



# Digital Streetwork für Migrantinnen in Sachsen-Anhalt

Quartalsbericht des Projekts ASAMi (Januar-März 2025)

Die Anlauf- und Servicestelle für die Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen in Sachsen-Anhalt (ASAMi) ist ein gemeinsames Projekt des Caritasverbandes für das Bistum Magdeburg e.V. und Minor Wissenschaft Gesellschaft mbH. Das Projekt ASAMi wird im Rahmen des Programms „MY TURN – Frauen mit Migrationserfahrung starten durch“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und die Europäische Union über den Europäischen Sozialfonds Plus (ESF Plus) gefördert. Es wird aus Mitteln des Ministeriums für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Gleichstellung des Landes Sachsen-Anhalt kofinanziert.

ASAMi informiert, berät, begleitet und empowert Frauen mit Migrationsgeschichte in Sachsen-Anhalt auf ihrem persönlichen Weg in den

Arbeitsmarkt. Darüber hinaus fördert das Projekt die Vernetzung von Arbeitsmarktakteuren im Land sowie den Austausch der Akteure mit den Projektteilnehmerinnen.

Minor übernimmt den digitalen Teil des Projekts. Dem Ansatz Digital Streetwork folgend führen die ASAMi-Mitarbeitende die muttersprachliche aufsuchende Informations- und Beratungsarbeit in sozialen Medien für arabische und ukrainische Zielgruppen durch. Die Schwerpunkte der Beratung liegen auf den Themen Arbeitsmarktintegration und Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Digital Streetwork in Zahlen .....</b>	<b>3</b>
1.1. Beratungsfälle .....	3
1.2. Erst- und Folgeberatung .....	4
1.3. Verweisberatung.....	4
<b>2. Social Media Spaces .....</b>	<b>6</b>
2.1. Social Media Kanäle .....	6
2.2. Digitale Gruppen.....	7
<b>3. Auswertung der Informations- und Beratungsarbeit.....</b>	<b>8</b>
3.1. Informationsbedarfe der Ratsuchenden .....	8
3.2. Informationsvermittlung in den Communities .....	10
3.3. Wohnort der Ratsuchenden .....	12
3.4. Feedback zu den Beratungen .....	13
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>15</b>

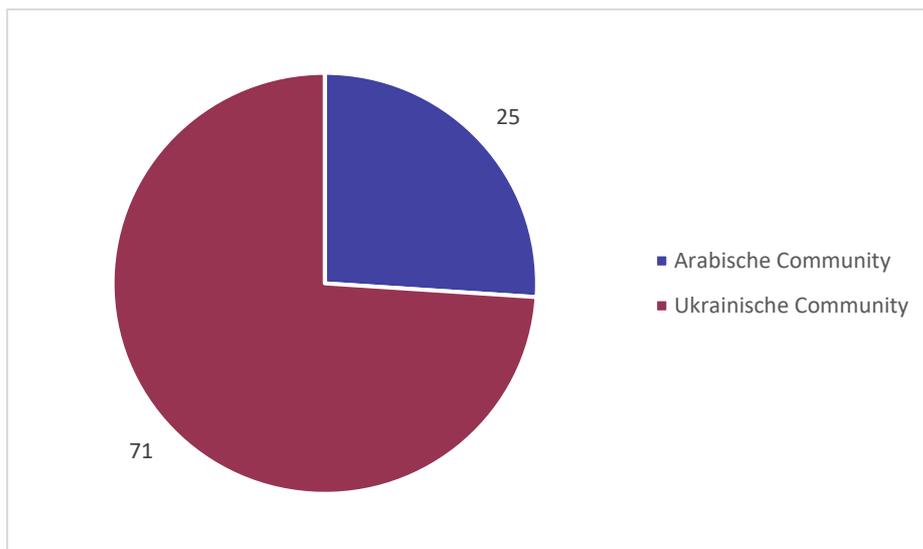
## 1. Digital Streetwork in Zahlen

### 1.1. Beratungsfälle

Im vorliegenden Bericht werden die Beratungsfälle des ASAMi-Teilvorhabenträgers Minor Wissenschaft Gesellschaft mbH für das 1. Quartal 2025 ausgewertet. Alle Fälle, die von Beratenden bearbeitet werden, werden in einem von Minor entwickelten Dokumentationssystem erfasst. Die Dokumentation der Beratungsfälle ermöglicht die Auswertung der gesammelten Daten sowie die Analyse der gewonnenen thematischen Erkenntnisse. Dabei werden keine personenbezogenen Daten erhoben oder gespeichert.

Die Minor-Beratung innerhalb des Projekts ASAMi erfolgt ausschließlich für arabische und ukrainische Communities. Als arabische Community werden arabischsprachige Frauen verstanden. Die Beratung erfolgt auf Arabisch. Als ukrainische Community werden die Frauen verstanden, die aus der Ukraine kommen. Es wird in ukrainischer bzw. russischer Sprache beraten.

In dem Zeitraum bis von 01. Januar bis zum 31. März 2025 wurden **96 Fragen** von Ratsuchenden beantwortet.<sup>1</sup>



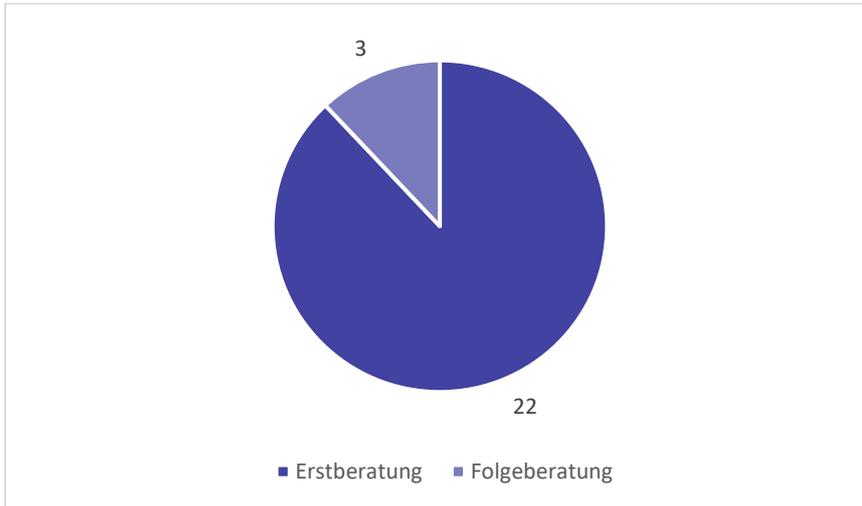
**Abbildung 1: Anzahl der Beratungsfälle nach Communities**  
*Eigene Darstellung für den Zeitraum 01.01.25-31.03.25 © Minor*

