



MIGRANTENSELBSTORGANISATIONEN ALS PARTNER BEI DER FACHKRÄFTEGEWINNUNG – EIN LEITFADEN FÜR ARBEITGEBER

Ministerium für Kinder, Familie,
Flüchtlinge und Integration
des Landes Nordrhein-Westfalen



ERFOLGSFAKTOR
INTERKULTURELLE
ÖFFNUNG
NRW STÄRKT VIELFALT



Multikulturelles
Forum e.V.

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	
Kenan Küçük	4
Vorwort	
Staatssekretärin Serap Güler	5
Einleitung	6
Migrantenselbstorganisationen	
Definition, Bedeutung und Herausforderungen	8
Nachwuchskräftegewinnung	
Welche Rolle können MSO einnehmen?	9
Vor der Kontaktaufnahme	
Wie bin ich intern aufgestellt?	10
MSO vor Ort	
Wie finde ich die richtige Ansprechperson?	12
Die Kontaktaufnahme	
Wie ist meine Ansprache?	13
Interesse wecken	
Argumente für die Mobilisierung	14
Das passende Format	
Welche Möglichkeiten gibt es?	15
Veranstaltungsplanung	
Worauf muss ich achten?	19
Nachhaltigkeit	
Wie verstetige ich die Kooperation?	22
Literatur / Interessante Links	24

VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,



in einer globalisierten Wirtschaft und vor dem Hintergrund tiefgreifender demografischer Entwicklungen gewinnt kulturelle Vielfalt in Unternehmen, Verwaltungen, Vereinen und Verbänden immer mehr an Bedeutung. Dass interkulturelle Öffnung einen wichtigen Erfolgsfaktor für die Zukunftsfähigkeit von Organisationen darstellt, ist in den Führungsetagen sowie bei Personalverantwortlichen längst Konsens. Vielmehr geht es in diesen Tagen um das „Wie“ von interkultureller Öffnung. Hier fallen die einzelnen Strategien und Instrumente je nach Branche, Größe, Finanzkraft und Unternehmenskultur sehr unterschiedlich aus.

Mit unserem Interkulturellen Wirtschaftspreis würdigen wir seit nunmehr 13 Jahren Unternehmen, die sich auf diesem Gebiet besonders stark engagieren. Ich bin immer wieder begeistert über die Entschlossenheit, Kreativität und Einsatzbereitschaft, die in diesem Zusammenhang sichtbar wird.

Auch das Multikulturelle Forum e.V. ist kontinuierlich darum bemüht, die eigene interkulturelle Öffnung voranzutreiben. Als erste Migrantenorganisation schlossen wir uns der Partnerinitiative des Landes NRW an und profitieren seitdem vom Wissenstransfer, der innerhalb des Netzwerks stattfindet.

Gleichzeitig sind wir davon überzeugt, dass auch wir im Rahmen unserer über 30-jährigen Arbeit auf den Gebieten der interkulturellen Bildung und Arbeitsmarktintegration, nicht zuletzt aber durch unsere vielseitigen Kooperationserfahrungen mit Unternehmen, arbeitsmarktpolitischen Akteuren, Kommunalverwaltungen und anderen Migrantenselbstorganisationen wichtige Impulse zur interkulturellen Öffnung liefern können.

Im Zuge einer Veranstaltung mit den Partnern der Landesinitiative im Frühjahr wurde u.a. auch das Problemfeld der Nachwuchskräfteakquisition von Menschen mit Einwanderungsgeschichte diskutiert und Migrantenselbstorganisationen als mögliche Unterstützer identifiziert. Dies nahmen wir zum Anlass, unsere Erfahrungen in diesem Bereich zu bündeln und den Partnern zur Verfügung zu stellen.

Das Ergebnis ist eine Handreichung für Arbeitgeber zur Initiierung und Verstärkung von Kooperationen mit migrantischen Vereinen, Netzwerken und Initiativen. Mit dieser Broschüre möchten wir Unternehmen und öffentliche Verwaltungen dazu ermutigen, auf Migrantenselbstorganisationen zuzugehen und sie aktiv am Prozess der Personalgewinnung zu beteiligen. Ich bin sicher, dass ihr Engagement auf diesem Gebiet Früchte tragen wird, und wünsche ihnen viel Erfolg.

Kenan Küçük
Geschäftsführer, Multikulturelles Forum e.V.

Liebe Leserinnen und Leser,

Interkulturelle Öffnung ist eine wichtige Grundlage für die Leistungsfähigkeit von Unternehmen, Behörden, Verbänden und Organisationen in unserer Einwanderungsgesellschaft und Voraussetzung für die Teilhabe und gelingende Integration von Menschen mit Einwanderungsgeschichte.

Kein anderes Bundesland ist so von Einwanderung geprägt wie Nordrhein-Westfalen. Über 25 Prozent der nordrhein-westfälischen Bevölkerung haben eine Einwanderungsgeschichte. Und die Prognosen gehen davon aus, dass die Zahl weiter steigen wird. Diese Entwicklung muss sich auch in modernen Verwaltungen, Unternehmen oder Verbänden widerspiegeln.

Hier ist der Anteil von Beschäftigten mit Einwanderungsgeschichte bisher jedoch deutlich geringer. Doch nicht nur unsere vielfältige Gesellschaft, sondern auch der demographische Wandel und der damit einhergehende zu erwartende Fachkräftemangel machen es notwendig, vorhandene Strukturen anzupassen.

Die Industrie- und Handelskammer NRW geht beispielsweise davon aus, dass in Nordrhein-Westfalen im Jahr 2030 etwa 570.000 Fachkräfte fehlen werden. Und die Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers hat in ihrer 2017 erschienenen Studie „Fachkräftemangel im öffentlichen Dienst“ prognostiziert, dass im Jahr 2030 in Deutschland 276.000 Verwaltungsfachleute und Büroangestellte im öffentlichen Dienst benötigt werden.

Es ist zu erwarten, dass die Nachwuchskräftegewinnung zukünftig Unternehmen, Behörden und Verbände gleichermaßen beschäftigen wird. Hier gilt es alle Potenziale zu nutzen.



Als Schlüssel, um insbesondere junge Menschen mit Einwanderungsgeschichte zu erreichen, gelten deren Eltern, die in der Regel die wichtigsten Ansprechpersonen ihrer Kinder bei Fragen rund um die Berufswahl sind. Durch eine intensivere Zusammenarbeit mit Migrantenselbstorganisationen, Elternverbänden und Moscheegemeinden kann es noch besser gelingen, die Jugendlichen und deren Eltern anzusprechen.

Diese Broschüre will helfen, Kooperationen mit örtlichen Migrantenselbstorganisationen erfolgreich aufzubauen und nachhaltig zu pflegen.

Viel Erfolg dabei wünscht

Serap Güler
Staatssekretärin für Integration im Ministerium für
Kinder, Familie, Flüchtlinge und Integration des Landes
Nordrhein-Westfalen

EINLEITUNG

In einer vielfältiger werdenden Gesellschaft, in der die Sprachen, Lebensentwürfe und kulturellen Deutungsmuster immer vielschichtiger werden, ist der Ansatz der interkulturellen Öffnung zu einem wichtigen Baustein des Fortbestands handlungsfähiger Institutionen geworden. Immer mehr Unternehmen, öffentliche Verwaltungen und Verbände reagieren auf die gesellschaftlichen Herausforderungen und passen ihre Angebote, Strukturen und Prozesse der wachsenden Vielfalt an. Die erfolgreiche Umsetzung von interkultureller Öffnung trägt entscheidend zur Sicherung von Wettbewerbsfähigkeit, Behördeneffizienz und Demokratie bei.

Dass alle Menschen ungeachtet ihrer sozialen und kulturellen Herkunft gleichberechtigten Zugang zu öffentlichen wie privaten Gütern und Dienstleistungen haben, ist nicht nur sozialpolitisch wünschenswert, sondern ökonomisch unabdingbar.

Auf der Suche nach gutem Personal können es sich Betriebe und öffentliche Verwaltungen angesichts der demografischen Veränderungen und dem damit einhergehenden Fachkräftemangel nicht leisten, auf bestimmte Bevölkerungsgruppen zu verzichten. Gerade Menschen mit Einwanderungsgeschichte bringen wichtige Potenziale in die Organisation ein. Interkulturelles Wissen, Mehrsprachigkeit oder besonderes Verständnis für die Bedarfe zugewanderter Menschen sind in der heutigen Arbeitswelt wichtiger denn je. Zudem belegen Studien, dass vielfältig zusammengesetzte Teams leistungstärker sind, weil sie z.B. vielseitigere Betrachtungsweisen zur Ideenentwicklung oder auch zur Problemlösung einbringen (vgl. *McKinsey Studie, 2018 oder Bertelsmann-Studie, 2018*).

Trotz vermehrter Anstrengungen auf dem Gebiet der interkulturellen Personalgewinnung äußern viele Arbeitgeber weiterhin Optimierungsbedarf. Das Blickfeld von Jugendlichen in Bezug auf mögliche Ausbildungsberufe ist häufig auf wenige Berufsfelder beschränkt. Bei Menschen

mit Einwanderungsgeschichte ist dieses Phänomen noch stärker ausgeprägt (vgl. *Beicht/2012*). Ob fehlende Kenntnisse über die Vielfalt an Ausbildungsmöglichkeiten, Mangel an persönlichen Bezügen zu bestimmten Branchen oder Diskriminierungserfahrungen im eigenen Umfeld: Die Gründe hierfür sind vielfältig.

Mehr denn je müssen Arbeitgeber heutzutage innovative und proaktive Wege finden, um insbesondere junge Menschen für den eigenen Betrieb oder die eigene Behörde zu begeistern.

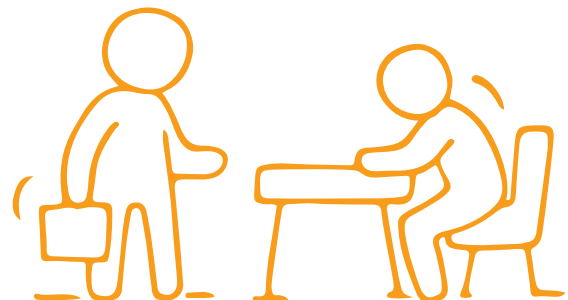
Junge Menschen müssen dort erreicht werden, wo sie ihre Lebensmittelpunkte haben. Neben Schulen und anderen öffentlichen Einrichtungen sind dies vor allem Vereine und das eigene Elternhaus. Eine besondere Rolle spielen dabei die Einflüsse von Gleichaltrigen (die sogenannte Peer-group), aber auch die der Verwandten, insbesondere der Eltern. Auch sie müssen bei Ansätzen der Personalgewinnung mitgedacht werden.

