

„Digital Streetwork“ für zuwanderungsinteressierte Fachkräfte in Berlin

Bericht des Projektes
„Neu in Berlin Pro“
im Jahr 2024

Impressum

„Digital Streetwork“ für zuwanderungsinteressierte Fachkräfte in Berlin. Bericht des Projektes „Neu in Berlin Pro“ im Jahr 2024
November 2024

Autor*innen: Bianca Chisarau, Mamoon Aboassi, Anna Melnikova, Odette Schulz-Kersting

© 2024 Minor – Digital gemeinnützige GmbH

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung der Herausgeberin 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 Pro“, einem Projekt von:



www.minor-digital.de

Umschlaggestaltung: Elisa Garrote Gasch

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

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

Inhalt

Zuwanderungsinteressierte Fachkräfte in den sozialen Medien	1
Die „Neu in Berlin Pro“ Projektpräsenzen	3
TikTok im Rahmen von Neu in Berlin Pro	5
Die Online-Communities der Zielgruppe	6
Die aufsuchende Arbeit in den sozialen Medien.....	8
Bedarfe in der aufsuchenden Beratungsarbeit	9
Kooperation mit dem Willkommenszentrum und Verweisberatung.....	12
Profile der erreichten Ratsuchenden	13
Informationsarbeit: Grafiken und Videos	15
Memes, Gedichte, Rollenspiele.....	18
Erprobung in den englisch- und französischsprachigen Online-Communities .	21
Die Gefahr von Falschinformationen.....	24
Feedback der Ratsuchenden	26
KI als Herausforderung für die Beratungsarbeit?	28
Literatur.....	30
Abbildungen.....	31

Zuwanderungsinteressierte Fachkräfte in den sozialen Medien

Die Projektreihe „Neu in Berlin“¹ führt seit 2016 Digital Streetwork²– aufsuchende Beratungs- und Informationsarbeit in den sozialen Medien – für Zugewanderte durch. Durch regelmäßige Analyse des Kommunikationsverhaltens in den Online-Communities stellt das Projektteam fest, welche der zahlreichen Social-Media-Plattformen von diesen am meisten genutzt werden, legt datenschutzkonforme berufliche Profile an, erfasst die Bedarfe der Online-Communities, berät und informiert juristisch geprüft in der Herkunftssprache der Ratsuchenden. Ein besonderes Augenmerk liegt auf der Korrektur von Falschinformationen. Falsche oder irreführende Informationen genießen dieselbe Reichweite wie richtige Informationen und haben das Potenzial, die Wahrnehmung Deutschlands im Ausland maßgeblich zu beeinflussen und damit auch, ob Deutschland als Einwanderungsland in Betracht gezogen wird. Im Jahr 2024 rückt dieser Umstand in den Fokus, da die im Vorjahr in Kraft getretene Erweiterung des Fachkräfteeinwanderungsgesetzes die Zuwanderung nach Deutschland vereinfacht. Obgleich die Hürden für eine Einwanderung dadurch gesenkt wurden, hat sich an der Komplexität der Gesetzestexte und der bürokratischen Regelungen aus der Perspektive der Communities nicht viel verändert. Für viele Personen im Ausland ist die Suche nach verlässlichen Informationen im Internet und den sozialen Medien wie ein Irren durch ein Labyrinth. Ein dadurch verzögerter bis hin zu gehemmtem Prozess der Fachkräfteeinwanderung bedeutet auch, dem Fachkräftemangel und somit den drohenden Verlusten für die deutsche Wirtschaft sowie einer künftigen defizitären Versorgungslage Vorschub zu leisten.

„Neu in Berlin“ hat die Lage erkannt, in der sich zuwanderungsinteressierte Fachkräfte befinden. Seit Anfang 2024 erprobt „Neu in Berlin Pro“ (im Folgenden: NiB Pro oder das Projekt) Digital Streetwork vor allem für zuwanderungsinteressierte Fachkräfte, die sich noch im Ausland befinden. Dementsprechend werden andere Bedarfe adressiert: Waren in den letzten Jahren das Arbeits- und Sozialrecht die von der Zielgruppe bestimmten Themen der

¹ „Neu in Berlin“: www.minor-kontor.de/neu-in-berlin/, „Neu in Berlin Plus“: www.minor-kontor.de/neu-in-berlin-plus, „Neu in Berlin Live“: www.minor-kontor.de/neu-in-berlin-live, www.minor-digital.de/nib-live, „Neu in Berlin Pro“: www.minor-digital.de/nib-pro/ (10.11.2024).

² www.minor-digital.de/beratungsrichtlinien_4-0 (10.11.2024)

Beratungsarbeit, treten im Jahr 2024 mit der Zielgruppenerweiterung insbesondere die Anerkennung von Abschlüssen und das Aufenthaltsrecht in den Vordergrund.

Dieser Bericht informiert über die Aktivitäten und Erkenntnisse des Projektes im Jahr 2024 und lädt ein, über neue Wege nachzudenken, den Bedarfen zuwanderungsinteressierter Fachkräfte durch Digital Streetwork zu begegnen.

Die „Neu in Berlin Pro“ Projektpräsenzen

Die Projektmitarbeitenden legen sich berufliche Profile (Abbildung 1) in den für die Zielgruppe relevanten Social-Media-Spaces an, welche durch folgende Merkmale gekennzeichnet sind:

- ▶ Registrierung mit Klarnamen
- ▶ Nutzung eines authentischen Profilbildes
- ▶ Leichte Sichtbarkeit der Fördergebenden
- ▶ Hinweise auf die Datenschutzerklärung und das Impressum

Durch diese Merkmale wird einerseits das Auftreten als Landsfrau*mann in der jeweiligen Sprachcommunity, andererseits eine transparente und vertrauenswürdige Darstellung der Projektzugehörigkeit gewährleistet. Mit den Profilen nehmen die Projektmitarbeitenden an den Gesprächen auf den Plattformen teil und können in Echtzeit die Bedarfe der Online-Communities analysieren. Ein enger Kontakt zu den überwiegend unbezahlt oder ehrenamtlich agierenden Gruppen-Administrator*innen ist für den Zugang zu den Gruppen unerlässlich. Das Projekt betreut 2024 die arabisch-, bulgarisch-, rumänisch- und russischsprachige Community. Darüber hinaus finden Erprobungen in der englisch- und französischsprachigen Community statt.

Die Facebook-Seite des Projektes ist die Hauptplattform der die aufsuchende Beratungsarbeit flankierenden Informationsarbeit, wodurch Informationsgrafiken, Informationsvideos und Reels geteilt werden. 2024 verzeichnet die Seite 6.720 Follower*innen (Abbildung 2). Die Themenauswahl wird entsprechend den Fragen der Online-Communities getroffen und erfolgt stets niedrigschwellig und in der Herkunftssprache. Die Inhalte werden auf den projektbezogenen YouTube-, Instagram-, Telegram- und TikTok-Kanälen verbreitet.

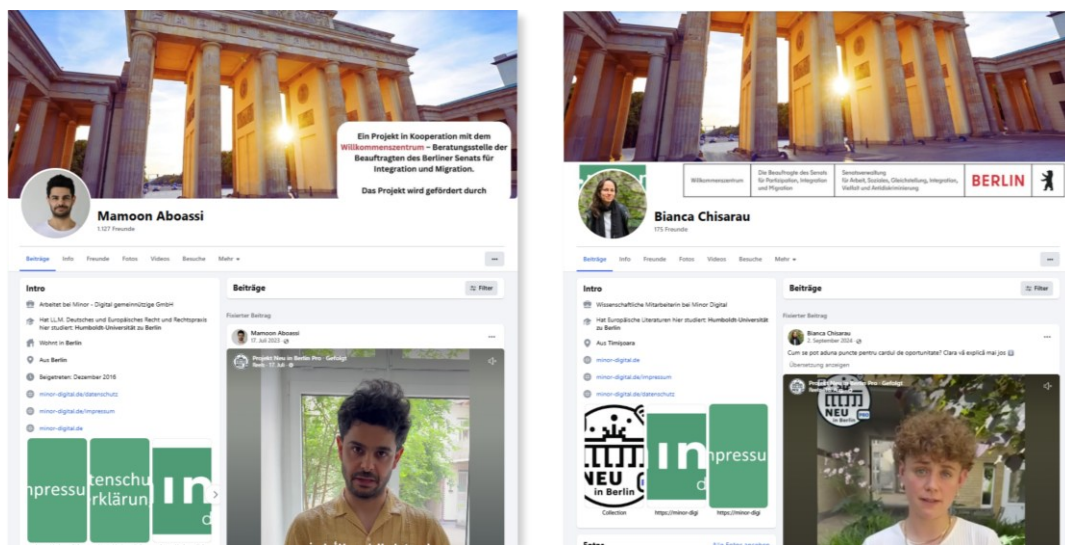


Abbildung 1: Facebook-Profile der arabisch- und rumänischsprachigen Projektmitarbeitenden (Screenshots)

Stand: November 2024, Quelle: Meta © Minor – Digital

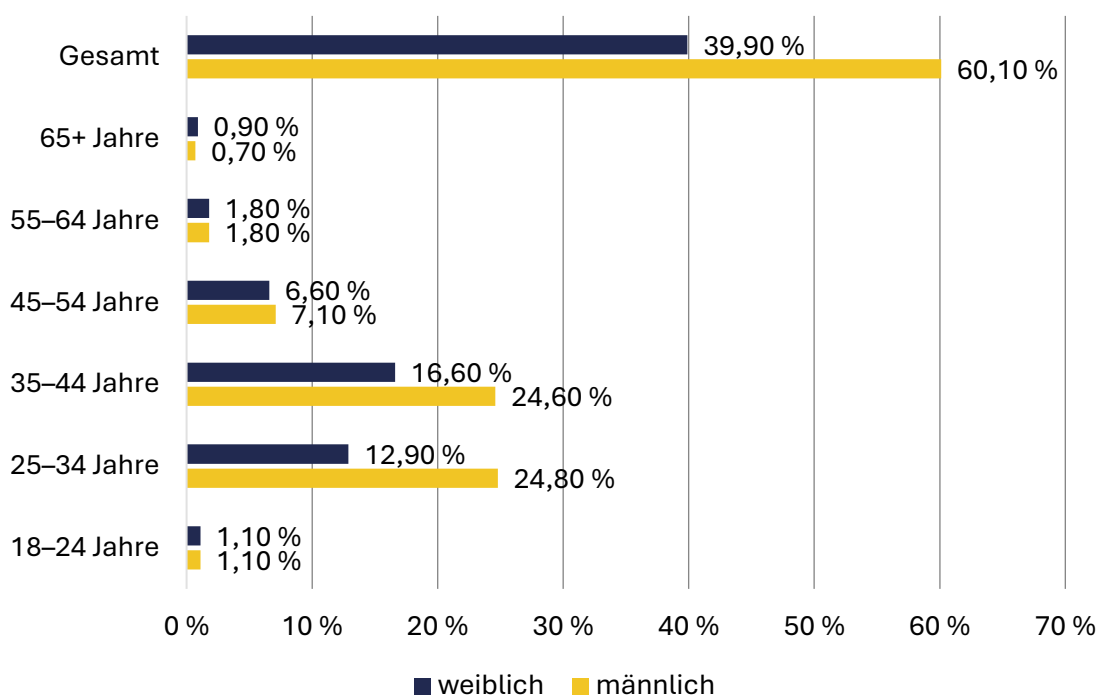


Abbildung 2: Geschlechter- und Altersverteilung der Follower*innen der Neu in Berlin Pro-Facebook-Seite, n = 6.720

Stand: November 2024, Quelle: Meta, eigene Bearbeitung © Minor – Digital

TikTok im Rahmen von Neu in Berlin Pro

TikTok ist die weltweit erfolgreichste App.³ Dabei bietet die Anwendung, die laut Encyclopaedia Britannica⁴ zunächst im Jahr 2014 als musical.ly den Nutzenden ermöglichte, selbst erstellte Lippsynchronisation-Videos hochzuladen, längst nicht mehr nur Entertainment. Auch Nachrichtensender wie Spiegel TV, DIE ZEIT oder die Tagesschau haben das Potenzial von TikTok erkannt und unterhalten dort einen Account. NiB Pro streut seine Videos zur Chancenkarte (Abbildung 3) im Sommer 2024 auf der Plattform. Kurze Zeit nach ihrer Veröffentlichung erreichen die Videos 16.000 Aufrufe bzw. Views.⁵

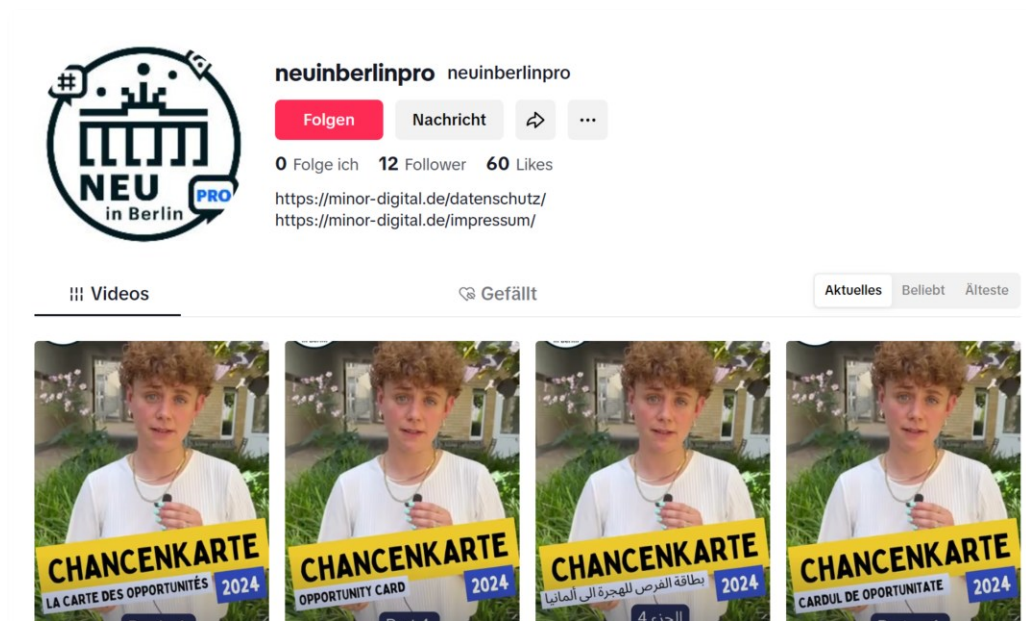


Abbildung 3: Das TikTok-Profil des Projektes (Screenshot)

Stand: November 2024, Quelle: TikTok © Minor – Digital

³ www.de.statista.com/statistik/daten/studie/1356493/umfrage/anzahl-der-tiktok-nutzer-weltweit/ (02.11.2024).

⁴ www.britannica.com/topic/TikTok (02.11.2024).

⁵ „Viewer“ bedeutet „Zuschauer*in“.

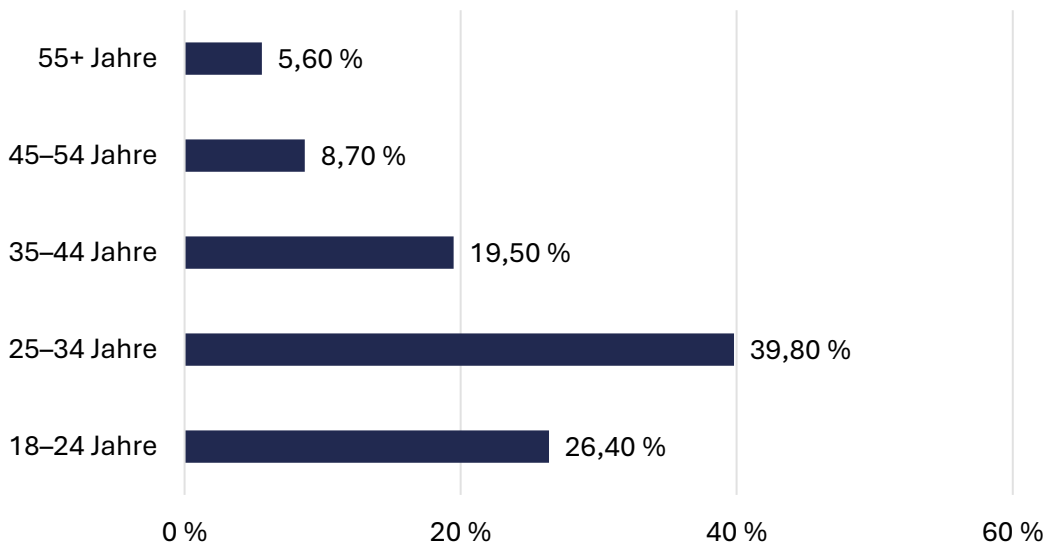


Abbildung 4: Altersverteilung der Zielgruppe des Neu in Berlin Pro-TikTok-Profiles, n = 29.000

Stand: November 2024, Quelle: TikTok, eigene Bearbeitung © Minor – Digital

Die Online-Communities der Zielgruppe

Die meistgenutzte Plattform für die schriftliche Kommunikation durch die Ratsuchenden bleibt Facebook. Dort organisieren sich die Communities in Gruppen, die überwiegend von Ehrenamtlichen betreut und moderiert werden. Neben den Gruppen mit Berlin-Bezug, wie zum Beispiel „Indians in Berlin“ (Abbildung 5) oder „Arab Students in Berlin“, kommt es vor, dass in Gruppen mit deutschlandweitem Bezug relevante Fragen der Zielgruppe gestellt werden.

Vor allem medizinische Fachkräftegruppen tragen eindeutige Namen wie: „Nursing, Studying and other career options in Germany“ („Pflegeberufe, Studium und andere Karriere-möglichkeiten in Deutschland“) oder „Îngrijire bătrâni la domiciliu“ („Altenpflege vor Ort“). Letztere ist eine Gruppe, in der sich rumänische Pflegefachkräfte im Ausland unterhalten, das Projektteam verzeichnet jedoch einen eindeutigen Zuwachs an Nachfragen seitens zuwanderungsinteressierter Fachkräfte, die sich bei schon zugewanderten Landsleuten über Deutschland informieren möchten.



Abbildung 5: Beispiel einer Facebook-Gruppe (Screenshot)

Stand: November 2024, Quelle: Meta © Minor – Digital

Seit dem Beschluss der Fachkräftestrategie Indien wird ein sehr reger Austausch in den jeweiligen Gruppen beobachtet, was verdeutlicht, dass Schlagzeilen aus den Nachrichten einen Verifizierungsprozess in den sozialen Medien durchlaufen. Besonders die Einführung einer niedrigeren Gehaltsschwelle für Mangelberufe oder die Entkopplung von Qualifikation und Beschäftigung als Maßnahmen der Bundesregierung gegen den Fachkräftemangel erhöhen beispielsweise in der indischen Online-Community den Bedarf an Austausch unter zuwanderungsinteressierten Fachkräften. In diesen, meist deutschlandweiten Gruppen („Indians in Germany“) vorkommende, typische Fragen lauten z. B. „Ich würde gerne nach Deutschland gehen. Wo ist es am wahrscheinlichsten, dass man sich im Alltag auf Englisch verständigen kann?“. Die Beantwortung der Frage erlaubt es den Mitarbeitenden, berlinspezifische Informationen zu teilen.

Die aufsuchende Arbeit in den sozialen Medien

Das Projektteam führt aufsuchende Beratungs- und Informationsarbeit in den sozialen Medien durch. Es berät bedarfsorientiert in den Herkunftssprachen Neuankommende in Berlin sowie Fachkräfte im Ausland, die nach Berlin ziehen möchten, mit richtigen und juristisch geprüften Informations- sowie Beratungsangeboten. Die Digital Streetwork umfasst Erst- und Verweisberatung, welche anonymisiert dokumentiert wird ; zusätzlich korrigiert das Team fehlerhafte oder irreführende Inhalte. Aktuelle Bedarfe und Entwicklungen können in Echtzeit verfolgt und zukünftige Bedarfe frühzeitig erkannt werden.

Die aufsuchende Arbeit erfolgt hauptsächlich auf Facebook und in den dortigen Gruppen. Das Projektteam sucht projektrelevante Fragen und weist bei der Beantwortung auf offizielle Quellen, hilfreiche Websites und zum Teil eigens erstellte Informationsmaterialien sowie möglichst passgenaue Berliner Beratungsstrukturen hin.

Die Qualität der Beratungen wird durch Volljuristinnen, interne Qualitätssicherungsstrukturen und eine enge Zusammenarbeit mit Beratenden des Willkommenszentrums gewährleistet. Je nach Anliegen verweist das Projektteam direkt an kooperierende Beratungsstellen, z. B. an das Willkommenszentrum Berlin und das Berliner Beratungszentrum für Migration und Gute Arbeit.

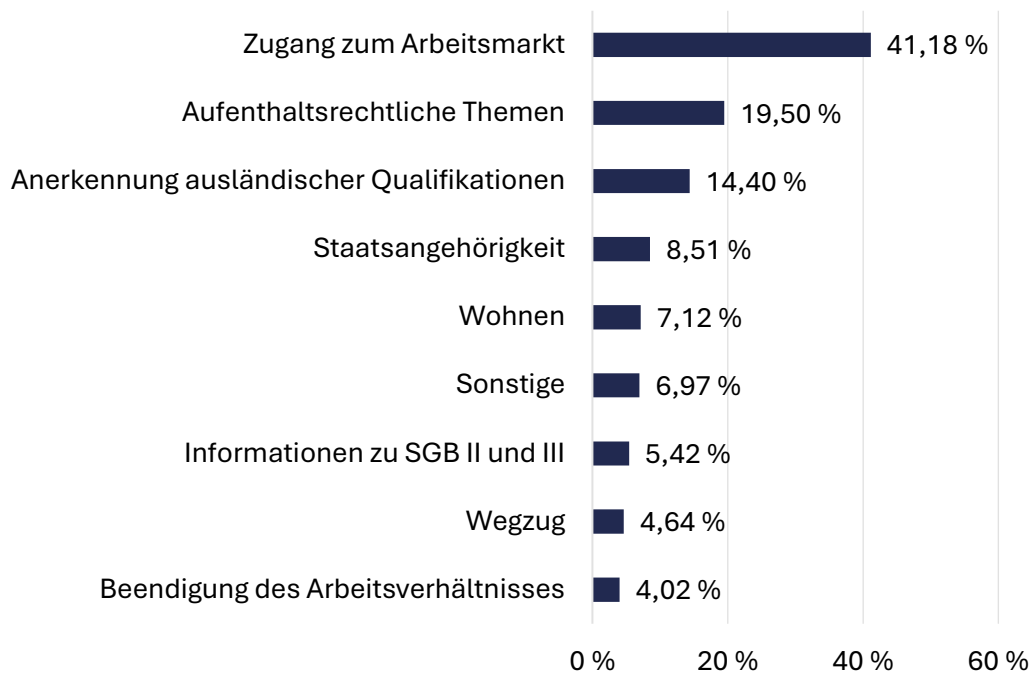


Abbildung 6: Top-Beratungsthemen für das Jahr 2024, n = 646

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

Bedarfe in der aufsuchenden Beratungsarbeit

Durch die Zielgruppenerweiterung sind bestimmte Bedarfe in den Fokus der Projektarbeit gerückt: Während 2023 der Zugang zum Arbeitsmarkt an dritter Stelle, nach den Themen Wohnen und Aufenthaltsrecht, stand,⁶ betreffen die häufigsten, beantworteten Fragen im Jahr 2024 den Zugang zum Arbeitsmarkt, Aufenthaltsrecht, Anerkennung ausländischer Qualifikationen und Staatsangehörigkeit (Abbildung 6). Im Jahr 2024 hat das Projektteam insgesamt 1.152 Fragen beantwortet.⁷ Die thematischen Schwerpunkte der aufsuchenden Beratung variieren zwar je nach Sprache. Dennoch gehört der Zugang zum Arbeitsmarkt und die Anerkennung ausländischer Qualifikationen in allen Projektsprachen – außer Russisch – zu den Top 5-Themen. (Abbildungen 7-10)

⁶ www.minor-digital.de/digital-streetwork-fuer-neuzugewanderte-bleibt-live-in-berlin

⁷ Eine Auswahl typischer Fragen findet sich unter www.minor-digital.de/fallbeispiele-fachkraeftezuwanderung.

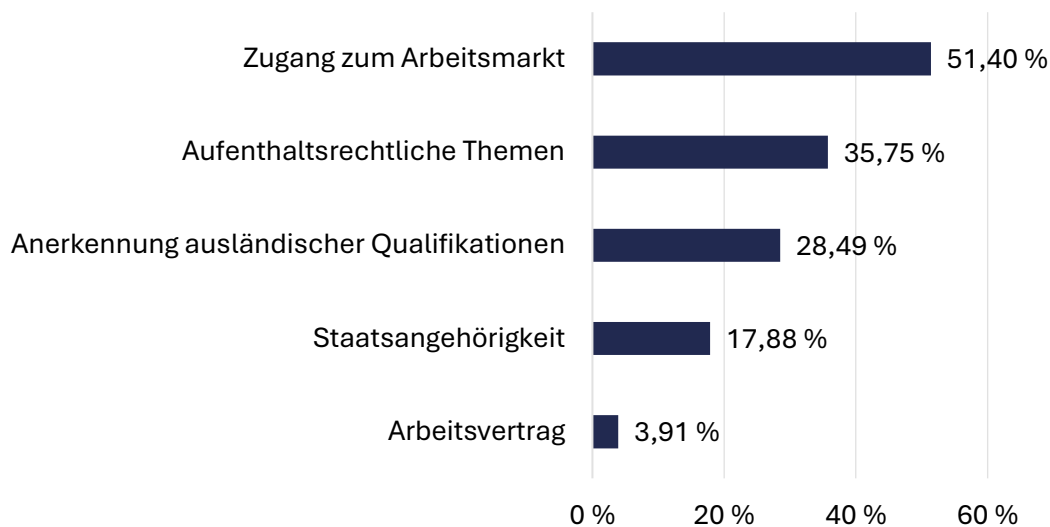


Abbildung 7: Top 5 Beratungsthemen in der arabischsprachigen Community für das Jahr 2024, n = 179

