Tagungsdokumentation

Business meets Diversity!

Die Plattform für Akademiker und Unternehmen

Eine Kooperationsveranstaltung

der Industrie und Handelskammer (IHK) Düsseldorf, der Türkisch Deutschen Studierenden und Akademiker Plattform (TD-Plattform e.V.) und des Verbandes Türkischer Unternehmer und Industrieller in Europa (ATIAD e.V.)

Düsseldorf, Januar 2016

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung **2**
2. Grußworte **3**

Gregor Berghausen, Hauptgeschäftsführer der IHK Düsseldorf 3
Aziz Sarıyar, Vorstandsvorsitzender ATIAD e.V. 4

3. Fachbeiträge **6**

Caner Aver, Präsident TD-Plattform e.V.
Migrant*innen mit Hochschulabschluss auf dem Arbeitsmarkt 6

Michael Stuber, Berater & Autor
Vorurteile und Fallstricke - Diversity ist kein Selbstläufer. Anregungen für anregende Diskussionen 11

4. Ergebnisse aus den Themenforen **14**

Themenforum 1: Hindernisse von Hochschulabsolventen mit Migrationshintergrund 14

Themenforum 2: Probleme im Bewerbungsverfahren aus Unternehmerperspektive 16

Themenforum 3: Arbeitsmarktrelevante Qualifikationen – Win-win-Situation 18

Themenforum 4: Lösungsansätze in Bildung, Arbeit und Wirtschaft 20

5. Impressionen **21**

1. Einleitung

Vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels gerade in kleinen und mittelständischen Betrieben, des demographischen Wandels und der überdurchschnittlich höheren Arbeitslosigkeit von Hochschulabsolvent*innen mit Migrationshintergrund ist die Idee entstanden, im Rahmen einer Kooperationsveranstaltung zwischen der TD-Plattform e.V. (Türkisch-Deutsche Studenten- und Akademiker Plattform) als größte zivilgesellschaftliche Organisationen ihrer Art in Deutschland, der ATIAD e.V. (Verband Türkischer Unternehmer und Industrieller in Europa) als Spitzenverband der türkischen Wirtschaft in Deutschland und Europa und der IHK (Industrie- und Handelskammer) Düsseldorf das Thema aus unterschiedlichen Perspektiven zu durchleuchten und die Ergebnisse in einer Tagungsdokumentation festzuhalten.

Ziel war es, eine nachhaltige Plattform für Akademiker*innen und Unternehmen mit und ohne Migrationshintergrund aufzubauen, um Akteure zusammenzubringen, eine Öffentlichkeit zu schaffen und einen Diskurs aus verschiedenen Perspektiven zu starten. Nach den Grußworten der Veranstalter wurde in einem Inputvortrag auf das Thema Diversity eingegangen, was zwar häufig Gegenstand von Diskussionen ist, aber selten die gesamtgesellschaftliche Vielfalt versteht und somit Teile der Gesellschaft nicht berücksichtigt. Hierzu haben die Akteure am 5. Oktober 2016 in die Räumlichkeiten der IHK Düsseldorf eingeladen und vereinbart, dieses Format jährlich anzubieten.

Die Tagung wurde durch das Engagement der Vorstandsmitglieder der TD-Plattform e.V. Caner Aver (Präsident), Gamze Simsek (Programmleiterin Arbeitsmarkteinstieg), Zinnet Akdeniz (Vorstandsmitglied) sowie Serap Yılmaz (Bildungsreferentin ATIAD e.V.) und Anna Hollstegge (Referentin Dienstleistungen und Gesundheitswirtschaft IHK Düsseldorf) realisiert und umgesetzt.

v.L.: Ozan Demircan (Moderator), Gamze Şimşek, Caner Aver, Michael Stuber (Referent, Autor), Aziz Sarıyar, Serap Yılmaz, Anna Hollstegge, Gregor Berghausen (Hauptgeschäftsführer der IHK Düsseldorf)

2. Grußworte

Gregor Berghausen, Hauptgeschäftsführer der IHK Düsseldorf

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Gäste,

herzlich Willkommen zur Kooperationsveranstaltung „Business meets Diversity!“. Gemeinsam mit dem Verband türkischer Unternehmer und Industrieller sowie die Türkisch-Deutsche Studenten- und Akademiker Plattform wollen wir mit Ihnen über Vielfalt diskutieren, Erfahrungen austauschen und Antworten finden. Zum Beispiel darauf, wie türkische Absolventen auf dem deutschen Arbeitsmarkt besser Fuß fassen können oder wie Unternehmen mit dem Thema „Diversity“ souverän umgehen (können).

Fakt ist, dass die Unternehmen in Deutschland qualifizierte Fachkräfte suchen und dass es viele gut qualifizierte Absolventen unter Ihnen gibt, die auf dem Arbeitsmarkt Fuß fassen wollen. Wo aus Unsicherheit oder Unwissenheit diskriminiert wird, entgehen den Unternehmen jedoch diese Potenziale. Denn die Globalisierung führt nicht nur zu einer innerstaatlichen kulturellen Vielfalt, sondern ebenso zu immer vielfältigeren (inter)nationalen Spielräumen für die Wirtschaft.

Diese kann man auch in Zahlen ausdrücken: Laut Auswärtigem Amt beschäftigen rund 96.000 türkischstämmige Unternehmer etwa 500.000 Mitarbeiter in Deutschland und erwirtschaften einen Jahresumsatz von ca. 50 Mrd. Euro. Allein in der Landeshauptstadt Düsseldorf leben und arbeiten rund 23.000 Menschen mit türkischem Migrationshintergrund. Viele von ihnen sind erfolgreiche Unternehmer: eine aktuelle Studie weist für die Stadt 842 türkische Unternehmen aus, darunter 79 Unternehmen mit türkischem Mehrheitskapital und 753 Kleingewerbetreibende mit türkischer Staatsangehörigkeit. Sie schaffen Arbeitsplätze – auch für Deutsche.

Da das Thema „Fachkräftesicherung“ quasi in der DNA der IHK veranlagt ist, bieten wir uns gerne als Partner an, um zu erarbeiten, wie sich die Struktur von Bildung, Arbeit und Wirtschaft ändern muss, um Diskriminierungsfallen entgegenwirken und im Wettbewerb um die besten Köpfe bestehen zu können. Dazu brauchen wir nicht nur theoretische Studien. Wir brauchen den praxisbezogenen persönlichen und vor allem nachhaltigen Austausch – mit Ihnen.

Wir sind gespannt auf Ihre Ideen und Anregungen!

Die Professionalisierung von Unternehmen in türkischstämmiger Geschäftsführung – Chancen und Erwartungen

Aziz Sarıyar, Vorstandsvorsitzender ATIAD e.V.

Schon längst zeigt sich die Historie der zugezogenen Arbeiternehmer*innen der 1960er Jahre in der gegenwärtigen Alltagswelt Deutschlands. Die Systeme des gesellschaftlichen Zusammenseins sind durchzogen von der Vielfalt, die das Einwandererland Deutschland charakterisiert und prägt. Nicht nur in dem kulturellen Bereich findet sich vermehrt ein Einfluss verschiedenster Hintergründe - sei es in der Musik, Literatur oder der Kochkunst. Vor allem das wirtschaftliche System beherbergt eine Vielzahl von Unternehmen und Arbeitgeber*innen, deren ethnische, kulturelle oder nationale Ursprünge nicht in Deutschland liegen. Sogenannte Migrantenunternehmen machen in Deutschland eine große Zahl der Firmen aus. Die größte Gruppe stellen hierbei die türkischstämmigen Unternehmer*innen dar. Mit einem Umsatz von 40 Mrd. Euro stellen die rund 100.000 türkischstämmigen Unternehmer*innen ca. 500.000 Arbeitsplätze zur Verfügung; die Zahl steigt stetig an. Wohingegen vor allem in den ersten Jahren nach der Gastarbeiterbewegung die türkischstämmige Bevölkerung nicht mehr allein Arbeitnehmer war, sondern immer häufiger Gründeridentitäten geschaffen wurden, wurden Unternehmen gegründet, die den Bedarfen der türkischstämmigen Bevölkerung in Deutschland dienten. Daher zeigte sich eine eher homogene Branchenzugehörigkeit dieses Unternehmertums, welches vermehrt in der Lebensmittelindustrie, im Tourismus und in der Gastronomie zu finden war. Durch den Wandel des Erwerbs sowie den Rückgang der Industrie hat sich in Deutschland eine größere Unternehmerschaft im Bereich der Wissensindustrie entwickelt. Heute sehen wir, dass auch türkischstämmige Firmen die Heterogenität der deutschen Unternehmerlandschaft wiederspiegeln und ebenso in der Wissenstechnologie sowie in verschiedensten Dienstleistungen agieren.

