



DE

Kommunikation mit Migrant*innen

Handreichung für Führungskräfte und Mitarbeitende mit Kund*innenkontakt
in der Arbeitsvermittlung und in der Verwaltung



Diese Publikation ist ein Ergebnis des Projektes *Language for work – Tools for professional development* im Rahmen des Programms Languages at the heart of learning des Europäischen Fremdsprachenzentrums.

www.ecml.at/languageforwork

Autorinnen: Matilde Grünhage-Monetti (Deutschland, Projektkoordinatorin), Andrea Nispel (Deutschland, freiberufliche Projektberatung, Training, Coaching und F&E)

Directeur : Alexander Braddell

Traductrices : Annabelle Presa, Claire Marx, Séverine Wozniak

DANKSAGUNG

Die Originalfassung in deutscher Sprache wurde von Rosina Walter herausgegeben und veröffentlicht / beramí berufliche Integration e. V., Frankfurt am Main, Deutschland



Die in dieser Publikation zum Ausdruck gebrachten Ansichten spiegeln allein die Meinung der Autor*innen und nicht unbedingt die politische Haltung des Europarats wider.

Alle Rechte vorbehalten. Ohne die schriftliche Erlaubnis der Direktion für Kommunikation des Europarats (FR-67075 Strasbourg Cedex oder publishing@coe.int) darf kein Teil dieser Veröffentlichung übersetzt, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden, weder in irgendeiner Form noch durch bestimmte Mittel, z. B. digital (CD-ROM, Internet usw.) oder mechanisch durch Fotokopien, Aufnahmen oder durch eine Erfassung in Datenspeicherungs- oder Datenabfragesystemen.

Council of Europe Publishing, FR-67075 Strasbourg Cedex, Frankreich

<https://book.coe.int>

Europäisches Fremdsprachenzentrum des Europarates
Nikolaiplatz 4, A-8020 Graz, Österreich

www.ecml.at

Titel der Originalpublikation: “Communicating with migrants - Guide for staff in job centres and public services”, © Europarat 2019

Version auf Deutsch: © Europarat 2022

Kommunikation mit Migrant*innen

Handreichung für Führungskräfte und Mitarbeitende mit Kund*innenkontakt in der Arbeitsvermittlung und in der Verwaltung

Strategien und praktische Tipps, um Mitarbeitende bei einer erfolgreichen Kommunikation mit Migrant*innen zu unterstützen

Kommunikation bildet den Schlüssel für wirksame öffentliche Dienstleistungen. Sie kann sich jedoch aus mehreren Gründen als Herausforderung erweisen:

- Kund*innen sind möglicherweise nicht mit den Abläufen in der Verwaltung vertraut und/oder haben unrealistische Erwartungen.
- Kund*innen können unter Stress stehen – vor allem wenn Verwaltungsentscheidungen ihr Leben grundlegend beeinflussen.
- Mitarbeitende können aufgrund einer hohen Arbeitsbelastung nur begrenzt Zeit haben, komplexe Sachverhalte zu erläutern.
- Die Amtssprache selbst – mit ihren Fachbegriffen, ihrem Fachjargon und ihren formalen Vorgaben – kann sogar für Kund*innen mit guten Kenntnissen der deutschen Alltagssprache kompliziert oder sogar einschüchternd wirken.

Durch geringe mündliche und/oder schriftliche Deutschkenntnisse und andere kulturelle Perspektiven der Kund*innen werden diese Schwierigkeiten zusätzlich verstärkt.

Erfreulicherweise gibt es konkrete Handlungsmöglichkeiten, um diese Hürden zu überwinden.

Die vorliegende Broschüre:

- bietet Strategien und praktische Tipps für Führungskräfte, um Mitarbeitende bei der Betreuung von Kund*innen mit begrenzten Deutschkenntnissen zu unterstützen;
- unterstützt alle Mitarbeitenden dabei, ihren eigenen Kommunikationsstil in einem kulturell und sprachlich immer vielfältigeren Arbeitsalltag zu reflektieren.



Tipps für Führungskräfte

So können Sie Ihre Mitarbeitenden und Kund*innen unterstützen

Einsatz von Übersetzungs- und Dolmetschangeboten für Kund*innen, die kein Deutsch sprechen

Durch einen geeigneten Einsatz von Übersetzungsleistungen können sie die Servicequalität ihrer Einrichtung steigern und Spannungen zwischen Mitarbeitenden und Kund*innen verringern.