---

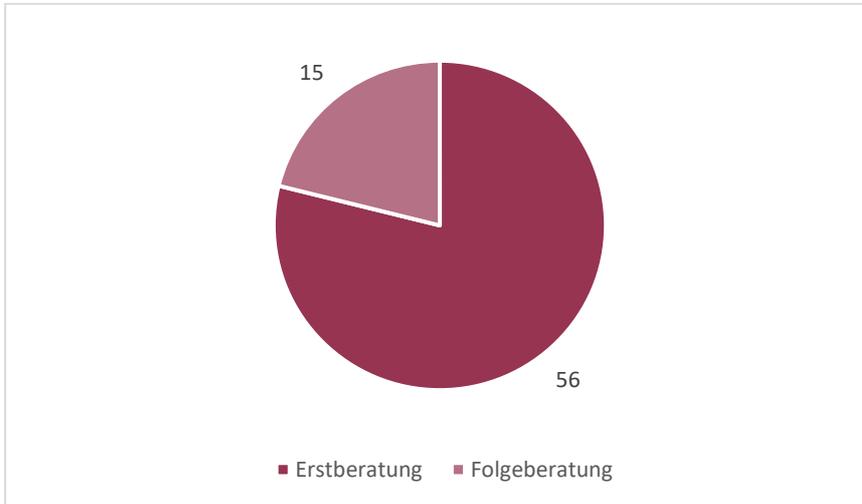
<sup>1</sup> Aufgrund personeller Veränderungen im Team startete die Beratungsarbeit nicht sofort zu Beginn des Quartals.

### 1.2. Erst- und Folgeberatung

Von 96 Beratungsfällen kam es in **18 Fällen** zu einer Folgeberatung. Das bedeutet, dass die Ratsuchenden zusätzliche Nachfragen gestellt haben oder die Beratenden zu einem späteren Zeitpunkt oder zu einem anderen Anliegen von ihnen kontaktiert wurden.



**Abbildung 2: Anzahl der Erst- und Folgeberatungen (arabische Community)**  
 Eigene Darstellung für den Zeitraum 01.01.25-31.03.25 © Minor



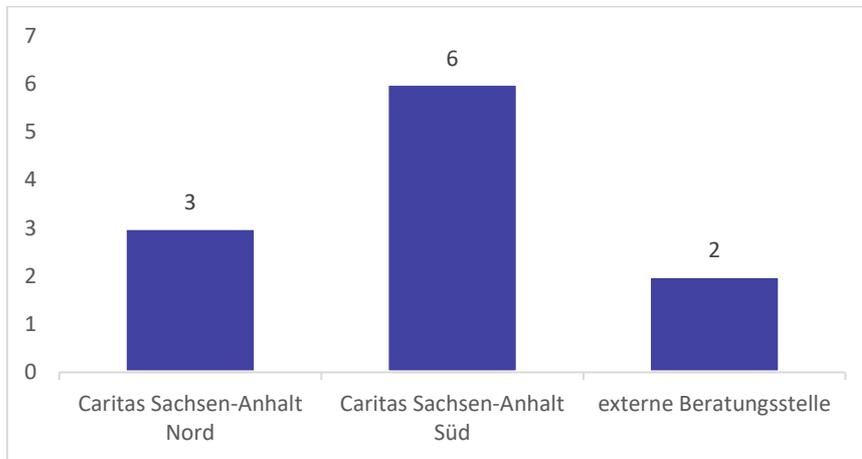
**Abbildung 3: Anzahl der Erst- und Folgeberatungen (ukrainische Community)**  
 Eigene Darstellung für den Zeitraum 01.01.24-31.03.25 © Minor

### 1.3. Verweisberatung

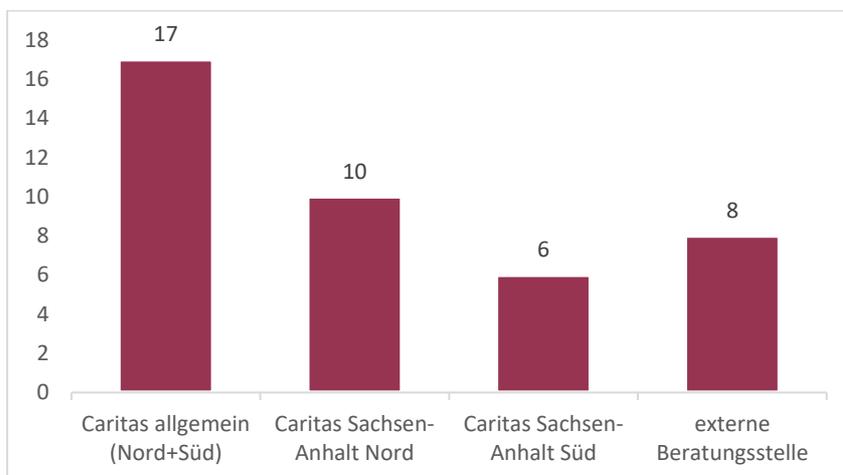
Einer der Schwerpunkte der Minor-Beratungsarbeit ist Verweisberatung. Ratsuchende mit komplexen/spezifischen Beratungsbedarfen oder mit dem Wunsch nach individueller Betreuung werden an entsprechende Stellen verwiesen. Erfüllen die Ratsuchenden die Aufnahmevoraussetzungen des MY TURN-Programms (Frauen mit Migrationsgeschichte, die als formal gering qualifiziert gelten und einen erhöhten Unterstützungsbedarf bei der Arbeitsmarktintegration

haben), erfolgt projektintern der Verweis an die Caritas-Beratungsstellen in Magdeburg und Halle (Saale). Dort können sie von den ASAMi-Mitarbeitenden als Teilnehmende ins Projekt aufgenommen werden. Bei Beratungsbedarfen, die über Schwerpunkte des Projekts hinausgehen, werden die Ratsuchenden an externe Beratungsangebote anderer Träger (z. B. Migrationsberatungsdienste, Anerkennungsberatung, Beratung zu Arbeitsrecht, Beratung für Familien, psychosoziale Beratung etc.) verwiesen.