Die Annahme, ein Migrantenunternehmen beschäftige selber nur Migranten, sei also auch in sich homogen, kann heute widerlegt werden. Durch die Unternehmensstruktur, welche nur noch anhand des Namens der geschäftsführenden Person Rückschlüsse auf einen Migrationshintergrund hinweisen kann, sind die in Deutschland geführte Firmen den rechtlichen und systemischen Anforderungen Deutschlands untergeordnet. Die Frage nach Fachkräften beschäftigt diese Unternehmen daher in derselben Art und Weise, wie bekannte Familienunternehmen oder traditionelle mittelständische Unternehmen es erleben.

Unternehmen, die in ihrem Sektor die Zielgruppe der Deutsch-Türken oder die türkische Bevölkerung im Ausland bedienen, benötigen neben Fachkräften, die die Arbeitstechniken beherrschen, häufig auch Mitarbeiter*innen, die weitere Berufsqualifizierungen ausweisen – beispielweise außerordentliche Türkischkenntnisse in Wort und Schrift. Somit sehen sich türkischstämmige Unternehmer*innen in einer noch tieferen Verstrickung des Fachkräftemangels und suchen händeringend passende Auszubildende und Mitarbeiter*innen. Ein Idealbewerber wäre demnach eine hochqualifizierte Person für das spezifische Berufsfeld, welche auch noch weitere Qualifikationen wie sozio-kulturelles Kapital und Kultursensibilität mitbringt. Auch wenn diese Vorstellung idealtypisch ist und nur auf sehr wenige Bewerber*innen zutrifft, so ist die Diskrepanz zu den tatsächlichen Qualifikationen der Bewerber*innen sehr groß. Diese Diskrepanz ist jedoch multidimensional und komplex, sodass nicht auf gezielte Ursachen verwiesen werden kann.

Folglich treffen die Erwartungen der Unternehmen die Erwartungen der Bewerber*innen - und es zeigt sich: Bewerber*innen mit türkischem Migrationshintergrund, die eine akademische Ausbildung genossen haben, erwarten zumeist mehr vom Job, als es realistisch möglich ist - dies kann vielerlei Gründe haben. Unter anderem sind die aktuellen Absolventen oftmals die ersten der Familie, die einen akademischen Abschluss haben. Auch mussten sie zum Teil weitere Wege, wie beispielsweise über den zweiten Bildungsweg, gehen, um an dieses Ziel zu kommen, sodass die Erwartungen an das Unternehmen an subjektiven Erfahrungen und einem bestimmten Ich-Gefühl ausgerichtet sind. Unternehmen in türkischer Leitung, deren Branchenzugehörigkeit Mitarbeiter*in mit Migrationshintergrund benötigt, machen vermehrt die Erfahrung, dass Bewerber*in mit Migrationshintergrund unrealistische Gehaltsvorstellungen haben, ihre Sprachkenntnisse zu gering sind und sie außerhalb des akademischen Titels keine nachweislich adäquaten Berufserfahrungen gesammelt haben. Das Thema Diversity wird bei türkischstämmigen Unternehmer*innen, oftmals auf Grund der eigenen Erfahrungen und Diskriminierungen in der Arbeitswelt, höher gehalten und strikter eingehalten, als dies bei traditionellen Firmen der Fall ist. Dennoch zeigt sich hier eine hohe Diskrepanz zwischen den Erwartungen der türkischstämmigen Unternehmer*innen und den Erwartungshaltungen der Bewerber*innen mit Migrationshintergrund.

Um einen Ausgleich zu erreichen und die Hintergründe beider Erfahrungswelten besser nachvollziehen zu können, bietet sich der direkte Kontakt beider Gruppen an. Im Alltagsleben können diese beiden Gruppen fern voneinander sein und wissen daher wenig über die Entstehung jener Erwartungen an die andere Partei. Ein Zusammenkommen auf Augenhöhe mit einem detaillierten Erfahrungsaustausch kann dazu beitragen, dass Bewerber*innen ihr Potential rechtzeitig erkennen, früh ansetzen und im Studium oder in der Ausbildung wichtige berufliche Erfahrungen sammeln.

Gleichzeitig kann der Input eines Arbeitsgebers eine Verbindung zum Bewerber aufbauen, da eine vielleicht vorhandene Diskriminierungserfahrung geteilt und der Bezug zur reellen Arbeitswelt durch diese Nähe besser vermittelt werden kann. Wenn Business auf Diversität trifft und beide Gruppen mehr voneinander wissen, kann so im Laufe der Zeit die Diskrepanz reduziert, Arbeitsplätze gefüllt und dem Fachkräftemangel entgegengewirkt werden. Denn auch türkischstämmige Arbeitgeber*innen suchen den passenden Mitarbeiter*in ebenso wie Bewerber*innen mit Migrationshintergrund eine auf sie passende Beschäftigung suchen. Mit unserer Herangehensweise durch „Business meets Diversity“ können wir somit einen Mehrwert für beide Parteien und deren gesellschaftliche Teilhabe schaffen.

3. Fachbeiträge

Migrant*innen mit Hochschulabschluss auf dem Arbeitsmarkt

Caner Aver, Präsident TD-Plattform e.V.

Trotz des Fachkräftemangels, des demographischen Wandels und der steigenden Abwanderung von Hochqualifizierten sind gerade Migrant*innen mit Hochschulabschluss überdurchschnittlich höher arbeitslos. Zwar liefern zahlreiche Studien Erkenntnisse über Ursachen und potentielle Lösungsmöglichkeiten, doch berücksichtigen sie nicht alle Faktoren. Evident wird etwa der politische Wille der Entscheidungsträger Umsetzungsebene, wenn der Diversitätsbegriff in ihrer gesamten Facette zur Geltung kommen soll. Diversität wird nicht immer und überall als Abbild der gesellschaftlichen Vielfalt verstanden, sondern nach wir vor eher mit der Geschlechter-, Alters- und der Frage nach der Behinderung von Menschen. Dabei sollte die Zielgruppe der Migrant*innen aus zwei wesentlichen Gründen im Fokus des Diversitätsdiskurses stehen: Erstens stammt sie hauptsächlich aus Arbeitermilieus und bringt trotz ihres Hochschulabschlusses wenig ökonomisch verwertbares Sozialkapital mit. Ihre Netzwerke konzentrieren sich eher auf Personen aus dem ähnlichen (meist geographisch eingeschränktes) soziales Milieu und können somit beim Arbeitsmarktzugang nicht oder geringer genutzt werden als jene aus dem Bildungsbürgertum. Zweitens stehen sie aufgrund ihres Migrationshintergrundes vor größeren Benachteiligungen gegenüber, wenn ethnische, kulturelle oder religiöse Zugehörigkeit in der Bewerbung zu einer Selektion im Bewerbungsverfahren führen kann. Diversität muss also neben den klassischen Merkmalen sowohl die soziale als auch die ethnische Herkunft einbeziehen.

