

Projektnummer: 511016-LLP-1-2010-1-AT-GRUNDTVIG-GMP141803-LLP-2008-AT-GRUNDTVIG-GMP

Projekt: Meet the Need. Berufsbezogen schulen

Projekt Akronym: Meet the Need

Dokument Nr.: 5

Sprachliche Herausforderungen von MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund im Bereich Bürokommunikation

Margit Kreikenbom

Thüringer Volkshochschulverband e.V.

Mai 2012

Das Projekt wird aus Mitteln der Europäischen Kommission im Rahmen des Programms Lebenslanges Lernen, Grundtvig, unterstützt.
Nationale Kofinanzierung: Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur. Gesamtkoordination: Forschungsinstitut des Roten Kreuzes



Kontakt

Thüringer Volkshochschulverband e.V.

Saalbahnhofstraße 27, 07743 Jena

Ansprechpartnerin: Margit Kreikenbom, margit.kreikenbom@vhs-th.de

Homepage: www.vhs-th.de

Projekthomepage: www.meet-the-need-project.eu

Empfohlene Zitierweise:

Kreikenbom, Margit (2012): Sprachliche Herausforderungen von MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund im Bereich Bürokommunikation, Jena, Thüringer Volkshochschulverband e.V.

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Beschäftigungsquote 2009	7
Tabelle 2: Stichprobe	9
Tabelle 3: Notwendige Sprachkompetenzen im beruflichen Kontext	13
Tabelle 4: Herausforderungen für das Lehren im beruflichen Kontext	18
Tabelle 5: Erfolgsbedingungen	20

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Entwicklung des Anteils der MigrantInnen an der Gesamtbevölkerung	6
Abb. 2: Verteilung der MigrantInnen im deutschen Arbeitsmarkt	8

INHALT

1	Einleitung	5
2	Hintergrund	6
3	Methodische Grundlagen	9
3.1	Beschreibung der Stichprobe	9
3.1.1	<i>Stichprobe im Überblick</i>	9
3.1.2	<i>Interviews mit ArbeitgeberInnen</i>	9
3.1.3	<i>Interviews mit MigrantInnen</i>	10
3.1.4	<i>Interviews mit KursleiterInnen</i>	10
3.2	Beschreibung des untersuchten Bereichs Bürokommunikation	11
4	Ergebnisse um Berufsfeld	12
4.1	Rekrutierungsprozess	12
4.2	Herausfordernde Situationen und Sprachkompetenzen	13
4.2.1	<i>Auftreten herausfordernder Situationen im beruflichen Kontext</i>	13
4.2.2	<i>Sprachkompetenzen in herausfordernden Situationen</i>	13
4.3	Umgang mit herausfordernden Situationen	14
4.4	Unterstützende Aktivitäten	15
4.4.1	<i>Unterstützende Aktivitäten für ArbeitgeberInnen</i>	15
4.4.2	<i>Unterstützende Aktivitäten für MigrantInnen</i>	15
4.5	Wert und Nutzen unterschiedlicher Sprachen von MitarbeiterInnen	16
4.6	Erfahrungen mit Sprachkursen	17
4.6.1	<i>Erfahrungen von ArbeitgeberInnen</i>	17
4.6.2	<i>Erfahrungen von Migrantinnen</i>	17
4.7	Erfolgsgeschichten und Anregungen	18
5	Ergebnisse Sprachenunterricht	19
5.1	Herausforderungen im Lehren und Lernen beruflich verwendeter Sprache	19
5.2	Materialbezogene Aspekte	20
5.3	Verfügbarkeit des Lehrmaterials	20
5.4	Praktische Erfahrungen im Unterricht und Anregungen	20
6	Zusammenfassung	23
7	Literaturverzeichnis	25

1 Einleitung

Fundierte Sprachkenntnisse sind Schlüsselfaktoren zur beruflichen Integration von MigrantInnen in die jeweilige Gastgesellschaft. Die fehlende Sicherheit im Umgang mit der Sprache und wiederholte Fehler werden dabei leicht als Unfähigkeit bzw. Unwilligkeit der MigrantInnen gedeutet, sich zu integrieren. Die Suche nach einem geeigneten Arbeitsplatz wird damit für MigrantInnen oft zu einer Herausforderung.

Daher weisen KursleiterInnen für Zweitsprachen darauf hin, dass differenzierte Kenntnisse von Begriffen, Redewendungen, Formulierungen und Verhaltensregeln MigrantInnen dabei unterstützen würden, sich besser in den Arbeitsmarkt zu integrieren. Gleichzeitig wird dadurch auch das Selbstvertrauen von MigrantInnen gestärkt, da sie spezifisches berufliches Wissen erwerben. Ein weiterer wichtiger Aspekt in diesem Zusammenhang ist oft die nachteilige Wirkung des Migrationshintergrundes auf die Arbeitssuche. Besonders junge MigrantInnen erleben diese Diskriminierung auf dem Arbeitsmarkt.

Es ist daher von besonderer Bedeutung, die ArbeitgeberInnen in Bezug für die o. g. Diskrepanzen zu sensibilisieren. Gleichzeitig könnte durch neue Erkenntnisse über Sichtweisen und Anforderungen der ArbeitgeberInnen bezüglich Sprachkompetenzen der MitarbeiterInnen die Arbeit der KursleiterInnen unterstützt werden. Gleiches gilt für entsprechende Lehrmaterialien, die spezifische Fachbegriffe und Anforderungen oder die Erwartungshaltungen an Beschäftigte in einzelnen Beschäftigungsfeldern konkret erläutern.

Das Projekt **Meet the Need. Berufsbezogen schulen** begann im Januar 2011 und läuft bis Dezember 2012. Es wird mit Unterstützung der Europäischen Kommission, aus dem Programm Lebenslanges Lernen, Grundtvig, finanziert. Das Projektkonsortium besteht aus acht Organisationen aus sechs Ländern: Forschungsinstitut des Roten Kreuzes (Österreich), queraum. Kultur- und Sozialforschung (Österreich), lernraum.wien - Institut für Mehrsprachigkeit, Integration und Bildung (Die Wiener Volkshochschulen GmbH, (Österreich), Emporessa Valdelsa Development Agency (Italien), Anniesland Research (GB), Association for Education and Sustainable Development (Rumänien), mhtconsult ApS (Dänemark) und der Thüringer Volkshochschulverband e.V. (Deutschland).

