-9223992.html> [zuletzt aufgerufen am 10.06.2024].

<sup>2</sup> Bundesagentur für Arbeit, Arbeits- und Fachkräfte für Deutschland – Gemeinsam Chancen nutzen, Juni 2023, abrufbar unter: [https://www.arbeitsagentur.de/datei/dok\\_ba022515.pdf](https://www.arbeitsagentur.de/datei/dok_ba022515.pdf) [zuletzt aufgerufen am 06.05.2024].

Ein Projekt gefördert von der Beauftragten des Senats für Integration und Migration aus Mitteln der Senatsverwaltung für Arbeit, Soziales, Gleichstellung, Integration, Vielfalt und Antidiskriminierung. In Kooperation mit dem Willkommenszentrum – Beratungsstelle der Beauftragten des Berliner Senats für Integration und Migration.

Willkommenszentrum	Die Beauftragte des Senats für Partizipation, Integration und Migration	Senatsverwaltung für Arbeit, Soziales, Gleichstellung, Integration, Vielfalt und Antidiskriminierung	<b>BERLIN</b>	
--------------------	---	--	---------------	---

Für den Erfolg einer gezielten Fachkräfteeinwanderung nach Deutschland sind sowohl richtige Informationen zu den Perspektiven hier als auch die Unterstützung bei Fragen über den Migrationsprozess entscheidend. Bereits im Vorfeld einer Auswanderung stellen sich diese zum Leben und Arbeiten im Zielland. Die Projektreihe Neu in Berlin<sup>3</sup> begegnet solchen Fragestellungen in den sozialen Medien von Zugewanderten in Berlin ortsunabhängig, niedrigschwellig und in der Muttersprache seit 2016. Dabei fällt auf, dass auch Personen aus dem Ausland und in Vorbereitung auf eine Auswanderung, Fragen in denselben Berliner Social-Media-Spaces stellen oder es solche Spaces explizit zum Interesse an einer Arbeits- oder Bildungseinwanderung nach Deutschland gibt, wie z. B. „Russischsprachige Ärzt\*innen in Deutschland“ (russische Community), „Syrische Ingenieure in Deutschland“ (arabische Community), „Leben und Studieren in Deutschland“ (arabische Community). An dieser Stelle schien es als eine konsequente Hilfestellung, auch Menschen aus dem Ausland zum erfolgreichen Integrationsprozess zu beraten und zu informieren.

Das Projekt "Neu in Berlin Pro" ist am 01.01.2024 mit einer Zielgruppenerweiterung gestartet: Die aufsuchende Beratungs- und Informationsarbeit in den sozialen Medien, sog. „Digital Streetwork“, wird nunmehr für zuwanderungsinteressierte und zugewanderte Fachkräfte im In- und Ausland sowie Studieninteressierte entwickelt und erprobt. In allen drei vom Projekt betreuten Sprachcommunities (Arabisch, Bulgarisch, Russisch) finden sich zunehmend Fragen dieser Zielgruppen, von denen einige Beispiele in einer Sammlung übersetzt und anonymisiert dargestellt wurden.<sup>4</sup>

Dabei versteht das Projekt zuwanderungsinteressierte Fachkräfte als Fachkräfte im Sinne des § 18 Abs. 3 Aufenthaltsgesetz: „Fachkraft im Sinne dieses Gesetzes ist ein Ausländer, der eine inländische qualifizierte Berufsausbildung oder eine mit einer inländischen qualifizierten Berufsausbildung gleichwertige ausländische Berufsqualifikation besitzt (Fachkraft mit Berufsausbildung) oder einen deutschen, einen anerkannten ausländischen oder einen einem deutschen Hochschulabschluss vergleichbaren ausländischen Hochschulabschluss besitzt (Fachkraft mit akademischer Ausbildung)“. Studieninteressierte als Projektzielgruppe sind

---

<sup>3</sup> Neu in Berlin: <https://minor-kontor.de/neu-in-berlin/>; Neu in Berlin Plus: <https://minor-kontor.de/neu-in-berlin-plus/>; Neu in Berlin Live: <https://minor-kontor.de/neu-in-berlin-live/>.