Nach Angaben des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) lag der Anteil an arbeitslosen Akademiker*innen im Bundesdurchschnitt 2012 nur bei 2,4%,[1] während sie unter den deutschtürkischen Hochschulabsolvent*innen in NRW 2013 bei 8,9%[2] lag. Die Bundesagentur für Arbeit (BA)[3] geht davon aus, dass der Fachkräftemangel sich mittel- und langfristig noch weiter verschärfen wird. Zugleich nimmt das Erwerbspersonenpotential bei konstanter Erwerbsquote ohne Zuwanderung von heute 45 Millionen Personen auf 27 Millionen Personen im Jahr 2050 ab.[4] Demnach kann eine Erhöhung der Erwerbspersonen etwa durch Zuwanderung, Anerkennung von ausländischen Abschlüssen und die Steigerung der von den Beschäftigten erwirtschafteten Wertschöpfung nur einige der Lösungen sein. Die Ursachen der durchschnittlich höheren Arbeitslosigkeit von (hochqualifizierten) Deutschtürken können anhand von drei Faktoren grob skizziert werden:

- Unternehmer / Arbeitgeber: Benachteiligungen auf dem Bewerbungsverfahren
- Bewerbende: Geringes, ökonomisch verwertbares Sozialkapital
- Strukturelle Seite: Branchen- und raumspezifischer Fachkräftebedarf- oder Mangel

[1] Brigitte Weber und Enzo Weber, IAB Kurzbericht (Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung). Bildung ist der beste Schutz vor Arbeitslosigkeit. 4, 2013, S. 3.

[2] Ergebnisse der Mehrthemenbefragung 2013: Eine Analyse in Kooperation mit dem Ministerium für Arbeit, Integration und Soziales des Landes NRW. Essen, 2013, S. 81 ff.

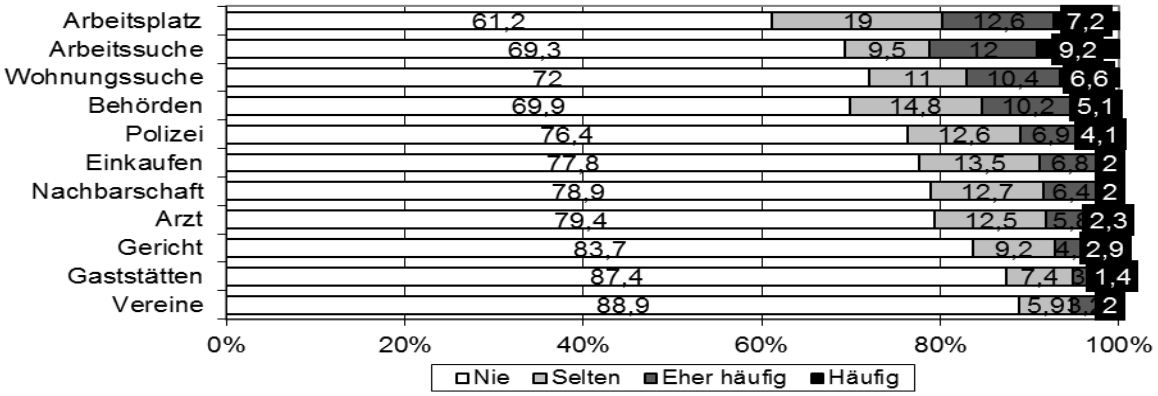
[3] Perspektive 2025: Fachkräfte für Deutschland. Bundesagentur für Arbeit, Nürnberg, 2011.

[4] Ebd. S. 10

Unternehmer / Arbeitgeber: Benachteiligungen auf dem Bewerbungsverfahren

Gesetzliche Regelungen gegen Diskriminierung (§ 3 Abs. 1 AGG) können außer der Schaffung des rechtlichen Rahmens für Gleichbehandlung die öffentliche Meinung nur unwesentlich beeinflussen. Die Benachteiligung von Migrant*innen (auch in Nachfolgegenerationen) beim Arbeitsmarkteinstieg wird besonders in kleinen und mittleren Betrieben signifikant[5] – Kaas und Manger belegen, dass etwa Bewerbende mit türkisch klingenden Namen bei gleicher Qualifikation 24% weniger Einladungen zu Vorstellungsgesprächen für ein Praktikum als ihre Vergleichsgruppe aus der Mehrheitsgesellschaft erhalten.[6] In der folgenden Tabelle wird die Diskriminierungswahrnehmung nach Lebensbereichen erfragt, die im Zeitverlauf zwar abgenommen hat, aber in einigen Bereichen nach wie signifikant ist. Während sie am Arbeitsplatz/Uni/ Schule ihren vorläufigen Höhepunkt 2006 mit 58,6% erreicht hat, sank sie 2013 auf 35,2%; bei der bei der Arbeitsplatzsuche hingegen lag sie 2006 bei 52,7% und sank 2013 auf 24,9%.

Abbildung 1: Häufigkeit der Diskriminierungswahrnehmung nach Lebensbereichen (in %)



Seit den 1990er Jahren steigen bundesweit ausländerfeindliche Anschläge an[7] und damit auch Ressentiments, die ihre Höhepunkte in der Sarazzin-, Kopftuch- oder Beschneidungsdebatte erreichten. Diese Entwicklungen scheinen gewissermaßen auch Einfluss auf Personalentscheidungen in Unternehmen zu haben. Im öffentlichen Diskurs vorhandene Stereotype werden auf Bewerbende projiziert, die dann einer stärkeren Selektionsgefahr im Bewerbungsverfahren ausgesetzt sind. Häufig schätzen Personaler zudem die Persönlichkeitseigenschaften von Bewerbenden mit Migrationshintergrund schlechter ein, doch ein Empfehlungsschreiben früherer (herkunftsdeutscher) Arbeitgeber führt dann zu annähernd gleichen Chancen. Bekommt das Personalmanagement zusätzliche Informationen über den Bewerbenden, spielen Stereotype keine wesentliche Rolle mehr. Ein weiteres Problem ist das standardisierte Auswahlverfahren bei Großunternehmen, die anhand bestimmter Indikatoren im

[5] Vgl. u.a.: Leo Kaas und Christian Manger, „Ethnic Discrimination in Germany's Labour Market: A Field Experiment", Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit. *IZA Discussion Paper* No. 4741. IZA Bonn, 2012.

[6] Ebd. S. 4

[7] Ergebnis der Kleinen Anfrage der Fraktion Bündnis90 / Grüne im Bundestag: Zwischen 2001 und 2012 wurden ca. 55.000 Fälle von Hasskriminalität registriert. Bundesinnenministerium (BMI) gibt 2014 an, dass 2013 insgesamt 3.248 "fremdenfeindliche Straftaten" registriert wurden; 11,2% mehr als im Vorjahr. Davon seien 97% dem Bereich "Politisch motivierte rechte Kriminalität " zuzuordnen.

Vgl.: Kleine Anfrage der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN im deutschen Bundestag – Drucksache 18/639 – http://dipbt.bundestag.de/dip21/btd/18/007/1800740.pdf, 30.04.2015

Onlineverfahren bereits eine Vorselektion vornehmen. Qualifikationen wie Fremdsprachenkenntnisse (neben Deutsch und der eigenen Muttersprache), soziales Engagement und ein Auslandsstudium- bzw. Praktikum werden von Unternehmen immer häufiger vorausgesetzt, die besonders Hochschulabsolvent*innen mit Migrationshintergrund und aus Arbeitermilieus seltener vorweisen können. Der Versuch, über anonymisierte Bewerbungen Benachteiligungsmechanismen entgegenzuwirken, greift ebenfalls nicht. Tatsächlich offenbart es die vorhandene Diskriminierung beim Bewerbungsverfahren in dem Unternehmen und ist nur ein Versuch, am „kranken System“ die Problemlage zu umgehen, statt über nachhaltige Lösungsansätze zu diskutieren. Einerseits muss sich der Bewerbende dann fragen, ob eine Beschäftigung in einem Unternehmen überhaupt erstrebenswert ist, indem solche Probleme herrschen. Andererseits wird anhand der Sprachkenntnisse - wie etwa türkisch oder arabisch auf Muttersprachenniveau - ein potentieller Migrationshintergrund offenbart, womit die Anonymität obsolet wäre. Nicht zuletzt ist die Diskriminierungswahrnehmung insbesondere unter in Deutschland geborenen und sozialisierten Nachkommen ehemaliger Gasteinwanderern gestiegen, die eine Ungleichbehandlung sensibler bewertet als Angehöriger der ersten Gastarbeitergeneration und umgekehrt die Chancengerechtigkeit immer stärker fordert.

Bewerbende: Geringes Sozialkapital

Sozialkapital[8] spielt eine immer wichtigere Rolle in Wissens- und Dienstleistungsgesellschaften. Neben einem Hochschulabschluss werden weitere Qualifikationen wie Auslandssemester, zusätzliche Fremdsprachenkenntnisse, Praktika, studentische Nebentätigkeiten oder soziales Engagement von Unternehmen gefordert. Insbesondere für Studierende aus Arbeitermilieus und mit Migrationshintergrund können sie eine Hürde wegen knapper Finanzmittel oder fehlenden Netzwerken darstellen. Für sie scheint ein Auslandssemester- bzw. Praktikum im Herkunftsland attraktiv und mit geringen sprachlichen, kulturellen, familiären und finanziellen Hürden verbunden zu sein. Sie sprechen die Landessprache und können ihre Kenntnisse durch einen Aufenthalt weiter optimieren, zudem das Land, die Strukturen und Lebensverhältnisse weiter kennenlernen und durch die familiären Bindungen vor Ort auf vertrauliche Netzwerke zurückgreifen. Allerdings werden durch ein Auslandsaufenthalt im Herkunftsland nicht die notwendigen Kompetenzen angeeignet, auf die es dabei ankommt; nämlich einerseits die Englischkenntnisse verbessern und andererseits in einem für die Studierenden fremden Land selbständig und erfolgreich zurechtkommen. Durch zwei Aufenthalte sowohl im Herkunfts- als auch in einem weiteren Land werden aber die Einstiegschancen gegenüber ihren Mitbewerbenden erhöht. Im Umkehrschluss bedeutet es, dass Studierende mit Migrationshintergrund mit einem Auslandsaufenthalt sowohl im Herkunftsland als auch einem für sie fremden Land ihre Arbeitsmarkteinstiegschancen gegenüber ihren Mitbewerber*innen signifikant erhöhen. Zudem werden Netzwerke als Instrument des Arbeitsmarkteinstiegs zunehmend relevanter, da Unternehmen bei der Personalsuche immer häufiger aus Kosten- und Zeitgründen auf diese zurückgreifen. Denn 49% der befragten Betriebe einer Studie des IAB nutzten bei Neueinstellungen persönliche Kontakte und 29% stellten über

[8] Pierre Bourdieu (1983) definiert Sozialkapital als die Gesamtheit der aktuellen und potenziellen Ressourcen, die mit der Teilhabe an Netzen sozialer Beziehungen gegenseitigen Kennens und Anerkennens verbunden sein können. Im Gegensatz zum Humankapital bezieht sich das Sozialkapital nicht auf natürliche Personen an sich, sondern auf die Beziehungen zwischen ihnen.

diese Netzwerke tatsächlich auch Personal ein (bei Hochschulabsolventen 15%),[9] persönliche Einschätzungen von Praktikern oder Unternehmen gehen bei tatsächlichen Einstellungen sogar bis auf einen Drittel hoch. Netzwerke bieten Bewerbenden zudem die Möglichkeit, mit Arbeitgeber*innen im persönlichen Kontakt zu überzeugen, sofern diese Netzwerke nicht ethnisch-kulturell homogen sind, sondern eher fach- und themenbezogen aufgestellt sind. Etwa die Hälfte der Deutschtürken unter 44 Jahren (unter 30 Jahre: 49,8%) sind in Vereinen mit Schwerpunkt auf Religion, Sport und Freizeit engagiert. In zivilgesellschaftlichen Organisationen zu „beruflichen Interessen“ sind sie mit 5,9% weit unterrepräsentiert - im Vergleich dazu 10% aus der Mehrheitsgesellschaft.[10] Eine Konzentration nur auf Migrantenselbstorganisationen (MSO) schränkt deshalb die Entwicklung von belastbarem Sozialkapital mit Rückgriffpotentialen auf ihre Ressourcen ein. Allerdings kann der Arbeitsmarkteinstieg bei günstigen Bedingungen auch für Migranten*innen mit Hochschulabschluss ohne große Wartezeiten erfolgen. So gaben 49% der befragten Hochschulabsolvent*innen an, nach ihrem Abschluss unmittelbar und weitere 23% innerhalb von drei Monaten eine berufliche Anstellung gefunden zu haben;: nur 6% mussten ein Jahr und länger nach einer Arbeitsstelle suchen.[11]

Strukturelle Seite: Branchen- und regionsspezifischer Fachkräftebedarf- oder Mangel

Eine weitere Ursache des Fachkräftemangels ist branchen- und regionsspezifischer Natur. Lediglich 0,4% der 3,6 Mio. Unternehmen in Deutschland sind laut des Instituts für Mittelstandsforschung Bonn Konzerne und Großunternehmen, 99,6% hingegen kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Die Konzentration auf Unternehmen mit internationaler Bekanntheit an möglichst „lebenswerten Standorten“ wie in Großstädten bzw. in naher Umgebung schränkt die Optionen für einen Arbeitsmarkteinstieg stärker ein, weil die Konkurrenz aus Bewerbenden steigt und die Unternehmen dadurch kein Fachkräftemangel aufweisen, dafür aber Bewerbende längere Einstiegszeiten in Kauf nehmen müssen. Besonders frische Absolvent*innen und jene, die länger als ein halbes Jahr eine Festanstellung suchen, müssen ihre Mobilitätsbereitschaft erhöhen und nach Unternehmen mit Fachkräftebedarf suchen, die auch in einem für sie unattraktiven, z.B. ländlichen Regionen angesiedelt sind. So wollten laut einer Umfrage von *Studitemps* mit 19.600 Absolventen 23% der befragten Studierenden Sachsen und 66% Brandenburg verlassen. Bayern, Baden-Württemberg, Berlin (54%) und Hamburg (216%) können hingegen mit Zuwanderung rechnen.[12] Kleine und mittelständische Unternehmen beklagen hingegen, dass den Bewerber*innen die nötigen Qualifikationen fehlen, sie insgesamt zu wenige Bewerbungen erhalten, Bewerber*innen zu hohe Gehaltsvorstellungen haben, sie als Unternehmen einen geringen Bekanntheitsgrad aufweisen oder sie in einer Region mit geringer Attraktivität angesiedelt sind.

---

[9] Brigitte Weber und Enzo Weber: „Bildung ist der beste Schutz vor Arbeitslosigkeit“. In: IAB-Kurzbericht 4/2013. Hrsg. Institut für Arbeitsmarkt und Berufsforschung der Bundesagentur für Arbeit. Nürnberg, 2013.

[10] Martina Sauer: Partizipation und Engagement türkeistämmiger Migrantinnen und Migranten in Nordrhein-Westfalen. Mehrthemenbefragung 2010, Essen: Stiftung Zentrum für Türkeistudien. Essen, 2011, S212 ff.

[11] Caner Aver, Atakan Durmaz: Wandern türkeistämmige Hochqualifizierte ab? Die berufliche Lage und Wanderungsabsichten hochqualifizierter Türkeistämmiger in Deutschland. Verbundstudie der Stiftung Zentrum für Türkeistudien und Integrationsforschung und der Bayburt-Universität (Türkei), vorläufige Auswertung - Juni 2016, S. 3.

[12] Martin Gaedt, Mythos Fachkräftemangel. Was auf Deutschlands Arbeitsmarkt gewaltig schief läuft. Weinheim: Wiley-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA., 2014, S. 22 ff.

Fazit

Der Diversitätsbegriff muss einerseits neu diskutiert und um die Zielgruppen der Bildungsaufsteiger aus Arbeitermilieus und mit Migrationshintergrund erweitert werden. Denn davon sind nicht nur Migrant*innen betroffen, sondern auch autochthone Deutsche mit Hochschulbildung aus hochschulfernen Milieus, die aufgrund fehlender belastbarer Netzwerke vor ähnlichen Herausforderungen stehen. Allerdings stehen jedem Bewerbenden auch die Möglichkeiten offen, durch Zusatzqualifikationen wie soziales Engagements, fachbezogene Nebenjobs, Auslandsaufenthalte und Praktika wichtige arbeitsmarktrelevante Ressourcen wie Soft Skills, Sprachkenntnisse sowie belastbaren Netzwerke (mit potentiellen Arbeitgebern) generieren zu können. Die Studie mit türkeistämmige Hochschulabsolventen (Aver, 2016) liefert den Nachweis, dass unter bestimmten Bedingungen ein Arbeitsmarkteinstieg durchaus unmittelbar nach dem Hochschulabschluss erfolgen kann.