Jede/r ProjektpartnerIn wird dabei Lehrmaterialien für einen spezifischen Bereich erarbeiten. Dies soll in enger Zusammenarbeit mit ExpertInnen aus der Praxis des jeweiligen Berufes geschehen, die auch über entsprechende Sprachkompetenzen verfügen. Bereits vorhandene Materialien werden berücksichtigt und in das Kompendium eingearbeitet. In einem ersten Schritt wurden Informationen darüber gesammelt, welche Tätigkeiten MigrantInnen in den Aufnahmeländern vorwiegend ausführen.

Dies hat – basierend auf den regionalen Bedingungen - nun dazu geführt, dass für folgende Bereiche Materialien erarbeitet werden: Einzelhandel, Gastronomie, Bürokommunikation, Pflege und Baugewerbe. In einem zweiten Schritt wurden drei Fragebögen entwickelt, mit denen KursleiterInnen für Sprachkurse, ArbeitgeberInnen und MigrantInnen befragt wurden, die in den jeweiligen Sektoren/ Bereichen tätig sind. Die Befragungen wurden zwischen Juni 2011 und Dezember 2011 durchgeführt. Die Ergebnisse der Erhebungen sind Grundlage für die Lehrmaterialien.

2 Hintergrund

Mehrere Studien haben gezeigt, dass der soziale Status einer Person durch ihre Position im Arbeitsmarkt entscheidend beeinflusst wird. Die Position im Arbeitsmarkt (Arbeitslosigkeit oder Beschäftigung; eine Beschäftigung, die dem individuellen Bildungsniveau entspricht; ein Einkommen, das es einer Person erlaubt, ein selbst bestimmtes Leben zu führen und aktiv an der Gesellschaft zu partizipieren) hat zudem einen direkten Einfluss auf die Identität und das Selbstbewusstsein einer Person (Jahoda et al. 1982).

Deutschland kann auf eine lange Immigrationsgeschichte zurückblicken. Was in den Sechzigern, der Phase des sogenannten Wirtschaftswunders, mit der gezielten Anwerbung von GastarbeiterInnen begann, führte aus unterschiedlichen Gründen zu der heutigen Debatte, ob Deutschland ein Einwanderungsland ist oder nicht. Die Abbildung unten zeigt die Entwicklung der Einwanderung nach Deutschland zwischen 1951-2007 (Klingholz, R. et al, 2009):

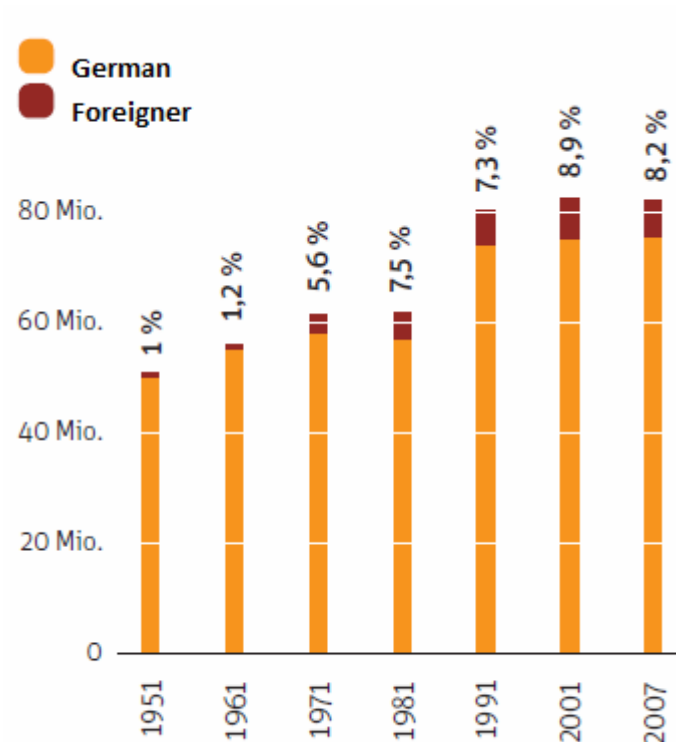


Abb. 1: Entwicklung des Anteils der MigrantInnen an der Gesamtbevölkerung

Der Anteil der MigrantInnen an der Gesamtbevölkerung in Deutschland macht schätzungsweise 8.8% aus. Laut der Studie „Arbeit für Immigranten – Arbeitsmarktintegration in Australien, Dänemark, Deutschland und Schweden“, die die OECD im Jahr 2009 veröffentlichte, sind MigrantInnen in Deutschland allerdings schlecht in den Arbeitsmarkt integriert. Eine gute Integration in den Arbeitsmarkt ist jedoch ein entscheidender Faktor für eine erfolgreiche Integration in die deutsche Gesellschaft (Seebaß/Siegert, 2011).

Nach Seebaß und Siegert betrug die Beschäftigungsrate von MigrantInnen in Deutschland im Jahr 2009 wie folgt:

	Deutsche	MigrantInnen in Deutschland
Männer	56,1%	42,3%
Frauen	49,7%	26,7%

Tabelle 1: Beschäftigungsrate 2009

Im Jahr 2011 veröffentlichte das Bundesamt für Flüchtlinge und Migration (BAMF) ein Arbeitspapier über die Situation von MigrantInnen am deutschen Arbeitsmarkt. Danach

verteilen sich die MigrantInnen in Deutschland in den einzelnen Sektoren des Arbeitsmarktes (bezogen auf die sozialversicherungspflichtige Beschäftigten) wie folgt:

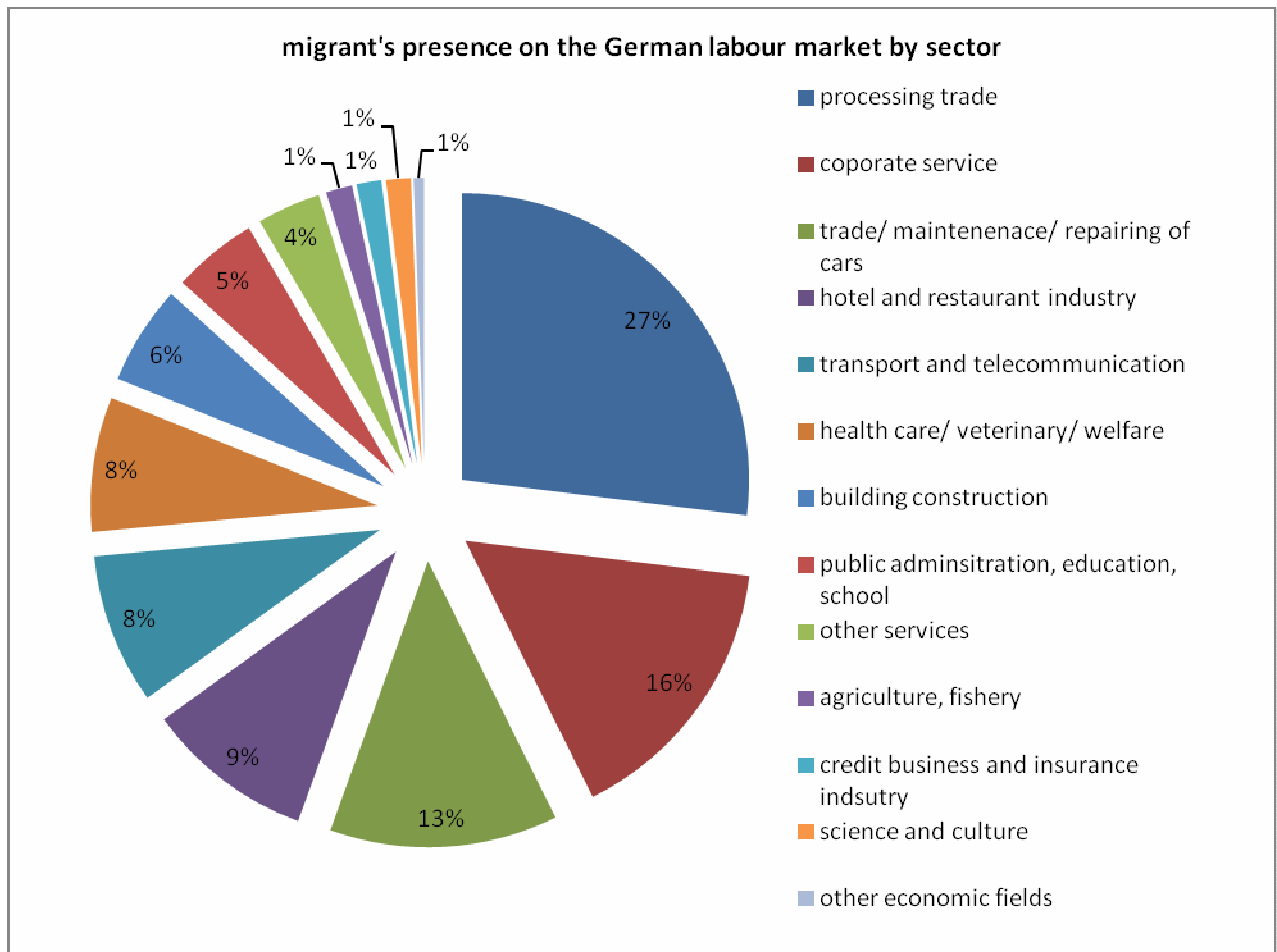


Abb. 2: Verteilung der MigrantInnen im deutschen Arbeitsmarkt

Basierend auf den gegebenen Daten können wir sehen, dass es einen Unterschied hinsichtlich der Anzahl männlicher und weiblicher Beschäftigter in den einzelnen Sektoren gibt. Frauen arbeiten eher in den Bereichen Firmendienstleistungen (19,1%), Handel/Instandhaltung (15,4%), verarbeitendes Gewerbe (15,3%), Gesundheit/Veterinärwesen/Sozialwesen (15,8%), Hotel- und Restaurantgewerbe (10,2%), öffentliche Verwaltung und Bildung und Erziehung (7,6%). Männer arbeiten eher in den Sektoren: verarbeitendes Gewerbe (34,2%), Firmendienstleistungen (13,6%), Handel/Instandhaltung (11,3%), Logistik und Kommunikation (10,6%), Hotel- und Gaststättengewerbe (9,0%) und Baugewerbe (8,5%).

Die überwiegende Herkunftsländer der MigrantInnen in Deutschland sind: Griechenland, Polen, Italien, Bosnien-Herzegowina, Kroatien, Russland, Serbien und die Türkei. Ein Teil der MigrantInnen in Deutschland sind SpätaussiedlerInnen aus Ost- und Südosteuropa.

Ursprünglich war geplant, dass der TVV e.V. das Hotel und Beherbergungsgewerbe bearbeitet. Eine erste Recherche im Hotelsektor ergab allerdings, dass die meisten MigrantInnen (wenn die Betriebe MigrantInnen überhaupt beschäftigen) im Reinigungs- oder Küchenbereich beschäftigt sind. Nach der Diskussion dieser Ergebnisse in der Projektgruppe, wurde vereinbart, dass dieser Sektor ungeeignet für die weitere Arbeit ist. Ein Ergebnis der ersten Recherchen war die Erkenntnis, dass in vielen Sektoren Kompetenzen aus dem Bereich Bürokommunikation benötigt werden. Etwa bei der Bestellung von Materialien, beim Führen von Telefongesprächen oder der ordnungsgemäßen Dokumentation von Vorgängen.

3 Methodische Grundlagen

3.1 Beschreibung der Stichprobe

3.1.1 Stichprobe im Überblick

Methode	ArbeitgeberInne n	m	f	MigrantInne n	m	f	KursleiterInne n	m	f
Persönliches Interview									
Telefoninterview	4	1	3	5	0	5			
Fokusgruppe									
Onlinebefragung							10	2	8
Sonstige									
TOTAL Gruppe	4			5			10		

Tabelle 2: Stichprobe

3.1.2 Interviews mit ArbeitgeberInnen

Um ArbeitgeberInnen zu erreichen, die MigrantInnen im Bereich Bürokommunikation beschäftigen, kontaktierten wir jene, die wir bereits aus dem Projekt "Vom Nebeneinander zum Miteinander" kannten. Zudem kontaktierten wir MigrantInnen und KursleiterInnen aus dem Sprachenbereich.