<sup>4</sup> „Digital Streetwork Fallbeispiele für Fachkräftezuwanderung nach Berlin“, Minor – Digital, April 2024, abrufbar unter: <https://minor-digital.de/digital-streetwork-fallbeispiele-fuer-fachkraeftezuwanderung-nach-berlin/> [zuletzt aufgerufen am 06.05.2024].

Menschen im Ausland oder im Inland, die vor der Entscheidung stehen, ein Studium in Berlin aufzunehmen.

Ausländische Fachkräfte, die mit Schwierigkeiten konfrontiert werden, wenden sich nicht in erster Linie an staatliche Beratungsstellen, denn die Praxis staatlich finanzierter Beratungsdienstleistungen ist das „Angebot eines [...] völlig unvertrauten Wohlfahrtsstaates“<sup>5</sup>. Staatlicher Informationsvermittlung wird je nach Herkunftsland mit Skepsis begegnet. Hinzu kommt die unfruchtbare Suche nach Informationen im Internet: Zuverlässige Informationen verbergen sich oft hinter einer schwierig zu verstehenden Amtssprache. Unübersetzbare, juristische Begriffe können Verwirrung auslösen.<sup>6</sup>

Die Leerstelle, die zwischen den staatlich finanzierten Beratungsstellen und dem (des-)informationsreichen Internet entsteht, wird von den sozialen Medien gefüllt. Diese bieten sowohl Anonymität als auch menschliche Interaktion mit und Empathie von Landsleuten in der Herkunftssprache, deren Erfahrungen Vertrauen geschenkt wird.

Dieser Bericht beschreibt das Kommunikationsverhalten und die Bedarfe der Zielgruppe in den relevanten sozialen Medien anhand der Digital Streetwork des Projektes im Zeitraum von Januar bis April 2024.

## Zugang zu Social-Media-Spaces

Das Projektteam konzentriert sich auf Facebook-Gruppen der jeweiligen Sprachcommunities mit Berlin-Bezug, in denen berlinspezifische Fragen gestellt werden oder Zugewanderte sich austauschen, da Facebook noch immer die Plattform ist, die die schriftliche Fragestellung an eine Vielzahl von Community-Mitglieder und den Austausch in Gesprächsform am besten ermöglicht.<sup>7</sup> Trotzdem ist das Monitoring von Gruppen, die Deutschland-Bezug haben, ebenso wichtig, denn auch dort werden Fragen von (zukünftigen) Berliner\*innen gestellt. Dabei können die in solchen Gruppen geposteten Beiträge sehr hohe Reichweiten erzielen, da die

---

<sup>5</sup> Joanna Bronowicka, Prolog: „À distance de l'État – die Bedeutung Sozialer Medien für polnische Neuzugewanderte in Berlin, in: Stapf, Tobias: Die Bedeutung der sozialen Medien für Ankommen, Orientierung und Teilhabe von Neuzugewanderten in Deutschland / Mit einem Prolog von Joanna Bronowicka, S. 13, abrufbar unter: [https://minor-kontor.de/wp-content/uploads/2020/09/NiB\\_Migration\\_Digital\\_Text\\_Web\\_20-09-29.pdf](https://minor-kontor.de/wp-content/uploads/2020/09/NiB_Migration_Digital_Text_Web_20-09-29.pdf) [zuletzt aufgerufen am 10.07.2024].

<sup>6</sup> Ebd.

<sup>7</sup> Das Projekt leistet Digital Streetwork ebenfalls auf Telegram, Instagram und YouTube und führt regelmäßig Erprobungen auf neuen Plattformen durch.

Mitgliederanzahl der Gruppen mehrere tausend Nutzende und damit Mitlesende erreichen (z. B. „Syrische Ingenieure in Deutschland“ mit 12.333 Mitgliedern, Stand April 2024).

Facebook-Gruppen werden von Administrator\*innen verwaltet. Diese können Beiträge freischalten, Spam löschen und Diskussionen moderieren. Selbst besonders mitgliedsstarke Gruppen werden oft von wenigen, meist ehrenamtlichen Personen geführt.