Literaturverzeichnis

Brigitte Weber und Enzo Weber: Bildung ist der beste Schutz vor Arbeitslosigkeit. In: IAB-Kurzbericht 4/2013 (Hrsg.), Nürnberg, 2013.

Brigitte Weber und Enzo Weber: IAB Kurzbericht (Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung). Bildung ist der beste Schutz vor Arbeitslosigkeit. 4, 2013.

Caner Aver, Atakan Durmaz: Wandern türkeistämmige Hochqualifizierte ab? Die berufliche Lage und Wanderungsabsichten hochqualifizierter Türkeistämmiger in Deutschland. Stiftung Zentrum für Türkeistudien und Integrationsforschung und Bayburt-Universität (Türkei), vorläufige Auswertung - Juni 2016, S. 3. http://zfti.de/wp-content/uploads/2016/07/ZFTI_AKTUELL-8TuerkischeAkademiker.pdf

Ergebnisse der Mehrthemenbefragung 2013: Eine Analyse in Kooperation mit dem Ministerium für Arbeit, Integration und Soziales des Landes NRW. Essen, 2013.

Kleinen Anfrage der Fraktion Bündnis90 / Grüne im Bundestag: Drucksache 18/639 – http://dipbt.bundestag.de/dip21/btd/18/007/1800740.pdf, 30.04.2015

Martin Gaedt: Mythos Fachkräftemangel. Was auf Deutschlands Arbeitsmarkt gewaltig schief läuft. Weinheim: Wiley-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA., 2014.

Leo Kaas, Christian Manger: „Ethnic Discrimination in Germany's Labour Market: A Field Experiment", Forschungsi. zur Zukunft der Arbeit. IZA Discussion Paper No. 4741. IZA Bonn, 2012.

Martina Sauer: Partizipation und Engagement türkeistämmiger Migrantinnen und Migranten in Nordrhein-Westfalen. Mehrthemenbefragung 2010, Essen: Stiftung Zentrum für Türkeistudien. Essen, 2011.

Perspektive 2025: Fachkräfte für Deutschland. Bundesagentur für Arbeit, Nürnberg, 2011.

Business meets Diversity VORTEILE UND FALLSTRICKE: DIVERSITY IST KEIN SELBSTLÄUFER Anregungen für anregende Diskussionen

Michael Stuber

Der starke Titel des Projektes sagt es: Die Geschäftswelt muss sich auf den Weg machen, um Vielfalt zu treffen und kennenzulernen. Aber ist es wirklich ein Muss für die Wirtschaft? Ist es nicht vielmehr eine große, weitgehend ungenutzte Chance? Oder ist Vielfalt womöglich bereits eine Alltäglichkeit, die so „normal" ist, dass sie keiner besonderen Beachtung bedarf? Sowohl in den Medien als auch in den Unternehmen finden sich all diese Sichtweise wieder und für alle existieren Beispiele als Beleg. Diese Beispiele – herausragende Frauen in Führungspositionen, ausländische Top-Manager, erfolgreiche Unternehmer mit Migrationshintergrund – sind allerdings meist Ausnahmen und werden mitunter verwendet, um die grundsätzlichen strukturellen und kulturellen Herausforderungen zu verdecken. Dies ist insoweit verständlich, als dass die Auseinandersetzung mit relevanten, tieferliegenden Themen auch unangenehme Reflexionen mit sich bringt, die das Selbstverständnis Deutschlands und der deutschen Gesellschaft – wie auch der Wirtschaft – hinterfragen. Angesichts überragender wirtschaftlicher Erfolge in der Vergangenheit sehen Unternehmen und ihre Verbände insgesamt wenig akuten Bedarf für eingehende Analysen.

In welchen Bereichen die Wirtschaft Vielfalt bereits nutzt

Tatsächlich scheint die Wirtschaft Vielfalt an etlichen Stellen bereits unaufgeregt zu berücksichtigen und zu nutzen. Zielgruppenmanagement dient im Marketing zur Steigerung von Marktabdeckung und Kundennähe, das moderne Talent-Management sorgt für das Erkennen von Stärken und Potenzialen sowie deren Entwicklung, bewusst gemischte Teams bringen Innovationen hervor, der weltweite Export bleibt der wichtigste Wachstumstreiber und das zeitgemäße Markenmanagement setzt auf verbindende Werte, die multi-kulturell, gender-balanced und generationsübergreifend gepimpt sind. KMUs im Besonderen verwandeln ihre vermeintliche Schwäche – der fehlenden Größe – in ein Stärkenprofil das unter anderem ein persönliches Umfeld, Flexibilität und flache Hierarchien beinhaltet.

Vielfalt stellt jedoch nicht nur eine etablierte Größe in einzelnen betrieblichen dar.

Weshalb ein positiver Umgang mit Vielfalt keine Wahl, sondern eine Notwendigkeit ist

Die großen Zukunftsthemen der Wirtschaft sprechen für bewusst positiv gestalteten Umgang mit Vielfalt. Denn schon heute treten qualifizierte Fachkräfte mit klaren Erwartungen an potenzielle Arbeitgeber heran, die Work-Life-Balance und ein partnerschaftliches Arbeitsumfeld als Prioritäten enthalten. Viele weitere Veränderungen der Wirtschaft wie Globalisierung, Virtualisierung und die Bedeutung von Wissen und Netzwerken bringen ein neues Maß an Vielfalt mit sich. Dieses bewirkt vor allem Komplexität und immer häufigere Ambiguität. Ein ganzheitliches Diversity Management adressiert beides in sehr konkreter Weise. Immer mehr Unternehmen erkennen zudem, dass Schlüsselthemen wie Qualität (in der Produktion), Engagement (in HR) oder kontinuierliche Verbesserung nicht mehr ohne einen neuen Fokus auf das Individuum auskommen. Genau dies leistet Diversity & Inclusion als Konzept.

Die rationale Begründung von Diversity Management – der Business Case – steht nicht in Frage

Diversity Management dient nicht nur als Antwort auf externe Entwicklungen. Mehr als 200 belastbare Studien zeigen, dass sich die bewusste Gestaltung von Vielfalt – die mit Kosten und anderem Aufwand verbunden ist – deutlich auszahlt. Produktivitätssteigerungen, bessere Zusammenarbeit und eine höhere Effektivität der Organisation sind die nachgewiesenen internen Effekte eines systematischen Diversity Management. Extern profitieren Unternehmen von besserem Marktzugang und höherer Marktdurchdringung ebenso wie von einem attraktiven Arbeitgeberimage. Auch die saldierten Effekte von Diversity Management überzeugen: Die Kennzahlen von Unternehmen mit D&I liegen langjährig dauerhaft über dem Durchschnitt, was sich letztlich in besseren Aktienkursentwicklungen niederschlägt.

Neuere Studien zeigen indes auch, dass die positiven Effekte gestalteter Vielfalt nur in Verbindung mit Aufgeschlossenheit auftreten. Dies gilt sowohl auf der individuellen Ebene wie auch insgesamt für Unternehmen, die ohne eine offenen Unternehmens- und Führungskultur nicht oder nur begrenzt von Vielfalt profitieren können. Aufgeschlossenheit ist Menschen und Organisationen einerseits gegeben, weist jedoch andererseits deutlich sichtbare Grenzen und Herausforderungen auf.

Die Barrieren von Vielfalt beginnen häufig mit meinem Unwort des Jahrzehnts: Aber…

Bereits alltägliche Erfahrungen zeigen die menschlichen Grenzen unserer Offenheit für Vielfalt: In Italien lieben wir das Dolce Vita, **aber** am Arbeitsplatz soll es doch geordnet zugehen. In Asien begeistert uns die Freundlichkeit der Menschen, **aber** als Führungskräfte erscheinen sie uns zu weich. In Großbritannien erfreut uns der Humor, **aber** im Business soll es sachlich zugehen. Ähnliche Mechanismen berichten Menschen, die in Organisationen die Vielfalt erhöhen könnten: Frauen machen Karriere vor allem dann, wenn sie auch männliche Stärken haben, nicht schwanger werden und ständig verfügbar sind. Schwule sind vor allem dann gut integriert, wenn sie nicht als solche auffallen – oder am besten nicht über Privates sprechen. Behinderte erhalten Beschäftigung, wenn absehbar ist, dass sie genauso produktiv und am besten noch günstiger sind. Diese Schieflagen sind den meisten Angehörigen der sogenannten dominanten Gruppe nicht bewusst, vor allem, weil sie schwer zu erkennen sind. Ein Vorstandsvorsitzender berichtete mir in einem Strategiegespräch stolz, wie intensiv kulturelle Vielfalt in seiner globalisierten Organisation genutzt wird. Meine Nachfrage, wie es denn um die MigrantInnen innerhalb der jeweiligen Länder und insbesondere im Stammland Deutschland aussähe, rüttelte ihn auf – denn diese Form von kultureller Vielfalt war bislang nicht im Fokus gewesen. Diese Beispiele zeigen einmal mehr, wie überragend die Bedeutung des Kontextes in allen Fragen der Kultur – auch der Unternehmenskultur – ist.

Aktuell zeigt sich dies in den Debatten über Flüchtlinge und über Integration. Im kollektiven Bewusstsein der Deutschen fehlt der Aspekt, dass Hundertausende Deutsche einst als Wirtschaftsflüchtlinge in die USA und andere (südliche) Teile Amerikas gegangen sind und dort aufgenommen wurden. Selbstverständlich pflegten sie dort ihre Sprache und viele andere kulturelle Elemente, die noch einhundert Jahre später sichtbar sind und stolz weiterleben. Es ist augenscheinlich, dass selbst Kriegsflüchtlingen hier und heute ganz anders begegnet wird. Was fehlt, ist das Bewusstsein für diese und zahlreiche ähnliche Schieflagen.

Unconscious Biases – der neue Sammelbegriff für Vielfaltsbarrieren

Die Wissenschaft und vor allem die Sozialpsychologie befasst sich seit Jahrzehnten mit den Besonderheiten des menschlichen Umganges mit Unterschiedlichkeit. Dass wir Unseresgleichen bevorzugen stellte einen frühe Erkenntnis dar – und war wahrscheinlich hilfreich im Überleben unserer Spezies vor hunderttausend Jahren. Das Abwerten von Anderen bildete einen weiteren Mechanismus, den wir vor allem in sozialen Systemen entwickelten. Diese grundlegenden Dynamiken fanden und finden Eingang in vermeintlich neutrale, objektive Prozesse wie Personalauswahl, Leistungsbeurteilung, Personalentwicklung und (Be)Förderung. Auch in der menschlichen Kommunikation spiegeln sogenannte Mikrobotschaften unschöne Grundannahmen wider und das gleiche gilt für ungeschriebene Gesetze in Unternehmenskulturen. Viele Biases wurden zudem von den jeweils benachteiligten Gruppen internalisiert. Damit tragen sie häufig – und ebenfalls unbewusst – zur Festigung und Verbreitung von Schieflagen bei.

Biases abbauen und Business Cases realisieren

Gerade bei unbewussten Schieflagen erscheint es offensichtlich, dass deren Bewusstmachung der erste Schritt zu einer Reduzierung ungewünschter Effekte darstellt. Allerdings besteht in diesem Ansatz auch ein gewisser Widerspruch, denn das Unbewusstsein verhindert eben diese Bewusstmachung. Wir können uns daher zunächst der Hilfe anderer Menschen bedienen. Ihre Sichtweisen und Feedbacks – vor allem, wenn sie zu anderen Gruppen gehören – erweitern unseren Horizont. Und wann immer wir innere Widerstände spüren – oder gar äußere Widerstände zeigen – wissen wir, dass wir ein großes Stück in Richtung Bewusstmachung vorangekommen sind. Den Wert – oder zumindest die Chance – von Unterschieden breiter zu entdecken kann ebenfalls helfen, Barrieren zu überwinden. Auch hier werden wir im Alltag häufiger fündig als wir denken. Denn immer wieder entsteht die Nutzung von Vielfalt aus der Situation heraus – und damit zufällig. So zum Beispiel, wenn eine Kundenberaterin, die aus privaten Gründen Gebärdensprache beherrscht, unversehens ein neues Kundensegment gewinnt. Oder ein Krankenhaus, das die kulturellen Kompetenzen von MitarbeiterInnen nutzt, um in Behandlungssituationen die nötige Vermittlungsarbeit zu leisten. Die wahre Stärke von Diversity Management besteht jedoch nicht im Zulassen zufälliger Nischenlösungen, sondern in deren systematischer Generierung und Skalierung. So würde Diversity Management nicht nur türkischstämmige Beschäftigte für die Betreuung türkisch-stämmiger Kunden einsetzen wollen – auch wenn dies ein erster Schritt sein mag. Die Entwicklung inter-kultureller Kompetenzen für alle KundenbetreuerInnen wäre das Ziel, um Kunden aller kulturellen Hintergründe herausragend betreuen zu können.

Kontakt und Kommunikation als Startpunkte

Die meisten Zugänge zum Thema haben eines gemein: Den Austausch mit Anderen zur Erweiterung des eigenen Horizontes und zur Generierung neuer Ideen und Ansätze. Genau in dieser Hinsicht ist das Konzept von Business meets Diversity so vielversprechend. Denn unterschiedliche Akteure kommen zusammen, um relevante Fragestellungen perspektivenreich zu beleuchten. Daher unterstütze ich das Projekt gerne und wünsche nicht nur für die Pilotveranstaltung viel Inspiration und Erfolg.

4. Ergebnisse aus den Themenforen

Themenforum 1:

Worin bestehen die Hindernisse von Hochschulabsolventen mit Migrationshintergrund beim Arbeitsmarkteinstieg?

Gamze Şimşek, Programmleiterin Arbeitsmarkt, TD-Plattform e.V.

An unserem Thementisch haben wir über die Fragestellung diskutiert, worin die Hindernisse von Hochschulabsolventen mit Migrationshintergrund (MH) beim Arbeitsmarkteinstieg bestehen. Die Gäste haben u.a. aus ihren eigenen Erfahrungen erzählt und folgendes kann man zusammenfassend festhalten: Die Hindernisse bei einem Arbeitsmarkteinstieg wurden aus drei zentralen Faktoren beleuchtet:

Wirtschaftsentwicklung/Arbeitsmarktpolitik (kaum abhängig vom MH)

- Hindernisse sind Arbeitsmarktstandards
- Große bürokratische Hürden
- Arbeitsmarktlage und Entwicklung
- Saisonale, strukturell und betriebsbedingte Gründe

Bewerberbezogene Hindernisse

<u>Harte Faktoren</u>

- Beim Übergangsprozess vom Studium in den Arbeitsmarkt fehlt die notwendige und frühzeitige professionelle Beratung. Bewerber*innen werden nicht ausreichend vorbereitet und unterstützt. Sie empfinden oft eine Orientierungslosigkeit.

- Zudem sind fehlende Berufserfahrung und Auslandserfahrung signifikant. Es besteht ein Optimierungsbedarf bei den formalen Bewerbungen (Anschreiben, Lebenslauf, Qualifikationsnachweise etc.)
- Mangelnde Selbstvermarktungsstrategien stehen im Vordergrund. Keine bestmögliche Präsentation in Vorstellungsgesprächen bzw. im Auswahlverfahren.

<u>Weiche Faktoren</u>

- Die Diskriminierungswahrnehmung von Arbeitssuchenden ist sehr hoch.

Gesellschaftliche Vorurteile, suggeriert durch Politik und Medien, werden auf Bewerber*innen projiziert. Durch die Stereotypisierung entsteht eine „Unsicherheit“ beim Bewerbenden, wodurch Identitätskonflikte entstehen können.

- „Das Gefühl, nicht dazu zu gehören und sich oft beweisen zu müssen“. Viele berichten davon, sich mehr anstrengen zu müssen als andere. Diese vorgegebene Rolle wird als ungerecht empfunden und schwächt das individuelle Teilhabegefühl.
- Aufgrund der hohen Anzahl an „Arbeiterkindern“ untern den Akademiker*innen mit MH ist eine Unterstützung beim Übergangsprozess in akademische Berufe durch die Familie oder Elternhaus oftmals nicht möglich. Deshalb müssen Akademiker*innen mit MH viele Hürden eigenständig mit weniger brauchbarer Unterstützung im privaten oder im sozialen Umfeld bewältigen.
- Daran gekoppelt haben Akademiker*innen mit MH häufiger geringere professionelle Netzwerke. Es gibt qualitative Unterschiede zwischen den Netzwerken in der Mehrheitsgesellschaft und in der Migrantengesellschaft (ethnische Zusammensetzung, Ausrichtung, Anteil der Hochqualifizierten und beruflichen Netzwerke).
- Dadurch fällt die Positionierung der Hochschulabsolventen mit MH auf dem verdeckten Stellenmarkt entsprechend gering aus. Experten schätzen, dass zwei Drittel aller Stellen nicht öffentlich ausgeschrieben werden. Stattdessen wird auf andere Kanäle vertraut, wie persönliche Kontakte und Empfehlungen.
    - D.h., die Stellen werden bereits vor der externen Ausschreibung auf Empfehlung belegt. Wenn nun Bewerbende sich nicht entsprechend vorher positioniert haben und von einem qualitativen Netzwerk Gebrauch machen können, werden sie von diesen Arbeitsstellen auf dem verdeckten Stellenmarkt ausgeschlossen; folglich entsteht ein Wettbewerbsnachteil!

Unternehmerbezogene Hindernisse

- Unzureichende Hindernisse bürokratischer Natur. Formale Zugangsvoraussetzungen sind zwingend zu erfüllen, was ein Hindernis darstellen kann, wenn der Bewerber*in die Fähigkeiten und nicht Kenntnisse mitbringt.
- Auswahlverfahren werden oftmals Online angeboten. Wegen standardisierter Auswahlverfahren gibt es kein Raum mehr für subjektive Wahrnehmung.
- Zu hohe Hürden beim Arbeitsmarkteinstieg. Nicht erfüllbare hohe Anforderungen werden gestellt, der Arbeitgeber sucht die „eierlegende Wollmichsau“.

- Arbeitgeberbenachteiligung / Diskriminierung vorhanden.
- Diskriminierung ist u.a. auch ein branchenspezifisches Problem, d.h. Grad der Diskriminierung kann von der Tätigkeit abhängig sein.
- Name, Foto, ethnische Herkunft, Nationalität, Religion können bereits Hindernisse hervorrufen.
- Benachteiligung von Muslimen und muslimisch klingenden Namen.
- Geringe Anerkennung von religiöser und kulturelle Vielfalt aufgrund des „Fremd seins“, die Angst vor dem „Fremden“ ist erkennbar. Berührungsängste bei Arbeitgebern sind vorhanden.
- Eingeschränktes Diversitätsverständnis in der Belegschaft wird begründet mit der Argumentation „passt nicht zum Team“. Diversität wird hier nicht als Mehrwert, sondern als Problem verstanden.
- Es gibt eine Stigmatisierung/Stereotypisierung: Kennst du einen, kennst du alle!

Die gesellschaftlichen Vorurteile, die uns durch die Medien und Politik prägen, formen und beeinflussen sowohl die Bewerber als auch die Unternehmen in der Arbeitsmarktwelt!

Themenforum 2:

Welche Schwächen sehen Unternehmen im Bewerbungsverfahren bei Bewerbenden mit Migrationshintergrund?

Serap Yılmaz, Bildungsreferentin ATIAD e.V.

Statistiken bestätigen: Im Schnitt ist die Arbeitslosigkeit bei Hochschulabsolventen mit türkischem Migrationshintergrund über vier Mal höher als bei Absolvent*innen ohne Migrationshintergrund. Wichtig bei diesem Phänomen ist nicht nur, die Ursachen zu ergründen, um praktisch anwendbare Lösungsansätze zu generieren. Entscheidend ist auch, die Perspektive aller Akteure einzubeziehen und zu fragen: Warum ist der Unterschied so groß? Ist es der reine Faktor „Migrationshintergrund“, der den Erfolg beim Arbeitsmarkteinstieg determiniert?

Wenn statistisch gesehen ein Hochschulabsolvent mit türkischer Herkunft mehr Bewerbungen schreiben muss, um eine Stelle zu finden, ist es notwendig, die Perspek-

tive der Verantwortlichen aus dem Unternehmen mit einzubeziehen. Eine Umfrage aller Teilnehmenden des Thementisches hat eindeutig gezeigt, dass Unternehmer*innen eher schlechte Erfahrungen mit Bewerbern mit Migrationshintergrund gemacht haben. Was ist auch Sicht der Unternehmer*innen das Problem?

Aufgrund der komplexen Charakteristik der Thematik sind auch die Probleme nicht eindimensional. Die Schwächen lassen sich daher auf drei Ebenen zusammentragen. Auf der Makro- Ebene muss vor allem die Systematik des Bewerbungsverfahrens beleuchtet werden. Im Vergleich zum öffentlichen Dienst hat die private Wirtschaft differenzierte Bewerbungsverfahren. Durch die Digitalisierung der Verfahren in Form von Bewerbungsmasken werden spezifische Kenntnisse abgefragt, bei denen ein Nichtausfüllen dazu führt, dass die Person abgelehnt wird. Ein wissenschaftlicher Mitarbeiter gab dazu ein Beispiel: „Plötzlich erscheint das Feld „Auslandsstudien“ und man muss eine Universität anklicken. Da weiß man schon: Dies ist ein wichtiges Kriterium. Doch die Bewerberin hat keine Auslandserfahrungen gemacht und kann dort somit nichts eintragen.“ Das Thema anonymisierte Bewerbungsverfahren wurde gleichermaßen durchleuchtet. Auch wenn im ersten Bewerbungsschritt nicht bekannt ist, wer sich hinter der Bewerbung verbirgt, so sind sich die Unternehmer*innen einig: Wenn eine Bewerbung formal falsch abgeschickt wird, Rechtschreibfehler vorhanden sind und kein strukturierter Lebenslauf beigefügt wurde, ändert dies nichts an der Tatsache der Selektion. Dies hat seinen Ursprung nicht in der Herkunft der Bewerber*in, sondern an der Formalie der Bewerbung.

Wenn eine Bewerbung formal falsch angefertigt wird, Rechtschreibfehler vorhanden sind und kein strukturierter Lebenslauf beigefügt wurde, ist das Risiko der Selektion sehr hoch. Dies führt zur Problemmatrix auf der Meso-Ebene: Unternehmer*innen sind sich einig, dass in bestimmten Branchen und Sektoren Bewerber*innen mit Migrationshintergrund einerseits diskriminiert werden, andererseits in bestimmten Branchen händeringend genau nach dieser Gruppe mit guten Qualifikationen gesucht wird. Wer beispielsweise im Tourismus arbeiten möchte, muss Sprachkenntnisse vorweisen können. Dort haben die Unternehmer*innen weniger schlechte Erfahrungen gemacht. Auf der Mikro-Ebene geht es um die individuellen Probleme der Bewerber*innen und die Unternehmenskultur. „Derselbe Abschluss heißt meistens nicht, dass beide Kandidaten dieselben Qualifikationen haben“, betont ein Unternehmer. Tatsächlich berichten die Unternehmer*innen, dass es den Bewerber*innen mit Migrationshintergrund häufig an praktischen Erfahrungen fehle, die für die ausgeschriebene Stelle notwendig sind. Ein Universitätsabschluss alleine reicht dabei nicht aus. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass es nicht der Migrationshintergrund ist, durch den Absolvent*innen beim Arbeitsmarkteinstieg benachteiligt werden, es sind vielmehr die strukturellen Effekte des sozialen Hintergrundes. Die dritte und vierte Generation ehemaliger Gastarbeiter kann sich selten auf das Sozialkapital der Eltern berufen, hat daher keinen Zugang zu relevanten Informationen und zu wichtigen Netzwerken. Eine weitere Problematik auf der Mikro-Ebene, die mit diesem Phänomen einhergeht, wurde von den Unternehmer*innen betont: Gerade weil diese Generation die erste ist, die einen Hochschulabschluss schafft, wird sie in der Familie und im Umfeld gelobt und ihre besondere Stellung betont.

Schaffen es diese Absolvent*innen zum Bewerbungsgespräch, scheitert es häufig an irrationalen Gehaltsvorstellungen und unrealistischen Karriereplanungen. „Als frischer Absolvent ein Jahresgehalt von 70. 000 Euro zu verlangen, weil die Eltern erwarten, dass man mit dem BWL-Abschluss direkt Junior Manager wird, ist einfach falsch und kommt nicht gut an“, so die Erfahrung einer Geschäftsführerin.

Themenforum 3:

Arbeitsmarktrelevante Qualifikationen von Migrantinnen und Migranten

André Rosenberger, IHK Düsseldorf

Bei der Diskussion zeigte sich, dass bestimmte Qualifikationen von Migranten*innen vor allem branchenspezifisch einen Vorteil bringen. Als relevante Wirtschaftszweige wurden z.B. der Handel und hier besonders der Bereich Im- und Export genannt.

Darüber hinaus sahen die Diskussionsteilnehmer*innen auch Vorteile in sozialen und staatlichen Einrichtungen, bei denen häufig ein intensiver Austausch mit anderen Migranten*innen stattfindet.

Aber welche individuellen Qualitäten können Bewerber*innen mit einem ausländischen Hintergrund bei der Suche nach einem Arbeitsplatz ins Feld führen? Auf Grund der Teilnehmerstruktur lag der Diskussionsfokus vor allem auf Türkei stämmigen Bewerber*innen. Als relevante Kompetenzen wurden genannt:

a) Interkulturelle Kompetenzen: Das Bewegen zwischen den Kulturen ist für türkeistämmige Migrant*innen selbstverständlich. Dennoch gilt, dass eine interkulturelle Kompetenz (IK) keinesfalls selbstverständlich ist. IK bedeutet, dass man sich in verschiedenen Kulturen zurechtfindet und darin sicher bewegen kann.

b) Kreativität

c) Flexibilität

d) Selbstständigkeit: Da viele Kinder von Migrant*innen häufig selbstständig ihre Hausaufgaben erledigen und ihre Eltern darüber hinaus bei Formularen und Behördengängen unterstützen, kann man davon ausgehen, dass sie eine große Selbstständigkeit mitbringen.

e) Anpassungsfähigkeit: Bedingt durch ihren soziokulturellen Hintergrund haben vor allem Migrant*innen der ersten Generation eine hohe Anpassungsfähigkeit, da sie sich andernfalls nicht in der neuen Umgebung zu Recht finden würden.

f) Offenheit

g) Netzwerk: Vor allem bei türkeistämmigen Migrant*innen wird von einem hohen Kollektivismus ausgegangen, weshalb sie ein starkes und stabiles Netzwerk in ein Unternehmen miteinbringen können.

h) Sprachen: In der Regel beherrschen Migrant*innen neben ihrer Muttersprache auch die deutsche Sprache. Hierbei ist allerdings zu beachten, dass ein echter Vorteil nur dann besteht, wenn die Sprachen branchenspezifisch eingesetzt werden können. So sollten türkeistämmige Bewerber*innen beispielsweise wirtschaftstürkisch beherrschen, um für den Arbeitsmarkt attraktiver zu sein.

Den individuellen Kompetenzen der Bewerber*innen wurden in den Diskussionsrunden die Anforderungen der Unternehmen gegenübergestellt. Dabei zeigte sich, dass die fachliche Qualifikation der entscheidende Kompetenzfaktor bei einer Bewerbung ist. Dennoch formulierten die beteiligten Unternehmer*innen spezifische weiche Faktoren, die sie sich von ausländischen Bewerber*innen wünschen.

Hier wurde genannt:

- Selbstbewusstsein: Ein Vertrauen in die eigenen Kompetenzen und ein gewisser Stolz auf den spezifischen sozio-kulturellen Hintergrund sollten die Bewerber*innen mitbringen. Gerade in offenen Unternehmenskulturen wird dies ausdrücklich begrüßt.
- Kritikfähigkeit: Es wurde angemerkt, dass gerade männliche Bewerber mit einem türkischen Hintergrund sich mit konstruktiver Kritik schwer tun und diese häufig persönlich nehmen. Dies ist in der Arbeitswelt - gerade bei jungen Arbeitnehmern - ein echter Nachteil, da sie sich dadurch unternehmensinterner Entwicklungschancen berauben.
- Toleranz: Häufig gibt es bei türkeistämmigen Bewerber*innen ein Problem des Matchings von fachlichen- und persönlichen Kompetenzen. Dabei zeigte ein Unternehmer auf, dass es bei seinen türkischen Mitarbeitern gelegentlich ein Konzentrationsproblem gibt, wodurch ein systematisches Arbeiten erschwert wird.

Dennoch zeigte sich, dass Migranten*innen bei der Erschließung neuer Märkte und Zielgruppen einen echten Wettbewerbsvorteil darstellen.

Themenforum 4:

Lösungsansätze in Bildung, Arbeit und Wirtschaft

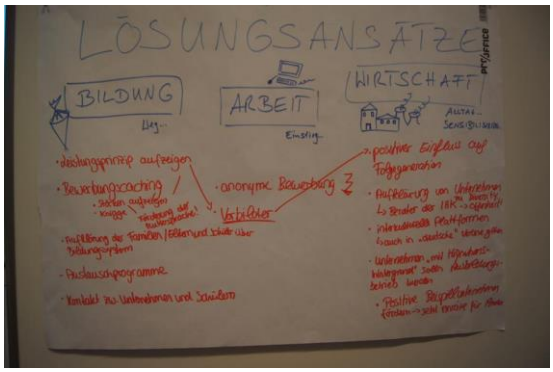
Ina Esselmann, IHK zu Düsseldorf

Den Jugendlichen mit Migrationshintergrund sollte das Leistungsprinzip deutlicher aufgezeigt werden. Wenn diese Jugendlichen zukünftig erfolgreicher seien, würden sie zu Vorbildern. Dadurch könne langfristig Einfluss auf die Folgegeneration genommen werden. Mithilfe von Bewerbungscoachings sollten die Jugendlichen dabei unterstützt werden, ihre eigenen Stärken zu erkennen und sich im Bewerbungsgespräch entsprechend zu verhalten. Familien und Eltern von Jugendlichen mit Migrationshintergrund müssten besser über das deutsche Bildungssystem aufgeklärt werden, damit sie ihre Kinder auf ihrem Bildungsweg angemessen unterstützen können.

Über Austauschprogramme in Schule, Hochschule und Ausbildung könnten Jugendliche beispielsweise interkulturelle Kompetenz erlernen und so die Angst vor dem Fremden überwinden. Weitere Sensibilisierung für das Thema Diversity sollte durch interkulturelle Plattformen gefördert werden. Vorgeschlagen wurde, dass Personen mit Migrationshintergrund auch vermehrt „deutschen“ Vereinen beitreten sollten.

Frühzeitig sollte außerdem der Kontakt zwischen Unternehmen und Schülern hergestellt werden. Die Frage, ob anonyme Bewerbungen einen Lösungsansatz darstellten, wurde kontrovers diskutiert. Unternehmen müssten zum Thema Diversity umfangreicher beraten werden, um auch im Bewerbungsprozess Offenheit zu fördern. Wünschenswert wäre es, wenn mehr Unternehmen, deren Inhaber einen Migrationshintergrund mitbringen, Ausbildungsbetriebe würden. Agierten Unternehmen besonders positiv beim Thema Diversity, könnten diese besonders gefördert werden, um auch positive Anreize für andere Unternehmen zu schaffen.

5. Impressionen



Herausgeber
TD-Plattform e.V.
Alt-Pempelfort 2
40211 Düsseldorf
E-Mail: info@td-plattform.de * www.td-plattform.de

Redaktionelle Leitung
Caner Aver