Da die ArbeitgeberInnen räumlich über ganz Thüringen verteilt sind, haben wir uns dazu entschlossen, die Befragungen durch Telefoninterviews durchzuführen. Seitens einiger ArbeitgeberInnen herrschte allerdings Zurückhaltung bei der Bitte um Weitergabe von Informationen über MigrantInnen unter ihren MitarbeiterInnen.

Trotz der Vorbehalte konnten wir 4 ArbeitgeberInnen aus unterschiedlichen Branchen (Entwicklung und Fertigung von Medizingeräten, Erwachsenenbildung, technische Kommunikation und Sozialarbeit) dazu bewegen, an der Befragung teilzunehmen.

3.1.3 Interviews mit MigrantInnen

Um MigrantInnen für Interviews zu erreichen, die über Erfahrungen in der Bürokommunikation verfügen, kontaktierten wir Volkshochschulen in Thüringen, die bereits am Projekt "Vom Nebeneinander zum Miteinander" beteiligt waren. Dieses Projekt unterstützt MigrantInnen bei der beruflichen Orientierung und dem Erlernen der deutschen Sprachen ergänzend zu den Integrationskursen. Das Projekt umfasst ein sechswöchiges Praktikum und eine zweiwöchige Phase zur Potenzialanalyse der beruflichen Fähigkeiten. Die Praktika absolvieren die TeilnehmerInnen in einem lokalen Unternehmen, der Verwaltung oder einer sozialen Einrichtung. Dieses Praktikum hilft ihnen dabei, ihren Wortschatz zu erweitern, praktische Erfahrungen in Arbeitsabläufen und Arbeitskultur in deutschen Unternehmen zu sammeln und eigene Vorstellungen über einen möglichen Beruf bzw. eine Karriere zu entwickeln. Die Kontaktaufnahme zu passenden TeilnehmerInnen verlief insgesamt allerdings schwierig. Daher weiteten wir unsere Suche auch auf andere Volkshochschulen aus, besonders die, die im ESF-BAMF Programm "Deutsch für berufliche Zwecke" aktiv sind. Diese Versuche gestalteten sich ebenfalls schwierig, trotzdem gelang es uns eine Zielgruppe mit Teilnehmerinnen zu formieren, die im Bereich Bürokommunikation tätig sind.

Mit den 5 Respondentinnen der Zielgruppe wurden Termine für Telefoninterviews vereinbart. Die Entscheidung für eine telefonische Befragung resultierte, ähnlich wie bei den ArbeitgeberInnen, aus der Tatsache, dass sie über Thüringen verteilt sind. Vier der TeilnehmerInnen stammen ursprünglich aus Russland, eine Teilnehmerin stammt aus Dänemark. Alle TeilnehmerInnen studierten an einer Universität in Deutschland, mit unterschiedlicher Dauer zwischen 6 Monaten und 5,5 Jahren.

3.1.4 Interviews mit KursleiterInnen

Um KursleiterInnen mit Erfahrungen mit Bereich "Deutsch für berufliche Zwecke" zu erreichen, konnten wir auf unsere Datenbank mit KursleiterInnen zurückgreifen. Potenzielle RespondentInnen wurden via E-Mail angesprochen und über das Projekt und das Ziel der

Befragung informiert. Ähnlich wie bei den anderen Zielgruppen kristallisierte sich die räumliche Verteilung als Problem heraus. Zudem erschwerte die berufliche Auslastung der KursleiterInnen die Terminfindung für das ursprünglich geplante persönliche Interview bzw. Telefoninterview. Aufgrund dieser Hindernisse einigten wir uns darauf, den TeilnehmerInnen dieser Gruppe einen Fragebogen zu schicken.

Nach Ende der Befragung konnten wir auf 10 Fragebögen zurückgreifen. Alle wurden von KursleiterInnen ausgefüllt, die über Erfahrungen im Bereich Deutsch als Zweitsprache (DaZ) und „Deutsch für berufliche Zwecke“ verfügen. Der Umfang der Berufserfahrung variiert zwischen 1 bis 33 Jahren. Alle TeilnehmerInnen arbeiten als KursleiterInnen an Volkshochschulen. Neun von 10 Interviewte gaben an, über Erfahrungen in beiden Bereichen und mit spezifischen Lehrmaterialien zu verfügen.

Wie im gesamten Bildungssektor ist die Zahl der weiblichen Lehrkräfte (8) höher als die der männlichen (2).

3.2 Beschreibung des untersuchten Bereichs Bürokommunikation

Die ArbeitgeberInnen, die befragt wurden, können in vier Bereiche eingeteilt werden:

- Bildung und Erziehung
- Sozialarbeit
- Entwicklung und Fertigung von Medizingeräten
- Sozialforschung

Drei der vier Unternehmen können als kleine Unternehmen kategorisiert werden, was bedeutet, dass sie zwischen 10 und 49 MitarbeiterInnen beschäftigen. Das vierte Unternehmen wird als Großunternehmen eingestuft, es beschäftigt mehr als 500 MitarbeiterInnen.

Insgesamt sind 40% der befragten ArbeitgeberInnen männlich und 74% weiblich. Für den hohen Durchschnitt weiblicher Befragter ist der pädagogische Bereich verantwortlich.

In den befragten Unternehmen machen MigrantInnen 11,6% der Belegschaft aus, wobei der Frauenanteil bei 100% liegt. Diese hohe Zahl erwerbstätiger Frauen ist typisch für den Bereich Bürokommunikation.

4 Ergebnisse um Berufsfeld

4.1 Rekrutierungsprozess

Der Rekrutierungsprozess in Deutschland folgt bestimmten Regeln, die von den BewerberInnen berücksichtigt werden sollten. Alle der befragten ArbeitgeberInnen achten auf die Einhaltung diese Regeln mehr oder weniger genau.

Um geeignete MitarbeiterInnen zu finden, nutzen die befragten ArbeitgeberInnen folgende Kanäle:

- Printmedien wie Zeitungen und Fachzeitschriften
- Onlinemedien wie Jobbörsen und Websites
- Intranet und Netzwerke

Zwei der befragten Unternehmen gaben zudem an, auch persönliche Empfehlungen als Referenzen zu akzeptieren.

Bewerbungsschreiben müssen immer entweder per Post oder E-Mail an potenzielle ArbeitgeberInnen geschickt werden. Das Bewerbungsschreiben besteht dabei im Regelfall aus folgenden Teilen:

- Bewerbungsschreiben
- Lebenslauf
- Ein professionell angefertigtes, aktuelles Foto des Bewerbers
- Kopien von Zeugnissen und sonstigen Zertifikaten

Alle Unterlagen müssen in speziellen Bewerbungsmappen gesammelt werden. Die BewerberInnen müssen dafür sorgen, dass alle Dokumente und sonstigen Schriftstücke in der Bewerbungsmappe von angemessener Qualität sind.

Wenn ein/e BewerberIn mit der schriftlichen Bewerbung Erfolg hatte, wird er oder sie zu einem persönlichen oder telefonischen Gespräch eingeladen. Einige Unternehmen führen spezielle Tests mit Bewerbern durch (z.B. Assessment Center).

4.2 Herausfordernde Situationen und Sprachkompetenzen

4.2.1 *Auftreten herausfordernder Situationen im beruflichen Kontext*

Nach Auskunft der befragten ArbeitgeberInnen und Mitarbeiter/-innen können Beschäftigte im Bereich Bürokommunikation mit folgenden Aufgaben bzw. Situationen konfrontiert werden:

- 1) *Planung von Veranstaltungen/Besprechungen*
- 2) *Vorbereitung von Veranstaltungen/Besprechungen*
- 3) *Schreiben dienstlicher Briefe und E-Mails*
- 4) *Abfrage von Informationen*
- 5) *Angebote einholen (z.B. für Drucksachen oder Büromaterial)*
- 6) *Koordinierende Aufgaben*
- 7) *Teilnahme an Besprechungen*
- 8) *Vorbereiten von Dokumenten (z.B. Präsentationen, Pressespiegel)*
- 9) *Kontaktpflege*
- 10) *Telefonische Absprachen mit Kunden, Kollegen, Lieferanten, Partnerorganisationen*

4.2.2 *Sprachkompetenzen in herausfordernden Situationen*

Arbeitsschritt	Herausforderung	Spr	H	Sch	L
Planung von Veranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> - Arbeit mit Checklisten - Planung - Kommunikation mit Partnern und Kollegen 	X	X	X	X
Schreiben dienstlicher, E-Mails, Projektanträge	<ul style="list-style-type: none"> - Formelle Begrüßung/Anrede - Rechtsschreibung 			X	X
Kommunikation mit Kollegen, anderen Abteilungen, Kunden, Behörden	<ul style="list-style-type: none"> - Verständnis für implizite Informationen - Kenntnisse von Abkürzungen, Fachbegriffen - Sprachtempo - Formale und nicht-formale Adressierung/korrekte Anrede 	X	X		

	(wann ist was zu verwenden?)				
Besprechungen	<ul style="list-style-type: none"> - Mündliche Berichterstattung über Fortschritte - Kenntnis von Fachbegriffen - Kenntnis von Abkürzungen - Mitschriften anfertigen 	X	X	X	X
Vorbereitung von Material/ Dokumenten	<ul style="list-style-type: none"> - Rechtsschreibung - Lesen und verstehen von Informationen 	X	X	X	X

Tabelle 3: Notwendige Sprachkompetenzen im beruflichen Kontext

4.3 Umgang mit herausfordernden Situationen

Die Interviews haben gezeigt, dass viele MigrantInnen oft Angst davor haben, dienstliche Anrufe zu machen, da sie aufgrund ihres ausländischen Akzentes Nachteile seitens der GesprächspartnerInnen am Telefon erwarten oder einfach nur Angst haben, Fehler im Gespräch zu machen. Einige zentrale Probleme sind dabei: der Gebrauch von Fachbegriffen, die richtige Artikulation, die Nutzung und das Verständnis von Abkürzungen und die korrekte Verwendung von Begrüßungsformeln und Anreden in Briefen oder E-Mails.

In der Befragung haben wir nicht nur nach den Herausforderungen im Arbeitsalltag gefragt, sondern auch nach Anregungen und Strategien, wie die genannten Schwierigkeiten überwunden werden könnten. Die Befragten gaben folgende mögliche Strategien an:

- "Ich würde Kollegen bitten, mir bestimmte Begriffe zu erklären."
- "Ich habe mir angeschaut, wie meine Kollegen mit bestimmten Situationen umgehen."
- "Ich habe Fragen gestellt."
- "Ich bat um Hilfe."
- Lesen von Fachliteratur
- Erinnern an bestimmte Arbeitsschritte

Fragt man die ArbeitgeberInnen, mit welchen Instrumenten und Maßnahmen man die genannten herausfordernden Situationen für MigrantInnen überwinden kann, erhält man die folgenden Vorschläge:

- Regelmäßige Gespräche mit den MitarbeiterInnen.

- Den MitarbeiterInnen die Teilnahme an externen Weiterbildungsveranstaltungen anbieten, z.B. an Sprachkursen.
- Die Einrichtung von Mentoring-Programmen.

4.4 Unterstützende Aktivitäten

4.4.1 *Unterstützende Aktivitäten für ArbeitgeberInnen*

Die Arbeit in heterogenen Teams kann für alle Beteiligten zu Komplikationen oder Missverständnissen führen. Unterschiedliche Sprachkenntnisse oder kulturelle Besonderheiten können die Auslöser dafür sein. Daher befragten wir die ArbeitgeberInnen, welche Art von unterstützenden Aktivitäten sie sich wünschen, um mit diesen Herausforderungen umzugehen.

Alle vier ArbeitgeberInnen waren sich einig, dass interkulturelles Kompetenztraining notwendig wäre, um bestimmte Handlungen und Verhaltensweisen von MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund besser zu verstehen bzw. um dafür sensibilisiert zu werden, was es bedeutet, ein/e MigrantIn zu sein. Ein Vorschlag dahingehend war, Broschüren über „do´s“ und „don´ts“ im Umgang mit MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund zu entwickeln. Ein weiterer Vorschlag war, eine Sammlung von Links und Informationen über die Herkunftsländer der MigrantInnen anzulegen, sodass sich jeder mit diesen Ländern vertraut machen könnte. Ein anderer Vorschlag zielte auf die Vernetzung von Unternehmen, die in ähnlichen Bereichen aktiv sind, um Ideen und Erfahrungen auszutauschen und Strategien zu entwickeln, wie MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund besser in den betrieblichen Alltag integriert werden könnten.

4.4.2 *Unterstützende Aktivitäten für MigrantInnen*

Sowohl ArbeitgeberInnen als auch MigrantInnen machten eine Reihe ähnlicher Vorschläge, wie MigrantInnen bei sprachlichen Herausforderungen im Berufsalltag unterstützt werden könnten:

- Die Einführung eines Mentoringsystems, das dabei hilft, die MigrantInnen direkt am Arbeitsplatz zu unterstützen,

- Eine Verbindung zwischen MentorIn und einem parallel laufenden Sprachkurs, so dass die KursleiterInnen die Inhalte einerseits direkt auf die Bedürfnisse der MigrantInnen und andererseits passend an die (Sprach-) Anforderungen des Arbeitsplatzes abstimmen können,
- Eine interkulturell offene Umgebung am Arbeitsplatz,
- MigrantInnen wünschen sich Unterstützung von ihren KollegInnen bei Fragen, ohne dabei das Gefühl zu haben, dumm zu sein,
- Der Besuch von branchenspezifischen Sprachkursen.

4.5 Wert und Nutzen unterschiedlicher Sprachen von MitarbeiterInnen

Der Sprachgebrauch von MigrantInnen richtet sich nach den Besonderheiten des Berufsfeldes. Die Befragten selbst erläuterten den Wert ihrer Muttersprachen für ihre ArbeitgeberInnen besonders im Blick auf die internationalen Kontakte ihres Unternehmens. Sie sind entweder international tätig (z.B. technische Kommunikation und medizinische Hilfe) oder arbeiten selbst mit MigrantInnen (Erwachsenenbildung, Sozialarbeit).

Die ArbeitgeberInnen schätzen nicht nur die sprachlichen Kompetenzen ihrer Mitarbeiter, sondern auch deren interkulturelle Kompetenzen und das Wissen um kulturelle Besonderheiten und spezielle Verhaltenskodizes. Hilfreich ist dieses Wissen auch im Umgang mit Kunden oder Lernenden z.B. aus Russland oder Spanien oder bei Problemen bei internationalen Ausschreibungen von Aufträgen.

4.6 Erfahrungen mit Sprachkursen

4.6.1 Erfahrungen von ArbeitgeberInnen

Alle vier ArbeitgeberInnen gaben an, keine internen Deutschkurse anzubieten, da 3 von 4 TeilnehmerInnen in kleinen Unternehmen arbeiten, für die solche Kurse nicht zu realisieren sind.

Allerdings gaben 2 von 4 ArbeitgeberInnen an, dass sie die Angebote der Volkshochschulen oder von anderen Weiterbildungsanbietern nutzen, um die sprachlichen Fähigkeiten von MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund zu verbessern. Diese Fortbildungen wurden entweder vollständig oder teilweise durch die ArbeitgeberInnen finanziert, nach dem Motto "Je besser die Fähigkeiten meiner MitarbeiterInnen, desto besser läuft meine Firma."

4.6.2 Erfahrungen von Migrantinnen

Drei der fünf befragten Migrantinnen besuchten bereits einen Integrationskurs. Die beiden anderen studierten Deutsch an einer Universität. Die drei Teilnehmerinnen, die einen Integrationskurs besuchten, waren sich darüber einig, dass sich durch den Besuch ihre Fähigkeiten im alltäglichen Gebrauch der deutschen Sprache deutlich verbessert haben. Heute sind sie davon überzeugt, dass es besser gewesen wäre, sich bereits früher und intensiver mit der deutschen Sprache zu beschäftigen, da die Sprachkenntnisse direkten Einfluss auf die berufliche Situation haben. Sie schlagen zudem folgende Ergänzungen für Sprachkurse vor:

- Praktika in Unternehmen vor Ort, um direkte Erfahrungen im Umgang mit Deutschen im Arbeitsumfeld zu gewinnen,
- Spezielle Kurse zur deutschen Arbeitskultur,
- Spezielle Übungen zu speziellen Arbeitsaufgaben, z.B. wie schreibt man einen dienstlichen Brief, wie führt man einen dienstlichen Anruf.
- Wie bewirbt man sich für einen Arbeitsplatz, was ist in Vorstellungsgesprächen zu beachten.

Die Befragten gaben auch Anregungen, wie sprachliche Kompetenzen verbessert werden könnten:

- Die Einführung eines Mentoringsystems das dabei hilft, MigrantInnen direkt am Arbeitsplatz zu unterstützen
- Unterstützung von KollegInnen bei Fragen, ohne dabei das Gefühl zu haben, dumm zu sein.

- Eine interkulturell offene Umgebung am Arbeitsplatz,
- Der Besuch von branchenspezifischen Sprachkursen.

Auf Grundlage der Befragungen von Migrantinnen und ArbeitgeberInnen sind folgende Empfehlungen als besonders wichtig hervorzuheben:

- Eine einladende Atmosphäre ist für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnengleichermaßen wichtig. Fehlen den MitarbeiterInnen im Team, in dem MigrantInnen arbeiten, interkulturelle Kompetenzen, kann es zu Problemen bei der Zusammenarbeit kommen,
- MigrantInnen sind manchmal schon durch die Angst eingeschüchtert, Fehler beim Schreiben oder Sprechen zu machen,
- Spezielle Sprachkurse für den Bereich Bürokommunikation und/oder für ausgewählte Aspekte der täglichen Büroarbeit sind notwendig,
- Weiterbildungsangebote sollten sowohl die Sprachkenntnisse fördern als auch berufsspezifisches Wissen vermitteln,
- Besonders international agierende Unternehmen sollten als ArbeitgeberInnen in den Fokus rücken, da sie auf MitarbeiterInnen mit umfangreichen Sprachkenntnissen angewiesen sind.

4.7 Erfolgsgeschichten und Anregungen

Im Rahmen der Befragungen wurden die ArbeitgeberInnen aufgefordert, uns Erfolgsgeschichten und Anregungen zur Beschäftigung von MigrantInnen mitzuteilen. Einmal wurde hier bspw. auf zwei Mitarbeiterinnen verwiesen, die ursprünglich aus Russland stammen, und die aufgrund ihrer profunden Kenntnisse die Betreuung von Kunden aus den osteuropäischen Ländern übernehmen.

5 Ergebnisse Sprachenunterricht

5.1 Herausforderungen im Lehren und Lernen beruflich verwendeter Sprache

Die befragten KursleiterInnen verfügen alle über Erfahrungen in Deutschkursen. Die meisten haben Erfahrungen in den ESF-BAMF Kursen zur beruflichen Integration von MigrantInnen. Diese Kurse sind sowohl für die allgemeine berufliche Bildung als auch für spezielle Berufsfelder (Pflege, Dienstleistung, Logistik, Bürokommunikation) konzipiert. KursleiterInnen sehen sich dabei mit unterschiedlichen Herausforderungen konfrontiert, die wie folgt unterteilt werden können:

Zielgruppenspezifische Herausforderungen	Organisationsbezogene Herausforderungen	Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Heterogene Gruppen in Kursen: <ul style="list-style-type: none"> - Unterschiedliche Ziele - Unterschiedliche Motivation - Alter - Unterschiedliche Niveaus vorhandener Kompetenzen - Unterschiedliche Niveaus in der Sprachbeherrschung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gruppengröße 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sprachliche Besonderheiten
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interkulturelle Probleme 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kursstruktur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fachbegriffe
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zugang zu angemessenen Lehrmaterialien 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vielfalt der Berufsbildung in Deutschland
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lehrkräfte verfügen selten über praktische Erfahrungen

Tabelle 4: Herausforderungen für das Lehren im beruflichen Kontext

5.2 Materialbezogene Aspekte

Die KursleiterInnen betonten, dass alle Materialien, die im Projekt entwickelt werden, dem Sprachniveau B1 und höher entsprechen sollen. Die notwendigen Grundlagen würden in den A1 und A2 Kursen gelegt, fachspezifische Begriffe oder Formulierungen könnten nur auf höheren Niveaus erarbeitet werden. Die Materialien sollten zudem spezifische Informationen zu den Berufsfeldern geben, da die KursleiterInnen oft keine ExpertInnen in allen Bereichen sind. Die Lehrmaterialien sollten aus unterschiedlichen Übungen bestehen, die sich leicht an unterschiedliche Sprachniveaus und Lerngruppen anpassen lassen. Da die KursleiterInnen nicht viel Zeit haben, um die Kurse vorzubereiten, sollten die Materialien ohne großen Aufwand (Kopieren etc.) seitens der KursleiterInnen verwendet werden können. Die Materialien sollten als Buch, Handout oder als Word-Dokument angefertigt werden. Sie sollten leicht anzupassen sein und mit Visualisierungen und authentischen Materialien ergänzt werden.

5.3 Verfügbarkeit des Lehrmaterials

Die wichtigsten Quellen, die KursleiterInnen nutzen, um Lehrveranstaltungen vorzubereiten, sind das Internet, Lehrbücher, aber auch Konferenzen, Veranstaltungen durch Verlage, Magazine, Plattformen oder Foren, in denen sie sich mit KollegInnen auszutauschen.

Das Material wird an die Bedürfnisse der Lernenden und der Zwecke des Unterrichts angepasst. Ein Teil wurde von den KursleiterInnen selbst entwickelt. Dazu wurden alltägliche Gegenstände verwendet, wie z.B. Zeitungsartikel, Formulare oder Arbeitsbücher, die in Berufsschulen verwendet werden.

Die besten Möglichkeiten, das entwickelte Material zu verbreiten, seien das Internet und Konferenzen.

5.4 Praktische Erfahrungen im Unterricht und Anregungen

Im Rahmen der Befragung der KursleiterInnen wurde auch nach Methoden gefragt, die sich in früheren Unterrichtssituationen mit Bezug zu beruflich orientierten Weiterbildungsveranstaltungen als erfolgreich herausgestellt haben. Wir erhielten eine Vielzahl von Antworten, die häufigsten Antworten waren dabei:

- Rollenspiele/ Szenariotechnik, z.B. Telefongespräche nachstellen, Arbeitsgespräche mit Kollegen, Small Talk mit Kollegen, Präsentationen von Produkten
- Lernstationen
- Integrierte Praktika in Unternehmen
- Verwendung von Visualisierungen
- Arbeit mit verschiedenen Medien

Ein genauerer Blick auf die obengenannten Methoden ermöglichte es uns, Erfolgsfaktoren für die Vermittlung berufsorientierter Deutschkenntnisse abzuleiten:

Erfolgsfaktoren	
Originalmaterialien	<ul style="list-style-type: none"> - Verbindung zwischen Klassenraum und Lebenswelt - Übungen mit praxisnahen Materialien - Praktische Übungen
Praxisnahe Erfahrung/Rollenspiele	<ul style="list-style-type: none"> - Kein theoretisches Lernen von Sprache und Grammatik - Direkte Nutzung bereits erworbener Sprachkompetenzen in lebensnahen und berufsnahen Situationen - Praktische Übungen - Lernen aus konkreten Situationen
Verbinden von individuellen Interessen und Unterrichtsthemen	<ul style="list-style-type: none"> - Verbinden von praktischen Erfahrungen und realem Leben - Verbindung zwischen Sprachenerwerb und Privatleben
Selbstständiges Lernen	<ul style="list-style-type: none"> - Unterstützt unterschiedliche soziale Verhaltensmuster - Selbstmanagement - Aktivierung

Tabelle 5: Erfolgsfaktoren

Diese Methoden haben dazu beigetragen, dass die TeilnehmerInnen motiviert und interessiert in den Deutschkursen waren. In jedem Fall müssen sich KursleiterInnen darüber im Klaren sein, dass die verwendeten Methoden auch zu den TeilnehmerInnen passen.

Unterschiedliche Lerntypen und kulturelle Aspekte sind daher bei der Methodenwahl zu beachten. Nicht jeder ist dazu bereit, sich in Situationen zu begeben, die unangenehm für ihn/sie sind.

Die KursleiterInnen wurden auch darüber befragt, welche Materialien sie bisher erfolgreich eingesetzt haben. Folgende Materialien wurden benannt:

- Lehrbücher wie z.B.:
 - Aspekte (Langenscheidt)
 - Dialog Beruf (Hueber)
 - Ziel (Hueber)

- Internetquellen:
 - www.wirtschaftsdeutsch.de
 - www.deutschewelle.de

- Sonstiges Material:
 - Bilder mit beruflichem Bezug (Arbeitsschritte etc.)
 - Arbeitsblätter mit Bildern oder Fotos
 - Filme

Weitere Aspekte oder Wünsche mit Bezug auf Methoden und Material, die von den Befragten genannte wurden sind:

- Sie wünschen klare und einfach zu verwendende Materialien über das Verfassen von Anwendungen
- Spezielles Material zu Vorstellungsgesprächen, Gesprächen mit Vorgesetzten oder Kollegen
- Spezielles Material zum Schreiben von dienstlichen Briefen, Mails

6 Zusammenfassung

Im Rahmen des Projektes "Meed the Need" wurden im Zeitraum von Mai bis Dezember 2011 mehrere Interviews und Befragungen mittels Fragebögen durchgeführt. Ziel der Befragung war, herauszufinden, welche Herausforderungen es beim Erlernen von Deutsch als Zweitsprache im Bereich Bürokommunikation gibt. Befragt wurden dafür 4 ArbeitgeberInnen, 5 MigrantInnen und 10 KursleiterInnen.

Die Ergebnisse der Befragungen können wie folgt zusammengefasst werden:

- Der Bereich Bürokommunikation ist in vielen Bereichen vertreten. Entsprechende Kompetenzen werden in unterschiedlichen Berufsfeldern benötigt (z.B. Bildung und Erziehung; Sozialarbeit oder im technischen Bereich). Die anfallenden Aufgaben sind vielfältig. Sie reichen vom Führen von Telefongesprächen, der Bestellung von Material, der Erstellung von Dokumenten bis zur Planung und Vorbereitung von Sitzungen.
- Die schwierigsten Situationen für MigrantInnen sind dabei: Das Führen von Telefongesprächen, das Schreiben von dienstlichen Briefen oder E-Mails sowie die richtige Verwendung von Fachbegriffen und Anreden oder kulturelle Aspekte. Um diese Herausforderungen zu meistern bzw. MigrantInnen und ArbeitgeberInnen zu unterstützen, werden folgende Empfehlungen gegeben:
 - o Eine angenehme Atmosphäre ist wichtig für alle Beteiligten (ArbeitgeberInnen, deutsche KollegInnen und MigrantInnen).
 - o Interkulturelle Kompetenzen sind essentiell für alle Teams, in denen MigrantInnen arbeiten, da dies Missverständnisse und Konflikte verhindern kann. Die Schulung aller MitarbeiterInnen in interkulturellen Kompetenzen ist daher wichtig.
 - o MigrantInnen fehlt manchmal das Selbstvertrauen bzw. sie sind ängstlich, Fehler beim Schreiben oder Sprechen zu begehen.
 - o Es ist sinnvoll, Sprachkurse speziell für den Bereich Bürokommunikation anzubieten, die sich mit konkreten Situationen bzw. mit dem Alltag im Büro beschäftigen.
 - o Weiterbildungen sollten einen doppelten Fokus haben, sowohl berufsspezifisches Wissen vermitteln als auch Sprachkenntnisse vertiefen.

- Besonders international agierende Unternehmen sollten als ArbeitgeberInnen in den Fokus rücken, da sie auf MitarbeiterInnen mit umfangreichen Sprachkenntnissen angewiesen sind.
- Mentoring-Programme können MigrantInnen direkt am Arbeitsplatz unterstützen.

KursleiterInnen sind im Lehrprozess mit spezifischen Problemen konfrontiert:

- Mangel angemessener Lehrmaterialien
 - Heterogene TeilnehmerInnengruppen
 - Organisatorische Probleme (Räume etc.)
- Zur erfolgreichen Durchführung entsprechender Lehrveranstaltungen sollten KursleiterInnen die Verwendung folgender Methoden erwägen:
- Rollenspiele/Szenariotechnik
 - Lernstationen
 - Praktika in Unternehmen in den Kurs einflechten
 - Verwendung von Visualisierungen bzw. praxisnahen Materialien
 - Verwendung unterschiedlicher Medien

7 Literaturverzeichnis

Bundesagentur für Arbeit (2012): Berufsinformationen Kaufmann/-frau – Bürokommunikation, <http://www.berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/start?dest=profession&prof-id=7881#oben>, abgerufen am 14.12.2011.

Jahoda, M./Lazarsfeld, P. F./Zeisel, H. (1982): Die Arbeitslosen von Marienthal. Ein soziographischer Versuch über die Wirkungen lang andauernder Arbeitslosigkeit, Frankfurt a. M.: Suhrkamp (ursprünglich 1933).

Klingholz, R./Kröhnert, S./ Sippel, L./ Woellert, F. (2009): Ungenutzte Potenziale – Zur Lage der Integration in Deutschland, Berlin.

Migration-Info (2007): Deutschland: Schlechte Aussichten für Migranten auf dem Arbeitsmarkt, http://www.migration-info.de/mub_artikel.php?id=070610, abgerufen am 14.12.2011.

Seebaß, K./ Siegert, M. (2011): Working paper 36 - Migrante am Arbeitsmarkt in Deutschland, Nürnberg.