- Erkunden und dokumentieren Sie die Sprachkenntnisse Ihrer Mitarbeitenden. Überlegen Sie, wie Sie diese verborgene Ressource am besten sichtbar machen können, damit Ihre Mitarbeitenden die Sprachkenntnisse ihrer Kolleg*innen im Bedarfsfall bei der Betreuung von Kund*innen ohne weiteren Aufwand nutzen können.
- Vernetzen Sie sich mit anderen sozialen Diensten, die bereits Dolmetschleistungen anbieten.
- Gibt es in Ihrer Kommune Ehrenamtliche, die dolmetschen können? Hilfsorganisationen für Migrant*innen können Sie möglicherweise bei Ihrer Suche unterstützen. Auch eine Anfrage bei Ihrer örtlichen Universität kann sinnvoll sein.
- Bedenken Sie, dass sich Dolmetscher*innen auch mit Hilfe digitaler Technologien, z. B. über Smartphones und Video-Konferenzen, zuschalten können, um ihre Mitarbeitenden zu unterstützen.
- Erstellen Sie Checklisten, in denen Mitarbeitende erfassen können, welche Dokumente besonders häufig und in welchen Fremdsprachen benötigt werden.
- Lassen Sie häufig verwendete Formulare ggf. in andere Sprachen übersetzen, um zwei-/mehrsprachige Formulare anzubieten. Möglicherweise haben andere Verwaltungen bereits übersetzte Exemplare, die sie Ihnen zur Verfügung stellen können.
- Ermutigen Sie Ihre Mitarbeitenden, die inzwischen in großer Zahl verfügbaren digitalen Übersetzungstools für Ihre Kommunikation zu nutzen, z. B. Übersetzungs-Apps über Smartphones, Tablets und das Internet.



Vereinfachte Versionen wichtiger Dokumente und Formulare in klarer, leicht verständlicher und benutzerfreundlicher Sprache

- Fragen Sie in ähnlichen Ämtern nach, ob sie bereits eigene benutzerfreundliche Dokumente erstellt haben, und vernetzen sie sich miteinander, um Materialien, Fachwissen und Erfahrungen auszutauschen.
- Unterstützen Sie Ihre Mitarbeitenden dabei, Formulare in einfacher und verständlicher Sprache zu erstellen. Ihre Mitarbeitenden wissen genau, welche Verständnisschwierigkeiten Ihre Kund*innen mit welchen Formularen haben, und sind erfahren in der Lösung der damit einhergehenden Probleme. Beauftragen Sie Ihre Mitarbeitenden, im Rahmen eines Projektes einen Pool von Expert*innen zu bilden, um benutzerfreundliche Versionen problematischer Dokumente zu erstellen.



Bieten Sie auf ihrer Website digitale Ressourcen für Mitarbeitende und Kund*innen an

- Solche Ressourcen können neben mehrsprachigen Dokumentationen auch Handreichungen umfassen. Denkbar wären insbesondere Abbildungen (mit Fotos von wichtigen Vorgängen im Verwaltungsablauf, kurzen Videos, Karten, Grafiken, Diagrammen zur Erläuterung von Vorgängen usw.). Oftmals sagen klare Bilder mehr aus als viele Wörter und Sätze. Bieten Sie Ihren Mitarbeitenden Weiterbildungen, beispielsweise zum Einsatz vereinfachter Sprache und digitaler Technologien sowie zur interkulturellen Kommunikation an.
- Ermutigen Sie Ihre Belegschaft zum Einsatz digitaler Technologien und Ressourcen.
- Finden Sie heraus, ob es Fortbildungsangebote zur Verbesserung

der Kommunikation mit Ihrer kulturell und sprachlich immer vielfältigeren Kundschaft gibt. Wenn ja, stellen Sie sicher, dass Ihre Mitarbeitenden an derartigen Maßnahmen teilnehmen können.

- Unterstützen Sie Ihre Mitarbeitenden vor allem, indem Sie ihnen ausreichend Zeit und Spielraum für eine kundenorientierte Kommunikation einräumen.





Gestalten Sie die Beratung so entspannt wie möglich

Je weniger Ihre Kund*innen unter Stress stehen, desto wahrscheinlicher ist es, dass die Verständigung klappt. Je mehr Ihre Kund*innen verstehen, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit einer gelungenen Kommunikation. Ein entspanntes Beratungsgespräch lässt sich mit einfachen Mitteln unterstützen: Ein Lächeln, eine freundliche Tonlage, aufmerksam Zuhören, Geduld und Rückversicherung, dass Ihr Gegenüber alles verstanden hat.



Nehmen Sie sich Zeit, Ihre Kund*innen kennenzulernen

Ein paar Minuten Small Talk am Anfang helfen Ihnen, sich auf den Sprachstil Ihrer Kundin oder Ihres Kunden einzustellen – und umgekehrt. Auf diese Weise können Sie eine vertraute Atmosphäre herstellen, wenn Ihre Kund*innen nervös oder ängstlich erscheinen. Außerdem hilft es Ihnen dabei, ihr Deutschniveau einzuschätzen.

Warum könnten einige Kund*innen nervös oder ängstlich sein? Vielleicht haben sie negative oder sogar traumatische Erfahrungen mit Behörden in anderen Ländern gemacht. Allein die Erinnerung an diese Erfahrungen kann Angst aufkommen lassen.



Beurteilen Sie die Deutschkenntnisse Ihrer Kund*innen, um sich auf eine für sie verständliche Weise auszudrücken

Einfache Möglichkeiten:

Benutzen Sie einfache W-Fragen (wer, was, wann, wo, wie), die mehr als eine „Ja-/Nein-“Antwort erfordern. Wie flüssig fällt die Antwort der Kundin bzw. des Kunden aus? Sinnvolle Dinge, nach denen Sie fragen könnten, wären der Bildungsweg Ihrer Kund*innen und Arbeitserfahrungen im Herkunftsland.

Fragen Sie Ihre Kund*innen, wie lange sie schon Deutsch lernen und wie sie selbst ihre Deutschkenntnisse einschätzen.

Bedenken Sie, dass die Qualität der Kommunikation nicht nur von Sprachkenntnissen, sondern auch davon beeinflusst wird, wie gut die Kund*innen die Verwaltungsvorgänge und -verfahren verstehen!

Tipps für Mitarbeitende mit Kund*innenkontakt



Erklären Sie die nächsten Schritte

Helfen Sie Ihren Kund*innen, die nächsten nötigen Schritte zu verstehen, indem Sie (in einfacher, verständlicher Sprache) erläutern, was der Zweck Ihrer Interaktion ist, wie lange es dauern wird, was sie machen werden (z. B. „Zuerst benötige ich einige Informationen von Ihnen, und anschließend werde ich Ihnen erklären, was unser Service macht.“), und was die Kund*innen selbst tun müssen (z. B. „Dann können Sie mir sagen, wo Sie Hilfe benötigen.“). Stellen Sie sicher, dass Sie verstanden wurden. Falls nicht, erklären Sie es noch einmal. Finden Sie heraus, ob Ihre Kund*innen noch Fragen zu den nächsten Schritten haben.



Sprechen Sie so verständlich wie möglich

Das heißt, wählen Sie einfache, gängige und korrekte Formulierungen und kurze, leicht verständliche Sätze. Drücken Sie sich so klar und konkret wie möglich aus (z. B. „Schreiben Sie Ihren Namen und Ihre Adresse in diesen Kasten. Dann unterschreiben Sie hier unten auf der Seite mit Ihrem Namen.“).

Hilfreiche Strategien:

- Überlegen Sie sich kurz, was Sie Ihren Kund*innen verständlich machen wollen, bevor Sie sprechen.
- Heben Sie die Bedeutung Ihrer Aussage hervor (wie Nachrichtensprecher im Fernsehen und Radio).
- Unterteilen Sie den Vorgang in einfache Schritte (z. B. mit Schritt-für-Schritt-Erläuterungen, „Erst (...), danach (...), dann (...“).



Passen Sie Ihre Sprachgeschwindigkeit Ihren Kund*innen an, besser zu langsam als zu schnell

Ihre Kund*innen benötigen Zeit, um Ihre Worte zunächst zu verstehen, dann die Bedeutung zu erfassen und anschließend Antworten zu formulieren. Wenn Sie Bedenken haben, zu langsam zu sprechen, fragen Sie nach, ob Sie schneller sprechen sollen.

- Beschränken Sie sich auf einen Gedanken, eine Frage oder eine Information pro Satz.
- Vermeiden Sie möglichst lange, verschachtelte Sätze, Akronyme, Abkürzungen und Initialen, abstrakte Begriffe, idiomatische Redewendungen, Umgangssprache, Worte mit mehreren Bedeutungen und komplizierten Jargon und Fachsprache.
- Berücksichtigen Sie alle weiteren Sprachkenntnisse und den Bildungsstand Ihrer Kund*innen. Dies kann einen Einfluss darauf haben, ob Sie internationale Wörter (häufig aus dem Englischen) und wissenschaftliche Ausdrücke (häufig lateinischen oder griechischen Ursprungs, z. B. „Airport“, „Pneumonie“) verstehen.
- Wenn Sie einen Fachbegriff verwenden müssen, schreiben Sie ihn auf und erklären Sie ihn anschließend in einfacher Sprache.



Stellen Sie sicher, dass Ihre Kund*innen Sie verstehen

Sagen Sie: „Ich möchte sicher sein, dass ich Ihnen alles gut erklärt habe. Können Sie mir bitte sagen, was Sie verstanden haben?“



Stellen Sie sicher, dass Sie Ihre Kund*innen verstehen

Sagen Sie: „Ich möchte sicher sein, dass ich Sie verstehe. Ich denke, Sie haben Folgendes gesagt: „(...)“. Wenn es Ihnen sehr schwerfällt, Ihre Kund*innen zu verstehen, bitten Sie sie, ihre Worte zu wiederholen oder es anders zu sagen oder aufzuschreiben.



Haben Sie eine weitere gemeinsame Sprache?

Dann machen Sie davon Gebrauch! Wenn Sie und Ihre Kund*innen beispielsweise Französisch oder Spanisch oder Russisch oder Urdu sprechen, dann nutzen Sie diese Sprache für Ihre Kommunikation.



Schreiben Sie es auf

Wenn Ihre Kund*innen gut lesen und schreiben können, mag es hilfreich sein, Dinge aufzuschreiben, zum Beispiel auch Schlüsselwörter, und die Notizen als Checklisten zu verwenden.

Wie können Sie auf kulturelle Unterschiede reagieren?

Zeigen Sie Respekt für andere Kulturen.

Nehmen Sie Ihre eigenen Reaktionen bewusst wahr und achten Sie auf falsche Vorstellungen und Vorurteile.

Wenn etwas Unerwartetes passiert, fragen Sie sich, was Sie erwartet haben und warum.

Ziehen Sie keine voreiligen Schlüsse über das Verhalten Ihrer Kund*innen – bleiben Sie offen für andere Interpretationen.

Zeigen Sie Akzeptanz und Achtung für andere Kommunikationsformen.

Es kann sich als hilfreich erweisen, Menschen aus anderen Kulturkreisen zu fragen, welche Unterschiede sie zwischen dem Land, in dem sie heute wohnen, und ihrem Heimatland oder anderen Ländern wahrgenommen haben.

Amtssprache

Sie haben die Amtssprache während Ihrer Ausbildung gelernt, arbeiten jeden Tag damit und verstehen sie gut. Doch für Kund*innen kann sie schwer verständlich sein. Sie können Ihnen helfen, indem Sie die Dinge in einfacher Alltagssprache erläutern.



Nutzen Sie Fotos und Abbildungen

Fotos, Illustrationen, Diagramme, Schaubilder, Websites etc. können alle zu einem besseren Verständnis Ihrer Aussage beitragen. Vergessen Sie nicht: Ein Bild sagt manchmal mehr als tausend Worte!



Benutzen Sie digitale Technologien/ neue Medien wie Online-Wörterbücher oder Übersetzungsprogramme (sie werden immer besser).

Eine gute Methode, um die Übersetzung zu kontrollieren, ist es, sie in die Ausgangssprache zurückzuübersetzen. Wenn die Rückübersetzung sinnvoll ist, können Sie davon ausgehen, dass die Übersetzung in Ordnung ist. Stellen Sie aber auf jeden Fall sicher, dass Ihre Kund*innen alles richtig verstehen.



Schriftliche Kommunikation – achten Sie auf kurze und einfache Formulierungen!