Im 1. Quartal 2025 haben die ASAMi-Beratenden insgesamt **52 Verweisberatungen durchgeführt**. Unterschieden wird zwischen den beiden ASAMi-Bürostandorten Magdeburg (Caritas Sachsen-Anhalt Nord) und Halle (Saale) (Caritas Sachsen-Anhalt Süd), dem generellen Verweis an das ASAMi-Angebot der Caritas (unbekannter Wohnort der Ratsuchenden), dem direkten Verweis an die ASAMi-Lotsenstelle Kinderbetreuung (bei spezifischen Fragen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf) sowie externen Beratungsstellen.



**Abbildung 4: Anzahl der Verweisberatungen (arabische Community)**  
Eigene Darstellung für den Zeitraum 01.01.25-31.03.25 © Minor



**Abbildung 5: Anzahl der Verweisberatungen (ukrainische Community)**  
Eigene Darstellung für den Zeitraum 01.01.25-31.03.25 © Minor

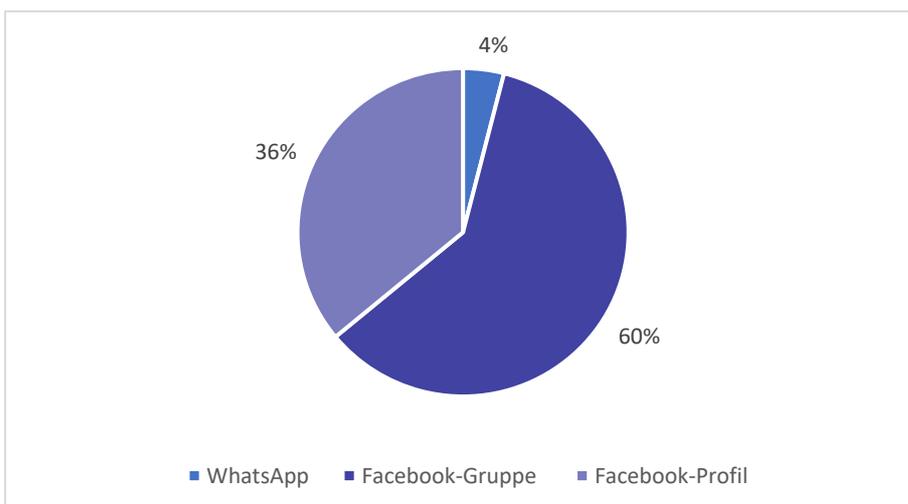
## 2. Social Media Spaces

### 2.1. Social Media Kanäle

Die Beratung erfolgt in den Social Media Kanälen, die für die jeweilige Zielgruppe besonders relevant sind. In diesen Kanälen treten die Beratenden der digitalen Gruppen (sog. Social Media Spaces) bei. Das sind zum Beispiel solche Gruppen, wie [Syrer\\*innen und Araber\\*innen in Magdeburg](#) , [Mädels in Halle \(Saale\)](#) (arab.), [Ukrainer\\*innen in Burg](#), [Mütter in Halle](#) (ukr.) etc. Die arabischsprachige Beratende bewegt sich in Facebook-Gruppen. Die ukrainischsprachige Beratende ist sowohl in Facebook- als auch in Telegram-Gruppen präsent. Für die ukrainische Zielgruppe wurde zudem eine Facebook-Seite und ein Instagram-Profil erstellt, die vor allem dazu dienen, die Informationsangebote besser zu verteilen. Außerdem wurden die Teilnehmenden des Projektes über eine WhatsApp-Gruppe („ASAMi Jobbörse“) unterstützt und beraten. Sie erhalten in der Gruppe aktuelle Stellenangebote und können sich mit Fragen zu den Stellenangeboten sowie zur Arbeitssuche allgemein sowohl im Gruppenchat als durch private Nachrichten an die Beratenden wenden.

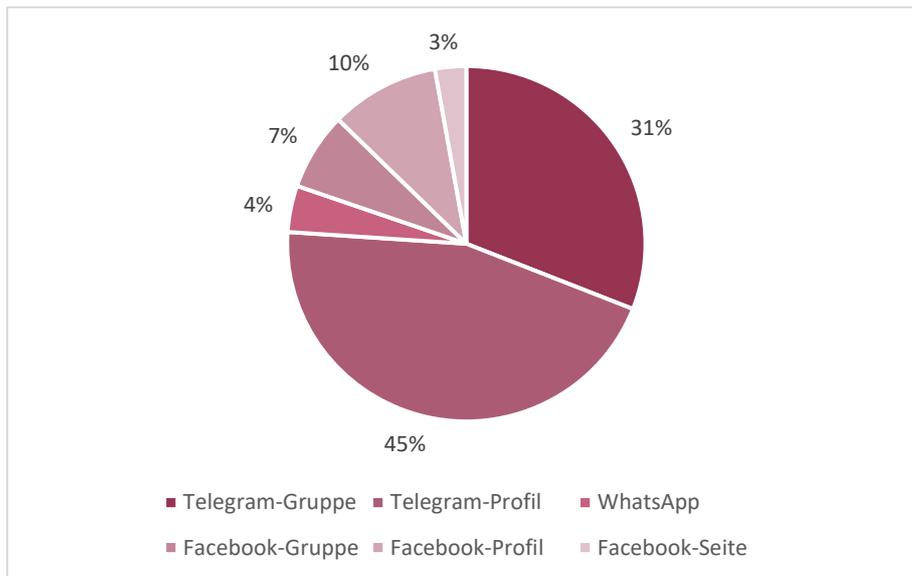
Die Beratungsarbeit erfolgt von individuellen professionell gestalteten Berufsprofilen. Sie enthalten Datenschutzangaben und Impressum sowie den Projektnamen und Hinweise auf Fördermittelgeber. Um Vertrauen der Communities zu gewinnen, verwenden die Beratenden in ihren Profilen die Klarnamen, die zudem in der jeweiligen Muttersprache geschrieben werden.