Administrations- und Moderationsteams sind wichtige Stakeholder für den „Digital Streetwork“-Ansatz. Die Projektmitarbeitenden suchen beim Gruppenbeitritt den Kontakt zu diesen Personen, um Zugang zu den Gruppen zu erhalten. Der persönliche Kontakt zu Administrator\*innen unterstützt den Aufbau digitaler Präsenzen und Reputation der Profile der Projektmitarbeitenden.

## **Gut informiert – gut entschieden**

Bei der Auswahl des Landes, in welchem sie studieren oder arbeiten möchten, spielen verschiedene Faktoren eine Rolle für Fachkräfte und Studieninteressierte. Hier konkurriert Deutschland mit anderen Ländern, die ebenso auf die Zuwanderung von Fachkräften angewiesen sind. In der Migrationsforschung und der Politik werden relevante sog. Push- und Pull-Faktoren<sup>8</sup> diskutiert. Für Migrant\*innen und Fachkräfte können u. a. wirtschaftliche, persönliche sowie soziale Argumente die Entscheidung für ein Zielland beeinflussen.

Die Reputation und Präsenz der Projektmitarbeitenden in den Online-Communities von Zugewanderten zum Leben und Arbeiten in Berlin, sowie die aufsuchende Beratungs- und Informationsarbeit ermöglichen Einblicke in die Fragestellungen und somit praktisch relevanten Themen, die Fachkräfte bei der Entscheidung für Deutschland als Einwanderungsland fernab der Pull- und Push-Faktoren beschäftigen. Die Online-Communities als Kommunikationsorte von Menschen mit gleichen Interessen und Herausforderungen fördern Fragestellungen zutage, denen im Sinne einer gut vorbereiteten Entscheidung für Deutschland und Berlin größtenteils abschließend und niedrigschwellig mit Digital Streetwork in Form der Orientierungs- und Verweisberatung begegnet werden können. Die Zuwanderungsinteressierten bauen auf die Erfahrungen von Landsleuten und vertrauen darauf, in den sozialen Medien von Gleichgesinnten Antworten auf Fragen zu finden wie z. B.: Wie einfach kann ich einen Job mit meinem

---

<sup>8</sup>“Push“-Faktoren bezeichnen Faktoren, die im Herkunftsland dafür sorgen, dass Menschen abwandern. “Pull“-Faktoren sind diejenigen, aufgrund derer sich eine Person für ein Zielland entscheidet.

ausländischen Abschluss finden? Ist das Erlernen der deutschen Sprache dafür notwendig? Kann ich meine Familie zu mir nachholen und wie kompliziert ist das Verfahren? Kann ich in Frieden in Deutschland leben?

Aus der bisherigen Projekterfahrung zeigt sich, dass die ratsuchenden Personen bei der Entscheidungsfindung, im gesamten Integrationsprozess und darüber hinaus in den Online-Communities bleiben, Fragen und Folgefragen stellen, auch nachdem sie sich für Deutschland als Zielland entscheiden: Wie bereite ich mich am besten vor? Welche Schritte oder Unterlagen darf ich nicht vergessen? Welche Stadt würdet ihr empfehlen?

## Wo informieren sich die Fachkräfte im Netz?

Um Antworten auf die aufgezeigten Fragen zu erhalten, nutzen zuwanderungsinteressierte Fachkräfte neben eigener Internetrecherche die sozialen Medien als Informations- und Recherchequelle.<sup>9</sup> Unabhängig davon, ob man gute Antworten auf offiziellen Seiten finden kann, greifen die Menschen maßgeblich auf die Erfahrungswerte und Ratschläge aus den Online-Communities in der Herkunftssprache zurück. Die Social-Media-Spaces – das bestätigen mittlerweile mehrere langjährige Digital Streetwork Projekte<sup>10</sup> und die Beobachtungen des Projektes – sind für die Kommunikation von Zuwanderungsinteressierten und Zugewanderten und die Beschaffung von Informationen erste Anlaufstellen und verstetigte Strukturen, die wiederholt in den verschiedenen Lebensstationen aufgesucht werden.

Die Projektreihe Neu in Berlin erprobt zwar regelmäßig unterschiedliche Plattformen. Der Austausch zum Leben und Arbeiten in Berlin findet jedoch weiterhin vor allem auf Facebook statt, wie die steigenden Mitgliederzahlen der betreuten Gruppen bis Ende 2023 belegen.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Dekker, R. & Engbersen, G.: How Social Media Transform Migrant Networks and Facilitate Migration, S. 414, 2013, abrufbar unter: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/glob.12040> [zuletzt aufgerufen am 29.05.2024]; Christian Pfeffer-Hoffmann, et al., Fachkräftesicherung durch Integration zuwandernder Fachkräfte aus dem EU-Binnenmarkt, S. 355, Berlin: Mensch und Buch Verlag, 2016, abrufbar unter: [https://minor-kontor.de/wp-content/uploads/2018/04/Minor\\_NAMB\\_Fachkr%C3%A4ftesicherung-durch-Integration-zuwandernder-Fachkr%C3%A4fte-aus-dem-EU-Binnenmarkt\\_2016\\_WEB.pdf](https://minor-kontor.de/wp-content/uploads/2018/04/Minor_NAMB_Fachkr%C3%A4ftesicherung-durch-Integration-zuwandernder-Fachkr%C3%A4fte-aus-dem-EU-Binnenmarkt_2016_WEB.pdf) [zuletzt abgerufen 29.05.2024].

<sup>10</sup> Hier ist eine Übersicht der Projekte zu finden: <https://minor-digital.de/>

<sup>11</sup> Aboassi, M; Markova-Bedri, I; Melnikova, A.; Schulz-Kersting, O.: „Digital Streetwork“ für Neuzugewanderte bleibt live in Berlin! Bericht des Projektes „Neu in Berlin Live“ im Jahr 2023, S. 3, abrufbar unter <https://minor-digital.de/digital-streetwork-fuer-neuzugewanderte-bleibt-live-in-berlin/> [zuletzt abgerufen 29.05.2024].

Eben diese Social-Media-Spaces kann man als „Community-Seismografen“ gesellschaftlicher Entwicklungen sehen. Nach kurzer Zeit des Betreuens der neuen Zielgruppe ist es dem Projektteam gelungen, sowohl Reputation als auch Erkenntnisse über die Bedarfe von Zuwanderungsinteressierten zu gewinnen. Es wird vermehrt deutlich, dass die Online-Communities sich auf die Chancen, die durch die Änderungen und die Modernisierung des Fachkräfteeinwanderungsgesetzes entstanden sind, vorbereiten und zum Teil entsprechende vermeintlich richtige Informationen teilen. Mit Inkrafttreten des Fachkräfteeinwanderungsgesetzes zum Ende des Jahres 2023 und zum 1. März 2024 stellen die Fragen in Bezug auf die Themen Arbeit und Studium noch deutlicher einen großen Anteil der Beratungsfälle dar.

## **Beratungsarbeit und neue Bedarfe der Community**

Mit der aufsuchenden Beratungs- und Informationsarbeit in den sozialen Medien werden die Fragen von Neuankommenden in Berlin in deren Muttersprache auf zugängliche Weise beantwortet. Dies geschieht durch niedrigschwellige Erst- und Verweisberatung. Die neue Zielgruppe stellt Fragen in den sozialen Medien ähnlich wie die bisherige Zielgruppe, jedoch mit einigen Unterschieden.

Die Bedarfe von zuwanderungsinteressierten Fachkräften aus dem Ausland unterscheiden sich von jenen der Personen, die sich bereits in Deutschland befinden. Zuwanderungsinteressierte benötigen zu Beginn des Zuwanderungsprozesses einen grundlegenden Überblick über das Berufs- und Ausbildungssystem sowie den entsprechenden Zuwanderungsprozess. Da viele weder Sprach- noch Strukturkenntnisse haben, sind sie vermehrt auf die Klärung von Begrifflichkeiten in der Herkunftssprache angewiesen. Vor allem Begriffe aus dem Aufenthalts- oder Sozialrecht sowie bürokratische Verfahren bedürfen einer Erklärung, die die Projektmitarbeitenden geben.

Neben dem steigenden Bedarf an mehrsprachigen Informationen ist auch der Korrekturbedarf hinsichtlich falscher Informationen gestiegen. Informationslücken vor Ort können zu gravierenden Missverständnissen führen. Falsche oder irreführende Informationen bestehen meist nicht in bewusst und vorsätzlich gestreuten Falschinformationen, sondern resultieren aus den persönlichen Erfahrungen der Communitymitglieder oder Sprachhürden. Abbildung 1 aus der arabischsprachigen Community zeigt, wie die Projektmitarbeitenden mit solchen umgehen: sie werden korrigiert, indem allgemeine Hinweise und offizielle Quellen gegeben werden. Um die eigene Reputation nicht zu gefährden, ist ein sensibler Umgang bei der Kritik falscher Informationen wichtig, um Konflikte mit Communitymitgliedern zu vermeiden.

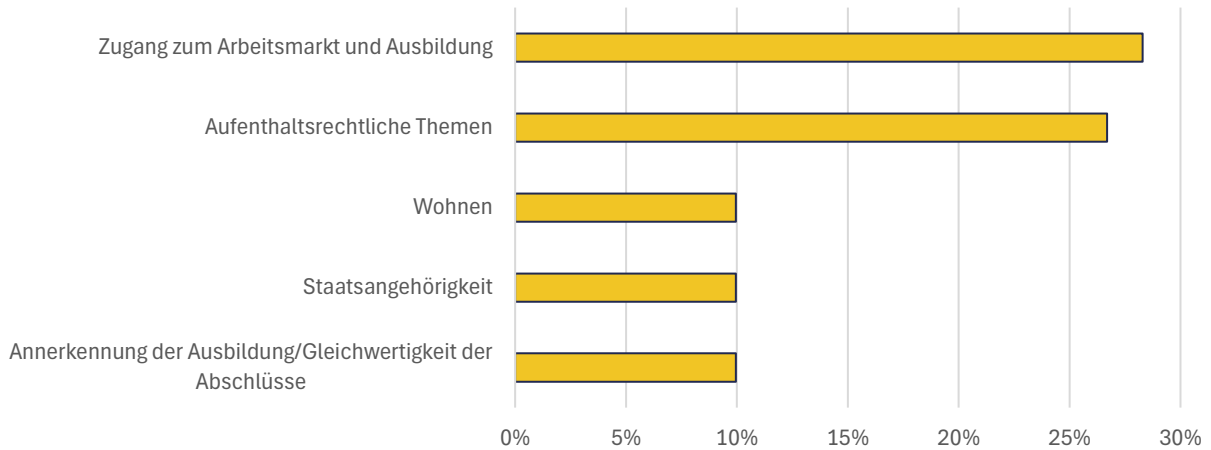


**Abbildung 1:** Frage aus der arabischsprachigen Community und die falsche Antwort eines Gruppenmitgliedes sowie die Korrektur durch Neu in Berlin Pro

Quelle: Meta, eigene Bearbeitung © Minor – Digital

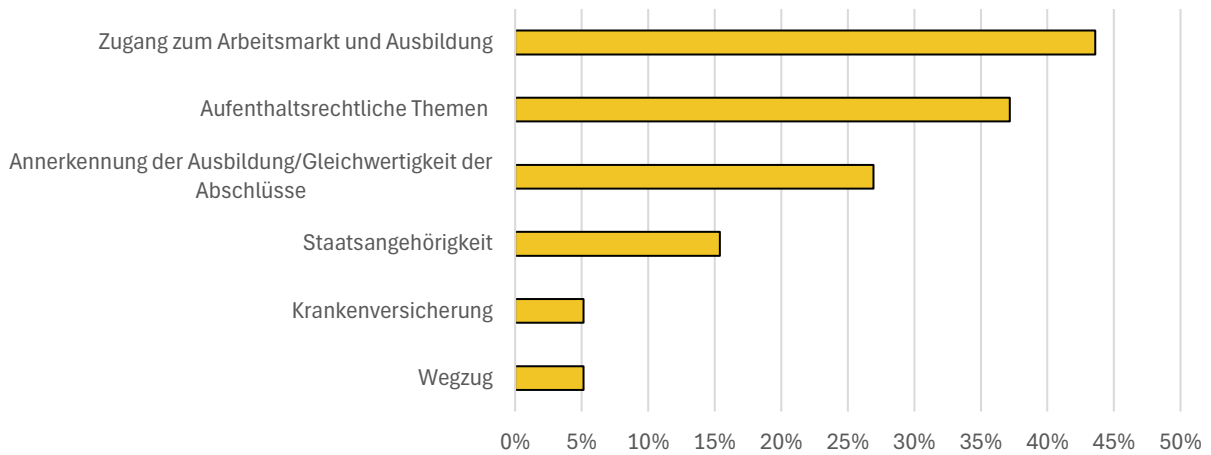
Die Fragen werden anonymisiert erfasst, um aktuelle Entwicklungen sichtbar zu machen und zukünftige Bedarfe zu antizipieren. Bis Ende April hat das Projektteam insgesamt 398 Fragestellungen bearbeitet. Die meisten Fragen beziehen sich auf den Zugang zum Arbeitsmarkt,

gefolgt von Fragen zu Aufenthaltsrecht, Wohnen, Staatsbürgerschaft und der Anerkennung von Bildungsabschlüssen bzw. der Gleichwertigkeit von Qualifikationen. Gut die Hälfte der Ratsuchenden sind weiblich (s. Abbildung 4).



**Abbildung 2:** Top Themen in der allgemeinen Beratung, n=251

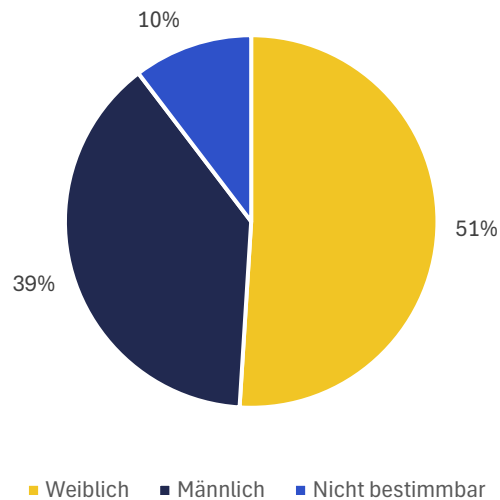
Stand: April 2024, Quelle: eigene Erhebung und Bearbeitung © Minor – Digital



**Abbildung 3:** Top Themen zu den Fragen von Fachkräften, n=78

Stand: April 2024, Quelle: eigene Erhebung und Bearbeitung © Minor – Digital





**Abbildung 4:** Geschlechterverteilung der Ratsuchenden, n=251

Stand: April 2024, Quelle: eigene Erhebung und Bearbeitung © Minor – Digital

## Informationsarbeit

Mit der Zielgruppenerweiterung des Projektes wurde auch die mehrsprachige Informationsarbeit bedarfsorientiert angepasst, wobei sowohl Formate mit allgemeinen Fachkräftethemen als auch thematisch spezielle Formate erprobt werden.

Von Januar bis April 2024 erreicht die Facebook-Seite des Projektes 32.424 Personen durch Beiträge, Stories, Reels und Videos bei 6.718 Follower\*innen. Auf Instagram liegt die Reichweite bei 1.066 Personen bei 2.133 Follower\*innen.

Die Interaktionen auf Facebook umfassen „Gefällt mir“-Angaben, Kommentare, geteilte Inhalte und andere Reaktionen, insgesamt 1.162 seit Jahresbeginn.

Im Februar und März wurde eine mehrsprachige Informationsgrafik zum Thema „Zugang zum deutschen Arbeitsmarkt für Fachkräfte“ veröffentlicht, die 227 „Gefällt mir“-Angaben erhalten hat, 125-mal geteilt wurde und eine Reichweite von 13.910 Personen erzielt hat.

Eine weitere Grafik im März behandelt das Anerkennungsverfahren für pädagogische Fachkräfte in Berlin. Sie hat 172 „Gefällt mir“-Angaben und 8.101 Personen erreicht, wurde 73-mal geteilt. Diese Veröffentlichungen führen zu vermehrten Fragen, insbesondere aus der bulgarischsprachigen Community, sowie privaten Nachrichten über den Messenger.

Im April wurde ein Video in Zusammenarbeit mit dem Berliner Beratungszentrum für Migration und Arbeit (BEMA) veröffentlicht, dass die Beratungsleistungen zu arbeitsrechtlichen Themen erläuterten. Dieses Video hat 1.370 Personen auf Facebook und 605 auf Instagram erreicht.

## Fazit

Erkenntnis der ersten Projektphase ist, dass zuwanderungsinteressierte Fachkräfte und Studieninteressierte sich in gleichem Maße wie andere Zielgruppen der Vorgängerprojekte von Neu in Berlin Pro in den sozialen Medien informieren. Damit wird dem Zufall überlassen, ob widersprüchliche, oftmals falsche Informationen den Beginn einer beruflichen Laufbahn in Deutschland bestimmen. Die entscheidenden Fragen werden nichtsdestotrotz voller Vertrauen dort gestellt, wo sich die schon zugewanderten Landsleute befinden. Die Zielgruppen nehmen am Austausch in den thematisch allgemeinen Gruppen teil und bilden zugleich eigene, das heißt spezifische Kommunikationsorte, die ihre besonderen Bedarfe bündeln oder bestimmte Berufsgruppen umfassen. Während des Untersuchungszeitraums ist die Anzahl der Fragen dieser Zielgruppe an das Projektteam deutlich angestiegen. Dies hängt mit der langjährigen Präsenz und Sichtbarkeit des Projektes in den Social-Media-Spaces sowie der zugleich gewachsenen Reputation der Projektmitarbeitenden in den Gruppen zusammen. Das gestiegene Interesse an Zuwanderung kann u. a. auf die Erleichterungen der Fachkräfteeinwanderung der letzten Jahre zurückgeführt werden.

Das Ziel von Neu in Berlin Pro ist es, Fachkräfte in den sozialen Medien dort zu orientieren, wo sie sich austauschen und damit den Einwanderungsprozess zu erleichtern sowie Hürden abzubauen. Die Methodik der Digital Streetwork ist für die Online-Communities geeignet; die aufsuchende Beratungs- und flankierende Informationsarbeit führt zu überwiegend positiven Reaktionen der Ratsuchenden. Die Ansprache von zuwanderungsinteressierten Fachkräften als Teil der bestehenden Online-Communities sollte hierbei über thematisch für diese Zielgruppe relevante, d. h. bedarfsnahe Informationsmedien erfolgen, da es in den allgemeinen Gruppen zu Abgrenzungsfragen kommen kann.

Die stetige Präsenz der Projektmitarbeitenden mit Communitykompetenzen hilft, falsche Informationen zu korrigieren, zuverlässige zu vermitteln und das Vertrauen der Communities zu gewinnen. Zuwanderungsinteressierte im Ausland haben oft keine professionellen Ansprechpersonen vor Ort und sind auf die Navigation und Erstinformation in den Online-Communities und dort auf entsprechende Begleitung angewiesen.

Die Chance für Fachkräfte, richtige Informationen aus dem Zielland zu bekommen, ist groß, und hierin liegt die Herausforderung für ein kleines Team, alle Fragen in den Gruppen zu beantworten und auf sich schnell verbreitende falsche oder irreführende Informationen zu reagieren. Die Präsenz in mitgliederstarken Gruppen und der Kontakt zu Admins können die Informationsvermittlung maßgeblich beeinflussen und sollten ausgebaut werden, um Orientierungsfragen an Ort und Stelle zu klären und damit letztlich die zuständigen Verwaltungen zu entlasten und Frustrationen vorzubeugen.



Projekt Neu in Berlin Pro

Autor\*innen: Mamoon Aboassi, Bianca Chisarau, Irena Markova-Bedri, Anna Melnikova, Odette Schulz-Kersting



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