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

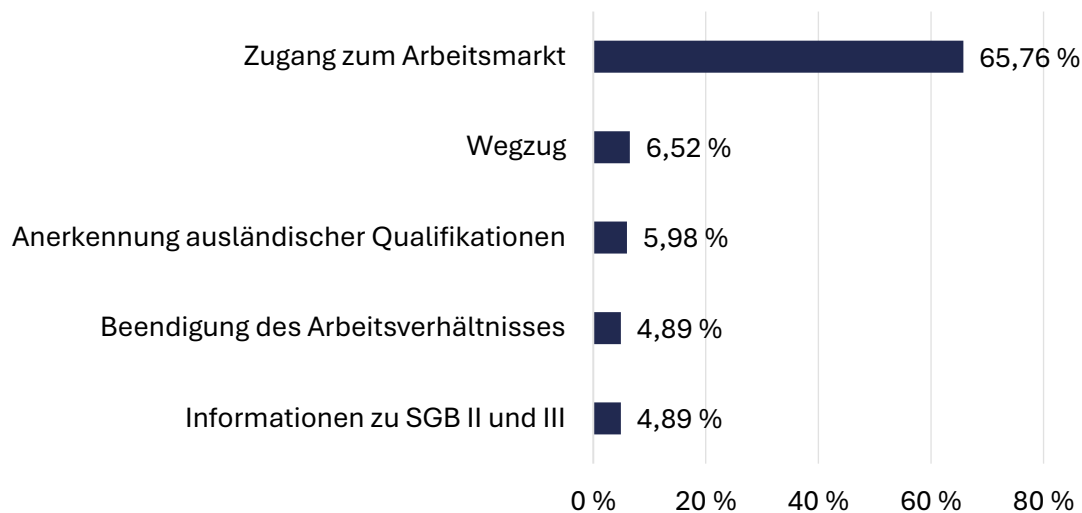


Abbildung 8: Top 5 Beratungsthemen in der rumänischsprachigen Community für das Jahr 2024, n = 184

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

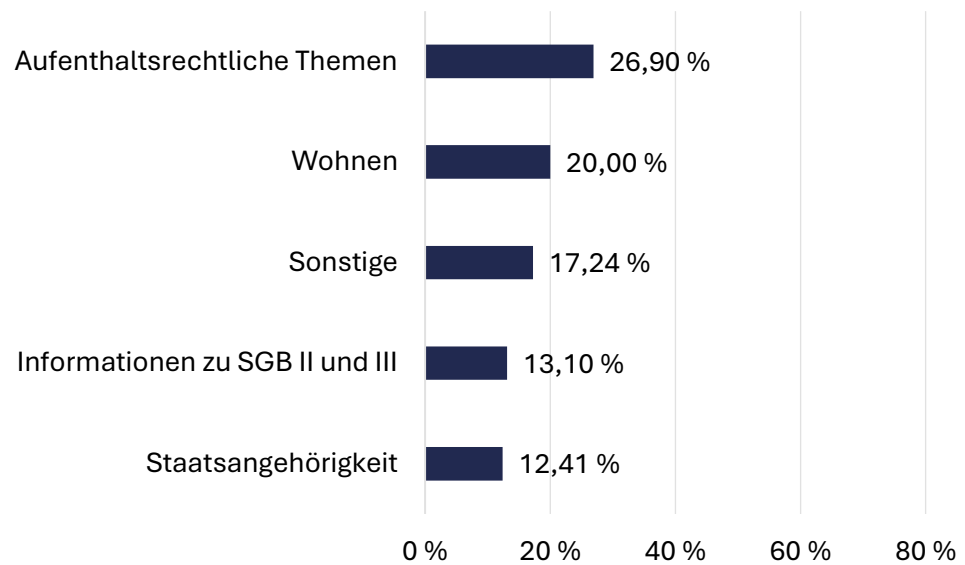


Abbildung 9: Top 5-Beratungsthemen in der russischsprachigen Community für das Jahr 2024, n = 145

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

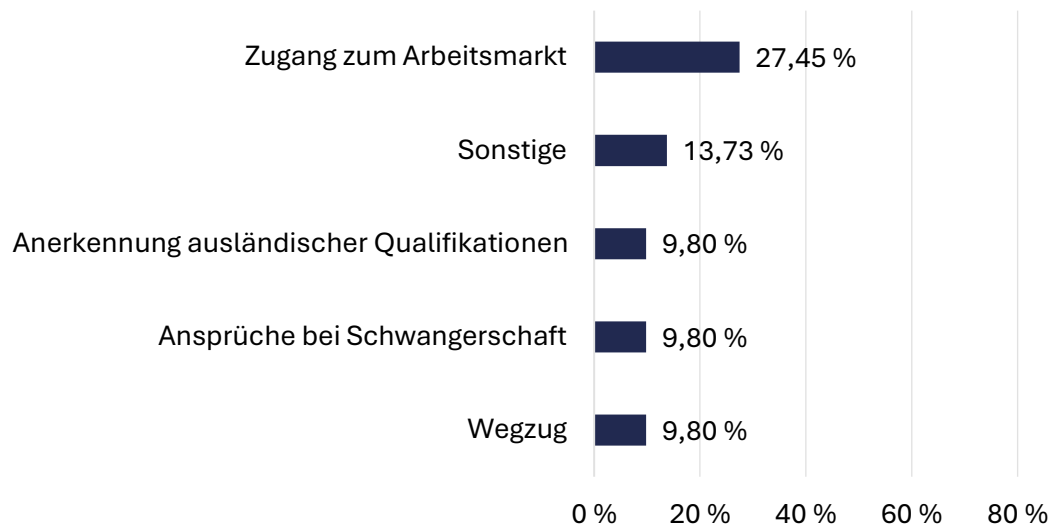


Abbildung 10: Top 5-Beratungsthemen in der bulgarischsprachigen Community für das Jahr 2024, n = 51

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

Oft schildern Ratsuchende ihr Problem in den sozialen Medien, ohne eine konkrete Frage zu stellen. Die Projektmitarbeitenden identifizieren das zugrunde liegende Anliegen und beantworten sogenannte implizite Fragestellungen. Das Projektteam hat im Zeitraum von Januar bis März 2024 Fallbeispiele gesammelt, die die Beratungsbedarfe von zuwanderungsinteressierten Fachkräften aus arabisch-, russisch- und bulgarischsprachigen Communities widerspiegeln.⁸ Die gewonnenen Erkenntnisse ermöglichen dem Team, gezielter und effektiver auf die Fragen und Unsicherheiten der Ratsuchenden einzugehen, indem korrekte Informationen entwickelt und passgenaue Anlaufstellen empfohlen werden können.

Kooperation mit dem Willkommenszentrum und Verweisberatung

Die Zusammenarbeit mit dem Willkommenszentrum hat sich 2024 in zwei wesentlichen Bereichen weiterentwickelt: in der Unterstützung des Projektes bei der Bearbeitung komplexer Anfragen der neuen Zielgruppe und bei der Veröffentlichung von Informationsmaterialien. Letzteres umfasst sowohl die vom Projektteam erstellten Inhalte als auch die Beiträge des Willkommenszentrums auf Plattformen wie Facebook. Im Warteraum des Willkommenszentrums wurde ein Bildschirm installiert, auf dem Ratsuchende nunmehr während der Wartezeit aktuelle, ursprünglich für Social Media entwickelte Informationsgrafiken des Projektes zu wichtigen Themen in Berlin sehen können. Viele Ratsuchende werden erst durch die Digital Streetwork auf das Willkommenszentrum aufmerksam, da Neu in Berlin Pro Ratsuchende gezielt dorthin verweist. Zugleich kann die Digital Streetwork durch Erstorientierung der Ratsuchenden das Willkommenszentrum entlasten.

Die für die neue Zielgruppe der Fachkräfte relevanten Beratungsstellen, an die verwiesen wird, sind in erster Linie Präsenzberatungsstellen wie die Anerkennungsberatung LaRed Berlin, die berufliche und soziale Unterstützung für Neuzugewanderte bietet, oder die Präsenzberatungsstelle der AHK im Ausland, ProRecognition. Auch an die Telefonberatung oder das Kontaktformular des Informationsportals der Bundesregierung zur Anerkennung ausländischer Berufsqualifikationen, „Working and living in Germany“, oder an die Online-Beratung der Zentralen Servicestelle Berufsanerkennung wird verwiesen. Des Weiteren werden seriöse Quellen im Internet verlinkt, wie das mehrsprachig verfügbare Portal der Bundesregierung für Fachkräfte aus dem Ausland oder das neunsprachige Informationsportal Handbook Germany.

⁸ www.minor-digital.de/fallbeispiele-fachkraeftezuwanderung (10.11.2024).

Das Projekt schließt durch die Verweisberatung aus den sozialen Medien zu Offline- und Online-Beratungsstrukturen eine Lücke, die u. a. durch Sprachbarrieren, Skepsis gegenüber staatlicher Informationsvermittlung und Unkenntnis besteht.

Profile der erreichten Ratsuchenden

Gemäß den datenschutzrechtlichen Vorgaben erfasst das Projektteam nur wenige Informationen über die Ratsuchenden, nämlich Sprache, Geschlecht und ob die Frage anonym gepostet wurde.

Nahezu die Hälfte aller dokumentierten Fragen (48,92 %) wurde von weiblichen Personen gestellt, während 37 % der Fragen von männlichen Personen kommen. (Abbildung 11). In 14 % der Fälle kann das Geschlecht nicht erkannt werden, da die Fragen anonym gepostet wurden oder die Profile der Ratsuchenden verfälschte Namen, Profilbilder oder keine Angaben zur Geschlechtsidentität enthalten. (Abbildung 12). Gründe für den Anteil an anonymen Fragen lassen sich nicht eindeutig feststellen. Die Projektmitarbeitenden beobachten allerdings, dass sensible oder schwierige Themen hauptsächlich anonym geschildert werden. Das Bedürfnis nach Anonymität in der eigenen Community könnte durch die Sorge vor Hassrede, Diskriminierung (im Netz) oder negativen realen Konsequenzen motiviert sein.

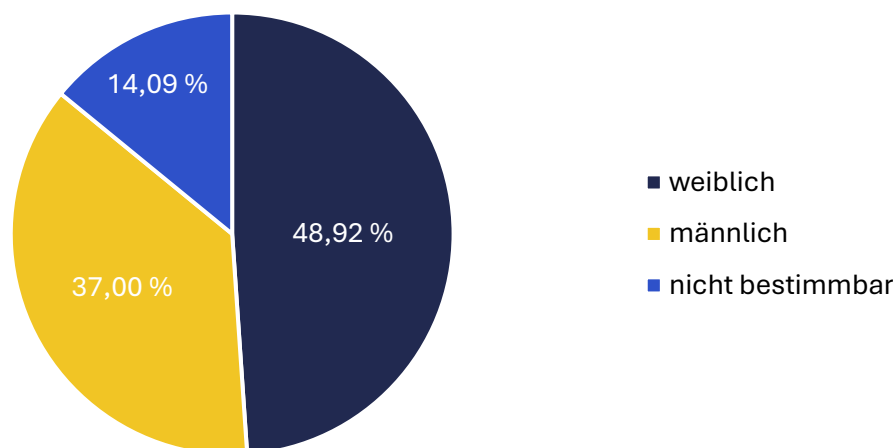


Abbildung 11: Geschlechterverteilung der Ratsuchenden bei den erfassten Fragen für das Jahr 2024, n = 646

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

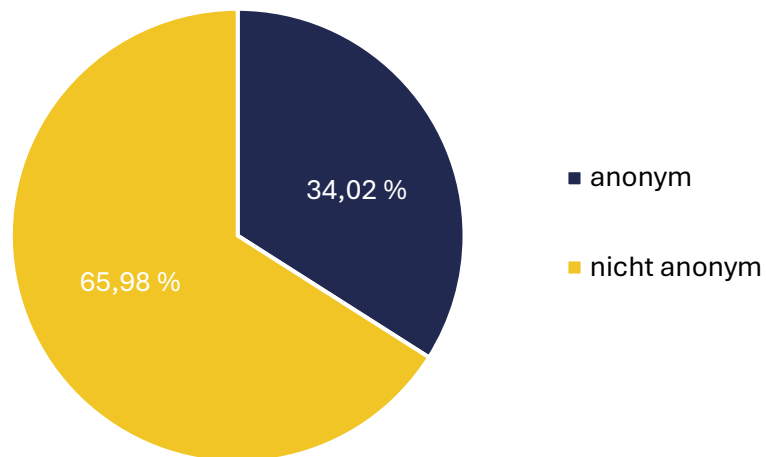


Abbildung 12: Verteilung nach Anonymität der Ratsuchenden bei den erfassten Fragen für das Jahr 2024, n = 646

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

Informationsarbeit: Grafiken und Videos

Die Erstellung und Verbreitung digitaler Informationsmaterialien wie Informationsgrafiken und -videos erwachsen aus den spezifischen Bedarfen der Communities und flankieren die aufsuchende Beratungsarbeit. Oft werden durch die Informationsarbeit Fragen hervorgerufen, die wiederum den Bedarf bestätigen.. Informationsgrafiken haben sich als besonders zielführend für die Plattformen Facebook und Instagram erwiesen, während kurze Videos für Instagram und TikTok besser geeignet sind. Längere Videoformate hingegen finden ihre optimale Verwendung auf YouTube. Das Projekt postet insbesondere kurze Informationsvideos auf Instagram, Facebook und dem neuen TikTok-Kanal, wobei es auf letzterem eine deutlich größere Reichweite erzielen.

Die Beiträge mit der größten Reichweite sind eine Informationsgrafik auf Bulgarisch zum Zugang zum deutschen Arbeitsmarkt für Fachkräfte mit 8.081 erreichten Personen, eine Grafik zum Anerkennungsverfahren für pädagogische Fachkräfte in Berlin mit 4.902 erreichten Personen sowie eine Informationsgrafik auf Russisch zu Verdienstmöglichkeiten von Studierenden aus Drittstaaten mit 4.349 erreichten Personen.



Abbildung 13: Beispiel einer Informationsgrafik über das neue Staatsangehörigkeitsgesetz

Stand: Dezember 2024, eigene Bearbeitung © Minor – Digital

Zum 75-jährigen Bestehen des Grundgesetzes hat das Projektteam eine Infografik-Reihe entworfen, um die Rechtskenntnis zu fördern. In niedrigschwelligen, visuell ansprechenden Informationsgrafiken sind auch weniger bekannte Rechte wie das Briefgeheimnis oder die Unversehrtheit der Wohnung sowie das abstrakte Konzept der Würde erläutert



Abbildung 14: Beispiele der mehrsprachigen Informationsgrafik-Reihe zum Grundgesetz

Stand: Dezember 2024, eigene Bearbeitung © Minor – Digital

Audiovisuelle Beiträge sprechen den Teil der Zielgruppe an, der 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 erfolgt ebenfalls anhand häufig gestellter Fragen in den betreuten Plattformen, sodass gezielt die Bedarfe adressiert werden können. Mit den Beratenden des Berliner Beratungszentrums (BEMA) wurde eine Serie von kurzen und prägnanten Informationsvideos zum Themenbereich Arbeitsrecht konzipiert. Die Videos greifen Fragen auf, die in Facebook-Gruppen gestellt werden, z. B.: „Wie kann ich beweisen, dass ich gearbeitet habe, wenn das Gehalt nicht überwiesen wird?“

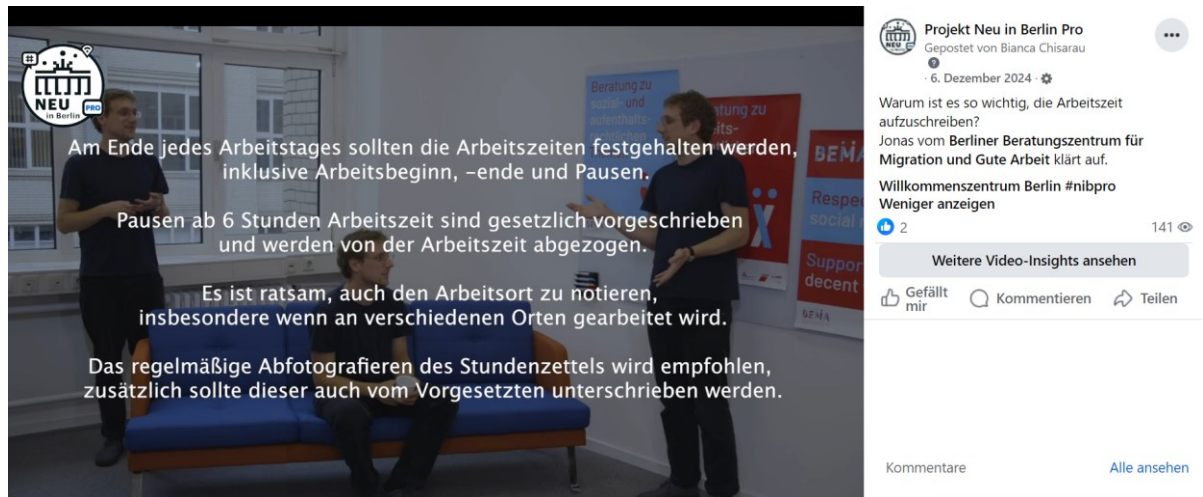


Abbildung 15: Das BEMA-Erklärvideo zum Arbeitszeitgesetz (Screenshot)

Stand: Dezember 2024, Quelle: Meta © Minor – Digital

Eine der wichtigsten Maßnahmen der Fachkräftestrategie ist die Chancenkarte, die im Juni 2024 eingeführt wurde. In den sozialen Medien herrscht sowohl Begeisterung als auch Verunsicherung bezüglich dieses neuen Visums zur Arbeitssuche, sodass „NiB Pro“ in Kooperation mit dem Projekt „Fem.OS Plus“⁹ eine Videoreihe mit einer Volljuristin zum Thema Chancenkarte im Frage-Antwort-Format veröffentlicht hat. Die Videos wurden in die Sprachen Arabisch, Englisch, Französisch, Rumänisch und Russisch übersetzt und in den Online-Communities gestreut. Die Videos verzeichnen eine hohe Reichweite und haben insgesamt allein auf TikTok 16.000 Aufrufe erzielt. Die Videos werden weiterhin als Informationsangebot vom Projektteam herangezogen.



Abbildung 16: Beispiel eines Informationsvideos zur Chancenkarte (Screenshot)

Stand: November 2024, Quelle: TikTok
© Minor – Digital

⁹ www.minor-digital.de/fem-os-plus (10.11.2024).

Memes, Gedichte, Rollenspiele

Laut Definition des Digitalen Wörterbuchs der Deutschen Sprache ist ein Meme „ein kulturelles Artefakt, z. B. ein Text, ein Bild, das sich schnell, meist über das Internet, verbreitet, die Empfänger zum Nachdenken, Lachen o. Ä. anregt und sich so im Gedächtnis vieler Menschen festsetzt“¹⁰. Aufgrund der hohen Beliebtheit dieses Mediums sind von Juni bis Oktober vier Memes erstellt und veröffentlicht worden, darunter zwei Verweise auf das Willkommenszentrum als Beratungsstelle (Abbildung 17).



Abbildung 17: Memes mit Verweis auf das Willkommenszentrum (Screenshot)

Stand: November 2024, Quelle: Meta © Minor – Digital

¹⁰ www.dwds.de/wb/Meme (10.11.2024).

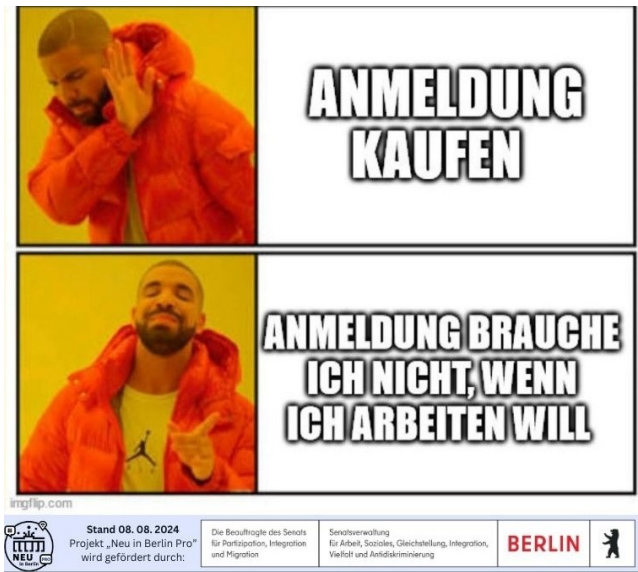


Abbildung 18: Meme zur Korrektur von Falschinformationen (Screenshot)

Stand: November 2024, Quelle: Meta © Minor – Digital

Angeregt durch die „Sendung mit der Maus“ vom 13.10.2024, in welchem die rumänische Saisonarbeiterin Daniela bei der Apfelernte begleitet wurde, gestaltet „NiB Pro“ ein Meme mit Verweis auf zuverlässige Quellen zu Anerkennung ausländischer Qualifikationen und Saisonarbeit.



Abbildung 19: Meme zu Anerkennung ausländischer Qualifikationen und Saisonarbeit (Screenshot)

Stand: November 2024, Quelle: Meta © Minor – Digital

Der Einsatz literarischer Sprache in der Werbung ist Gegenstand wissenschaftlicher Forschung und dessen Wirkmacht belegt.¹¹ Das Projekt erprobt daher Gedichte:



Projekt Neu in Berlin Pro

3. Juli · ⚙

Bist du neu in dieser Stadt,
Und hast AI seit langem satt?
Fragen stell dort lieber nicht,
Denn's hält nicht, was es verspricht.
Hier sammelt niemand deine Daten
und bist am Ende gut beraten:

Willkommenszentrum Berlin
#nibpro Weniger anzeigen

...

Abbildung 20: Gedicht mit Verweis auf das Willkommenszentrum (Screenshot)

Stand: November 2024, Quelle: Meta © Minor – Digital

Rollenspiele erfreuen sich bei TikTok großer Beliebtheit, sodass auch dieses Format erprobt wird. Es kursiert in den Online-Communities das Gerücht, man brauche für die Unterzeichnung eines Arbeitsvertrags eine Meldebestätigung, woraus folgt, dass auf Facebook regelmäßig gegen Geld Meldebestätigungen angeboten werden. Das auf Rumänisch veröffentlichte Video (Abbildung 21) dient zur Bekämpfung dieser Falschinformation.



Abbildung 21: Rollenspiel als Bekämpfung von Falschinformationen (Screenshot)

Stand: November 2024, Quelle: TikTok © Minor – Digital

¹¹ Siehe beispielsweise www.transcript-verlag.de/978-3-8376-3826-4/poetik-und-poesie-der-werbung (10.11.2024).

Erprobung in den englisch- und französischsprachigen Online-Communities

Die Tatsache, dass Englisch von mehr als 1,4 Milliarden Menschen weltweit gesprochen wird¹², spiegelt sich in der großen Anzahl englischsprachiger Facebook-Gruppen wider. Dies geht einher mit einem zu beobachtenden Zuwachs an englischsprachigen Beiträgen zuwanderungsinteressierter Fachkräfte, insbesondere in der indischen Community. Vor dem Hintergrund des Bundeskabinettsbeschlusses „Fokus auf Indien“, mit zahlreichen Maßnahmen wie der Reduzierung der Wartezeiten bei der Visumsvergabe und einer Vertiefung der Partnerschaft,¹³ sind weitere Fragen zuwanderungsinteressierter Fachkräfte aus Indien zum Thema Einwanderungswege nach Deutschland künftig zu erwarten. In der französischsprachigen Community, die weltweit mehr als 300 Millionen Sprechende zählt, ist in den sozialen Medien der gleiche Trend erkennbar. Das Projektteam erprobt daher im August in beiden Sprachcommunities Digital Streetwork für die Zielgruppe von NiB Pro. Auch in diesen Communities nimmt die Anerkennung der Abschlüsse als fachkräftebezogenes Thema einen hohen Stellenwert ein. Es ist zu erwarten, dass der Zuzug von Fachkräften aus englisch- und französischsprachigen Drittstaaten als Folge des Fachkräfteeinwanderungsgesetzes zu einem erhöhten Bedarf an Beratung und verlässlichen Informationen in den sozialen Medien führen wird.

¹² www.statista.com/statistics/266808/the-most-spoken-languages-worldwide (10.11.2024).

¹³ www.auswaertiges-amt.de/blob/2680204/9fc49c0ef2df93f1ffb8ccad1b5f66b6/241016-fokus-indien-data.pdf (10.11.2024).

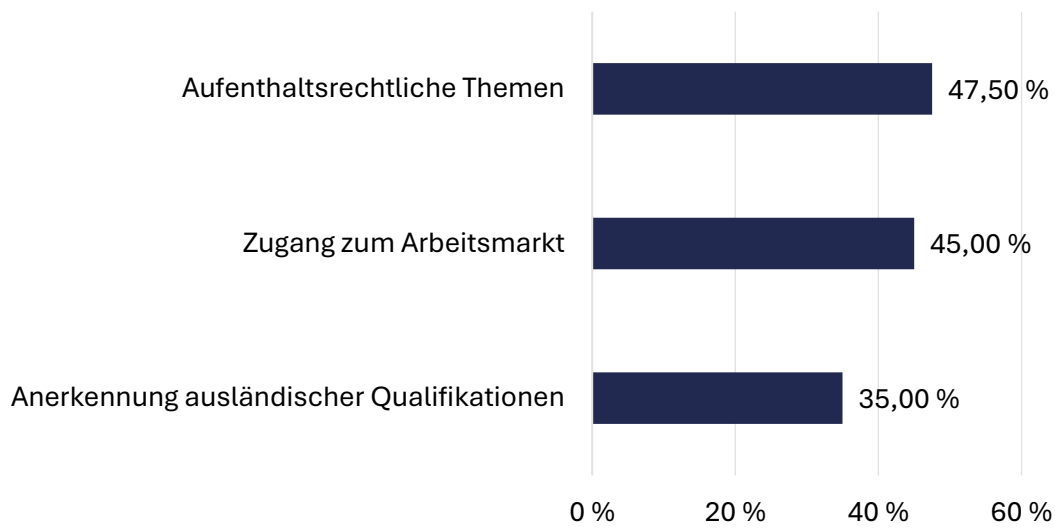


Abbildung 22: Top 3 Beratungsthemen in der englisch- und französischsprachigen Community, n = 40

Stand: November 2024, Quelle: eigene Erhebung und Bearbeitung

© Minor – Digital



Anonymes Mitglied
 15. Juni 2024 · 🌐

...

Ich bin Informatik-Student im zweiten Jahr und möchte mein Studium in Deutschland fortsetzen. Wie kann ich das tun? Und ist ein Sprachtest erforderlich? Und wenn ja, welches Sprachniveau brauche ich? Vielen Dank.

 5
 19 

 Gefällt mir
  Kommentieren
  Senden



NiB Pro (Französisch)

Guten Tag! Um in Deutschland zu studieren, musst du dich bei einer deutschen Universität oder Hochschule bewerben. Ich empfehle dir, zu prüfen, ob deine Bildungsstätte Partnerschaften mit Deutschland hat.

Nachdem du zugelassen wurdest, kannst du ein Studienvisum beantragen, sofern die anderen Kriterien erfüllt sind, wie z. B. der Nachweis über ein Sperrkonto (Hier sind die Informationen zum Studienvisum: <https://www.make-it-in-germany.com/.../visa.../types/etudes>).

Es gibt auch die Möglichkeit, mit einem Stipendium nach Deutschland zu kommen, wie es vom DAAD (Deutscher Akademischer Austauschdienst) angeboten wird. Hier findest du weitere Informationen: <https://www.daad-france.fr/fr/>.

Darüber hinaus ist es auch möglich, mit einem Erasmus-Plus-Stipendium zu studieren: <https://eu.daad.de/.../de/45673-erasmus-partnerlaender-/>, oder <https://www2.daad.de/.../70-stipendien-finden-und-bewerben/>

Was die Sprachanforderungen anbelangt, musst du, wenn du ein deutschsprachiges Studium in Deutschland absolvieren möchtest, Sprachkenntnisse auf dem Niveau C1 haben. Der Umfang der erforderlichen Sprachkenntnisse für ein Erasmus-Studium (einen oder zwei Semester) kann nicht allgemein festgelegt werden und hängt von Fach oder den Anforderungen der Gasthochschule ab. Erkundige dich beim International Office, welche Anforderungen in deinem Fall gelten.

Ich hoffe, diese Informationen helfen dir bei der Bewerbung für ein Studium an einer Universität in Deutschland!

Abbildung 23: Frage aus der französischsprachigen Community

Stand: November 2024, Quelle: eigene Bearbeitung © Minor – Digital

Die Gefahr von Falschinformationen

In den sozialen Medien gibt es zahlreiche irreführende oder falsche Informationen, die von zuwanderungsinteressierten Fachkräften gelesen werden. Dabei ist es nachvollziehbar, dass mangelndes Wissen über Deutschland und Misstrauen gegenüber staatlichen Institutionen mit einer höheren Anfälligkeit für Desinformation einhergehen. Beobachtungen von Projektmitarbeitenden zufolge führt beispielsweise Unkenntnis über das politische System Deutschlands häufig dazu, dass Entwürfe der Bundesregierung zu einem bereits bestehenden Gesetz gemacht werden, oder mangelndes Wissen über das Steuersystem dazu, dass Sozial- und Rentenversicherungsbeiträge irrtümlicherweise als Steuern wahrgenommen werden, was zum Narrativ eines unverhältnismäßig hohen Steuersatzes beiträgt („In Deutschland nimmt dir der Staat alles vom Gehalt weg.“) Häufig stoßen die Projektmitarbeitenden auf Beiträge, in denen nachgefragt wird, ob es denn überhaupt möglich sei, mit einer in einem anderen Staat abgeschlossenen Ausbildung in Deutschland zu arbeiten, da man gehört habe, dass man „in Deutschland zur Schule gehen muss, um den Beruf auszuüben“. Auch das Narrativ eines „niedrigeren Werts“ einer Ausbildung aus einem Drittstaat hält Einzug in die sozialen Medien.

Falschinformationen erwachsen häufig aus persönlichen Erfahrungen oder der Annahme, bestimmte Sachverhalte seien auf andere Einzelfälle übertragbar. Sie werden oft als vermeintlich einzig richtige Antwort auf eine Frage veröffentlicht. So werden sehr spezifische Informationen als Wahrheit dargestellt, zum Beispiel dass der Anerkennungsprozess von Abschlüssen in allen Fällen vier Wochen beträgt, dass nur über das B1-Niveau hinausgehende Sprachkurse subventioniert werden, oder dass in Deutschland Entscheidungen von Gerichten nicht angefochten werden können. Weil solche Falschinformationen bewirken können, dass Fachkräfte ihre Entscheidung, nach Deutschland zu kommen, überdenken, ist es von besonderer Bedeutung, durch aufsuchende Beratungsarbeit Falschinformationen vorzubeugen und diese zu berichtigen.



Anonymes Mitglied
 22. Juni 2024 · 🌐

...

Ich hoffe, ihr habt nicht viel Geld für die Anerkennung eurer Abschlüsse ausgegeben. Wenn ihr aus dem Nicht-EU-Ausland kommt, wird eure Ausbildung zu 99% nicht den gleichen Wert haben.

 5
 19 

 Gefällt mir
  Kommentieren
  Senden



NiB Pro (Englisch)

Hallo, es ist wahr, wegen eines erhöhten bürokratischen Aufwands wird eine längere Zeitspanne in Anspruch genommen, bis deine Abschlüsse anerkannt sind, wenn du aus dem Nicht-EU-Ausland kommst. Es stimmt auch, dass es in manchen Fällen notwendig ist, eine Kenntnisprüfung abzulegen, den Nachweis ausreichender Berufserfahrung zu bringen oder an einer Ausgleichsmaßnahme teilzunehmen, wenn die Gleichwertigkeit nicht festgestellt wird. (Du kannst das bei der Berliner Ärztekammer nachlesen: <https://www.aekb.de/aerzt-innen/aus-dem-ausland-ins-ausland/sie-kommen-aus-dem-ausland/aus-drittstaaten>; oder bei der Bundesärztekammer: <https://www.bundesaerztekammer.de/en/work-and-training-in-germany>). Doch wenn du alle Anforderungen erfüllst, steht der Anerkennung deines Abschlusses und somit auch der Approbation (bzw. Berufserlaubnis, die eine zeitlich begrenzte staatliche Zulassung ist) nichts mehr im Wege. Weil die Voraussetzungen für die Approbation für alle Antragstellende gleich sind, wird kein Unterschied gemacht zwischen einer EU-Ausbildung und einer aus einem Drittstaat. In der Approbationsordnung kannst du nachlesen, welche Anforderungen es gibt: https://www.gesetze-im-internet.de/appro_2002/index.html Ich hoffe, diese Informationen waren hilfreich!

Abbildung 24: Beispiel einer Falschinformation

Stand: November 2024, Quelle: eigene Bearbeitung © Minor – Digital

Feedback der Ratsuchenden

Die Rückmeldungen, die die Mitarbeitenden im Projekt von den Ratsuchenden erhalten, können für die inhaltliche und strategische Weiterentwicklung herangezogen werden. Wie aus Abbildung 25 ersichtlich, haben über 50 % der Ratsuchenden ein sehr positives oder positives Feedback gegeben. Beispiele von positivem Feedback sind in Abbildung 26 zu sehen.

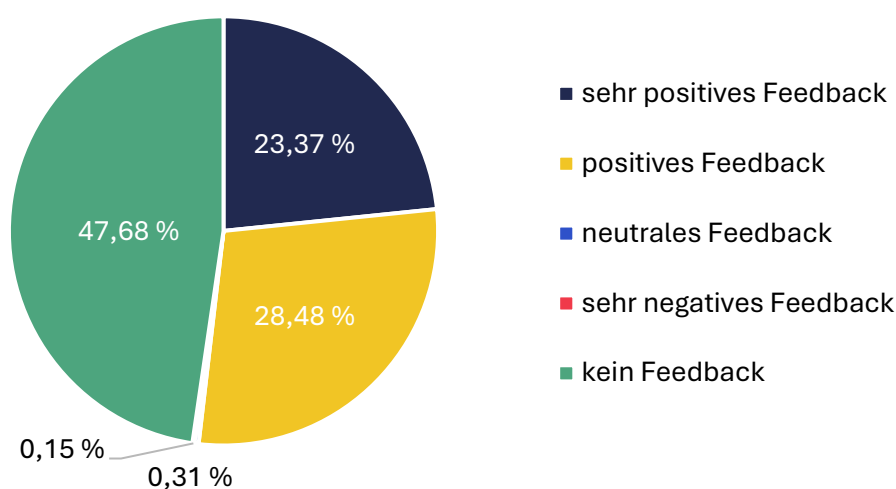


Abbildung 25: Feedback der Ratsuchenden

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

Es kommt vor, dass Ratsuchende aktiv auf die Projektmitarbeitenden zukommen und ihnen Updates zu den Themen geben, zu denen sie orientiert worden sind, zum Beispiel, dass die Prüfung der Unterlagen bei der deutschen Botschaft bestätigt wurde oder dass der Anerkennungsbescheid eingetroffen ist. Allein durch das Vertrauen in die Projektmitarbeitenden und als Zeichen der Wertschätzung entstehen solche Interaktionen; Nachfragen durch die Projektmitarbeitenden verbieten sich in den sozialen Medien aufgrund datenschutzrechtlicher Vorgaben.