Im Rahmen der Beratungsarbeit identifiziert das ASAMi-Team in den Diskussionsverläufen der Facebook- und Telegram-Gruppen die projektrelevanten Fragen von Ratsuchenden und beantwortet sie proaktiv und öffentlich, sodass die Antwort auch von anderen Gruppenmitgliedern gelesen werden kann. Durch den kontinuierlichen Vertrauens- und Reputationsaufbau werden die Beratenden außerdem oft direkt von Ratsuchenden über ihre Profile kontaktiert.



**Abbildung 6: Verteilung der Beratungsarbeit nach Kanälen (arabische Community)**

*Eigene Darstellung für den Zeitraum 01.01.25-31.03.25 © Minor*



**Abbildung 7: Verteilung der Beratungsarbeit nach Kanälen (ukrainische Community)**

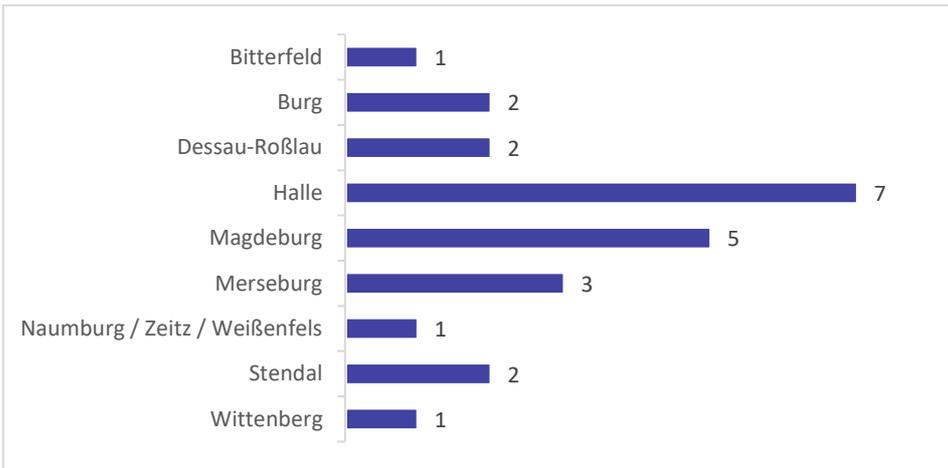
*Eigene Darstellung für den Zeitraum 01.01.25-31.03.25 © Minor*

## 2.2. Digitale Gruppen

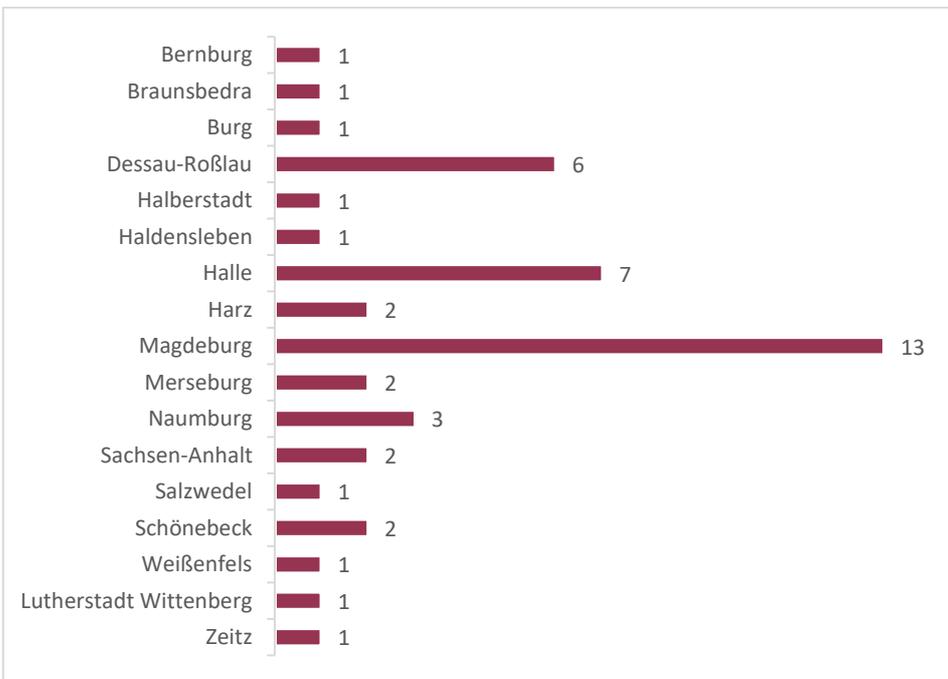
Die Beratenden führen regelmäßige Recherchen nach digitalen Gruppen mit regionalem Bezug zu Sachsen-Anhalt durch, um ggf. neue Gruppen für die Beratungsarbeit zu finden. Es ist aber auch möglich, dass einige Gruppen gelöscht oder inaktiv werden oder es stellt sich im Laufe des Projekts heraus, dass die Diskussionen in den Gruppen thematisch für das Projekt nicht relevant sind. In solchen Fällen treten die Beratenden aus den Gruppen aus. Alle beigetretenen Gruppen werden von den Beraterinnen dokumentiert und deren Mitgliederzahlen monatlich erfasst. Seit Beginn des Projekts verzeichnet das ASAMi-Team einen langsamen, jedoch kontinuierlich Anstieg der Mitgliederzahlen in nahezu allen Gruppen.