Das bedeutet:

- Kurze Sätze und Absätze mit viel Platz zwischen den Absätzen.
- Ein Gedanke, eine Frage oder eine Information pro Satz.
- Setzen Sie den wichtigsten Punkt an den Satzanfang.
- Verwenden Sie Spiegelstriche und Unterüberschriften.
- Wählen Sie leicht lesbare Schriftarten (z. B. Arial, Verdana) in einer gut lesbaren Größe (z. B. 12 Punkt).
- Gestalten Sie die Seiten übersichtlich (z. B. maximal drei Schriftgrößen, zwei Schriftarten und nicht mehr als drei Farben).
- Vermeiden Sie BLOCKSCHRIFT.
- Verwenden Sie **Fettdruck** oder Unterstreichungen, um Infor-

mationen hervorzuheben. (*Kursivschrift kann schwer lesbar sein.*)

- Schreiben Sie Datumsangaben aus.
- Verdeutlichen Sie Schlüsselinformationen im Text mit Hilfe von Bildern.
- Wenn möglich lassen Sie den Text durch einen Lesbarkeits-test im Internet laufen.



Nehmen Sie kulturelle Unterschiede im Kommunikationsstil bewusst wahr

Auf diese Weise können Sie mögliche Missverständnisse sowie falsche Interpretationen vermeiden.

Last but not least: Denken Sie an Ihre Vorbildfunktion!

Sie sind möglicherweise eine der wenigen deutschsprachigen Personen, mit denen Ihre Kund*innen ein Gespräch führen können. Denken Sie daran, dass Sie eine Art „Botschafter*in“ Ihres Landes sind. Sie repräsentieren den Staat und seinen Umgang mit Menschen. Außerdem gehören Sie vielleicht zu den wenigen Personen, mit denen ihre Kund*innen Deutsch sprechen. In diesem Fall lernen Sie die Sprache auch von Ihnen.



Weitere Orientierungshilfen

In englischer Sprache

Hobart, Clare (2015), *Lowering language barriers*. Chalmers & Byrne Training Ltd.

In deutscher Sprache

La Mura Flores, Tatiana ; Scheerer-Papp, Johanna (2014): *Sprachsensibel beraten*. passage gGmbH (Hrsg.).

www.deutsch-am-arbeitsplatz.de/fileadmin/user_upload/PDF/Handreichung_Sprachsensibel_beraten.pdf

Schreibtischaufsteller und Tippkarten für die Beratung (Sprechen und Schreiben).

www.netzwerk-iq-sachsen.de ("Publikationen")

Außerdem verfügbar



Deutsch für die Arbeit

Ein Wegweiser mit praktischen Tipps, um erwachsene Zugewanderte beim Lernen der deutschen Sprache für die Arbeit zu unterstützen

Erfolgreiche Integration erwachsener Zugewanderter hängt zu einem großen Teil von zwei Faktoren ab, nämlich von den Deutschkenntnissen und den Arbeitsmöglichkeiten. Sie sind miteinander verbunden: Um eine angemessene Beschäftigung zu finden und sich dann im Beruf weiterzuentwickeln, benötigen Migrantinnen und Migranten Kenntnisse der dort verwendeten Sprache(n).

Zugewanderte, die sowohl über gute deutsche Sprachkenntnisse als auch über Qualifikationen verfügen, die ihnen eine qualitativ hochwertige Beschäftigung sichern, brauchen wahrscheinlich wenig weitere Unterstützung. Für viele andere ist es entscheidend, dass sie Möglichkeiten und Hilfestellungen zum Erwerb von Deutschkenntnissen für die Arbeit bekommen.

Dieser Wegweiser gibt Anregungen und Empfehlungen, wie man diese Unterstützung leisten kann.

Er kann hier heruntergeladen werden:

www.ecml.at/languageforwork



www.ecml.at

www.coe.int

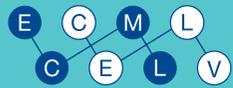
Das Europäische Fremdsprachenzentrum (EFSZ) ist eine Institution des Europarates und fördert Sprachenbildung auf höchstem Niveau in seinen Mitgliedsstaaten.

Der Europarat ist Europas führende Organisation für Menschenrechte. Er hat 46 Mitgliedsstaaten, darunter die Mitglieder der Europäischen Union.

Alle Mitgliedsstaaten des Europarates haben die Europäische Menschenrechtskonvention unterzeichnet, ein Vertrag zum Schutz der Menschenrechte, der Demokratie und der Rechtsstaatlichkeit. Der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte überwacht die Umsetzung der Konvention in den Mitgliedsstaaten.

DE

EUROPEAN CENTRE FOR
MODERN LANGUAGES
CENTRE EUROPEEN POUR
LES LANGUES VIVANTES



COUNCIL OF EUROPE
CONSEIL DE L'EUROPE