Das richtige Format der Ansprache ist ebenfalls von Bedeutung. Mit monotonen Powerpoint-Vorträgen weckt man schwerlich die gewünschte Aufmerksamkeit. Erforderlich sind kurzweilige und authentische Formen der Ansprache und Informationsvermittlung. Der Unterhaltungsfaktor darf dabei nicht zu kurz kommen, ebenso wenig der Grad an Identifikation mit dem gewählten Medium.

Nicht zuletzt entscheiden Inhalte darüber, ob sich der oder die Einzelne angesprochen fühlt. Unternehmen und Behörden müssen sich als interessante Arbeitgeber präsentieren, bei denen nicht nur das Gehalt, sondern auch Karrieremöglichkeiten und Arbeitsatmosphäre stimmen. Sie müssen überzeugend darlegen, warum der oder die Einzelne unverzichtbar für die Organisation ist, und dass ihnen ungeachtet ihres kulturellen Hintergrunds Wertschätzung zuteil wird.

Immer mehr Betriebe, Verbände und öffentliche Verwaltungen erwägen zum Zweck einer multikulturellen Personalgewinnung eine Kooperation mit Initiativen, Netzwerken oder Vereinen von Migrantinnen und Migranten. Manche zögern jedoch, weil sie keine entsprechende Organisation kennen oder weil ihre Kontaktsuche nicht den erwünschten Erfolg erbracht hat.

Die folgende Handreichung soll Hilfestellungen zur Auswahl geeigneter Ansprechpersonen, zur angemessenen Kontaktaufnahme, zu Kooperationsmöglichkeiten sowie zur Verstärkung von Partnerschaften geben. Es wurde auf ein angemessenes Verhältnis aus praxisnahen Empfehlungen und der Vermeidung unangebrachter Pauschalaussagen geachtet. Denn: So wie es in unserer Gesellschaft nicht „die Migranten“ gibt, so gibt es natürlich auch nicht „die Migrantenselbstorganisation“. Diesen Aspekt gilt es sich als Leserin und Leser stets zu vergegenwärtigen.



DEFINITION, BEDEUTUNG UND HERAUSFORDERUNGEN

Als „Migrantenselbstorganisationen“ oder auch „Migrantenorganisationen“ bezeichnet man in Deutschland Zusammenschlüsse, „die überwiegend von Zugewanderten gegründet wurden und deren Mitglieder überwiegend Migrantinnen und Migranten sind“ (BAMF 2011, S. 4). Entstanden sind Migrantenselbstorganisationen (im Folgenden als MSO abgekürzt) im Laufe der über 60-jährigen Einwanderungsgeschichte der Bundesrepublik vor allem aus dem Bedürfnis heraus, die gesellschaftliche Teilhabe von zugewanderten Menschen zu erhöhen.

Die Vereine, Verbände, Gruppen oder Netzwerke weisen eine sehr große Heterogenität im Hinblick auf Aufgaben und Ziele, Größe oder Organisationsgrad auf.

Sie können sich im Jugendbereich ebenso wie in der Erwachsenenbildung betätigen. Sie können sportlich aktiv sein, Sprachkurse anbieten oder Kinder in schulischen Belangen unterstützen. Manche MSO sind stark auf das Herkunftsland ihrer Mitglieder fokussiert. Immer mehr Organisationen engagieren sich jedoch auf ganz unterschiedliche Weise für die hiesige Gesellschaft, zumal sie sich längst nicht mehr auf einen bestimmten Kulturkreis beziehen, sondern multikulturell ausgerichtet sind.

Auch ihre strukturellen Voraussetzungen und personellen Kapazitäten sind sehr verschieden. Häufig handelt es sich um rein ehrenamtlich geführte Vereine mit wenig personellen und finanziellen Ressourcen, nicht selten aber umso größerer Motivation und Einsatzbereitschaft. Andere MSO haben sich inzwischen zu professionellen Dienstleistern weiterentwickelt, etwa auf dem Gebiet der (Weiter-)Bildung oder als Jugendhilfeträger. In der sozialen Arbeit agieren sie längst auf Augenhöhe mit etablierten Vereinen der freien Wohlfahrtspflege. Gleichwohl sie geringere finanzielle Spielräume aufweisen, kaum in Strukturen der Regelfinanzierung eingebunden sind und

stark von (befristeten) Drittmitteln abhängig sind, werden MSO in den Kommunen immer häufiger von Institutionen wie Schule, Jobcenter, Jugendamt oder Polizei als Partner wahrgenommen.

MSO decken die Bedürfnisse bestimmter Bevölkerungsgruppen häufig besser ab als etablierte Regeldienste.

Dies betrifft mitnichten nur kulturelle oder religiöse Aspekte. Auch auf dem Gebiet der Bildung, Beratung, der Quartiers- oder Elternarbeit erweisen sich MSO in ihrer Brückenfunktion zwischen Eingewanderten und einheimischer Bevölkerung als wichtige Akteure. Sie „kennen die spezifischen Bedürfnisse ihrer Einwanderer-Communities am besten, genießen deren Vertrauen und spielen eine große Rolle bei der Meinungsbildung ihrer Mitglieder“ (DPWV Gesamtverband, 2012, S. 3). Darüber hinaus sorgen sie für Vernetzung zwischen ihrer Community und der Politik, Verwaltung und Wirtschaft vor Ort.

Auch auf Landesebene sind MSO inzwischen wichtige Partner für eine erfolgreiche Integrationspolitik. Durch verschiedene Ansätze unterstützt die Landesregierung deshalb den Organisations- und Professionalisierungsprozess von MSO, beispielsweise durch Starthilfen, Projektförderung sowie durch die Förderung von Vernetzungs-, Beratungs- und Qualifizierungsangeboten.

 mkffi.nrw/migrantenselbstorganisationen

WELCHE ROLLE KÖNNEN MSO EINNEHMEN?

Für Arbeitgeber gibt es verschiedene Möglichkeiten, MSO als Partner für die eigene Nachwuchskräftegewinnung miteinzubeziehen. Eine Möglichkeit besteht in der **GEZIELTEN VERBREITUNG VON INFORMATIONEN**. So können z.B. allgemeine Stellenausschreibungen in den Räumlichkeiten der Organisation ausgehängt, in Rundmails und sozialen Netzwerken verbreitet oder bei vereinsinternen Zusammenkünften beworben werden. Der Aufwand ist zwar gering, setzt aber eine gute Beziehung im Vorfeld voraus. Ohne ein gewisses Maß an Vertrauen und Identifikation wird die Organisation schwerlich bereit sein, diese Rolle zu übernehmen.



Um die Resonanz auf Seiten der Zielgruppe zu erhöhen, ist es ratsam, **ZIELGRUPPENSPEZIFISCHE MEDIEN** einzusetzen. Werbeplakate oder Broschüren können die Attraktivität des Arbeitgebers erhöhen, sofern ansprechende Bildmotive, Schriftarten, Farben, Sprachstile und Inhalte gewählt werden. Impliziert z.B. die Botschaft auf dem Plakat, dass der Arbeitgeber auch – oder gerade – Menschen mit Einwanderungsgeschichte sucht oder dass im Betrieb eine vielfältige Arbeitskultur gelebt wird, erhöht dies die Bereitschaft, sich auf die Stelle zu bewerben. Mehrsprachigkeit empfiehlt sich vor allem für die Ansprache der Eltern, die eine wichtige Rolle bei der Berufswahl ihrer Kinder spielen. MSO können bei der Erstellung oder Verbreitung dieser Medien einen aktiven Part einnehmen.



Um die Bindung einer MSO zu einem Arbeitgeber nachhaltig zu erhöhen, empfiehlt es sich, einzelne Mitglieder als **MULTIPLIKATORINNEN** zu gewinnen. Dies kann ein Mitglied aus dem Vorstand oder der Geschäftsführung sein, weil es über ein hohes Ansehen verfügt und für mehr Verbindlichkeit in der Umsetzung sorgen kann. Auch jüngere Mitglieder kommen in Frage, weil sie als Gleichaltrige einen besseren Zugang zur Zielgruppe haben. In bestimmten Vereinen gibt es spezifische Gremien wie z.B. Frauenvorstände, die ebenfalls aktiv eingebunden werden können.



Einen größtmöglichen Anspracheeffekt erzielt ein Arbeitgeber durch eine **GEMEINSAME VERANSTALTUNG** mit der MSO. Ob Elternabende, Bewerbungstrainings, Kennenlernische oder Betriebsbesichtigungen, die Möglichkeiten sind vielfältig und hängen von der Kreativität und den Kapazitäten auf beiden Seiten ab. Ihr Erfolg hängt aber entscheidend davon ab, ob die MSO sowohl bei der Planung als auch bei der Durchführung als Partner auf Augenhöhe wahrgenommen wird und ob ihre strukturellen Herausforderungen ebenso wie ihre spezifischen Interessen berücksichtigt werden.



Vor der Kontaktaufnahme

WIE BIN ICH INTERN AUFGESTELLT?

Bevor es zur Kontaktaufnahme zu einer MSO kommt, sollte sich der Arbeitgeber zunächst mit der internen Beschaffenheit und der eigenen Außenwirkung beschäftigen. Das Wissen über die eigenen interkulturellen Ressourcen, der Grad an betrieblicher Offenheit gegenüber Vielfalt und nicht zuletzt die öffentlichkeitswirksame Darstellung sind wichtige Erfolgsfaktoren für die multikulturelle Personalgewinnung.



Folgende Aspekte spielen in diesem Zusammenhang eine Rolle:



Wie (kulturell) vielfältig ist der Betrieb schon jetzt?