Die arabischsprachige Beraterin ist momentan in **24 Gruppen** auf Facebook aktiv, davon richten sich **9 Gruppen** ausschließlich an weibliche Nutzerinnen. Die gesamte Mitgliederzahl aller Gruppen und somit die potenzielle Reichweite beträgt **107.235 Nutzer\*innen**. Die meisten Gruppen haben den örtlichen Bezug zu Magdeburg oder Halle (Saale). Die größte beigetretene Gruppe der arabischen Community in Sachsen-Anhalt ist [Halle \(Saale\) هاله زالة](#) (arab. für Halle (Saale)) und hat **32.720 Mitglieder**.

Die ukrainischsprachige Beraterin ist in **18 Gruppen** auf Facebook und **28 Gruppen** auf Telegram aktiv. Dabei richten sich **3 Gruppen** ausschließlich an weibliche Nutzerinnen. Die gesamte Mitgliederzahl und somit die potenzielle Reichweite beträgt **54.981 Nutzer\*innen**. In der ukrainischen Community gehören die meisten Gruppen zu Magdeburg, Halle (Salle) sowie Dessau-Roßlau. Die größte beigetretene Gruppe auf Telegram heißt [Допомога українцям в Halle \(Saale\)](#) (ukr. für *Hilfe für die Ukrainer\*innen in Halle (Saale)*) und hat **4.904 Mitglieder**. Die größte beigetretene Gruppe auf Facebook mit **6.041 Mitgliedern** ist [BERLIN-MAGDEBURG. TIPPS. KON-TAKTE. VERANSTALTUNGEN. ANZEIGEN!!!](#).



**Abbildung 8: Social Media Spaces der arabischen Community nach örtlichem Bezug**  
 Eigene Darstellung für den Zeitraum 01.01.25-31.03.25 © Minor



**Abbildung 9: Social Media Spaces der ukrainischen Community nach örtlichem Bezug**  
 Eigene Darstellung für den Zeitraum 01.01.25-31.03.25 © Minor

### 3. Auswertung der Informations- und Beratungsarbeit

#### 3.1. Informationsbedarfe der Ratsuchenden

Um die Informationsbedarfe der Ratsuchenden zu erfassen, wählen die Beratenden die Themen, auf die sich die Frage bezieht, bei der Erfassung der Beratungsfälle aus. Eine Mehrfachauswahl bei einem Beratungsfall ist möglich. Im 1. Quartal 2025 bezog sich die Mehrheit der beantworteten Fragen in der arabischen Community auf das Thema **Arbeitssuche**. Die Ratsuchenden aus

der Ukraine wurden am häufigsten zu den Themen **Arbeitssuche, Interesse an einer Ausbildung** und **Beratungsstellensuche** beraten.

### Beispielfragen aus der arabischen Community

„Hallo! Ich bin auf der Suche nach einem Job, bitte helft mir. Danke schön.“

„Wo kann ich einen hijabfreundlichen Minijob finden und gleichzeitig studieren?“

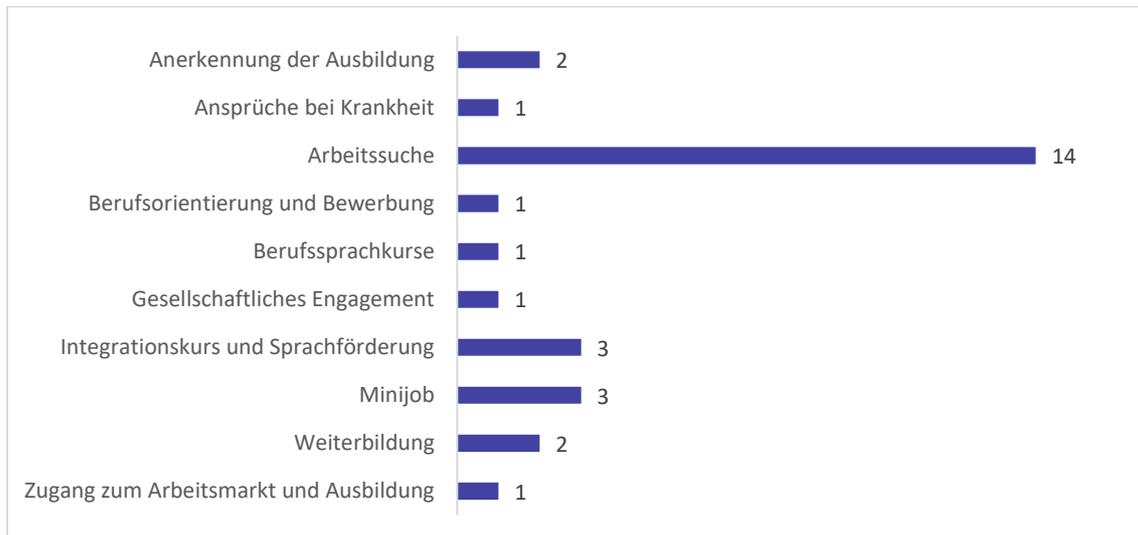
„Friede sei mit euch. Ich habe B1 und suche eine Organisation oder einen Ort, an dem ich mich ehrenamtlich für die Sprachentwicklung engagieren kann. Wer etwas weiß, sagt mir bitte Bescheid.“

### Beispielfragen aus der ukrainischen Community

„Hallo, ich interessiere mich für das Thema Ausbildung. Was sind die möglichen Studienrichtungen in Magdeburg? Ich habe ein B1-Zertifikat und eine Hochschulausbildung aus der Ukraine. Ich wäre dankbar für die Informationen.“