”

„Du bist wirklich hilfsbereit, vielen Dank für deine Geduld und dafür, dass du meine Millionen Fragen beantwortest!“

”

„Danke! Das hilft mir wirklich sehr. Ich denke, einige Gruppen auf Facebook sind voll von Falschinformationen darüber, aber danke, dass du mir geholfen hast, das zu klären. Es wird meine Jobsuche viel einfacher machen!“

Abbildung 26: Feedback zur Informations- und Beratungsarbeit

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

KI als Herausforderung für die Beratungsarbeit?

Angesichts des Booms von KI-Anwendungen in den letzten Jahren drängt sich die Frage auf, ob Chatbots wie ChatGPT das Potenzial haben, Zugewanderte und Zuwanderungsinteressierte bei der Suche nach richtigen Informationen zu unterstützen. Die mehrsprachige Umfrage, die vom 27. Juni bis zum 20. August im Rahmen des Projekts in den sozialen Medien durchgeführt wurde, bietet wertvolle Einblicke in das Nutzungsverhalten und die Erfahrungen verschiedener Sprachcommunities. Es haben 271 Personen teilgenommen, was insofern bemerkenswert ist, als die Teilnahme an der Umfrage allein durch die positive Reputation der Projektmitarbeitenden in den Online-Communities bewirkt wurde.¹⁴

Die Umfrage zeigt zwar allgemeine Zufriedenheit, doch auch Vorbehalte gegenüber KI-Anwendungen, die als erste Anlaufstelle zu Rate gezogen werden, wenn Informationen zu Gesetzen fehlen oder aber auch bei der Erschließung der Infrastruktur an einem neuen Ort. In diesem Sinne kann der Integrationsprozess durch KI erleichtert werden und es erscheint nachvollziehbar, dass 73 % der Nutzenden zufrieden sind. 83 % würden gegebenenfalls neuzugewanderten Personen empfehlen, darauf zurückzugreifen (49 % würden neuzugewanderten Personen empfehlen, darauf zurückzugreifen, 34 % würden die Anwendungen vielleicht empfehlen.)

Diese Zahlen stehen im Widerspruch zu den 71 %, die angeben, den Antworten der KI-Anwendungen nur begrenzt zu vertrauen. Tatsächlich ist die „Fehlerquote“ hoch: 70 % haben bereits falsche Informationen erhalten. Das erklärt das geringe Vertrauen, das KI-Tools entgegengebracht wird. Doch wie lassen sich die Ergebnisse erklären, dass trotz dieser Skepsis eine gewisse Zufriedenheit mit den Tools besteht? Abbildung 27 zeigt: Sobald eine Falschinformation erkannt wird, greifen die Nutzenden auf alternative Quellen zurück. Das Bewusstsein, dass KI-Tools nicht unfehlbar sind, ist unter den Befragten also deutlich vorhanden.

¹⁴ Einzelheiten zu den Umfrageergebnissen sind unter www.minor-digital.de/ki-fuer-fachkraefte-chancen-nutzen (11.10.2024) zu finden.

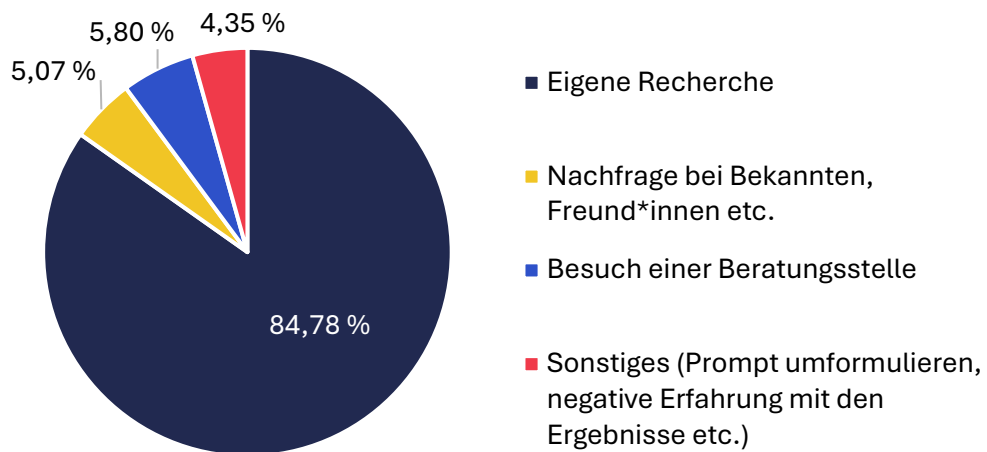


Abbildung 27: Antwort auf die Frage, wie die von KI erhaltenen Falschinformationen berichtigt werden

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

Fragen bezüglich der Integration verleiten dazu, KI-unterstützte Chatbots zu nutzen, doch die so erzeugten Antworten generieren erneut viele Folgefragen. In dieser Situation sehen sich zuwanderungsinteressierte und zugewanderte Personen häufig gezwungen, ihre eigenen Bewertungen und Verifikationen vorzunehmen. Sie tun dies mit einer hohen Wahrscheinlichkeit durch Eigenrecherche und Erfahrungsabgleich in den Online-Communities in den sozialen Medien. Herausfordernd ist, dass falsche oder irreführende Informationen auch dort existieren. Umso deutlicher wird in diesem Zusammenhang die fortwährende Notwendigkeit von Digital Streetwork.

Literatur

Allen, M., & Knepel, R. (Hrsg.). (2020). *Poetik und Poesie der Werbung*. transcript Verlag. www.transcript-verlag.de/978-3-8376-3826-4/poetik-und-poesie-der-werbung (20.11.2024).

DWDS – Digitales Wörterbuch der Deutschen Sprache. *Meme* (23.11.2024).

Encyclopaedia Britannica. www.britannica.com/topic/TikTok (04.12.2024).

Statista. (2023). *Anzahl der TikTok-Nutzer weltweit 2018 bis 2024*. Statista. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1356493/umfrage/anzahl-der-tiktok-nutzer-weltweit> (02.11.2024).

Statista. (2024). *The most spoken languages worldwide*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/266808/the-most-spoken-languages-worldwide> (06.11.2024).

Abbildungen

Abbildung 1: Facebook-Profile der arabisch- und rumänischsprachigen Projektmitarbeitenden (Screenshots)	4
Abbildung 2: Geschlechter- und Altersverteilung der Follower*innen der Neu in Berlin Pro-Facebook-Seite, n = 6.720	4
Abbildung 3: Das TikTok-Profil des Projektes (Screenshot)	5
Abbildung 4: Altersverteilung der Zielgruppe des Neu in Berlin Pro-TikTok-Profiles, n = 29.000	6
Abbildung 5: Beispiel einer Facebook-Gruppe (Screenshot)	7
Abbildung 6: Top-Beratungsthemen für das Jahr 2024, n = 646	9
Abbildung 7: Top 5 Beratungsthemen in der arabischsprachigen Community für das Jahr 2024, n = 179	10
Abbildung 8: Top 5 Beratungsthemen in der rumänischsprachigen Community für das Jahr 2024, n = 184	10
Abbildung 9: Top 5-Beratungsthemen in der russischsprachigen Community für das Jahr 2024, n = 145	11
Abbildung 10: Top 5-Beratungsthemen in der bulgarischsprachigen Community für das Jahr 2024, n = 51	11
Abbildung 11: Geschlechterverteilung der Ratsuchenden bei den erfassten Fragen für das Jahr 2024, n = 646	13
Abbildung 12: Verteilung nach Anonymität der Ratsuchenden bei den erfassten Fragen für das Jahr 2024, n = 646	14
Abbildung 13: Beispiel einer Informationsgrafik über das neue Staatsangehörigkeitsgesetz	15
Abbildung 14: Beispiele der mehrsprachigen Informationsgrafik-Reihe zum Grundgesetz.....	16
Abbildung 15: Das BEMA-Erklärvideo zum Arbeitszeitgesetz (Screenshot)	17
Abbildung 16: Beispiel eines Informationsvideos zur Chancenkarte (Screenshot)	17
Abbildung 17: Memes mit Verweis auf das Willkommenszentrum (Screenshot)	18
Abbildung 18: Meme zur Korrektur von Falschinformationen (Screenshot).....	19
Abbildung 19: Meme zu Anerkennung ausländischer Qualifikationen und Saisonarbeit (Screenshot)	19
Abbildung 20: Gedicht mit Verweis auf das Willkommenszentrum (Screenshot).....	20
Abbildung 21: Rollenspiel als Bekämpfung von Falschinformationen (Screenshot).....	20

Abbildung 22: Top 3 Beratungsthemen in der englisch- und französischsprachigen Community, n = 40	22
Abbildung 23: Frage aus der französischsprachigen Community	23
Abbildung 24: Beispiel einer Falschinformation	25
Abbildung 25: Feedback der Ratsuchenden	26
Abbildung 26: Feedback zur Informations- und Beratungsarbeit	27
Abbildung 27: Antwort auf die Frage, wie die von KI erhaltenen Falschinformationen berichtigt werden	29