Möglicherweise verfügt der Arbeitgeber bereits über Beschäftigte, die aufgrund ihres kulturellen Hintergrundes oder ihrer sprachlichen Kompetenzen den Zugang zu bestimmten MSO erleichtern. Es erweist sich ferner als Vorteil, wenn man die Zielgruppe mit konkreten Zahlen, Fakten oder Geschichten versorgen kann. Idealerweise können bestimmte Personen auch gezielt vorgestellt werden, was die Authentizität gegenüber der Zielgruppe erhöht.



Verfügt der Betrieb über eine diversitätssensible Betriebskultur?

Unterstützt die Geschäftsführung aktiv den Prozess der interkulturellen Öffnung, sollte dies auch durch öffentliche Aussagen belegbar sein. Auch ein entsprechendes Leitbild kann die Entschlossenheit des Betriebes oder der Behörde unterstreichen. Ferner kann sich eine offene Betriebskultur durch innerbetriebliche Aktionen (Exkursionen, Kulturevents etc.) zeigen. Entsprechende Berichte und Bildmaterialien können dies gegenüber der Zielgruppe verdeutlichen.



Ist die (kulturelle) Vielfalt von außen sichtbar?

Welche Bilder, Geschichten oder Statements befinden sich auf der Internetseite, in sozialen Medien oder in Printmedien wie Flyern, Plakaten oder Image-Broschüren der Arbeitgebers? Entsprechende Erfolgsbeispiele sollten offen nach außen kommuniziert werden.



Verfügen die Mitarbeitenden über interkulturelle Kompetenzen?

Mit interkultureller Kompetenz ist die Fähigkeit gemeint, handlungssicher mit interkulturellen Situationen, Begegnungen und Interaktionen umzugehen. Durch entsprechende Schulungen können Mitarbeitende lernen, Einstellungen und Verhaltensweisen besser zu reflektieren, Empathie für das Gegenüber zu entwickeln und mit Widersprüchlichkeiten adäquat umzugehen. Die Kommunikation gestaltet sich effizienter, der Wirkungskreis vergrößert sich und die Ansprache von MSO und ihrer Mitglieder verbessert sich.



Wie werden Potenziale und Ressourcen von Menschen mit Einwanderungsgeschichte in der Organisation wertgeschätzt?

Schon bei der Personalgewinnung kann der Betrieb oder die Verwaltung darauf hinweisen, dass bestimmte Kompetenzen gezielt gesucht werden und auch im Auswahlverfahren positive Berücksichtigung finden. Hiermit sollte offensiv geworben werden, da es die Zielgruppe zusätzlich motiviert, sich für den jeweiligen Arbeitgeber zu entscheiden.



Gibt es personelle Kapazitäten und zeitliche Flexibilität?

Dem Arbeitgeber sollte bewusst sein, dass ehrenamtlich organisierte MSO wenig Zeit für zusätzliche Aufgaben haben und sich in der Regel am Abend oder am Wochenende engagieren. Dies erfordert auf Seiten des Arbeitgebers die Bereitschaft, die Federführung für entsprechende Koordinierungs- und Unterstützungsaufgaben zu übernehmen, vor allem aber, sich zwecks Kontaktaufnahme, Planungsgespräche und nicht zuletzt für die Durchführung außerhalb der regulären Arbeitszeiten zu engagieren.

WIE FINDE ICH DIE RICHTIGE ANSPRECHPERSON?

Vor der Kontaktaufnahme sollte sich ein Arbeitgeber erkundigen, welche MSO für den anvisierten Zweck als geeignet erscheint. Innerhalb der vielfältigen Landschaft von MSO dürfte es in keiner Kommune schwierig sein, eine passende Organisation zu finden. Grundsätzlich gilt: Ist eine MSO bereits im bildungs- oder arbeitsmarktpolitischen Bereich aktiv, verfügt sie über eine angemessene Größe und/oder beschäftigt hauptamtliches Personal, ist die Kooperation einfacher. Trotzdem gibt es viele kleinere Organisationen, die mit ihrem hohen Maß an Engagement strukturelle Nachteile kompensieren.

Entscheidend ist vielmehr, dass MSO integrativ tätig und interkulturell offen sind, Interesse am Thema haben, die Zielgruppe erreichen, über gewisse Räumlichkeiten oder finanzielle Strukturen verfügen, eine nennenswerte Mitgliederzahl aufweisen und verfassungsrechtlich unproblematisch sind. Für die Suche nach der geeigneten Organisation empfehlen sich grundsätzlich zwei Vorgehensweisen: Die Nutzung der kommunalen Infrastruktur oder der Zugang über Dachverbände.



KOMMUNALE INFRASTRUKTUR

Um wichtige Schlüsselakteure vor Ort zu identifizieren, eignet sich gerade in Nordrhein-Westfalen die Nutzung kommunaler Institutionen. In den Kommunen bestehen etablierte Netzwerkstrukturen und langjährige Kooperationserfahrungen. MSO sind hier schon seit vielen Jahren wichtige Partner erfolgreicher Integrationsarbeit.

INTEGRATIONSAGENTUREN

Seit 2007 haben sich inzwischen 189 Integrationsagenturen in ganz NRW gegründet. Träger der Agenturen sind die Spitzenverbände der Freien Wohlfahrtspflege in Nordrhein-Westfalen (Arbeiterwohlfahrt, Caritas, Der Paritätische, Diakonisches Werk, Deutsches Rotes Kreuz und Jüdische Gemeinden). In Integrationsagenturen arbeiten Fachkräfte in den Feldern „Interkulturelle Öffnung von Diensten und Einrichtungen“, „Sozialraumorientierte Arbeit“, „Förderung des bürgerschaftlichen Engagements von und für Menschen mit Zuwanderungsgeschichte“ sowie „Antidiskriminierung“. Unter dem Dach des Paritätischen in NRW sind MSO zum Teil selbst Träger von Integrationsagenturen. Eine Kontaktliste aller bestehender Integrationsagenturen ist im Internet zu finden unter:

www.integrationsagenturen-nrw.de.

KOMMUNALE INTEGRATIONSZENTREN

In allen 54 Kommunen Nordrhein-Westfalens gibt es darüber hinaus Kommunale Integrationszentren, die den jeweiligen Kommunalverwaltungen der Kreise und kreisfreien Städten zugeordnet sind. Ihr Schwerpunkt liegt vor allem im Bildungsbereich vom Kindergarten bis zum Übergang Schule-Beruf, worunter u.a. der Bereich der Elternarbeit zählt. Außerdem sind sie in der Regel bestens mit den MSO vor Ort vernetzt und kennen ihre Strukturen und inhaltlichen Ausrichtungen sehr genau. Eine Übersicht über bestehende Kommunale Integrationszentren einschließlich Kontaktdaten bietet die landesweite Koordinierungsstelle (LaKI) im Internet unter: www.kommunale-integrationszentren-nrw.de.



DACHVERBÄNDE

Einige MSO sind in verschiedenen Verbänden und Zusammenschlüssen auf Bundes- oder Landesebene organisiert. Diese fungieren als deren Interessensvertreter und bieten verschiedene Beratungs- und Qualifizierungsleistungen an. Auch sie können Kontakte zu örtlichen MSO herstellen und ggf. orts- oder vereinsübergreifende Kooperationen initiieren.

VERBÄNDE UND ZUSAMMENSCHLÜSSE AUF BUNDESEBENE

Die meisten MSO gehören dem Deutschen Paritätischen Wohlfahrtsverband an. Er ist Dachverband von über 10.000 eigenständigen Organisationen, Einrichtungen und Gruppierungen im Sozial- und Gesundheitsbereich, viele davon aus dem Migrationsbereich. Um diesen eine eigenständige Stimme im Verband zu geben, fördert der Verband die Arbeit des Forums der Migrantinnen und Migranten im Paritätischen, ein Netzwerk aus über 200 MSO:

www.der-paritaetische.de/schwerpunkte/migration/forum-der-migrantinnen-und-migranten

Bereits seit 1985 existiert die Bundesarbeitsgemeinschaft der Immigrant*innenverbände in Deutschland e.V. (BAGIV), ein multinational ausgerichteter Verband, dem wiederum 13 Verbände aus 11 Nationen angehören: www.bagiv.de

Ebenfalls bundesweit organisiert ist das Netzwerk „Neue deutsche Organisationen“, das aus rund 100 Vereinen, Organisationen und Projekten besteht:

www.neuedeutsche.org

Der Bundesverband Netzwerke von Migrantenorganisationen e.V. (NEMO) versteht sich als übergreifender Verband aus verschiedenen örtlichen Netzwerken, dem sich bis heute mehr als 530 MSO in 14 Städten angeschlossen haben, aktuell auch in Bielefeld, Dortmund, Düsseldorf und Neuss: www.bv-nemo.de

Darüber hinaus gibt es frauenspezifische Verbände wie den Dachverband der Migrantinnenorganisationen – DaMigra (www.damigra.de) sowie fachspezifische Verbände wie bspw. der Verband für interkulturelle Wohlfahrtspflege, Empowerment und Diversity e.V. (VIW), der sich im Besonderen für die interkulturelle Öffnung in der Wohlfahrtspflege einsetzt (www.viw-bund.de)

VERBÄNDE AUF LANDESEBENE

Das „Elternnetzwerk NRW – Integration miteinander e.V.“ ist ein Zusammenschluss aus Vereinen und Institutionen von Eltern mit Einwanderungsgeschichte. Mit rund 300 MSO aus mehr als 50 unterschiedlichen Herkunftsländern ist es die größte Dachorganisation von MSO in Nordrhein-Westfalen und anerkannter Elternverband:

www.elternnetzwerk-nrw.de

Beim Paritätischen Wohlfahrtsverband NRW angesiedelt ist eine Fachberatung für MSO. Ihre Aufgabe ist es, MSO zu qualifizieren, untereinander zu vernetzen und sie dabei zu unterstützen, ihre Leistungen auszuweiten. Dieses Angebot richtet sich nicht nur an Organisationen des Paritätischen, sondern auch an Nichtmitglieder:

www.paritaet-nrw.org/soziale-arbeit/themen/migration/migrantenselbsthilfe



Die Kontaktaufnahme

WIE IST MEINE ANSPRACHE?