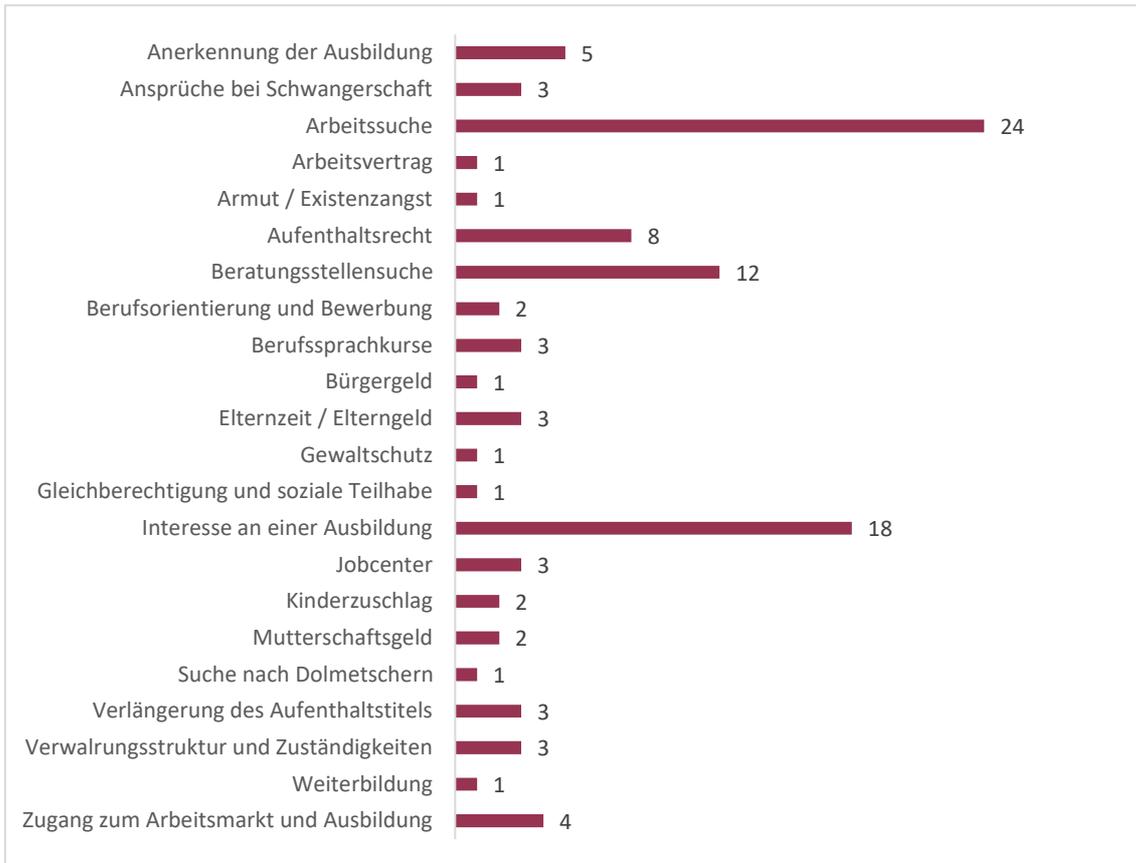
„Hallo, ich bin auf der Suche nach einem Job als Fleischverkäuferin, ich habe in Deutschland 2 Jahre lang als Fleischverkäuferin gearbeitet. Ich danke Ihnen im Voraus.“

„Guten Tag! Wie kann ich mich für eine Beratung zum Thema Ausbildung anmelden?“



**Abbildung 10: Themen in der Beratung der arabischen Community**

Eigene Darstellung für den Zeitraum 01.01.25-31.03.25 © Minor



**Abbildung 11: Themen in der Beratung der ukrainischen Community**

*Eigene Darstellung für den Zeitraum 01.01.25-31.03.25 © Minor*

### 3.2. Informationsvermittlung in den Communities

Um die Ratsuchenden gezielt zu den von Ihnen gefragten Themen besser zu informieren, bereiten die Beratenden nützliche und wichtige Informationen in Form von Infografiken auf. Die komplizierten Inhalte, die für Nicht-Deutschmuttersprachler\*innen schwer verständlich sein könnten, werden von dem ASAMi-Team in einfache Sprache übertragen und ins Arabische und Ukrainische übersetzt. Die Themen, die aufgearbeitet sind, betreffen vor allem solche Themen wie Zugang zum Arbeitsmarkt, arbeitsrechtliche Fragen sowie Sozialleistungen.

Im 1. Quartal 2025 wurde eine Infografik „Verlängerung des Aufenthaltstitels für Geflüchtete aus der Ukraine“ erstellt und auf dem ukrainischsprachigen Facebook-Profil, der ukrainischsprachigen Facebook-Seite und dem ukrainischsprachigen Instagram-Profil veröffentlicht und in den relevanten Gruppen der ukrainischen Community verteilt. Der Beitrag sammelte **14 Reaktionen** in Form von Likes. Durch die ukrainischsprachige FB-Seite kann man nachvollziehen, wie viele Nutzer\*innen die jeweilige Information erreicht hat.



**Abbildung 12: Infografik „Verlängerung des Aufenthaltstitels für Geflüchtete aus der Ukraine“**

*Eigene Darstellung © Minor*

Zudem wurde im 1. Quartal 2025 eine digitale Informationskampagne zum Thema „Ausbildung in Deutschland“ vorbereitet und durchgeführt. Im Rahmen der Kampagne wurden an fünf aufeinanderfolgenden Tagen jeweils ein Video bzw. eine Infografik veröffentlicht, die sich mit einem bestimmten Aspekt der Ausbildung beschäftigten. Die Themen umfassten die Vorteile einer Ausbildung in Deutschland, die verschiedenen Ausbildungswege und deren Verlauf, berufliche Perspektiven durch eine Ausbildung, Finanzierungsmöglichkeiten sowie die Voraussetzungen für eine Ausbildung.

Die Inhalte wurden auf dem ukrainischsprachigen Facebook-Profil, der Facebook-Seite, der Instagram-Seite sowie auf der arabischsprachigen Facebook-Seite, in den Facebook- und WhatsApp-Gruppen für die Teilnehmenden des Projekts und in ausgewählten, populären Facebook- und Telegram-Gruppen (7 Gruppen für die arabische Community und 8 Gruppen für die ukrainische Community) veröffentlicht.

In jedem Beitrag wurden auch Informationen zu den Veranstaltungen in Halle (Saale) und Magdeburg geteilt, die im Rahmen der Kampagne organisiert wurden. Interessierte Frauen wurden eingeladen, an den Veranstaltungen teilzunehmen, Teil des Projekts zu werden und individuelle Beratung bei der Wahl und Bewerbung für eine Ausbildung zu erhalten.

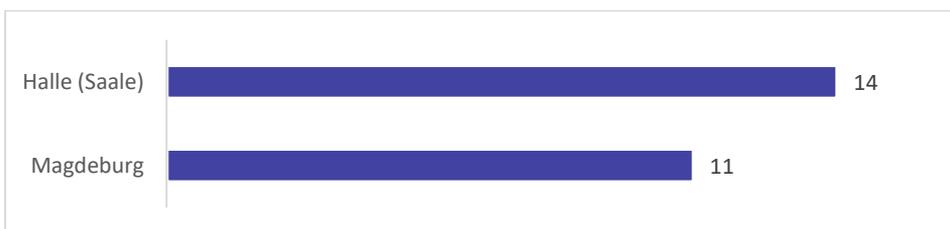
Der beliebteste Beitrag war das Video zum Thema „Vorteile einer Ausbildung in Deutschland“, das insgesamt 40 Reaktionen in Form von Likes sammelte. Insgesamt erzielte die digitale Informationskampagne **149 Reaktionen** in Form von Likes.



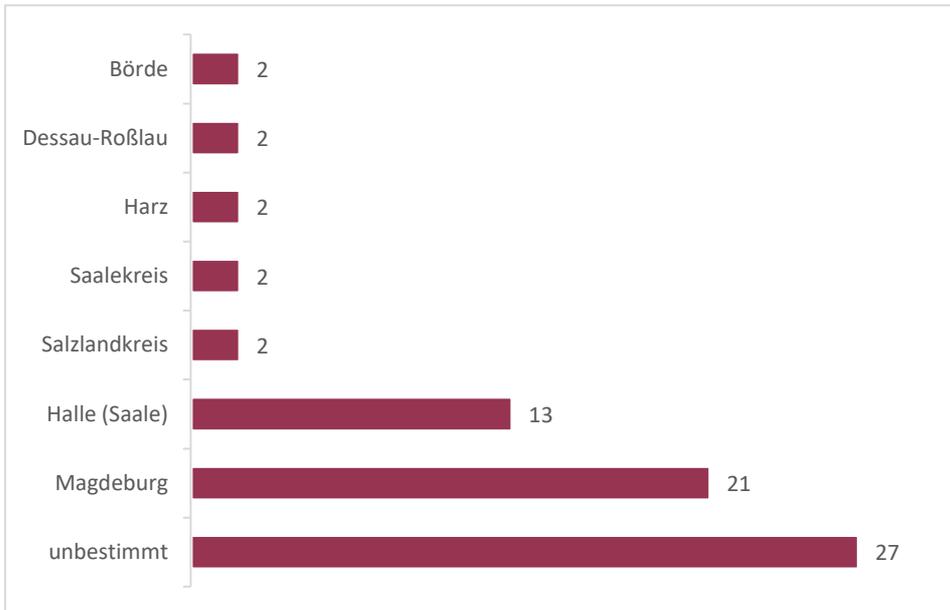
**Abbildung 13: Titel- und Schlussfolie des ersten Videos der fünftägigen Informationskampagne zum Thema Ausbildung**  
 Eigene Darstellung © Minor

### 3.3. Wohnort der Ratsuchenden

Die Beratenden erfragen bzw. dokumentieren aus datenschutzrechtlichen Gründen keine personenbezogenen Daten. Die Auswertungen enthalten daher keine Angaben zu Alter, Beruf, Aufenthaltsstatus etc. Der Wohnort der Ratsuchenden wird erfasst, indem man einen regionalen Bezug zur Facebook- oder Telegram-Gruppe herstellt, in der die Frage gestellt wurde oder wenn die Ratsuchende ihren Wohnort selbst mitteilt. Ausgewählt werden können die Landkreise sowie die kreisfreien Städte Dessau-Roßlau, Halle (Saale) und Magdeburg. Unbestimmt ist der Wohnort meistens in den Fällen, wenn die Frage in einer landesweiten Gruppe gestellt wurde oder wenn die Beratenden über Ihre Profile kontaktiert werden und der Wohnort in der Frage nicht erwähnt wurde. Die meisten beantworteten Fragen stammen von den Frauen, die sich in den Gruppen mit Standort **Magdeburg** und **Halle (Saale)** aufhalten.



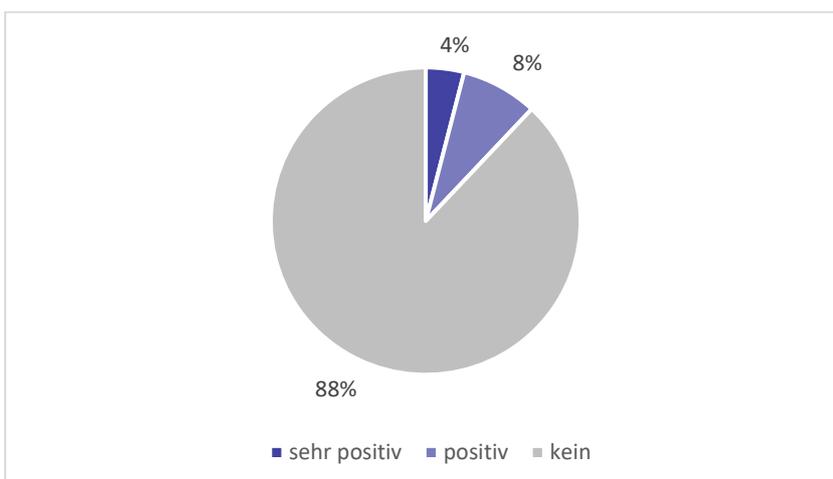
**Abbildung 14: Wohnort der arabischsprachigen Ratsuchenden nach Landkreisen**  
 Eigene Darstellung für den Zeitraum 01.01.25-31.03.25 © Minor