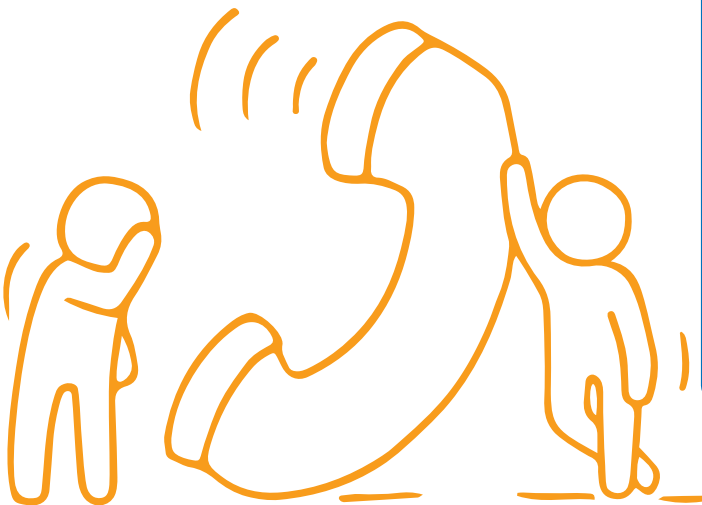
Idealerweise konnten die lokalen Partner oder der Dachverband eine Einschätzung dazu geben und einen Erstkontakt vermitteln. Ist dies nicht der Fall, empfiehlt es sich, zunächst eine (möglicherweise hauptamtlich beschäftigte) Geschäftsführung ausfindig zu machen. Größere MSO verfügen unter Umständen auch über hauptamtliches Projekt- oder Fachpersonal, der Kontakt mit der Geschäftsführung sollte aber zusätzlich gesucht werden, um dem Vorhaben mehr Verbindlichkeit und Unterstützung zu verleihen. Bei ehrenamtlich geführten Vereinen sollte mindestens ein Vorstandsmitglied involviert werden. Als Erstkontakt empfiehlt sich die telefonische oder die Direktansprache vor Ort.

Bei ehrenamtlich geführten MSO sollte die Kontaktaufnahme eher außerhalb der regulären Bürozeiten erfolgen, da die Ansprechperson vermutlich ebenfalls berufliche Verpflichtungen hat.

Grundsätzlich wird sich die MSO offen zeigen, aber möglicherweise erkennt sie nicht sofort die Absicht des Arbeitgebers, weil sie bislang keine Berührungspunkte mit Arbeitgebern auf diesem Gebiet hatte. Es kann aber auch das Gegenteil der Fall sein: Teilweise werden MSO als (kostengünstige) Beschaffer von Informationen oder Teilnehmenden missbraucht, ohne dass ihnen im Gegenzug eine angemessene Unterstützung oder Mitbestimmung zugestanden wird. Zögerliche Reaktionen sollten daher in Kauf genommen und Missverständnisse zeitnah ausgeräumt werden.

Aus den genannten Gründen lassen sich einige Empfehlungen für das Kontaktgespräch ableiten:

- ✓ Verdeutlichen Sie zu Beginn des Gesprächs, dass Ihnen die entsprechende Organisation von kommunaler bzw. verbandlicher Seite empfohlen wurde. Nennen Sie den Namen der Vermittlerin / des Vermittlers.
- ✓ Artikulieren Sie Ihr Anliegen abstrakt und mit wenigen, einfachen Worten. Überfallen Sie Ihr Gegenüber nicht gleich mit Wünschen, Ideen oder Umsetzungsvorschlägen.
- ✓ Schlagen Sie ein persönliches Gespräch vor Ort vor, um Näheres zu erläutern. Erst dann sollten genauere Kooperationen ausgelotet und erste Vereinbarungen getroffen werden.
- ✓ Machen Sie bereits im Erstgespräch klar: Sie möchten mit der Organisation auf Augenhöhe kooperieren. Ihr Gegenüber wird gleich zu Beginn der Planung beteiligt, der Organisation wird kein vorgefertigtes Konzept übergestülpt.



ARGUMENTE FÜR DIE MOBILISIERUNG

Auch für den weiteren Verlauf der Gespräche sollte den Aspekten „Vertrauen“, „Wertschätzung“ und „Augenhöhe“ hohe Bedeutung beigemessen werden. Hinzu kommt, dass die MSO nicht „überredet“ werden sollte, sondern der Kooperation aus eigener Motivation heraus zustimmt. Der Arbeitgeber sollte seine Ziele verdeutlichen, besonders aber die gemeinsamen Interessen sowie den Mehrwert für beide Seiten darlegen:

+ Arbeitgeber setzt auf kulturelle Vielfalt

- Wir möchten, dass vielfältige Menschen bei uns arbeiten, damit wir noch bessere Produkte/Dienstleistungen anbieten können...
- Wir möchten zeigen, dass jeder bei uns willkommen ist, gleich welcher Herkunft, ob als KundIn, Ratsuchende/r oder Mitarbeitende...
- Unsere KundInnen sind vielfältig, das soll sich auch in unserer Belegschaft widerspiegeln...

+ Organisation erhält Zugang zu Netzwerken und Fördermöglichkeiten

- Wir stellen Ihnen gerne eine Kooperationsbescheinigung/ein Referenzschreiben aus...
- Wir empfehlen Sie gerne innerhalb unserer Netzwerke weiter...
- Bei der Jahresspende unseres Unternehmens berücksichtigen wir Ihren Verein gerne als möglichen Empfänger...

+ Bevölkerungsgruppe wird sichtbarer

- Sie tragen dazu bei, dass mehr Menschen aus verschiedenen Kulturkreisen Karriere bei uns machen...
- Sie tragen dazu bei, dass das (falsche) Bild über bestimmte Bevölkerungsgruppen positiver wird...
- Sie tragen dazu bei, dass Barrieren und Ausgrenzungserfahrungen schrittweise beseitigt werden...

+ Imagegewinn für die Organisation

- Sicherlich wollen sich dann auch andere Menschen bei Ihnen engagieren...
- Sie werden öffentlich gewürdigt, z.B. durch einen Auftritt mit der Geschäftsführung/Behördenleitung...
- Wir sorgen dafür, dass Ihr Verein in die Presse kommt...

+ Organisation profitiert von Kompetenzen

- Das (handwerkliche/betriebswirtschaftliche/verwaltungsrechtliche etc.) Know-how unserer Beschäftigten kann sich Ihr Verein schließlich auch zunutze machen...
- Sie leisten damit wichtige Pionierarbeit, für die sich sicherlich auch andere Arbeitgeber interessieren...
- Wir können das gerne in Zukunft wiederholen/ausweiten...

+ Organisation erhält Unterstützung durch Finanz- oder Sachmittel

- Sie erhalten / Ihr Personal erhält eine angemessene Aufwandsentschädigung...
- Wir übernehmen die Kosten für Bewirtung, Anfahrt, Briefporto etc...
- Wir stellen kostenlose Räumlichkeiten zur Verfügung...

Eine offene und frühzeitige Kommunikation darüber, was sich beide Seiten wünschen, welche Aufgaben die MSO selbstbestimmt leisten und an welchen Stellen der Arbeitgeber für Entlastung sorgen kann, ist das A und O einer gelungenen Kooperation. Hierfür sollte der Arbeitgeber ausreichend Zeit einplanen, denn wenn an dieser Stelle Unstimmigkeit fortbesteht, gefährdet dies das gesamte Vorhaben.

WELCHE MÖGLICHKEITEN GIBT ES?

Es gibt eine ganze Reihe von Möglichkeiten, Veranstaltungen zum Zwecke der Personalgewinnung durchzuführen. Für die Praxis empfehlen sich Kombinationen aus folgenden Formaten:



INFOABENDE

Ein klassischer Ansatz der Personalwerbung ist die Ausrichtung einer Informationsveranstaltung. Sie sollte gut vorbereitet sein, damit sie auch die Interessen und Bedarfe der Zielgruppe bedient. Die Wahl der zielgruppengerechten Sprache und Rhetorik, authentischen Inhalte und Bildelemente spielt dabei eine große Rolle. Der Arbeitgeber sollte sich im Vorfeld überlegen, an wen genau sich die Infoveranstaltung richtet. Sollen vor allem Eltern damit angesprochen werden, ist es eventuell ratsam, eine Übersetzerin bzw. einen Übersetzer vor Ort zu haben. Richtet sich die Veranstaltung an junge Menschen, sollten verstärkt interaktive Medien eingesetzt werden. Gegebenenfalls sind spezielle Veranstaltungen für Frauen von Vorteil, um eine möglichst offene und vertraute Atmosphäre zu gewährleisten. Die Ansprechperson in der MSO kann zu diesen Aspekten eine gute Einschätzung geben und sollte unbedingt in die Vorbereitungen eingebunden werden.



BETRIEBSBESICHTIGUNGEN

Anstatt die Räumlichkeiten der MSO zu nutzen, kann der Arbeitgeber die Zielgruppe auch zu sich in den Betrieb oder die Behörde einladen. Diese Variante büßt zwar ein gewisses Maß an Niedrigschwelligkeit ein, kann aber durchaus die Attraktivität der Veranstaltung erhöhen. Die Teilnehmenden können mögliche (Ausbildungs-)Berufe „live“ kennenzulernen und bekommen einen authentischen Einblick in den Betriebsalltag. Unbedingt sollten Betriebsbesichtigungen durch eine Bezugsperson der MSO mit vorbereitet und begleitet werden. Selbst wenn der Aufwand nur für eine begrenzte Zahl an Teilnehmenden praktikabel ist, sollte diese Möglichkeit aufgrund ihrer größeren Wirkung in Betracht gezogen werden. Denn als MultiplikatorInnen kann die kleinere Gruppe ihre Eindrücke mit FreundInnen, Bekannten und Verwandten teilen und den Wirkungskreis somit erhöhen.



Um die Erfolgschancen von Veranstaltungen zu erhöhen, sollten bestimmte Vorkehrungen im Vorfeld getroffen werden: Ort und Zeit sollten so niedrigschwellig wie möglich gehalten werden. Idealerweise findet die Veranstaltung in den Räumlichkeiten statt, welche die MSO auch für andere vereinsbezogene Zwecke nutzt. Zeitlich eignen sich am ehesten die frühen Abendstunden, wobei auch hier Schwierigkeiten aufgrund familiärer Verpflichtungen nicht auszuschließen sind. Als günstig erweisen sich Termine im Anschluss oder im Vorfeld anderer vereinsbezogener Anlässe.



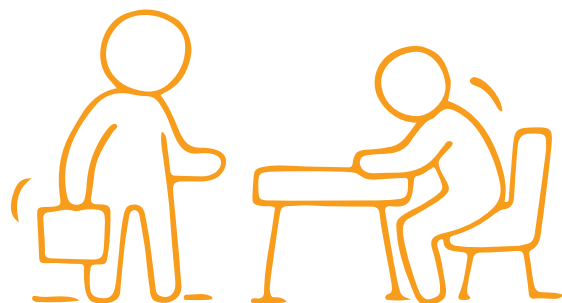
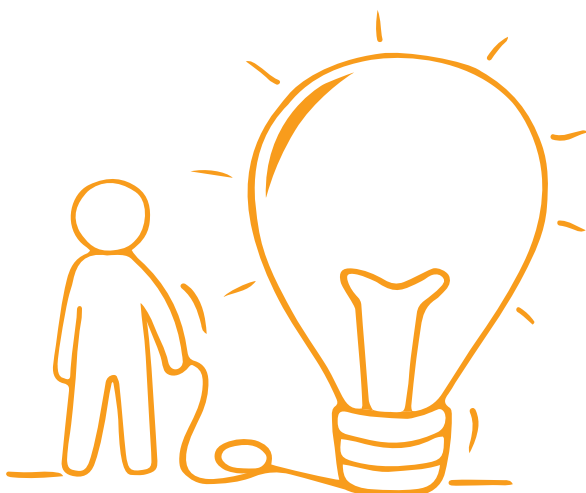
SCHNUPPERANGEBOTE

„Probieren geht über Studieren“, egal ob vor Ort im Betrieb oder in den Vereinsräumlichkeiten. Durch praktisches Erkunden erhalten junge Menschen einen noch besseren Eindruck vom Berufsfeld als durch Vorträge oder Dialogformate. Ein Gastronomiebetrieb kann zum gemeinsamen Kochen einladen, ein Maler- und Lackierbetrieb einen Kunstworkshop anbieten, ein Chemielabor Experimente anleiten. Auch Dienstleistungsberufe können mit kreativen Rollenspielen ihren Berufsalltag angemessen widerzugeben. Je höher der Unterhaltungsfaktor, desto größer die Resonanz auf Seiten der Zielgruppe. Idealerweise entstehen im Rahmen dieses Formats sogar nachhaltige Ergebnisse wie Kochrezepte, bunte Wände oder selbstgemachte Kosmetikprodukte, was die langfristige Wirkung sogar noch steigert.



BEWERBUNGSTRAININGS

Wie formuliere ich ein Bewerbungsschreiben? Was gehört in meine Bewerbungsmappe? Wie verhalte ich mich im Vorstellungsgespräch? Fragen wie diesen muss sich jede/r Arbeitsuchende früher oder später stellen. Niemand kann sie dabei besser unterstützen als Arbeitgeber. Es liegt also nahe, sich auf diesem Gebiet zu engagieren, gerade mit Blick auf junge Menschen mit Zuwanderungsgeschichte, die häufiger mit Unsicherheiten konfrontiert sind als Gleichaltrige ohne Migrationshintergrund. Gleichzeitig bietet es dem Arbeitgeber eine gute Gelegenheit, auf Karrieremöglichkeiten im eigenen Betrieb oder der eigenen Behörde aufmerksam zu machen.





FREIZEIT-EVENTS

Ob Fußballturnier, Kanutour, Filmprojekt oder Hip Hop-Workshop, je höher der Spaßfaktor, desto größer die Teilnahmebereitschaft. Sofern der Arbeitgeber damit verbundene Finanzaufwendungen rechtfertigen kann, fungiert dieser Ansatz als ideales „Lockmittel“ für die Zielgruppe. Zudem erhöht es natürlich auch das Image des Betriebs oder der Behörde um ein Vielfaches. Das Event sollte dann aber auch durch gezielte Personalwerbung flankiert werden. Das Sportevent kann z.B. mit passenden Trikots versorgt werden, auf denen Name, Logo des Arbeitgebers sowie ein Bewerbungsaufwurf mit dazugehöriger Internetadresse platziert sind. Oder es werden je nach Event Give-Aways wie Schweißbänder, Kugelschreiber, Blöcke oder USB-Sticks mit entsprechender Botschaft verteilt.



Als Vorteil erweist es sich, wenn Mitarbeitende oder Auszubildende mit eigener Einwanderungserfahrung aktiv eingebunden werden. Denn es kommt nicht nur darauf an, was vermittelt wird, sondern auch, wer das tut. Persönliche Geschichten, Portraits und Autobiografien bleiben in der Regel besser haften als Zahlen oder Fakten. Bei mehr als einer Person mit entsprechender Authentizität empfiehlt sich zum Beispiel eine moderierte Talkrunde, bei der sich die Beteiligten über schulische und familiäre Hintergründe, ihre Motivation zur Berufswahl und ihre beruflichen Erfahrungen austauschen. Anschließend sollten die Teilnehmenden ausreichend Möglichkeit für individuelle Fragen erhalten.



ÜBERGREIFERENDE KOOPERATIONEN

Für größere Betriebe oder Behörden eignen sich auch Formate, welche die Vielfalt an Arbeits- und Ausbildungsmöglichkeiten gebündelt abbilden. Bei einem Markt der Möglichkeiten werden beispielsweise verschiedene Arbeitsbereiche wie auf einem Marktplatz präsentiert. VertreterInnen der einzelnen Fachgebiete stellen hierbei ihre Produkte oder Dienstleistungen vor und stehen für individuelle Fragen zur Verfügung. Die Teilnehmenden teilen sich in Kleingruppen auf und beschäftigen sich je nach Format parallel oder nacheinander mit den verschiedenen Arbeitsbereichen. Durch Kooperationen mit anderen Betrieben oder Behörden können auch kleinere Arbeitgeber den Ansatz realisieren. Ggf. sollten hierfür auch mehrere MSO am Vorhaben beteiligt werden. Auch Speed-datings sind bei Kooperationen mit mehreren Akteuren eine gute Möglichkeit, arbeits- oder ausbildungssuchende Menschen mit Arbeitgebern zu vernetzen. Das Format vermittelt schnelle und unkomplizierte Gespräche zwischen beiden Seiten und hat sich im Rahmen von Großveranstaltungen wie beispielsweise Ausbildungsmessen bewährt. Mehrere Arbeitgeber können sich zudem zusammenschließen und eine Bustour durch mehrere Betriebe für die Mitglieder der MSO anbieten. Dies untermauert die Vielfalt an Ausbildungsmöglichkeiten und lockt mehr Interessierte an.



WORAUF SOLLTE ICH ACHTEN?

Von ersten Vorüberlegungen bis zur anschließenden Nachbetreuung:

Die folgende Checkliste fasst die wichtigsten Teilprozesse und Erfolgsindikatoren für eine gelungene Kooperationsveranstaltung zusammen.



Im Vorfeld

- ☐ Ich begegne dem Vorhaben mit angemessener Offenheit, interkultureller Kompetenz und zeitlicher Flexibilität.
- ☐ Innerhalb der Belegschaft konnte ich Personen ausfindig machen, die mich in meinem Vorhaben unterstützen (z.B. Übersetzungen, Moderation, Erfolgsbeispiele).
- ☐ Das Außenbild meines Arbeitgebers mit Blick auf kulturelle Vielfalt wurde kritisch reflektiert (Bilder, Geschichten auf Internetseite, Social Media, Presse, Flyer, Broschüren etc.).
- ☐ Ich habe Beispiele parat, die untermauern, dass kulturelle Vielfalt in unserem Unternehmen besonders wertgeschätzt wird und warum sie für uns als Arbeitgeber so wichtig ist.



Vor der Kontaktaufnahme

- ☐ Eine geeignete MSO wurde ausfindig gemacht. Ich verfüge über konkrete Namen, Telefonnummern, E-Mail-Adressen der MSO.
- ☐ Ich habe mich über die Personal- und Organisationsstruktur der MSO informiert. Ich weiß, wen ich kontaktieren und in den Prozess einbeziehen sollte (Vorstand, Frauen-/Jugendvorstand, Geschäftsführung, Fachpersonal).
- ☐ Ich verfüge über eine erste Einschätzung, an welche Zielgruppe sich mein Vorhaben vornehmlich richten soll (Eltern, Jugendliche, arbeitssuchende Erwachsene, Frauen)
- ☐ Ich habe erste Ideen, welche Formate realisiert werden sollen (Infoveranstaltung, Betriebsbesichtigung, Schnupperangebot etc.)



Nach dem Erstkontakt

- ☐ Die Kontaktaufnahme war erfolgreich. Erste Einschätzungen der MSO wurden entgegengenommen und finden Eingang in die weiteren Überlegungen.
- ☐ Ein Termin für detailliertere Gespräche wurde vereinbart. Ich konnte abklären, an welchen Tagen und zu welcher Uhrzeit die Kontaktperson fortan am besten erreichbar ist.
- ☐ Weiterführende Informationen zum Arbeitgeber, zu Ausbildungsmöglichkeiten etc. wurden schriftlich nachgereicht.



Erste Abmachungen

- ☐ Die MSO hat einen ersten Eindruck vom Arbeitgeber, seinen Aufgaben und Beschäftigungsmöglichkeiten.
- ☐ Das Interesse an einer Kooperation konnte bei der MSO eindeutig geweckt werden.
- ☐ Es fand ein offener Austausch über Ideen, Wünsche und Möglichkeiten auf beiden Seiten statt.
- ☐ Die Zielgruppe wurde eindeutig bestimmt. Erste Überlegungen zum Veranstaltungsformat fanden statt.



Rahmenplanung

- ☐ Der Ort für die Veranstaltung wurde festgelegt und stellt für die Zielgruppe kein Hemmnis dar. Der Ort ist fußläufig oder über ÖPNV gut erreichbar bzw. es werden entsprechende Transportmittel bereitgestellt.
- ☐ Der Tag der Veranstaltung wurde festgelegt und kollidiert nicht mit wichtigen (religiösen oder kulturbezogenen) Feier- oder Gedenktagen oder mit Hauptferienzeiten.
- ☐ Die Uhrzeit der Veranstaltung wurde festgelegt und kollidiert nicht mit schulischen Terminen, besonderen Freizeitevents (Sport- oder Musikveranstaltung, Film- oder Serienzeiten etc.) oder besonderen Gebetszeiten.
- ☐ Der Heimweg der Zielgruppe (ÖPNV-Taktung) ist auch nach Veranstaltungsende noch gewährleistet bzw. es werden entsprechende Transportmittel bereitgestellt.
- ☐ Eine Vertrauensperson aus der MSO wird vor Ort sein, um die Zielgruppe durch die Veranstaltung zu begleiten.



Inhaltliche Planung

- ☐ Die konkreten Inhalte der Veranstaltung (Vortrag, Portrait, Talkrunde, Besichtigung, Übungen, gemeinsames Essen etc.) inklusive Ablauf-/Zeitplan sind festgelegt.
- ☐ Finanzielle Aspekte (Aufwandsentschädigungen, Kosten für Anfahrt, Bewirtung oder Räume) sind geklärt.
- ☐ Sprachliche, kultur- oder herkunftsbezogene Hürden (Dolmetscher? Speisevorschriften? Politische Themen?) sind ausgeräumt.
- ☐ Eine verbindliche Arbeitsaufteilung für die weiteren Schritte (inkl. Fristen für die Aufgabenerledigung) wurde festgelegt, schriftlich dokumentiert und allen Beteiligten zur Verfügung gestellt.



Zielgruppenansprache

- ☐ Es herrscht Klarheit darüber, wer die Zielgruppe wann und auf welche Weise über die Veranstaltung informiert. Auf die persönliche Ansprache (Face-to-Face oder telefonisch) durch Bezugspersonen der MSO wird großen Wert gelegt.
- ☐ Die Zielgruppe wird zusätzlich über Print- (Flyer, Plakate, Presseartikel) oder Online-Medien (Internetseite, Newsletter, Social Media, Messenger etc.) informiert. Hierbei wird eine zielgruppengerechte Ansprache, Rhetorik und Bildauswahl berücksichtigt.
- ☐ Ort und Uhrzeit sind eindeutig kommuniziert. Ggf. wurde ein allseits bekannter und gut erreichbarer Treffpunkt (z.B. in/vor den Räumlichkeiten der MSO) vereinbart.
- ☐ Rückmeldungen auf Seiten der Zielgruppe liegen zeitnah vor, um darauf rechtzeitig reagieren zu können.



Vor Beginn der Veranstaltung

- ☐ Es liegt eine Entscheidung darüber vor, ob eine Presseberichterstattung erwünscht ist. Die Presse wurde darüber im Vorfeld (eine Woche vorher) informiert.
- ☐ Es herrscht Klarheit darüber, wann die Beteiligten zwecks Vorbereitung Zugang zu entsprechenden Räumlichkeiten erhalten und wer im Falle einer kurzfristigen Planungsänderung kontaktiert werden kann (Handynummer?).
- ☐ Die Rückversicherung, dass die Räumlichkeiten angemessen bestuhlt und dekoriert sind und alle technischen Erforderlichkeiten zur Verfügung stehen (Mikrofon, Laptop, Beamer, Internetverbindung, Flipchart, Stellwände), ist erfolgt.
- ☐ Die Bezugspersonen in der MSO haben alle Interessierten erneut angesprochen und an die anstehende Veranstaltung erinnert. Es herrscht Klarheit darüber, mit wie vielen Teilnehmenden zu rechnen ist.



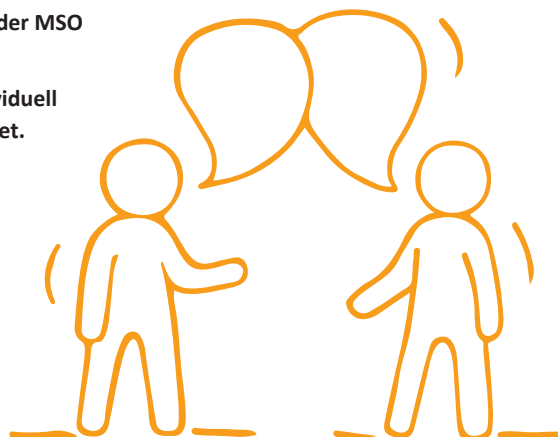
Während der Veranstaltung

- ☐ Der Arbeitgeber sorgt zu Beginn der Veranstaltung für eine lockere, vertrauenswürdige Atmosphäre (Willkommens- bzw. Dankesbotschaft, Begrüßung durch Führungspersonal, Aufwärm-/Kennenlernrunde).
- ☐ Der Arbeitgeber bringt positive Beispiele für Vielfalt mit (Auszubildende, Geschichten, Fotos, Videos).
- ☐ Die Zielgruppe selbst wird aktiv eingebunden (Fragen, Übungen, Spiele).
- ☐ Während und nach der Veranstaltung besteht ausreichend Raum für Begegnung, Nachfragen und Zwischengespräche.
- ☐ Relevante Infomaterialien über den Arbeitgeber (Flyer, Broschüren) und kleinere Geschenke (Give-Aways) für die Zielgruppe liegen aus bzw. werden verteilt.
- ☐ Wird die Veranstaltung zum Zwecke der Öffentlichkeitsarbeit filmisch/fotografisch begleitet, werden entsprechende Einwilligungserklärungen für die Verwendung des personenbezogenen Bild- und Videomaterial eingeholt.



Nach der Veranstaltung

- ☐ Eine zeitnahe Kontaktaufnahme zwecks Danksagung und Einholen von Feedbacks ist erfolgt.
- ☐ Die Eindrücke der Beteiligten (Was lief gut, was ist verbesserungswürdig) sind schriftlich fixiert und fließen in zukünftige Planungen ein.
- ☐ Interessante Nachfragen, Reaktionen und O-Töne auf Seiten der Teilnehmenden wurden für Zwecke der Berichterstattung dokumentiert.
- ☐ Veranstaltungsbezogene Berichte und ggf. Presseberichte werden der MSO zur Verfügung gestellt.
- ☐ Besonders interessierte Einzelpersonen wurden im Anschluss individuell kontaktiert und in ihrem beruflichen Entscheidungsprozess begleitet.
- ☐ Die Bezugsperson der Zielgruppe wird weiterhin eng begleitet, regelmäßig um Resonanzen auf Seiten der Zielgruppe gebeten und mit entsprechenden Informationen versorgt.



WIE VERSTETIGE ICH DIE KOOPERATION?

Jede noch so gute Veranstaltung ist zunächst mal nicht viel mehr als ein punktueller Impuls auf dem Gebiet der Personalgewinnung. Der Arbeitgeber sollte auch im Anschluss daran „am Ball bleiben“ und die wichtigen Kontakte und guten Erfahrungen nachhaltig für sich nutzen. Mit einer erneuten Kontaktaufnahme zur MSO sollte nicht zu lange gewartet werden.

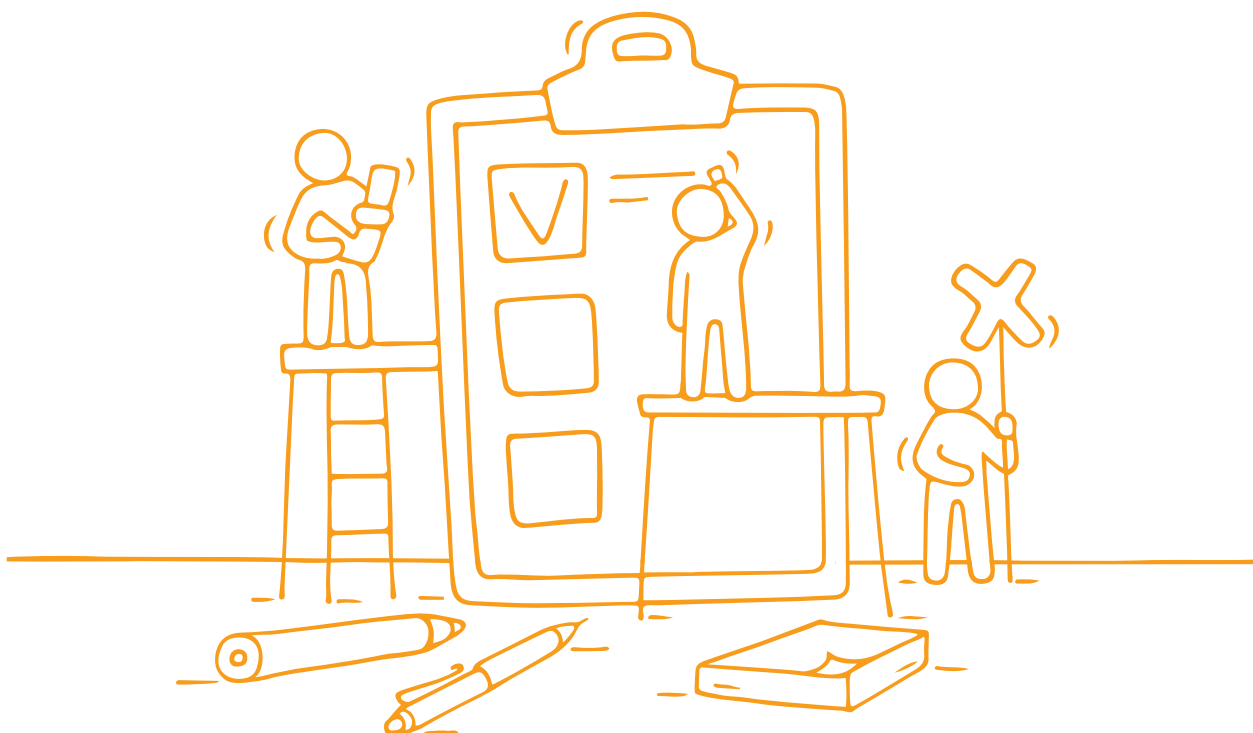
Eine nachhaltige Bindung zur Organisation erfordert in der Regel eine langfristige vertrauensvolle Zusammenarbeit. Auch hierbei spielt die persönliche Ebene eine große Rolle. In weniger formalisierten Vereinen gilt umso mehr: Wechselt der Vorstand, die Geschäftsführung oder das Betreuungspersonal, brechen gut funktionierende Kooperationen schon einmal komplett weg.

Der Arbeitgeber sollte daher kontinuierlich in eine gute Beziehung zur MSO investieren. Regelmäßige persönliche Kontaktaufnahmen sind dabei ebenso wichtig wie die Berücksichtigung der MSO bei gängigen und natürlich auch bei besonderen Ereignissen des Arbeitgebers. Die folgende Übersicht gibt hier nur eine Auswahl an Anlässen wider, bei der eine Beteiligung der Organisation als sinnvoll erscheinen kann:

- ✓ **Verknüpfen Sie Ihre öffentlichen Kommunikationskanäle mit denen der MSO.** Versorgen Sie die MSO mit relevanten Print- und Onlinemedien. Folgen Sie den Social Media Accounts der MSO, abonnieren Sie deren Newsletter bzw. lassen Sie sich auf Verteilerlisten der MSO setzen. So bleiben beide Seiten hinsichtlich aktueller Entwicklungen auf dem Laufenden.
- ✓ **Finden in Ihrem Hause öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen statt** (z.B. Tag der offenen Tür, Jubiläumsfeiern, Fachkongresse etc.), laden Sie grundsätzlich auch VertreterInnen der MSO ein. Vermeiden Sie den Eindruck, dass Sie nur bei konkreten Anliegen auf die MSO zukommen.
- ✓ **Versuchen Sie, Einladungen von Seiten der MSO anzunehmen, insbesondere wenn es sich um wichtige kulturelle oder religiöse Ereignisse** (z.B. Neujahrsfest, Fastenbrechen, Chanukka, Opferfest) handelt. Dass Sie dazu eingeladen werden, ist ein besonderes Zeichen von Respekt und sollte angemessen gewürdigt werden.
- ✓ **Laden Sie VertreterInnen der MSO auch regelmäßig zu individuellen Treffen ein, z.B. in Form einer Betriebsbesichtigung, einem Abendessen mit der Geschäftsführung oder einem offenen Gespräch mit der Verwaltungsspitze.** Zusammenkünfte dieser Art sind für die Vertrauensbildung und Wertschätzung überaus wichtig.
- ✓ **Bieten Sie der MSO auch bei anderen Anlässen, z.B. einer Kulturveranstaltung des Vereins eine Kooperation an.** Dies muss nicht zwingend mit finanzieller Unterstützung verbunden sein. Auch Internetlinks, Veranstaltungswerbung über die eigenen Informationskanäle oder die Teilnahmeakquise innerhalb der Belegschaft kann eine wichtige Form der Kooperation sein.
- ✓ **Pflegen Sie intensiven Kontakt mit wichtigen MultiplikatorInnen innerhalb der MSO.** Versorgen Sie diese mit relevantem Wissen und aktuellen Informationen und bieten Sie ihnen Unterstützungsmöglichkeiten an.

- ✓ Informieren Sie die Kontaktperson in der MSO über interne Personalwechsel, zumindest wenn es sich um Führungspositionen oder Personalverantwortliche handelt. Neues Personal, das für zukünftige Kooperationen relevant sein könnte, sollte sich persönlich bei der Organisation vorstellen und eine weiterhin gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit zusichern.
- ✓ Vergewissern Sie sich in regelmäßigen Abständen, ob Ihre Ansprechperson in der MSO noch aktiv ist. Nicht jede MSO pflegt Verteilerlisten und kommuniziert wichtige Veränderungen über alle verfügbaren Kanäle. Identifizieren Sie einen Personalwechsel, stellen Sie sich ggf. bei der neuen Kontaktperson vor und klären Sie über die bisherigen Kooperationen auf.
- ✓ Loten Sie regelmäßig weitere Kooperationsmöglichkeiten aus. Probieren Sie verschiedene Ansätze aus, und tauschen Sie sich immer wieder offen und ehrlich über deren Wirksamkeit aus. Begegnen Sie Ideen von Seiten der MSO mit Offenheit.

Die meisten MSO haben ein Interesse an einer kontinuierlichen Professionalisierung ihrer Arbeit. Auch Arbeitgeber profitieren von dieser Entwicklung, erleichtert sie doch die Zusammenarbeit sehr wesentlich. Möglicherweise kann der Arbeitgeber diesen Prozess unterstützen. Neben Geld- oder Sachspenden können Unternehmen und Verwaltungen der MSO auch bei der Suche nach geeigneten Räumlichkeiten unter die Arme greifen. Vielleicht verfügt der Betrieb auch selbst über angemessene Räume, die er zur Verfügung stellen kann. Auch fachliche Beratung, etwa auf dem Gebiet der Buchhaltung oder bei rechtlichen Fragen, kann die MSO in der Regel gut gebrauchen. Öffentliche Danksagungen oder Würdigungen verschaffen ihr zudem Prestige und damit nicht zuletzt Zugänge zu örtlichen Netzwerken und Gremien.



Literatur

Arbeitsgemeinschaft selbständiger Migranten e. V. (2013): Migrantenorganisationen – in zehn Punkten, Publikation im Rahmen des Projektes Koordination Fach AG Migrantenorganisationen (MO) im Förderprogramm „Integration durch Qualifizierung (IQ)“, Hamburg.

Beicht, Ursula (2012): Berufswünsche und Erfolgchancen von Ausbildungsstellenberwerberinnen und -bewerbern mit Migrationshintergrund, in: BIBB, BWP 6/2012 BWP-Heft, Qualifizierung in Gesundheits- und Pflegeberufen, Bonn, S.44 - 48.

Donges, Dominik et al. (2014): Neue Wege gehen – Strategien der Gewinnung von Auszubildenden und Mitarbeitenden mit Migrationshintergrund in der Verwaltung, in: Uske, Hans et al. (Hrsg.): Interkulturelle Öffnung der Verwaltung. Konzepte, Probleme, Beispiele, Duisburg, S.65 - 90.

DPVV Paritätischer Gesamtverband (2012): Expertise: Stärken und Potentiale von bundesweit organisierten und tätigen Migrantendachorganisationen, Wuppertal.

Gick, Markus / Grau, Andreas (2018): Faktor Vielfalt – Die Rolle kultureller Vielfalt für Innovationen in Deutschland, Studie im Auftrag der Bertelsmann-Stiftung, Gütersloh.

Hunger, Uwe / Metzger, Stefan (2011): Kooperation mit Migrantenorganisationen, Studie im Auftrag des Bundesamts für Migration und Flüchtlinge, Münster.

Hunt, Vivian et al. (2018): Delivering through Diversity, Studie von McKinsey & Company, London.

Küçük, Kenan (2018): Positionierung: Ein Platz am Tisch, Migrantenorganisationen als Interessensvertreter, Dienstleister und Partner auf Augenhöhe, in: Reichmann et al. (Hrsg.): Vielfalt gestalten, Integration und Stadtentwicklung in Klein- und Mittelstädten, Berlin, S. 329 – 334.

Multikulturelles Forum e.V. (2018): (K)Eine Anleitung zur interkulturellen Öffnung, Ansätze, Strategien und Erfolgsfaktoren, Lünen.

Schultze, Günther / Thränhardt, Dietrich (2013): Migrantenorganisationen – Engagement, Transnationalität und Integration, Tagungsdokumentation im Auftrag der Abteilung Wirtschafts- und Sozialpolitik der Friedrich-Ebert-Stiftung, Bonn.

Interessante Links:

www.anerkennung-in-deutschland.de

Informationsportal der Bundesregierung zur Anerkennung ausländischer Berufsqualifikationen.

www.bagiv.de

Internetseite der Bundesarbeitsgemeinschaft der Immigrantenverbände in Deutschland e.V. (BAGIV).

www.bamf.de/DE/Willkommen/Engagement/Migrantenorganisationen/migrantenorganisationen-node.html

Informationsseite des Bundesamts für Migration und Flüchtlinge zu Migrantenorganisationen in Deutschland.

www.bv-nemo.de

Internetseite des Bundesverbands Netzwerke von Migrantenorganisationen e.V. (NEMO).

www.damigra.de

Internetseite des Dachverbandes der Migrantinnenorganisationen – DaMigra.

www.der-paritaetische.de/schwerpunkte/migration/forum-der-migrantinnen-und-migranten

Internetauftritt des Forums der Migrantinnen und Migranten im Paritätischen.

www.elternnetzwerk-nrw.de

Internetseite des Elternnetzwerks NRW – Integration miteinander e.V..

www.integrationsagenturen-nrw.de

Gemeinsame Internetseite aller Integrationsagenturen in Nordrhein-Westfalen.

www.interkultureller-wirtschaftspreis.de

Der Interkulturelle Wirtschaftspreis zeichnet jährlich kleine und mittelständische Unternehmen aus dem westfälischen Ruhrgebiet aus, die kulturelle Vielfalt im Betrieb gezielt fördern.

www.iq-netzwerk-nrw.de

Internetseite des Landesnetzwerks „Integration durch Qualifizierung (IQ)“ mit den Schwerpunkten „Anerkennungs- und Qualifizierungsberatung“, „Berufliche Qualifizierungsmaßnahmen“ sowie „Interkulturelle Kompetenzentwicklung“.

jobstarter.de

Internetseite des Förderprogramms JOBSTARTER plus vom Bundesministerium für Bildung und Forschung zur Stärkung der dualen Berufsausbildung in Deutschland sowie zur Steigerung der Attraktivität betrieblicher Ausbildung.

kfi.nrw.de

Internetseite des Kompetenzzentrums für Integration der Bezirksregierung Arnsberg, das zahlreiche Aufgaben auf dem Gebiet der Integration, u.a. auch Förderungen von MSO, wahrnimmt.

kommunale-integrationszentren-nrw.de

Internetseite der Landeskoordinierungsstelle Kommunale Integrationszentren.

mkffi.nrw/migrantenselbstorganisationen

Informationen zur Förderung von MSO durch die Landesregierung Nordrhein-Westfalens.

mkffi.nrw/interkulturelle-oeffnung

Informationen über die Ziele und Maßnahmen der Landesregierung Nordrhein-Westfalens im Bereich der Interkulturellen Öffnung.

neuedeutsche.org

Internetseite des Netzwerks „Neue deutsche Organisationen“.

paritaet-nrw.org/soziale-arbeit/themen/migration/migrantenselbsthilfe

Internetauftritt der Fachberatung für MSO beim Paritätischen Wohlfahrtsverband NRW.

starkimberuf.de

Internetseite des Förderprogramms „Stark im Beruf – Mütter mit Migrationshintergrund steigen ein“ des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ), das darauf abzielt, den Erwerbseinstieg für Mütter mit Migrationsgeschichte zu erleichtern und den Zugang zu vorhandenen Angeboten zur Arbeitsmarktintegration zu verbessern.

viw-bund.de

Internetseite des Verbands für interkulturelle Wohlfahrtspflege, Empowerment und Diversity e.V. (VIW).

wir-sind-bund.de

Informationsseite des Bundesamts für Migration und Flüchtlinge für junge Menschen mit Einwanderungsgeschichte über Ausbildungsmöglichkeiten im öffentlichen Dienst.

zfbt.de/netzwerk-w/

Internetseite der Landesinitiative „Netzwerk W“, welche Perspektiven für einen qualifizierten Wiedereinstieg und existenzsichernde Erwerbstätigkeit von Müttern stärkt.

Impressum

HERAUSGEBER

Multikulturelles Forum e.V. (MkF)
Münsterstraße 46b | 44534 Lünen
Tel.: 02306 30630-10 | Fax: 02306 30630-29
E-Mail: info@multikulti-forum.de
www.multikulti-forum.de
Geschäftsführer: Kenan Küçük

DESIGN & LAYOUT

grafikkontor GmbH
Wehmenkamp 16 | 45131 Essen
Tel.: 0201 3601167 | Fax: 0201 3601168
E-Mail: sb@grafikkontor.com
www.grafikkontor.com
Geschäftsführer: Sandra Bindschus, Meinhard Vollmer

KONZEPT & REDAKTION

Dominik Donges, Zeynep Kartal, Randi Barth
(Multikulturelles Forum e.V.)

ERFOLGSFAKTOR INTERKULTURELLE ÖFFNUNG – NRW STÄRKT VIELFALT!

INTERKULTURELLE ÖFFNUNG IST EIN ERFOLGSFAKTOR!

Das Land Nordrhein-Westfalen wirbt bei Kommunen, Kreisen, großen Verbänden und Unternehmen dafür, die interkulturelle Öffnung in ihrem eigenen Bereich voranzutreiben.

Mit der Initiative will die nordrhein-westfälische Landesregierung dazu beitragen, dass

- ✓ **interkulturelle Vielfalt in den Partnerorganisationen als Stärke begriffen wird;**
- ✓ **Beschäftigte mit Einwanderungsgeschichte in Behörden, Verbänden und Unternehmen angemessen vertreten sind;**
- ✓ **Chancengleichheit bei Einstellungsverfahren und weiteren Personalmaßnahmen gewährleistet wird;**
- ✓ **interkulturelle Kompetenzen in der Arbeitswelt besser genutzt werden;**
- ✓ **Führungskräfte, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter interkulturell fortgebildet werden;**
- ✓ **Diskriminierungen verhindert und Vorurteile abgebaut werden.**

Behörden, Verbände und Unternehmen setzen verstärkt auf die interkulturelle Kompetenz ihrer Beschäftigten und werben für mehr Menschen mit Einwanderungsgeschichte, um leistungs- und wettbewerbsfähiger zu sein. Schließen Sie sich der Initiative des Landes im Rahmen einer aktiven Partnerschaft an und tragen Sie mit Ihrer Unterstützung zum Gelingen bei.

In einer formlosen Erklärung beschreiben die Partner, mit welchen konkreten Maßnahmen und Projekten und in welchem Zeitrahmen sie den Prozess der interkulturellen Öffnung in ihrer Organisation/in ihrem Unternehmen voranbringen wollen. Die Erklärung wird Bestandteil der Vereinbarung.

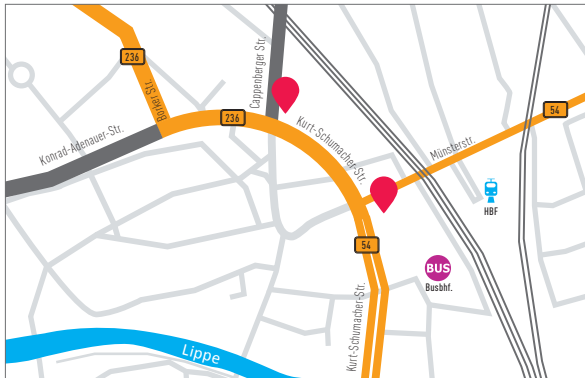
Mehr Infos zur Partnerinitiative unter

www.mkffi.nrw/wir-sind-partner



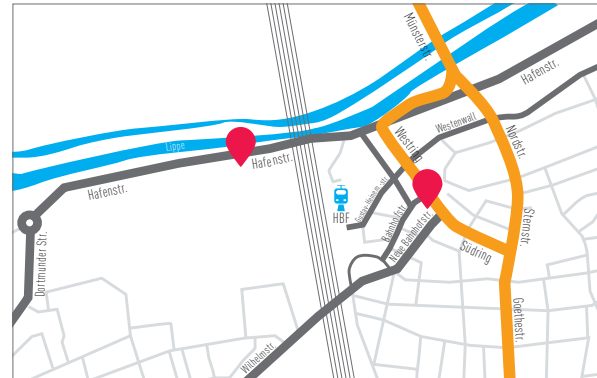
Multikulturelles Forum e.V. – mit acht Standorten in Ihrer Nähe

Das Multikulturelle Forum e.V. (MkF) ist eine Migrantenorganisation, Weiterbildungseinrichtung, Träger sozialer, arbeitsmarkt- und gesellschaftspolitischer Projekte sowie zahlreicher Beratungsdienste. In seiner praktischen Arbeit fest verankert in Nordrhein-Westfalen, agiert es mit seiner Gremien- und Netzwerkarbeit bundesweit für kulturelle Vielfalt, Chancengleichheit und Partizipation und pflegt Kontakte zu internationalen Kooperationspartnern. Der Verein versteht sich mit seinen acht Standorten in Lünen, Dortmund, Düsseldorf, Hamm und Bergkamen als professioneller Dienstleister, darüber hinaus aber auch als Facheinrichtung und Interessensvertreter. Schwerpunkte seiner Arbeit bilden die Bereiche Arbeits- und Ausbildungsvermittlung, Coaching, Qualifizierung, Erwachsenenbildung, Beratung, politische Bildung und Prävention.



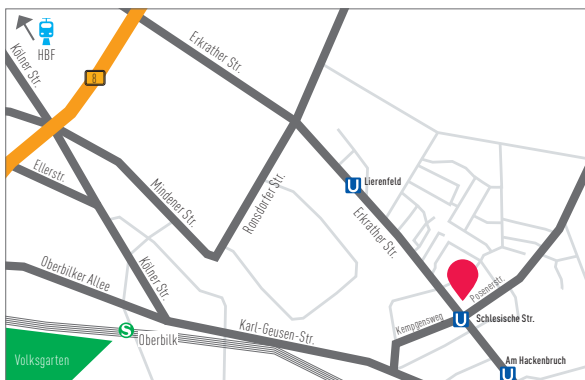
LÜNEN

Münsterstr. 46b & Kurt-Schumacher-Str. 1-3, 44534 Lünen
Tel.: 02306 30630-10



HAMM

Hafenstr. 10, 59067 Hamm & Bahnhofstr. 1, 59065 Hamm
Tel.: 02381 871892-0



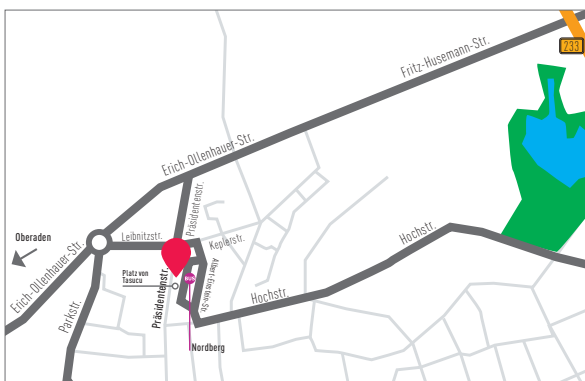
DÜSSELDORF

Posener Str. 2, 40231 Düsseldorf
Tel.: 0211 957429-40



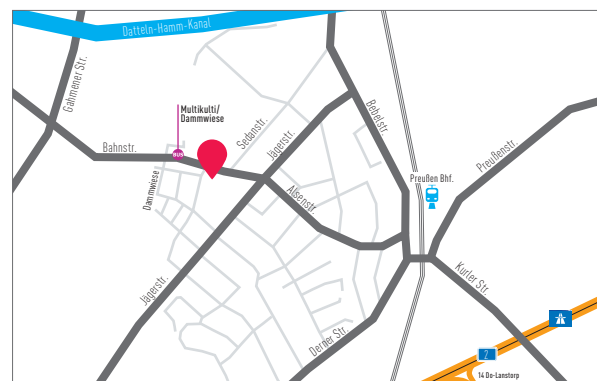
DORTMUND

Friedensplatz 7, 44135 Dortmund
Tel.: 0231 288607-30



BERGKAMEN

Präsidentenstr. 44, 59192 Bergkamen
Tel.: 02307 289909-0



LÜNEN-SÜD

Bahnstr. 31, 44532 Lünen
Tel.: 02306 9339-0



Multikulturelles Forum e.V.

Hauptgeschäftsstelle

Multikulturelles Forum e.V.
Münsterstr. 46b
44534 Lünen

Tel.: +49 2306 30630-10

Fax: +49 2306 30630-29

info@multikulti-forum.de

www.multikulti-forum.de

Die Handreichung wurde gefördert
durch das Ministerium für Kinder, Familie,
Flüchtlinge und Integration des
Landes Nordrhein-Westfalen.

Ministerium für Kinder, Familie,
Flüchtlinge und Integration
des Landes Nordrhein-Westfalen



ERFOLGSFAKTOR
INTERKULTURELLE
ÖFFNUNG
NRW STÄRKT VIELFALT