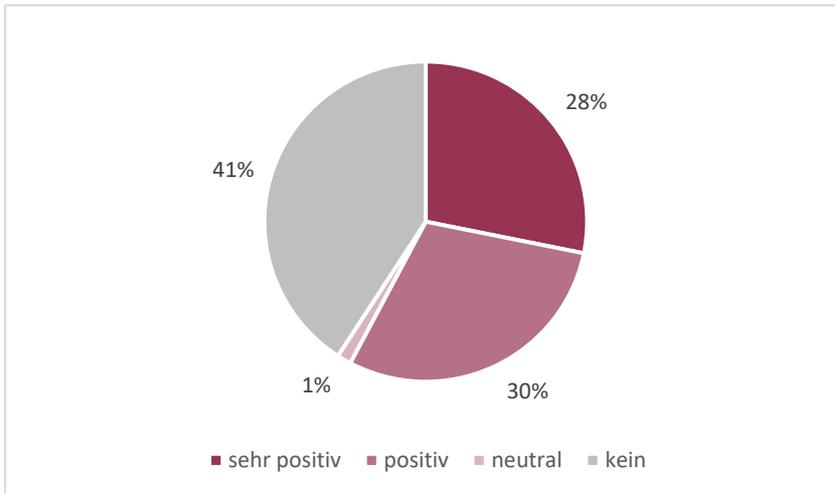
**Abbildung 15: Wohnort der ukrainischen Ratsuchenden nach Landkreisen**  
 Eigene Darstellung für den Zeitraum 01.01.25-31.03.25 © Minor

### 3.4. Feedback zu den Beratungen

Im Rahmen der Beratungsarbeit wird unter anderem auf die Rückmeldung der Ratsuchenden sowie anderen mitlesenden Nutzer\*innen geachtet. Das Verständnis von Feedback wird an die Gegebenheiten der Social Media angepasst. Als sehr positives Feedback werden ein oder mehrere positive Kommentare und/oder mehrere Likes bzw. positive Emojis verstanden, als positives Feedback wird ein Like / Emoji verstanden, unter neutralem Feedback werden ein oder mehrere neutrale Kommentare (z.B. eine Nachfrage) erfasst. Die meisten ASAMi-Beratungen bekommen eine positive oder sehr positive Rückmeldung.



**Abbildung 16: Feedback zu den Beratungen (arabische Community)**  
 Eigene Darstellung für den Zeitraum 01.01.25-31.03.25 © Minor



**Abbildung 17: Feedback zu den Beratungen (ukrainische Community)**  
*Eigene Darstellung für den Zeitraum 01.01.25-31.03.25 © Minor*

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Anzahl der Beratungsfälle nach Communities.....	3
Abbildung 2: Anzahl der Erst- und Folgeberatungen (arabische Community) .....	4
Abbildung 3: Anzahl der Erst- und Folgeberatungen (ukrainische Community).....	4
Abbildung 4: Anzahl der Verweisberatungen (arabische Community).....	5
Abbildung 5: Anzahl der Verweisberatungen (ukrainische Community).....	5
Abbildung 6: Verteilung der Beratungsarbeit nach Kanälen (arabische Community) .....	6
Abbildung 7: Verteilung der Beratungsarbeit nach Kanälen (ukrainische Community) .....	7
Abbildung 8: Social Media Spaces der arabischen Community nach örtlichem Bezug .....	8
Abbildung 9: Social Media Spaces der ukrainischen Community nach örtlichem Bezug .....	8
Abbildung 10: Themen in der Beratung der arabischen Community .....	9
Abbildung 11: Themen in der Beratung der ukrainischen Community .....	10
Abbildung 12: Infografik „Verlängerung des Aufenthaltstitels für Geflüchtete aus der Ukraine“ .....	11
Abbildung 13: Titel- und Schlussfolie des ersten Videos der fünftägigen Informationskampagne zum Thema Ausbildung .....	12
Abbildung 14: Wohnort der arabischsprachigen Ratsuchenden nach Landkreisen .....	12
Abbildung 15: Wohnort der ukrainischen Ratsuchenden nach Landkreisen.....	13
Abbildung 16: Feedback zu den Beratungen (arabische Community).....	13
Abbildung 17: Feedback zu den Beratungen (ukrainische Community).....	14

Impressum

Text und Daten: Tetiana Hutsalenko  
Veröffentlicht: April 2025

„Anlauf- und Servicestelle für die Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen in Sachsen-Anhalt“ ist ein Projekt von



Alt-Reinickendorf 25  
13407 Berlin  
Tel.: +49 30 – 457989500  
E-Mail: [minor@minor-wissenschaft.de](mailto:minor@minor-wissenschaft.de)

[www.minor-wissenschaft.de](http://www.minor-wissenschaft.de)  
[www.minor-wissenschaft.de/asami/](http://www.minor-wissenschaft.de/asami/)

Das Projekt „Anlauf- und Servicestelle für die Arbeitsmarktintegration von Migrantinnen in Sachsen-Anhalt“ wird im Rahmen des Programms [„MY TURN - Frauen mit Migrationserfahrung starten durch“](#) durch das [Bundesministerium für Arbeit und Soziales](#) und die Europäische Union über den [Europäischen Sozialfonds Plus \(ESF Plus\)](#) gefördert.

Gefördert durch:



Das Projekt wird aus Mitteln des Ministeriums für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Gleichstellung des Landes Sachsen-Anhalt kofinanziert.

Kofinanziert durch:

