

## 2. Fachtagung des Projektes „Ressource+“

Beschäftigungs- und Qualifizierungsunternehmen:  
Brücken zum allgemeinen Arbeitsmarkt  
für Migrant/innen  
Dokumentation!

**Verbesserte berufliche  
Integrationschancen durch Konzepte  
interkultureller Öffnung**  
-Herausforderungen und Chancen für  
Beschäftigungs- und Qualifizierungsunternehmen-

**Dipl.-Ing. Cemalettin Özer**

**Hamburg, Juni 2010**

---



Das Projekt "Ressource+" wird im Rahmen des XENOS-Programms "Integration und Vielfalt" durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und dem Europäischen Sozialfonds gefördert.

## **MOZAIK gegründet durch Akademiker mit Migrationshintergrund im März 2003**

MOZAIK-Tätigkeitsfelder in der Integrationsarbeit von Menschen mit und ohne Migrationshintergrund:

- Entwicklung und Umsetzung interkultureller Projekte und Konzepte
- Förderung der beruflichen Qualifizierung und Integration
- Beratung bei Fragen der interkulturellen Personal- und Organisationsentwicklung
- Förderung Interkultureller Dialog- und Kooperationsarbeit

## **Erfolge und Auszeichnungen:**

- „Ausbildungsoskar“ der Jungen Deutschen Wirtschaft (JDW) (Nov. 2000) in Berlin
- Auszeichnung von „owl Interkulturell“ durch das bundesweite Bündnis für Demokratie und Toleranz (2004)
- 2. Platz beim Paule Freire- Agenda Preis durch Netzwerk OWL Regionale Agenda e.V. (2004)
- Robert- Jungk- Zukunftspreis des Städtetags NRW (Oktober 2005)
- Weiterbildungs-Innovations-Preis (WIP) des BIBB (Februar 2008)

## Begriffe: (EU-) Ausländer, Gastarbeiter, Migrant, Zu- bzw. Einwanderer

**Deutschland** 15,3 Mio. Menschen mit Migrationshintergrund (18,7%),  
davon ca. 7,3 Mio. Menschen mit ausländischen Pass  
(8,9%) und ca. 2 Mio. (Spät-)AussiedlerInnen (2,9%)  
**ca. 14.000 Migrantenorganisationen**  
**ca. 600.000 Zuwandererunternehmen mit ca. 2. Mio. MA**

---

## Arbeitslosenquote

**z.B. NRW** Gesamt ca. 12% (ca. 1. Mio. Menschen), Ausländer ca. 28%  
(ca. 199.500 Menschen, ca. 37% Frauen)  
ca. 20% der arbeitslosen Ausländer aus EU-Staaten  
(ca. 41% Italiener, ca. 22% Griechen)  
**ca. 80% aus Nicht-EU-Staaten** (ca. 40% Türken, ca. 8 %  
Ehem. Jugoslawen)

# Bildungspartizipation bei Jugendlichen

---

## Jugendliche mit Migrationshintergrund:

machen ca. 30% von allen Jugendlichen zwischen 6 und 27 Jahren aus

## Allgemeinbildendes Schulsystem (PISA, UNO):

67% Hauptschul- oder Realschulabschluss  
16,3% Abitur

## Duales Ausbildungssystem:

68% Jugendliche ohne Migrationshintergrund  
39% Jugendliche mit Migrationshintergrund

**Ohne Berufsabschluss:** 1,32 Mio. Jugendliche (20-29 Jahre)

*Deutsche* 10%                      *ausländischer Staatsangehörigkeit* 37,7%  
33,7% weiblich  
42% männlich

**Arbeitslosenquote** ~8% bei Jugendlichen 16-25 J.

**Bielefeld** ~13% bei Jugendlichen mit ausl. Pass

(Quelle: BiBB und aus der Situationsanalyse der BQN-Vorphase Jan.-Juni 2003 der Universität Bielefeld)

# Interkulturelle Potentiale und Chancen in der Wirtschaft und Gesellschaft

---

## International

- EU-Osterweiterung als Chance für zweisprachige Aussiedler/-innen
- Globalisierung und Mehrsprachigkeit („4 x Export-Weltmeister“)

## Regional und National

- Demographische Entwicklung (15,4 Mio. Menschen mit Migrationshintergrund)
  - Migrant/-innen als Kunden für Dienstleistungen und Produkte
  - (junge) Migrant/-innen als Potential für den Fachkräftemangel
  - Deutsche mit Migrationshintergrund als Wähler/-innen
- Der Strukturwandel von der Industrie- zur Dienstleistungsgesellschaft und die Notwendigkeit der Tugenden: Flexibilität und Kreativität
- Migrantunternehmen (ca. 600.000 Betriebe) als Wirtschaftsfaktor mit Bedarf an zwei- bzw. mehrsprachigen Personal und als Potential für u.a. die Weiterbildungsträger und die duale Berufsausbildung

# Ethnische Ökonomie in Deutschland

---

- **ca. 286.000 ausländische Selbständige im Jahre 2003 (7,6%)**

- 50% aus EU-Ländern (EU 15), davon u.a 46.000 Italiener, 26.000 Griechen und 21.000 Österreicher
- 21.000 Ex-Jugoslawien
- **43.000 mit türkischem Pass + 17.500 Eingebürgerte**, davon (Schätzung) ca. 20.000 Handelsbetriebe, ca. 18.000 Dienstleistungsbetriebe (davon ca. 4.000 unternehmensnahe, wissensintensive DL), 14.000 Gastronomie- bzw. Imbissbetriebe, ca. 4.000 Baugewerbe, 3.000 verarbeitendes Gewerbe

- **ca. 38.000 Handwerker mit Migrationshintergrund (4,5 %)**

- 1/4 der italienischen Handwerker hat einen Meistertitel
- 1/5 der türkischen Handwerker, 1/10 der griechischen Handwerker

- **Selbstständigenquote steigt mit Erwerbslosenquote**

Bei Türken: 1991 bis 2003 95 % mehr Selbständige bei gleichzeitiger Verdopplung der Arbeitslosenquote von 10 % auf ca. 20 %

(Quellen: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus), ifm-Primärerhebung „Etnische Ökonomie“ 2004)



# Interkulturelle Öffnung

---

- **Unternehmen, Beratungs- und Bildungseinrichtungen, Verwaltungen, Kammern und aller Regeldienste**
  - in allen Handlungsfeldern
  - zur Effizienzsteigerung der Kundengruppenansprache
  - in der Personalentwicklung und Personalrekrutierung
  - durch Erhöhung des Anteils von Fachpersonal mit MH
  - durch mehr Mitgestaltungsmöglichkeiten in Entscheidungsgremien und bei der Entwicklung von Massnahmen und Projekten
  - durch verstärkte Förderung von Aktivitäten der interkulturellen Kooperation zwischen Migrantenunternehmen und „Einheimischen“ (BQ-) Unternehmen

# Weitere Handlungsbedarfe für die Verbesserung der (beruflichen) Integration

---

- 1. Einsatz interkultureller Konzepte**
- 2. Interkulturelle Netzwerke und Gremien**
- 3. Interkulturell-kompetentes Personal**
- 4. Implementierung des Potenzialansatzes**
- 5. Interkulturelle Fort- und Weiterbildung**

# Interkulturelle Öffnung

---

## 1. Einsatz interkultureller Konzepte

- Für Zugewanderte und „Einheimische“
- in betrieblichen Fortbildungsmaßnahmen durch  
Bildungseinrichtungen und Bildungseinrichtungen der Kommune,  
Wirtschaft und Gewerkschaft
- sollten anknüpfen an spezifischen Potenzialen der Migrantinnen  
und Migranten
- Perspektivwechsel: Kompetenz- statt Defizitorientierung!
- erfordert Einsatz von Fachkräften mit interkultureller Kompetenz
- dadurch verbesserte Teilnehmer/-innenorientierung bei Produkten  
und Angeboten

# Interkulturelle Öffnung

---

## 2. Interkulturelle Netzwerke und Gremien

- Einrichtung von interkulturelles Mitarbeitergremiums mit u.a. Vertreter/-innen der Betriebsräte bzw. Mitarbeiter/-innen mit MH aus allen Arbeitsbereichen
- **inhaltliche und personelle Verankerung** von Migration und interkultureller Kompetenz **als Querschnittsthema**
- Einrichtung von Facharbeitskreisen „Migration – Bildung und Wirtschaft“
- stärkere Partizipation von Migrant/-innen und interkulturellen Fachkräften an der Konzeptentwicklung sichern

# Interkulturelle Öffnung

---

## 3. Interkulturell-kompetentes Personal

- Beschäftigung von Lehr- und Fachkräften mit interkultureller Kompetenz, dadurch verbesserte Teilnehmerorientierung bei Angeboten
- Interkulturelle Kompetenz in Stellenausschreibungen, Ausbildungsordnungen und Testverfahren aufnehmen
- Unternehmen, Behörden, Kammern, Arbeitsagenturen, Arbeitsgemeinschaften (ARGE) und Kommunen sollten verstärkt Menschen mit interkultureller Kompetenz bei gleicher Fachkompetenz (z.B. Migrant/innen) als Mitarbeiter/-innen einstellen

# Interkulturelle Öffnung

---

## 4. Implementierung des Potenzialansatzes

- Fördern interkultureller Potenziale bei Bewerbungen und Personalentw.
- Aktivierung von Selbsthilfepotenzialen (u.a. mit Hilfe von MentorInnen, Vorbildern)
- Unterstützung durch alle Verantwortlichen bei Good Practice und gemeinsamer betriebsinterner Öffentlichkeitsarbeit

## 5. Interkulturelle Fort- und Weiterbildung

- u.a. für Dozent/-innen, Fachanleiter/-innen, Ausbilder/-innen, Berater/-innen und Personalverantwortliche
- Anwendung berufsorientierter Sprachförderung nach dem Konzept „Deutsch als Zweitsprache“ (DaZ)
- **Unterstützung von TN mit (Deutschsprach)-Problemen durch WbH (Weiterbildungsbegleitenden Hilfen)**

**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit !**

**Wir freuen uns auf eine Kooperation  
mit Ihnen.**

**KONTAKT:  
MOZAIK gGmbH  
Dipl.-Ing. Cemalettin Özer  
Herforderstr. 46, D-33602 Bielefeld  
Tel.: 0521- 329 709- 0  
info@mozaik.de    www.mozaik.de  
[www.bagxenos.de](http://www.bagxenos.de)**





## Was ist „interkulturelle“ Kompetenz ?

---

„Interkulturelle Kompetenz“ ist keine neuartige Qualifikation oder Fähigkeit, sondern

- eine Kombination sozialer, kognitiver und kommunikativer Kompetenzen,
- gepaart mit Wissen und Reflexion über die eigene und Kultur/en anderer

## **Erfolgskriterien für Dozent/-innen in BQU**

---

- **Dozent/-innen mit Migrationshintergrund und/oder interkultureller Kompetenz**
  - Vorbildfunktion
  - Identifikation
  - Glaubwürdigkeit
  - Motivation
  - Engagement
- **Berücksichtigung der Interkulturellen Kompetenz und Potenziale der Teilnehmer/-innen**
  - Zweisprachigkeit
  - Kenntnisse zweier Kulturen (Flexibilität)
  - Sozialkompetenz
- **Individuelles Coaching**



# **Verbesserte berufliche Integrationschancen durch Konzepte interkultureller Öffnung – Herausforderungen und Chancen für BQU**

**Dr. oec. Bettina Arndt**

**2. Fachtagung „Ressource+“ Hamburg, 28. Juni 2010**



Das Projekt „Ressource+“ wird im Rahmen des XENOS-Programms „Integration und Vielfalt“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.



## **Gründung des Vereins:**

26.03.1993

## **Tätigkeitsfeld:**

Integration von  
Langzeitarbeitslosen in den  
allgemeinen Arbeitsmarkt mit  
den Instrumenten geförderter

Beschäftigung  
Qualifizierung  
sozialpädagogischer Betreuung



# Wichtige Ereignisse

**15.01.2004**

Gründung der Kita „p.f. Knirpse“,  
Rosenthaler Weg 41-45,  
13127 Berlin

**Februar 2006**

Einführung und wirksame Anwendung des  
Qualitätsmanagementsystems nach der  
Norm EN ISO 9001:2000

**Februar 2008**

Im Rahmen eines Audits erwirbt pro futura die  
Zulassung als Träger für die Förderung der  
*beruflichen Weiterbildung* nach dem Recht der  
Arbeitsförderung

**15.12.2009**

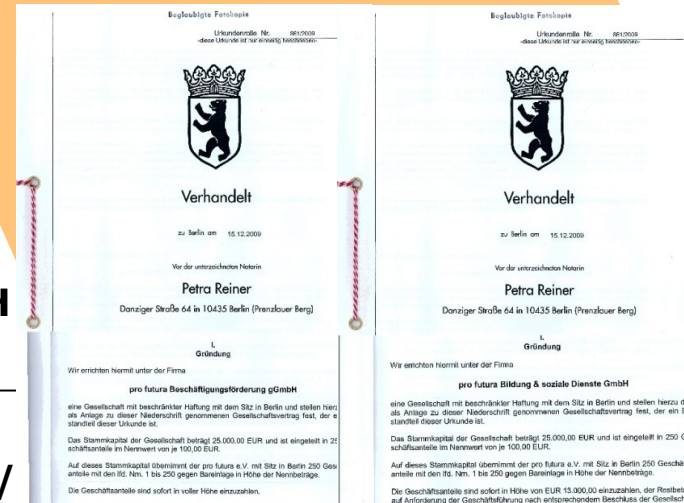
Gründung der Firmen

- **pro futura Beschäftigungsförderung gemeinnützige GmbH**

- **pro futura Bildung & soziale Dienste GmbH**

**Februar 2010**

Systemaudit nach DIN EN ISO 9001:2008 und AZWV  
für alle 3 Unternehmen



# Kunden und Partner

## Teilnehmer Zielgruppen:

- Ältere Langzeitarbeitslose,
- Jugendliche
- Migranten
- Schwerbehinderte

**12 ARGE**n der Bezirksämter und  
der Agentur für Arbeit

## JobCenter



Polizeidirektionen in Berlin

**pro futura**

ca. 60 externe Einsatzstellen in Berlin



Berliner Stadtreinigung



European Consulting Group



Senatsverwaltungen  
12 Berliner Bezirksämter



Bundesagentur für Arbeit

- 3 Berliner Agenturen
- Regionalagentur Berlin-Brandenburg



# Projekte

## **Ziel- und Teilnehmergruppen:**

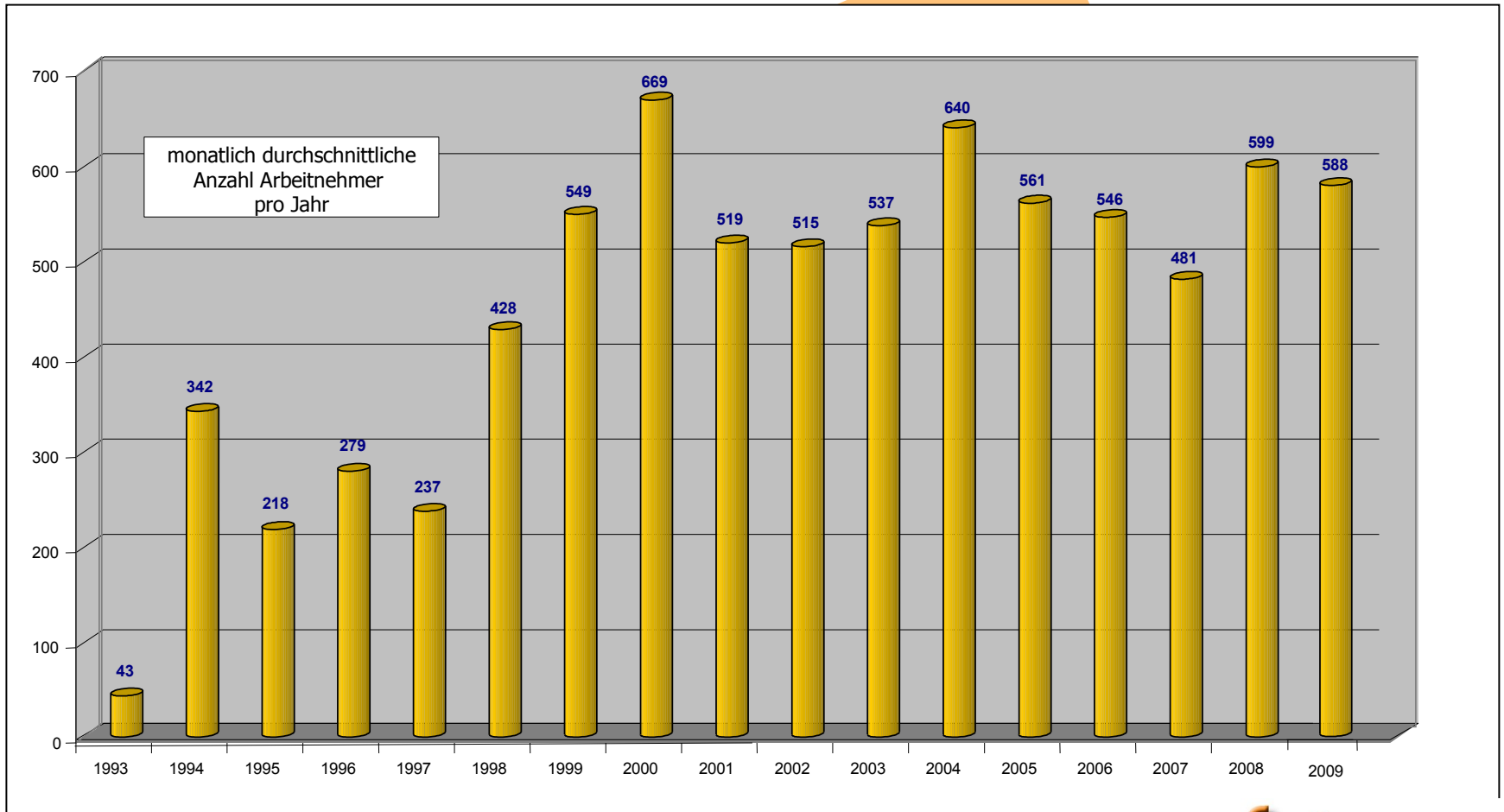
Ältere Langzeitarbeitslose  
Jugendliche  
Migranten  
Schwerbehinderte

## **z. Zt. genutzte Instrumente der Beschäftigungsförderung:**

- |                        |  |
|------------------------|--|
| <b>AGH-MAE</b>         | - Arbeitsgelegenheiten mit Mehraufwandsentschädigung                   |
| <b>AGH-Entgelt</b>     | - Arbeitsgelegenheiten mit Entgelt                                     |
| <b>AGH-Entgelt/ÖBS</b> | - Arbeitsgelegenheiten mit Entgelt zu den Bedingungen des Berliner ÖBS |
| <b>ABM</b>             | - Arbeitsbeschaffungsmaßnahme  |
| <b>BEZ</b>             | - Maßnahmen mit Beschäftigungszuschuss nach § 16a SGB II               |
| <b>KoKo</b>            | - Bundesprogramm Kommunal Kombi (Richtlinien BMAS vom 14.12.2007)      |



# Statistik





# Wir arbeiten

**an durchschnittlich 15 – 18 Standorten**

**in fast allen Bezirken Berlins**

**in mehr als 60 Einsatzstellen**





# Hauptgeschäftsfelder

- Gesundheit, Pflege, Frauen und Soziales
- Bildung, Kultur, Kinder, Jugend und Freizeit
- Wohnen, Stadtentwicklung und Naturschutz
- Gewerbe und Handwerk
- Sozialpädagogische Betreuung
- Integrationsberatung
- Maßnahmenbezogene Qualifizierung
- berufliche und allgemeine Weiterbildung nach AZWV
- Betreiben einer Kindertagesstätte

# Sozialpädagogische Betreuung



- Erfassung aller relevanten Daten und ausführliche Erstberatung
- individuelle Betreuung und Begleitung durch erfahrenes sozialpädagogisch qualifiziertes Personal
- Berücksichtigung der sehr differenzierten Persönlichkeitsstrukturen der Teilnehmer/innen
- besondere Aufmerksamkeit für Langzeit- und wiederholt Arbeitslose
- aufwändige Unterstützung, insbesondere für Migranten, Jugendliche und Frauen, die den Förderzeitraum nutzen wollen, um sich für den 1. Arbeitsmarkt fit zu machen
- gezielter Einsatz von Qualifizierungsbausteinen und unterschiedlichen Weiterbildungsmaßnahmen
- Aufbau eines Netzwerks sich ergänzender Unterstützungsmaßnahmen zur Stabilisierung der beruflichen und persönlichen Situation für jeden Teilnehmer
- Kontaktaufbau zu potenziellen Arbeitgebern
- Hilfe bei der Jobvermittlung

# Integrationsberatung

## Ziel und Inhalt

- Gezielte Unterstützung für Maßnahmeteilnehmer in AGH-Entgelt, mittelfristig eine Beschäftigung im regulären Arbeitsmarkt zu finden.
- Begleitung der in den Eingliederungsvereinbarungen der JobCenter mit den Teilnehmern festgelegten Integrationsschritte vor Ort beim Beschäftigungsträger

### konkrete Schritte:

1. Ausführliche Erstberatung
2. Erstellung eines persönlichen Entwicklungsplans
3. Umsetzung der im Entwicklungsplan vereinbarten Schritte und die
4. nachgehende Beratung und Vermittlungsaktivitäten, einschließlich der Dokumentation des Integrationsprozesses

Der Beratungsprozess umfasst die Unterstützung bei der Informationssuche, im Hinblick auf Stellenangebote, Angebote weiterer Einrichtungen und mögliche zusätzliche Qualifizierungen sowie ggf. deren Finanzierung.



# Berufliche und allgemeine Weiterbildung

- Konzeption und Durchführung marktgerechter Qualifizierung in betriebswirtschaftlichen, kaufmännischen und medienorientierten Berufsfeldern, im sozialen Dienstleistungsbereich sowie dem Natur- und Umweltschutz.
- Durchführung von Integrationskursen, ESF- geförderten Qualifizierungen für Teilnehmer an Arbeitsgelegenheiten sowie Kompaktseminare der beruflichen und allgemeinen Weiterbildung
- Garantie für einen offenen Zugang zu unserem Weiterbildungsangebot, das komplex gefördert wird.
- Kooperation mit der Bundesagentur für Arbeit, den JobCentern, Betrieben, Bildungseinrichtungen und Praktikumpartnern.
- Gezielte Hilfe für Teilnehmer, sich durch präventive Weiterbildung fit zu machen für ihre berufliche Zukunft



# Zertifizierte Weiterbildungsangebote

(auch mit Bildungsgutschein)



- Informationstechnologie (PC Grundkurs für Einsteiger, Internet, Textbearbeitung, Tabellenkalkulation, Publikation, Präsentation)



- Postdienstleistungen (Ablauf, Organisation, Zustellung, Kurier-, Express-, Paket-, Brieforganisation und -abläufe)



- Betreuungshelfer/in für Kita und Hort (Vermittlung von Techniken des Umgangs mit Kindern bis 14 Jahre, Rolle des Spiels in der Entwicklung des Kindes, Spiel als Werkzeug der Konfliktbewältigung, Streit- und Versöhnungsmethoden, Methoden der Pädagogik für den Kita- und Hortbereich)



- Betreuungsassistent nach § 87 b SGB XI für Pflegeeinrichtungen (Grundkenntnisse der Pflege und Pflegedokumentation, Rollstuhl-Schiebekurs, Hauswirtschaft und Ernährungslehre)

# ESF geförderte Weiterbildungsangebote

## (Auswahl)



- Informationstechnologie (PC Grundkurs für Einsteiger, Internet, Textbearbeitung, Tabellenkalkulation, Publikation, Präsentation)
- Postdienstleistungen (Ablauf, Organisation, Zustellung, Kurier-, Express-, Paket-, Brieforganisation und -abläufe)
- Grundlagenlehrgang alternative Energien – Beruflicher Einstieg für Solarthermie, Photovoltaik und Holzheizungen (Regenerative Energien und ihre Anwendungen, Energieeinsparung und rationelle Nutzung, Mathematik, Physik, Funktionsweise Solaranlagen, Funktionsweise Biomasseanlagen)
- Betreuungsassistent nach § 87 b SGB XI für Pflegeeinrichtungen (Grundkenntnisse der Pflege und Pflegedokumentation, Rollstuhl-Schiebekurs, Hauswirtschaft und Ernährungslehre)
- Büromanagement / Buchhaltung (allgemeine Büroorganisation, anwendungsbezogene Vertiefung der EDV-Kenntnisse, Kommunikation, Rechtsschulung mit SGB II und III, Arbeitsrecht, Finanz- und Steuerrecht)



# Warum hat sich pro futura am Projekt „Ressource+“ beteiligt?



Das Projekt „Ressource+“ wird im Rahmen des XENOS-Programms „Integration und Vielfalt“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.





## Besonderheiten in Berlin:

- hoher Migrantanteil (30%), darunter:
- Anteil bei Langzeitarbeitslosen und arbeitslosen Jugendlichen unverhältnismäßig noch höher
- (vermeintlich) hoher Anteil an Ungelernten und gering Qualifizierten

## Integration in den Arbeitsmarkt:

- spürbar schlechtere Integrationserfolge bei Teilnehmer/innen mit Migrationshintergrund



Das Projekt „Ressource+“ wird im Rahmen des XENOS-Programms „Integration und Vielfalt“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.



## Ursachen:

- **unzureichende Kenntnisse über migrationsrelevante Besonderheiten bei den Arbeitsmarktakteuren**
- **Gleichheitsprinzip im Herangehen bei der Beratung und Betreuung aller Teilnehmer/innen**
- **Fehlende Instrumente und Standards zur Erfassung und im Umgang mit interkulturell bedingten Besonderheiten und Ressourcen**
- **Unzureichende Qualifizierung des Betreuungspersonals im Umgang mit interkulturellen Besonderheiten**
- **Unzureichende Kenntnisse und fehlender Zugang zu Unternehmen des ersten Arbeitsmarktes als potenzielle Arbeitgeber, die speziell interkulturelle Ressourcen und Fähigkeiten nachfragen**



Das Projekt „Ressource+“ wird im Rahmen des XENOS-Programms „Integration und Vielfalt“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.



## **Folgen fehlender interkultureller Öffnung:**

- **interkulturelle Potenziale bleiben im Verborgenen**
- **keine oder unzureichende Nutzung von interkulturellen Ressourcen**
- **uneffektive Förderung von Migrant/innen**
- **Schlechtere Integration von Migrant/innen**
- **Desintegrationstendenzen bei den Migrant/innen**



Das Projekt „Ressource+“ wird im Rahmen des XENOS-Programms „Integration und Vielfalt“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.



## These:

### **„Kein Mensch ist ungelernt. Wir lernen jeden Tag“**

- **gilt für alle Zielgruppen von arbeitslosen Menschen, auch und insbesondere für vermeintlich nicht- und niedrig qualifizierte Migrant/innen**
- **bei den meisten schlummert ein beträchtliches Potenzial an Kenntnissen und Erfahrung, die bei herkömmlichem Herangehen an die Integrationsbemühungen im Verborgenen bleiben**
- **besonders ausgeprägt bei Migrant/innen (aufgrund fehlender oder nicht anerkannter Abschlüsse, aufgrund fehlender interkultureller Öffnung)**
- **viele Kenntnisse und Fähigkeiten „schlummern“ ohne Zeugnis oder Zertifikat und müssen durch kompetentes Personal und qualifiziertes Herangehen „zu Tage gefördert“ werden**



Das Projekt „Ressource+“ wird im Rahmen des XENOS-Programms „Integration und Vielfalt“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.



## Was ist zu tun?



Das Projekt „Ressource+“ wird im Rahmen des XENOS-Programms „Integration und Vielfalt“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.



## Handlungsbedarf:

- Ermittlung und Erfassung interkulturell relevanter Daten, Besonderheiten und Ressourcen bei den Teilnehmer/innen
- Entwicklung geeigneter Instrumentarien und Standards zur Erfassung interkulturell relevanter Ressourcen
- Entwicklung konstruktiver interkultureller Handlungskompetenz und Handlungsfähigkeit beim Stammpersonal in BQU
- gezielter Einsatz und Weiterentwicklung interkultureller Ressourcen bei kompetenter Integrationsarbeit



Das Projekt „Ressource+“ wird im Rahmen des XENOS-Programms „Integration und Vielfalt“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.



- Ermittlung von potenziellen Arbeitgebern, die bestimmte Fähigkeiten und Fertigkeiten dieser Zielgruppe nachfragen (Sprachkenntnisse, Kenntnisse von Mentalität, u.a.)
- Kontaktaufnahme und enge Kooperation mit Unternehmen der lokalen und regionalen Wirtschaft
  - den Teilnehmern die Möglichkeit geben, ihr „Kapital“ an Fähigkeiten in echten Arbeitssituationen zu aktivieren,
  - den Teilnehmern die Möglichkeit geben, sich im Betrieb arbeitsplatzbezogen zu qualifizieren,
  - den Unternehmen die Möglichkeit geben, potenzielle Arbeitnehmer in Probearbeit kennen zu lernen und optimal für den einzelnen Arbeitsplatz weiter zu entwickeln



Das Projekt „Ressource+“ wird im Rahmen des XENOS-Programms „Integration und Vielfalt“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.



- Entwicklung spezieller Bildungsangebote
  - die die (verborgenen) Potenziale und Ressourcen aus interkulturellem Zusammenhang aufgreifen und
  - gezielt auf die Bedarfe der Wirtschaftsunternehmen (insbesondere auch MSO und Einwandererunternehmen) ausgerichtet sind
- Entwicklung von auditierungsfähigen Qualitätsstandards beim Einsatz kompetenzorientierter, an interkulturellen Ressourcen anknüpfender Integrationskonzepte für Beschäftigungs- und Qualifizierungsunternehmen und
- entsprechende Qualifizierung des internen Personals



Das Projekt „Ressource+“ wird im Rahmen des XENOS-Programms „Integration und Vielfalt“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.





**Beschäftigungs- und  
Qualifizierungsunternehmen können  
Integrationsmotoren sein, indem sie sich in  
ihrer Arbeit zur Integration von  
Migrant/innen interkulturell öffnen,  
konsequent einen kompetenzorientierten und  
ressourcenbasierten Ansatz verfolgen und  
dabei möglichst zertifizierte Instrumente von  
hohem Qualitätsstandard einsetzen.**



Das Projekt „Ressource+“ wird im Rahmen des XENOS-Programms „Integration und Vielfalt“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.



# Wettbewerbsvorteil Diversity – Warum Unternehmen kulturelle Vielfalt fördern

Arbeitsgemeinschaft selbstständiger Migranten e.V. (ASM)  
Dorothee Kodra  
Schauenburgerstr. 49  
20095 Hamburg  
Tel. 040/36138-766  
[www.asm-hh.de](http://www.asm-hh.de)



# Arbeitsgemeinschaft Selbstständiger Migranten e.V.

- am 13. März 2007 gegründet



## ***Über ASM***

### **Ziele**

- (stärkere) Einbindung migrantischer Unternehmer/innen in das Wirtschaftssystem
- Sensibilisierung der Mehrheitsgesellschaft für migrantische Wirtschaftsaktivitäten

### **Zielgruppen**

- Betriebe deren Inhaber/innen Migrationshintergrund haben
- Existenzgründer/innen mit Migrationshintergrund
- Ausbildungsplatzsuchende

### **Aktivitäten**

- Akquise und Vermittlung von Ausbildungsplätzen
- Existenzgründungsberatung
- Netzwerkarbeit



## ***Diversity bei ASM***

### **Mitarbeiterstruktur**

- 14 Mitarbeiter/innen
- 11 mit Migrationshintergrund
- 6 unterschiedliche kulturelle Hintergründe
- 8 unterschiedliche Sprachen
- 7 Frauen, 7 Männer
- Altersspanne: 22-63

### **Einsatz des Personals**

- nach sprachlichen und kulturellen Kenntnissen
- nach fachlichen Qualifikationen



## ***Struktur der ASM-Zielgruppe Betriebe***

### **Existenzgründungsberatung**

- Beratung von rd. 940 existenzgründungswilligen Migrant/innen (seit 2008)
- Herkunft: 90 verschiedene Staaten
- 62% mit türkischer Herkunft

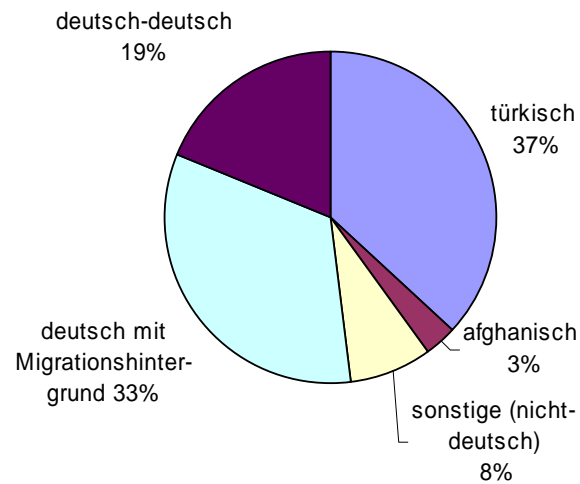
### **Ausbildungsplatzakquise**

- Beratung von rd. 670 Betrieben (seit 2008)
- davon bilden ca. 240 Betriebe aus
- rd. 69% der Betriebsinhaber/innen haben einen türkischen Hintergrund
- 74% Einzelhandel, 15% Gastronomie, 5% Großhandel
- durchschnittliche Betriebsgröße: 5-6 Mitarbeiter/innen



## ***Struktur der Zielgruppe Auszubildende***

Staatsangehörigkeit der 550 vermittelten Ausbildungsplatzsuchenden (seit 2008):





## ***Vorteile durch Diversity bei ASM***

### **Persönliche/betriebsinterne Vorteile**

- tägliche Schulung interkultureller Kompetenz
- kulturelle Gegensätze ergänzen sich
- Abbau von Vorurteilen

### **Wettbewerbsvorteile**

- Zugang zu verschiedenen Communities
- passgenaue Ansprache von Zielgruppen
- Ziele und Zielgruppen werden erreicht
- zufriedene Auftraggeber/Finanziers
- gute Voraussetzungen für zukünftige Projektfinanzierung





***Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!***



Avrupa Türk İşadamları ve Sanayicileri Demeği  
Verband Türkischer Unternehmer und Industrieller in Europa  
Association of Turkish Businessmen and Industrialists in Europe



## ATIAD: DER VORREITER UND FÜRSPRECHER DER TÜRKEN IN EUROPA IN DER GESCHÄFTSWELT

**Prof. Recep Keskin**  
Vorstandsvorsitzender



# Agenda

**Die türkische Bevölkerung in Deutschland und Europa**

**Türkische Unternehmen in Deutschland und Europa**

**ATiAD als Selbstorganisation**

Vision

Ziel und Zweck

Grundsätze

Organisationsstruktur und Handlungsfelder

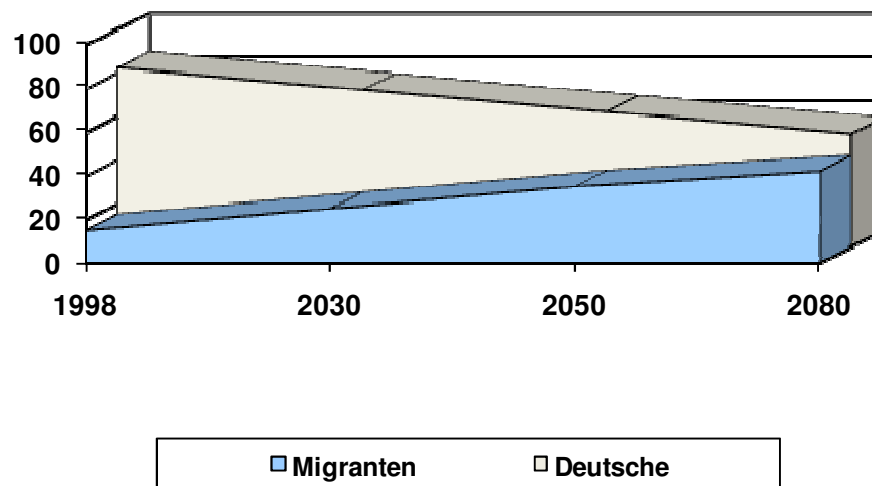
Kooperationsnetzwerk

Mitglieder

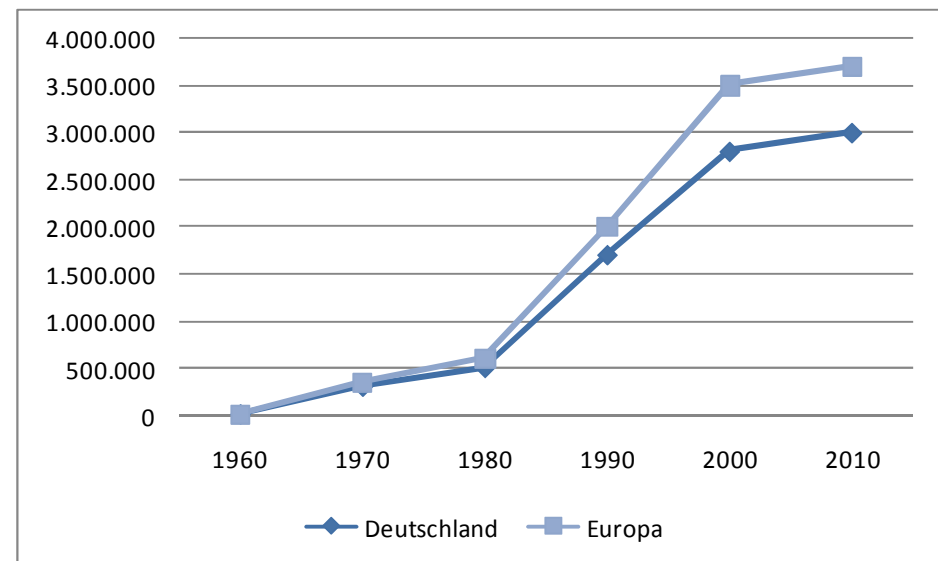
**Handlungsfelder und Projekte**

# Die türkische Bevölkerung in Deutschland und Europa

Im Gegensatz zur deutschen Bevölkerungszahl, wird ein stetiges Wachsen der Zahl der Personen mit Migrationshintergrund prognostiziert.



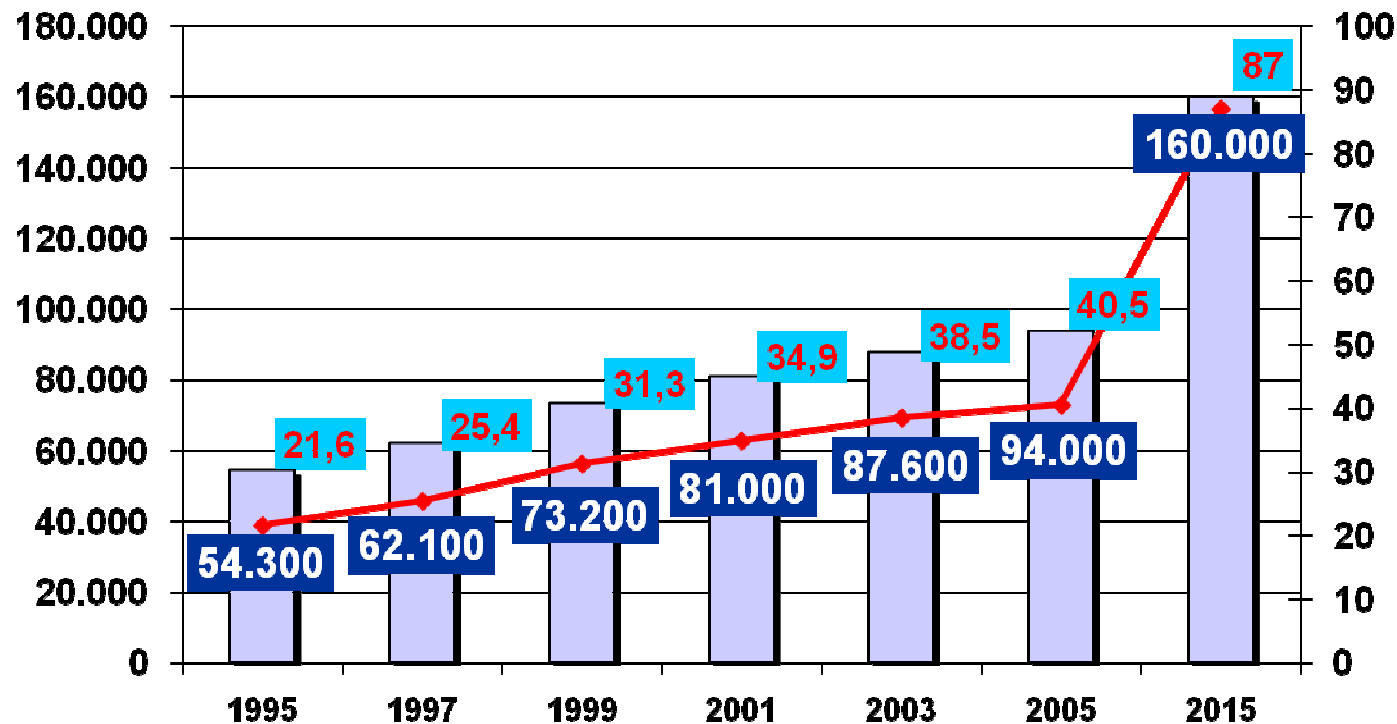
Die Zahl der türkischstämmigen Bevölkerung zeigt einen positiven Trend und wird in Deutschland und Europa weiter ansteigen.



Quelle:  
Bundesamt für Statistik:  
Mikrozensus 2005

# Türkische Unternehmen in Europa

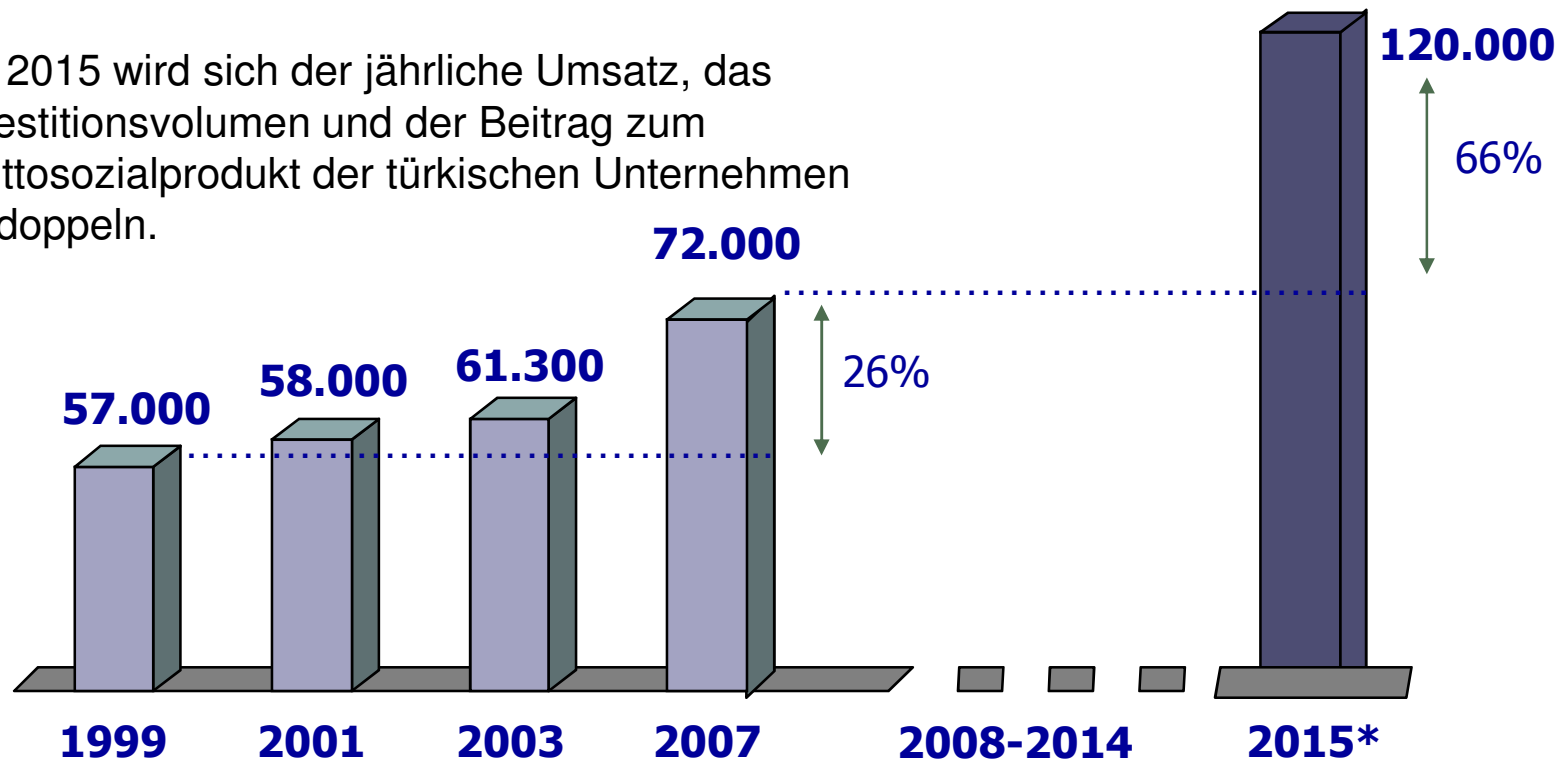
Zahl türkischstämmiger Unternehmen und deren  
Gesamtumsatz  
(1995-2015 / Mrd. Euro)



Quelle:  
ATIAD/KPMG und TAM

# Türkische Unternehmen in Deutschland

Bis 2015 wird sich der jährliche Umsatz, das Investitionsvolumen und der Beitrag zum Bruttosozialprodukt der türkischen Unternehmen verdoppeln.



	2007		Projektion 2015*	
Umsatz pro Jahr	36,0	Mrd. EURO	66,5	Mrd. EURO
Investitionsvolumen	8,0	Mrd. EURO	15,3	Mrd. EURO
Beitrag zum BSP	350.000	Mitarbeiter	720.000	Personen

Quelle: Bundesamt für Statistik, ATİAD, KPMG und TAM

# ATiAD als Selbstorganisation

## *Vision*

**ATiAD –  
VORREITER UND FÜRSPRECHER  
DER TÜRKEN IN EUROPA IN DER  
GESCHÄFTSWELT!**

# ATIAD als Selbstorganisation von Unternehmen

## *Ziel und Zweck*

- Die Förderung und Pflege der wirtschaftlichen Beziehungen zwischen der Türkei und Deutschland sowie der Türkei und den weiteren EU- und EFTA Ländern.
- Der Verein fördert durch Informationen, Ausbildung und sonstige Dienstleistungen das Verständnis zur vertieften wirtschaftlichen und kulturellen Zusammenarbeit zwischen türkischen, deutschen und europäischen Unternehmern.
- Der Verein informiert alle Mitglieder über wirtschaftliche Möglichkeiten und Gegebenheiten in den jeweiligen Ländern.
- Der Verein informiert seine Mitglieder über wirtschaftliche Rechte der Unternehmer in der Türkei und Europa und vertritt die Interessen der Mitglieder gegenüber türkischen, deutschen und europäischen Behörden.
- Der Verein fördert die Vertiefung der Kontakte zwischen den Mitgliedern des Verbandes, zu den Wirtschaftsorganisationen und Institutionen in der Türkei und in Deutschland sowie in den EU- und EFTA-Mitgliedsstaaten.
- Der Verein setzt sich für den Abbau der Handelshemmnisse im Außenhandel zwischen Türkei und der Bundesrepublik einerseits und der Türkei und den EU- oder EFTA-Ländern andererseits ein.
- Der Verein informiert seine Mitglieder fortlaufend über den Stand und die jeweiligen Änderungen in Wirtschafts-, Steuer-, Arbeits- und Tarifrecht, sowie in allen spezifischen Fragen im Handel zwischen der Türkei und den europäischen Ländern.



# ATIAD als Selbstorganisation von Unternehmen

## Grundsätze

- ATIAD glaubt als ein demokratischer Verein an die Prinzipien der Rechtsstaatlichkeit und die Bewahrung der Menschen- und Minderheitenrechte.
- ATIAD ist keiner politischen Richtung zugehörig. Gleichzeitig wendet sich der Verein gegen die Instrumentalisierung der Religion zu politischen Zwecken und steht für die Grundrechte der Glaubens- und Gedankenfreiheit ein.
- ATIAD ist eine liberale Vereinigung, die die freie Marktwirtschaft verteidigt und internationale Geschäftsgepflogenheiten befürwortet.
- ATIAD glaubt an internationale Integration auf globalen Märkten, fördert und unterstützt das Unternehmertum.
- ATIAD versteht kulturelle Vielfalt als Bereicherung und unterstützt die Integration, der in Deutschland und Europa lebenden Türken in die Gesellschaft.

# ATIAD als Selbstorganisation von Unternehmen

## Organisationsstruktur und Handlungsfelder

### VORSTAND / YÖNETİM KURULU

Prof. Recep Keskin, Prof. Dr. Yusuf Ziya Aksu, Fırat Baz,  
Dipl. Kfm. Doğan Gülşen, Mustafa Baklan, Hans-Michael Sona

### VORSTANDSVORSITZENDER /YÖNETİM KURULU BAŞKANI

Prof. Recep Keskin

### GESCHÄFTSFÜHRER / GENEL SEKRETER

Ömer Sağlam

MITGLIEDERBETREUUNG  
/ÜYE HİZMETLERİ

REFERAT 1:  
ÖFFENTLICHKEITSARBEIT  
/HALKLA İLİŞKİLER BİRİMİ

REFERAT 2:  
EUROPÄISCH-TÜRKISCHE  
BEZIEHUNGEN  
/AVRUPA BİRLİĞİ-TÜRKİYE  
İLİŞKİLERİ BİRİMİ

REFERAT 3:  
DEUTSCH-TÜRKISCHE  
WIRTSCHAFTSBEZIEHUNGEN/  
TÜRK-ALMAN EKONOMİK  
İLİŞKİLERİ BİRİMİ

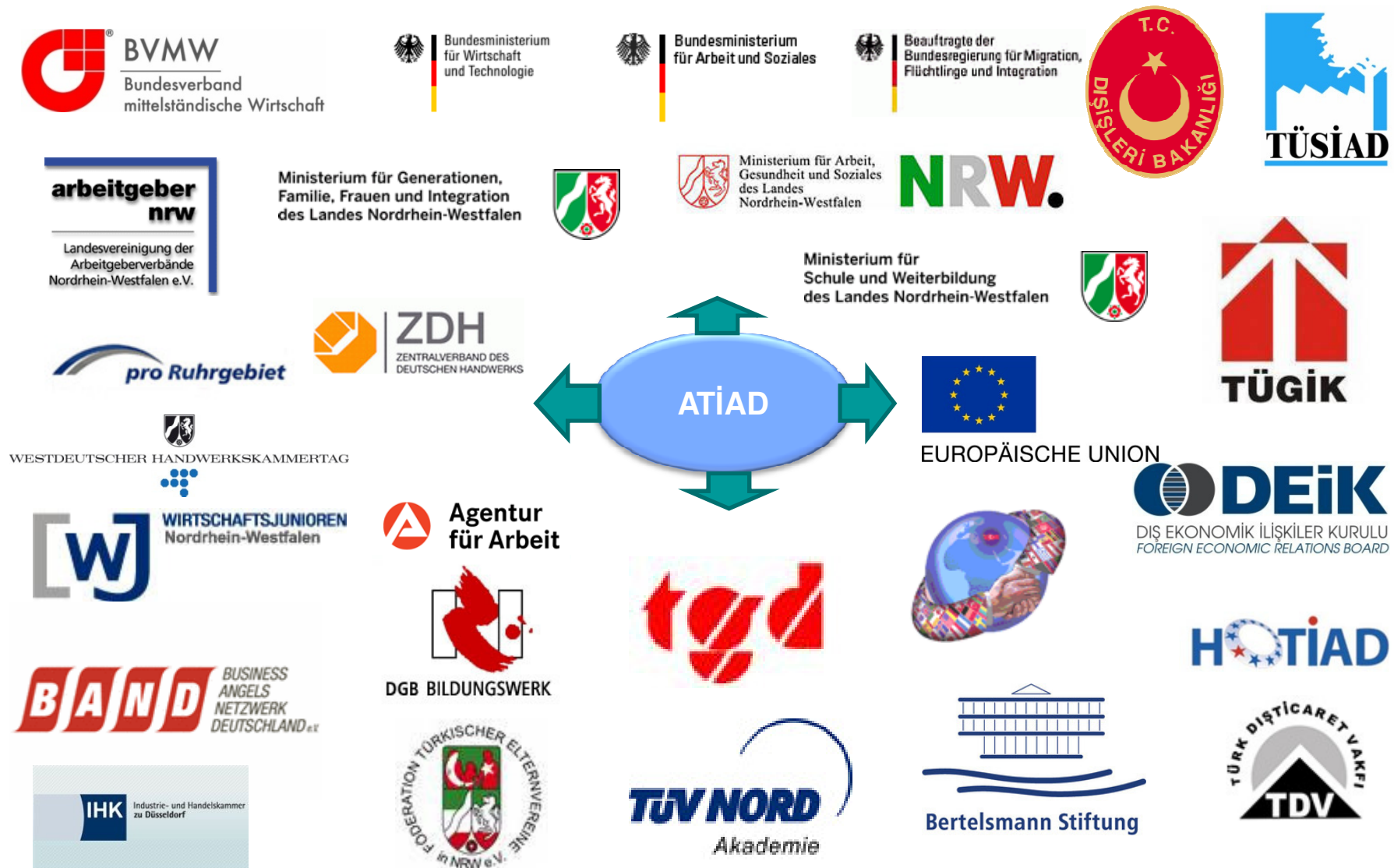
ATIAD INFO-ZENTRUM  
/ATIAD BİGLİ MERKEZİ

REFERAT 4:  
TÜRKISCHES  
UNTERNEHMERTUM IN D  
/ALMANYA'DAKİ TÜRK  
GİRİŞİMCİLİĞİ BİRİMİ

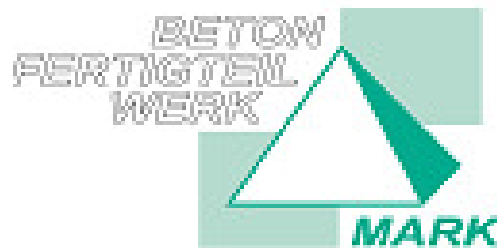
REFERAT 5:  
INTEGRATION IN DIE  
ARBEITSWELT  
/ÇALIŞMA HAYATINA  
ENTEGRASYON BİRİMİ

REFERAT 6:  
ERZIEHUNG UND BILDUNG/  
EĞİTİM VE ÖĞRENİM BİRİMİ

# ATIAD – Kooperationsnetzwerk (1/2)



## Einige Mitglieder (1/2)



## Einige Mitglieder (2/2)

**santex**  
MODERN



VitrA®



# Handlungsfelder und Projekte (1/4)

**TÜRKISCHES UNTERNEHMERTUM IN DEUTSCHLAND UND EUROPA**  
**/ALMANYA VE AVRUPA' DA Kİ TÜRK GİRİŞİMCİLİĞİ**

**BERUFLICHE INTEGRATION**  
**/MESLEK HAYATINA ENTEGRASYON**

**ERZIEHUNG UND BILDUNG**  
**/EĞİTİM VE ÖĞRENİM**

**DEUTSCH-TÜRKISCHE WIRTSCHAFTSBEZIEHUNGEN**  
**/TÜRK-ALMAN EKONOMİK İLİŞKİLERİ**

**EU-MITGLIEDSCHAFT DER TÜRKEI /**  
**TÜRKİYE'NİN AB ÜYELİĞİ**

# Der bundesweite Informations- und Beratungsdienst für türkische KMU



**Ziel:** Anregung und Förderung der Teilnahme an Weiterbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen der Beschäftigten mit türkischem Migrationshintergrund in Deutschland, Beratung der türkischen Unternehmen vor und nach der Unternehmensgründung.

**Projektträger:** ATİAD

**Projektpartner:** Bildungs- und Beratungszentren, Unternehmen und Arbeitgeberverbände

**Kooperationspartner :** Bundesministerium für Arbeit, EU

## Handlungsfelder und Projekte (2/4)

**TÜRKISCHES UNTERNEHMERTUM IN DEUTSCHLAND UND EUROPA**  
**/ALMANYA VE AVRUPA' DA Kİ TÜRK GİRİŞİMCİLİĞİ**

**BERUFLICHE INTEGRATION**  
**/MESLEK HAYATINA ENTEGRASYON**

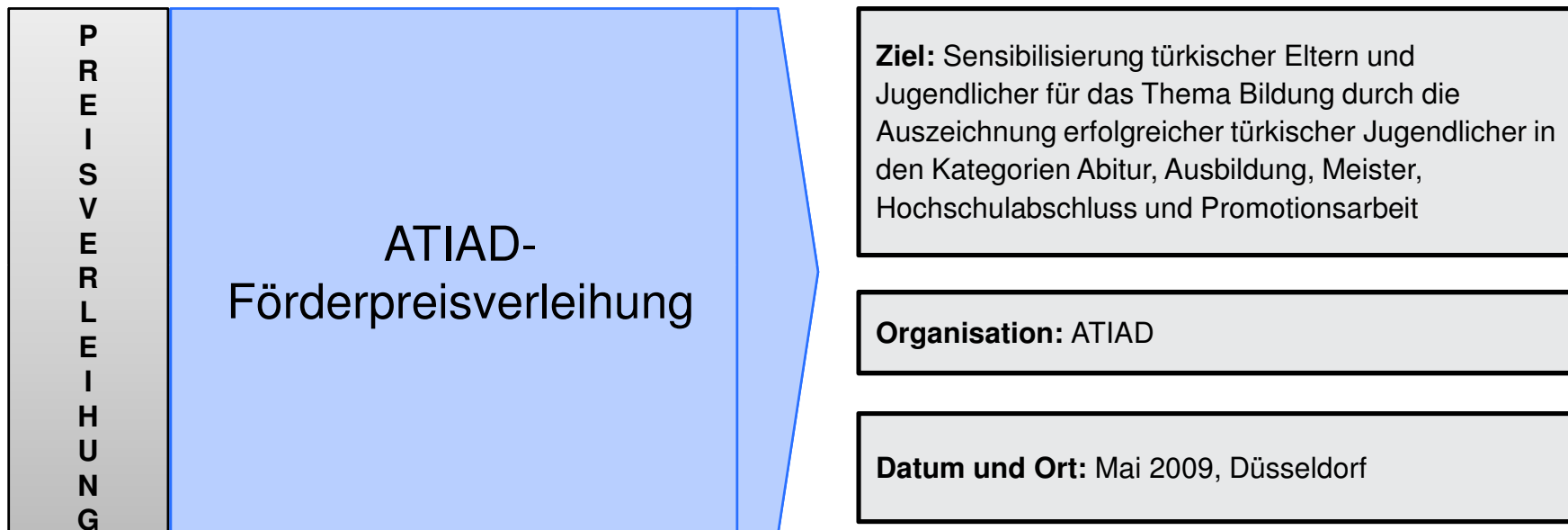
**ERZIEHUNG UND BILDUNG**  
**/EĞİTİM VE ÖĞRENİM**

**DEUTSCH-TÜRKISCHE WIRTSCHAFTSBEZIEHUNGEN**  
**/TÜRK-ALMAN EKONOMİK İLİŞKİLERİ**

**EU-MITGLIEDSCHAFT DER TÜRKEI /**  
**TÜRKİYE'NİN AB ÜYELİĞİ**



# ATIAD – Bildungsförderpreis



## Handlungsfelder und Projekte (3/4)

**TÜRKISCHES UNTERNEHMERTUM IN DEUTSCHLAND UND EUROPA**  
***/ALMANYA VE AVRUPA' DA Kİ TÜRK GİRİŞİMCİLİĞİ***

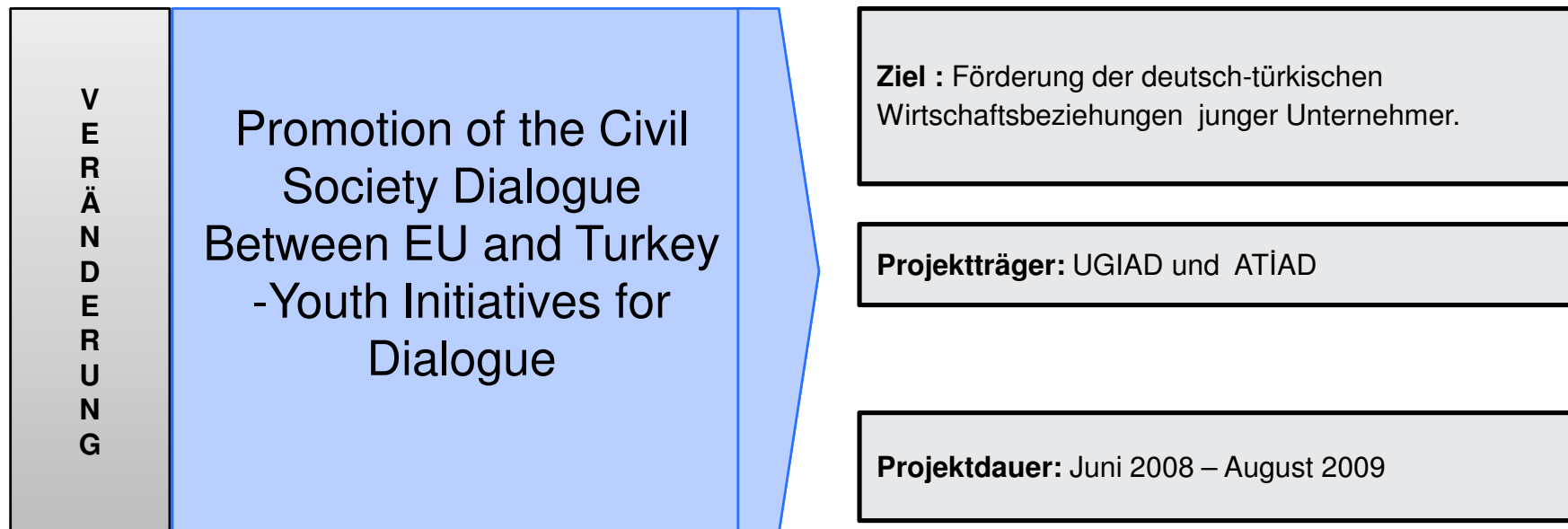
**BERUFLICHE INTEGRATION**  
***/MESLEK HAYATINA ENTEGRASYON***

**ERZIEHUNG UND BILDUNG**  
***/EĞİTİM VE ÖĞRENİM***

**DEUTSCH-TÜRKISCHE WIRTSCHAFTSBEZIEHUNGEN**  
***/TÜRK-ALMAN EKONOMİK İLİŞKİLERİ***

**EU-MITGLIEDSCHAFT DER TÜRKEI /**  
***TÜRKİYE'NİN AB ÜYELİĞİ***

# Förderung der deutsch-türkischen Wirtschaftsbeziehungen unter Wirtschaftsjunioren



## KENDİ İŞİNİZİ KURMAK, İŞYERİNİZİ KORUMAK VEYA GENİŞLETMEK Mİ İSTİYORSUNUZ? ►►

Möchten Sie sich selbständig machen oder Ihre Existenz sichern und erweitern?

## MESLEKİ YAŞAMINIZDA İLERLEMEK Mİ İSTİYORSUNUZ? ►►

Möchten Sie sich beruflich qualifizieren und weiterentwickeln?

**işte bilgi**  
*Geleceğinizin güvencesi*



Gefördert durch:




EUROPÄISCHE UNION



Bundesministerium  
für Arbeit und Soziales

# Agenda



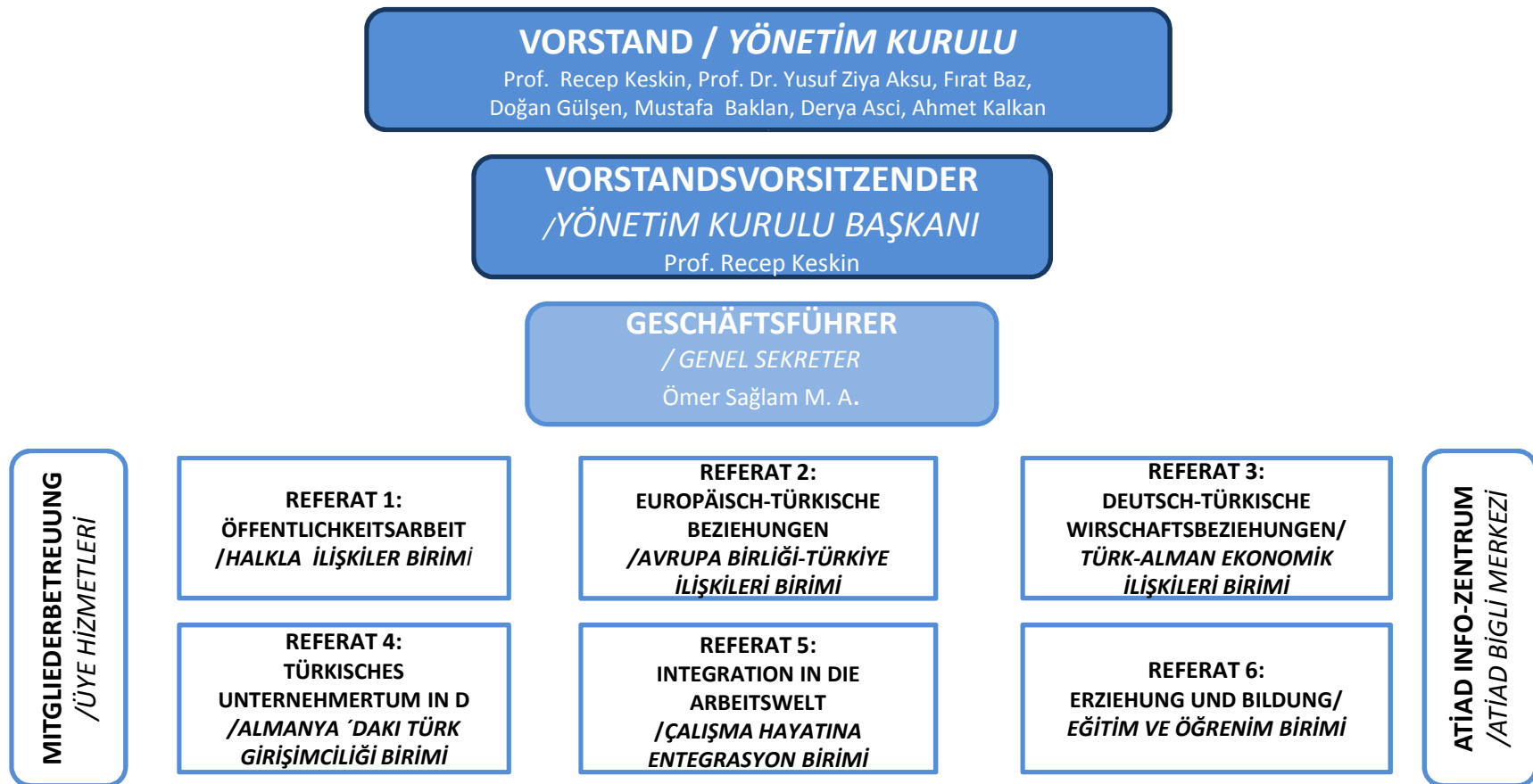
- **ATİAD als Selbstorganisation von Unternehmen**
- **Die türkische Bevölkerung in Deutschland und Europa**
- **Türkische Unternehmen in Deutschland**
- **Informations- und Beratungsdienst:** 

1

# ATİAD als Selbstorganisation von Unternehmen (1/2)



## Organisationsstruktur und Handlungsfelder



2

# ATIAD als Selbstorganisation von Unternehmen – Einige Mitglieder (2/2)



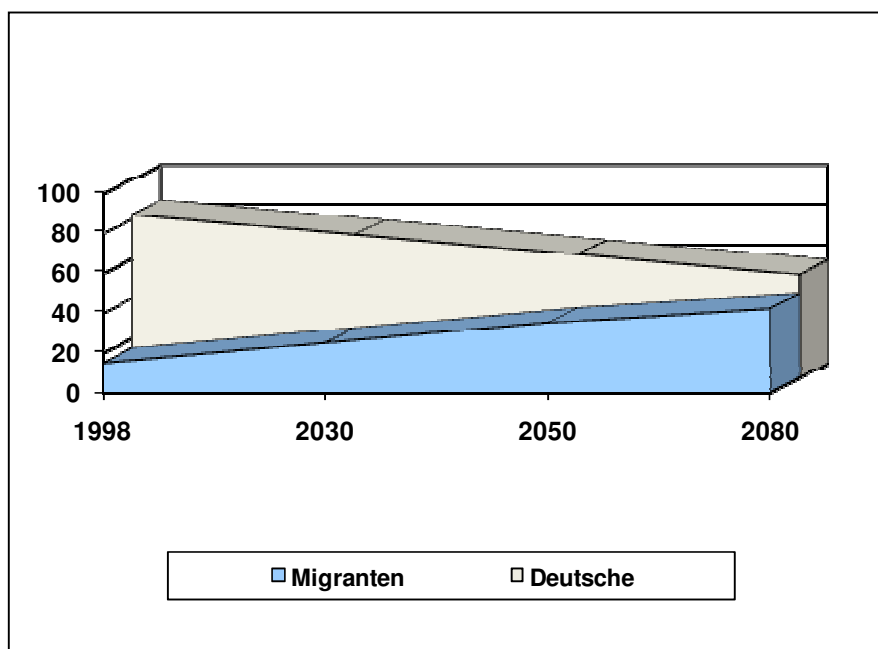
3



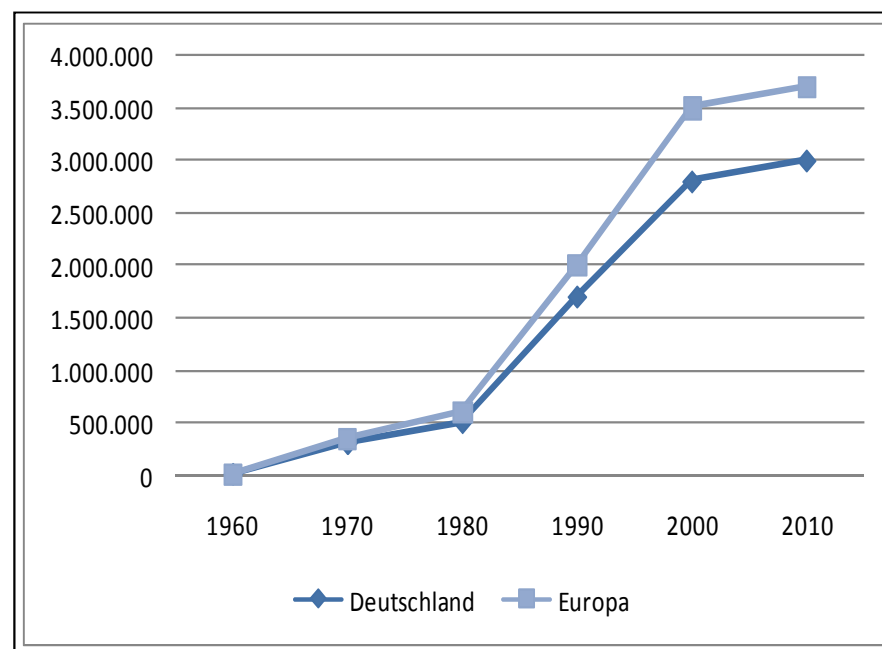
# Die türkische Bevölkerung in Deutschland und Europa



Im Gegensatz zur deutschen Bevölkerungszahl, wird ein stetiges Wachsen der Zahl der Personen mit Migrationshintergrund prognostiziert.



Die Zahl der türkischstämmigen Bevölkerung zeigt einen positiven Trend und wird in Deutschland und Europa weiter ansteigen.



4

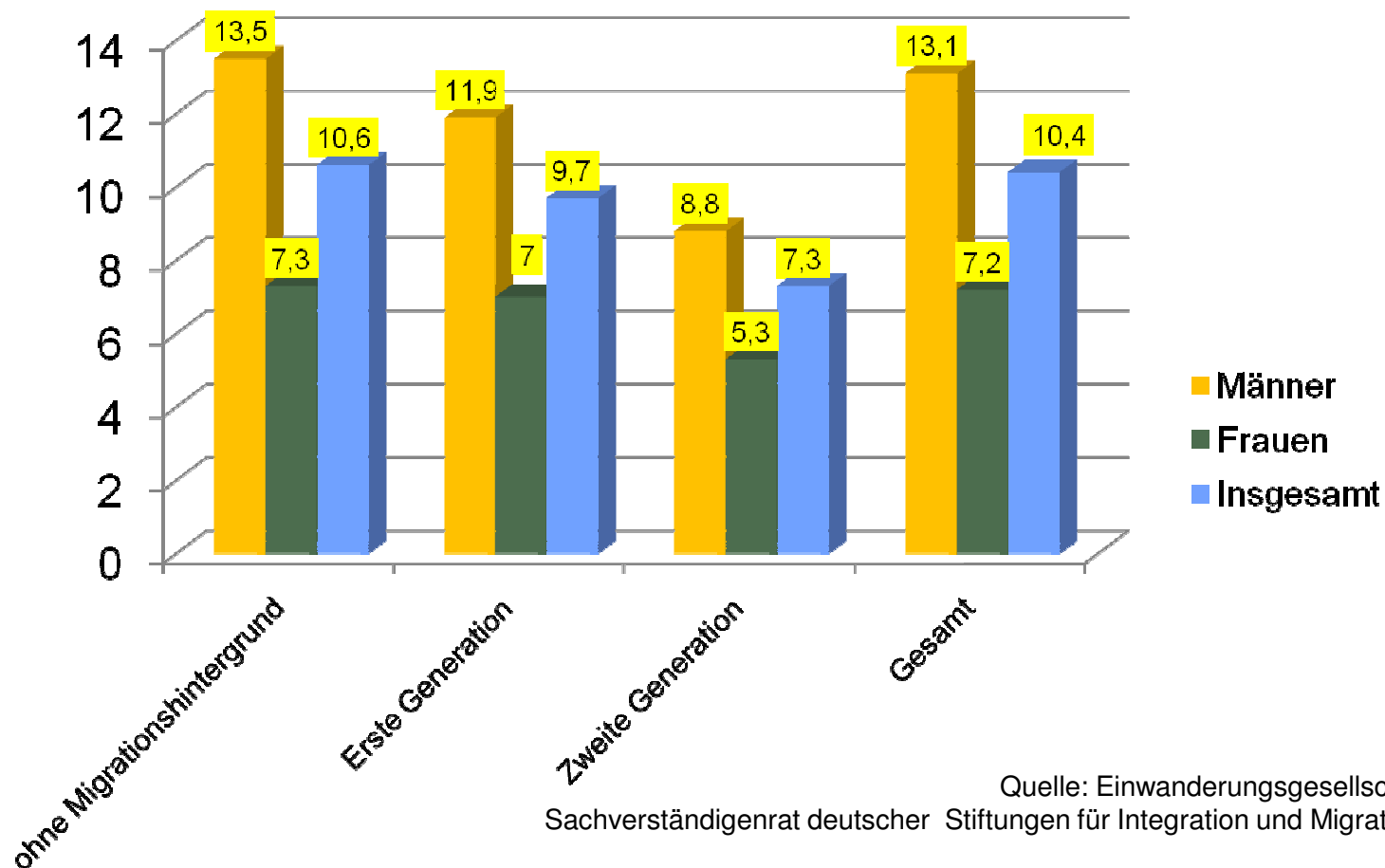


# Unternehmer mit Migrationshintergrund in Deutschland

## Selbständigkeitsquote: Deutsche – Migranten



Selbständigkeitsquote der Bevölkerung von 15 bis 65 Jahren (2007)

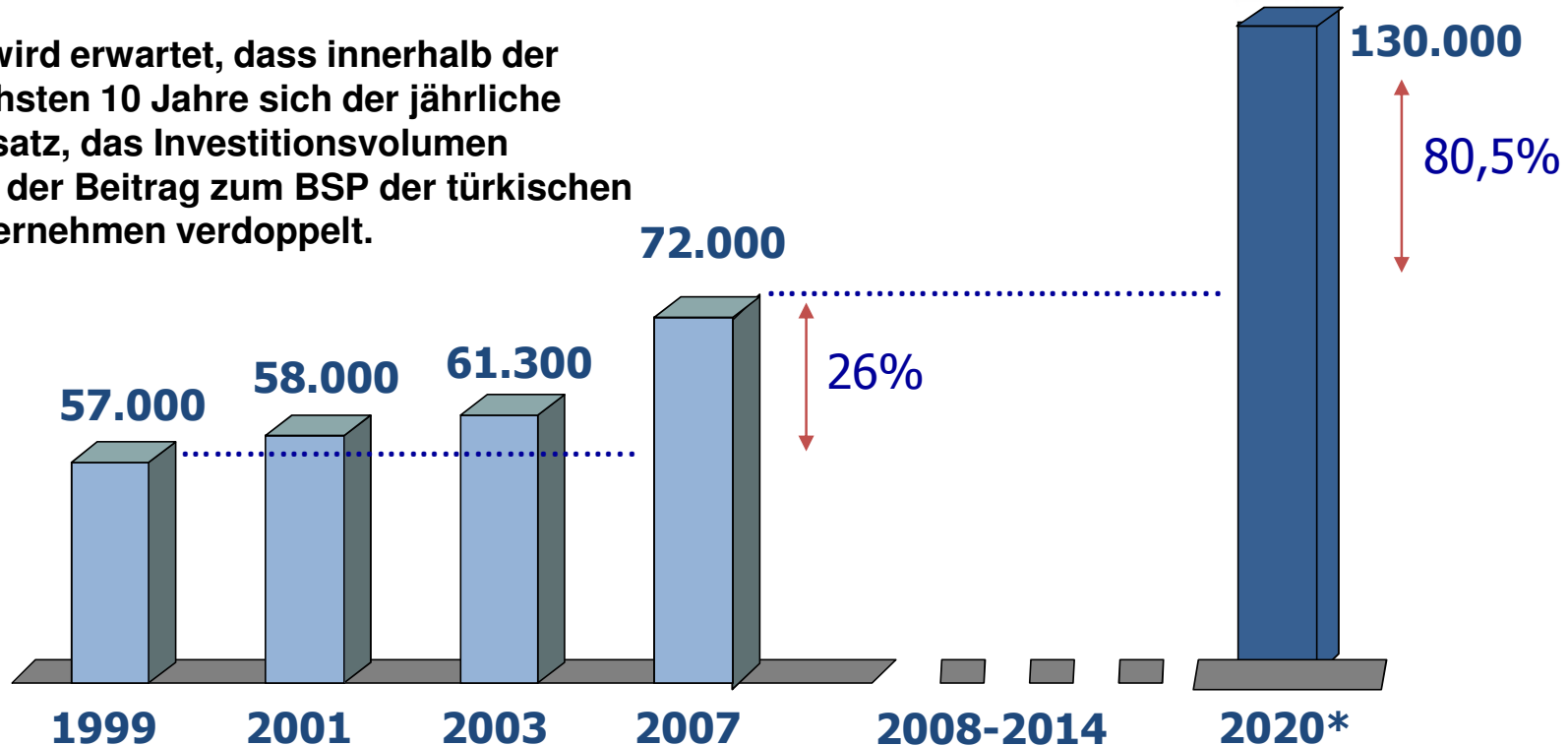


5

# Türkische Unternehmen in Deutschland (1/2)



Es wird erwartet, dass innerhalb der nächsten 10 Jahre sich der jährliche Umsatz, das Investitionsvolumen und der Beitrag zum BSP der türkischen Unternehmen verdoppelt.



7

	2007		Projektion 2015*	
Umsatz pro Jahr	36,0	Mrd. EURO	70,0	Mrd. EURO
Investitionsvolumen	8,0	Mrd. EURO	18,0	Mrd. EURO
Beitrag zum BSP	350.000	Mitarbeiter	720.000	Personen

## Branchenstruktur

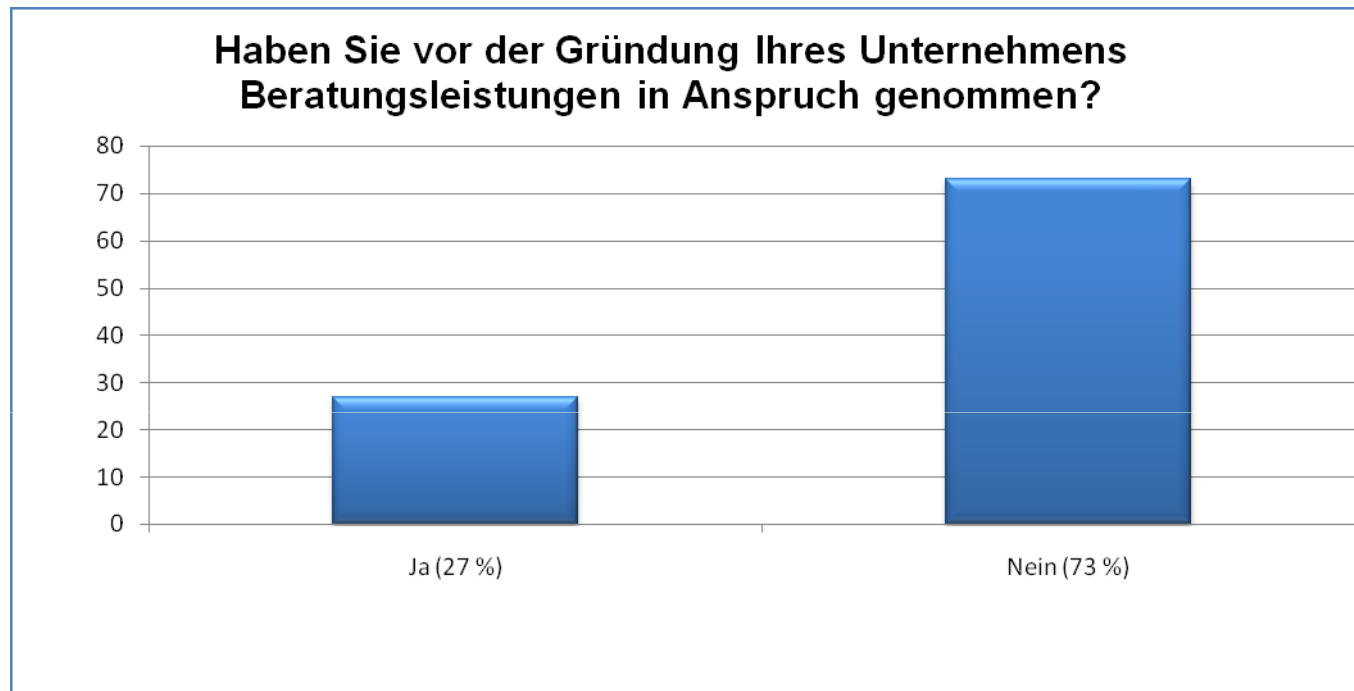
Türkische Unternehmer haben sich in fast allen Branchen etabliert und sich neben einer Beschäftigung mit klassischen Branchen auch modernen Wirtschaftszweigen zugewandt.

Die Branchenverteilung zeigt eine Dominanz der Handelsbranche (35 %) und des Gastgewerbes (25%), gefolgt von Dienstleistung (22%) und Handwerk (18 %).

8

Quelle : Zentrum für Türkeistudien, Essen 2005

# Warum **işte bilgi** ? (1/3)



9

Nach einer Untersuchung des PriceWaterhouseCoopers (2009) nehmen 73 % der befragten türkischen Unternehmen die bestehenden Bildungs- und Beratungsdienstleistungen nicht in Anspruch.

- Überdurchschnittlich hohe Schließungszahlen:  
Die Zahl der Schließungen türkischer Unternehmen im Vergleich zu deutschen Unternehmen ist doppelt so hoch.
- Hoher Anteil der Betriebsinhaber ohne Berufsabschluss
- Mangelnde Sprachkenntnisse erschweren die Nutzung der Beratungs- und Qualifizierungsangebote.
- Die Zahl der Arbeitslosen innerhalb der türkischen Bevölkerung ist im Vergleich zu der deutschen Bevölkerung doppelt so hoch.

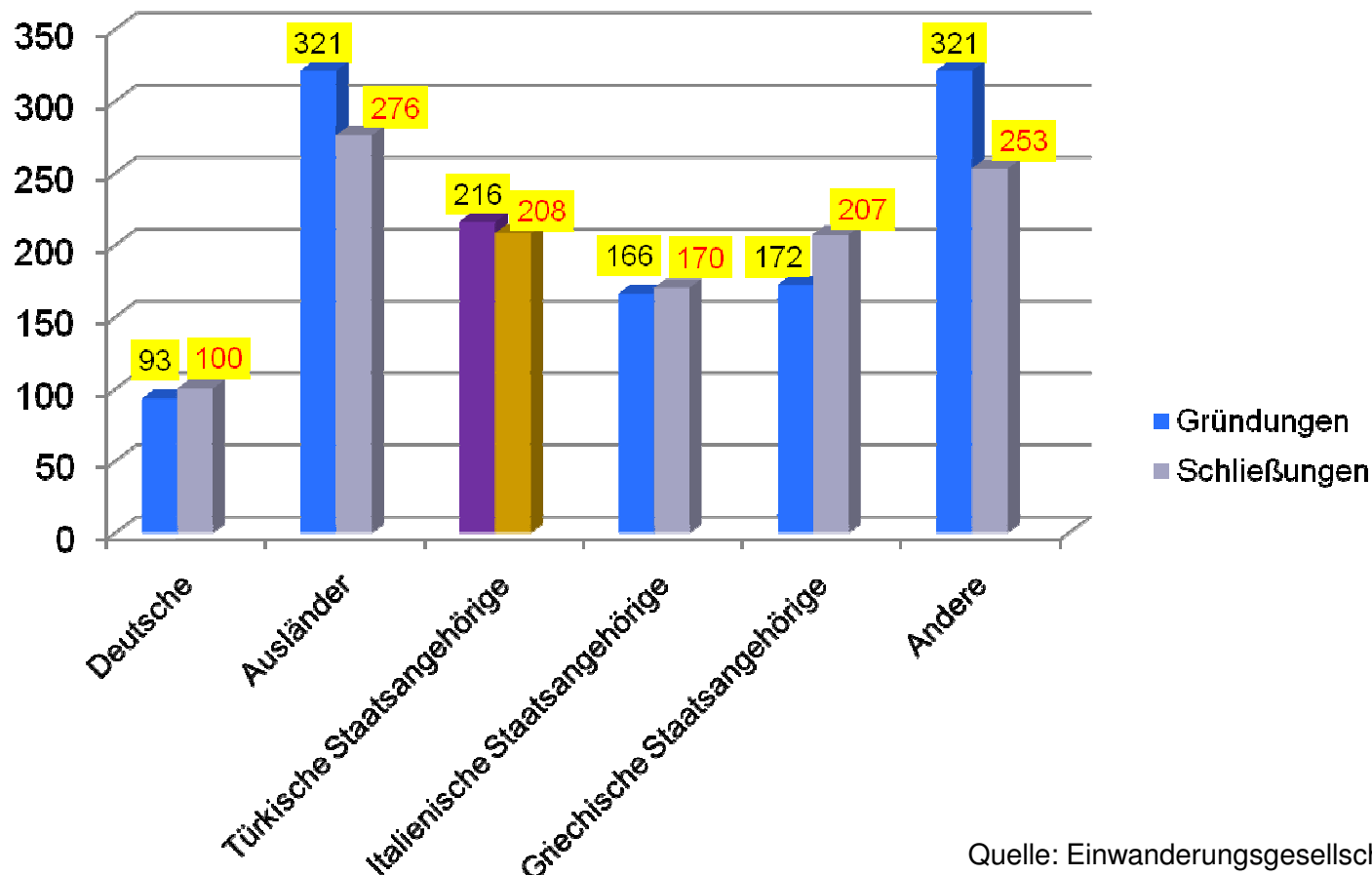
10

# Unternehmer mit Migrationshintergrund in Deutschland

## Gründungs- und Schließungsintensität



Gründungs- und Schließungsintensität  
pro 10.000 Erwerbspersonen (2008)



6

Quelle: Einwanderungsgesellschaft 2010,  
Sachverständigenrat deutscher Stiftungen für Integration und Migration, S. 181

# Selbständige mit Migrationshintergrund in Deutschland

## *Vorrangige Handlungsfelder*



Verbesserung der Existenzgründungsvorbereitungen

Verbesserung des Zugangs zum Fremdkapital  
/ öffentlichen Fördermitteln

Verbesserung des Zugangs zur beruflichen  
Qualifizierungsmaßnahmen (einschließlich Ergänzungs- und  
Nachqualifizierung)

Information und Beratung im Bereich der Unternehmensnachfolge

11

# Was?

## **Wir informieren und beraten türkische Unternehmer und Existenzgründer in Deutschland über:**

- Möglichkeiten der beruflichen Qualifizierung, insbesondere der Nach- und Ergänzungsqualifizierung
- Die Chancen der Externenprüfung
- Förderprogramme zur Existenzgründung und Existenzsicherung und berufliche Qualifizierung
- Beratungs- und Qualifizierungsdienstleister in der unmittelbaren Umgebung
- Passgenaue Qualifizierungsangebote
- Anerkennung der in der Türkei erworbenen Bildungsnachweise
- Möglichkeiten der Unternehmensnachfolge und Kooperationsmöglichkeiten mit deutschen Unternehmern

11

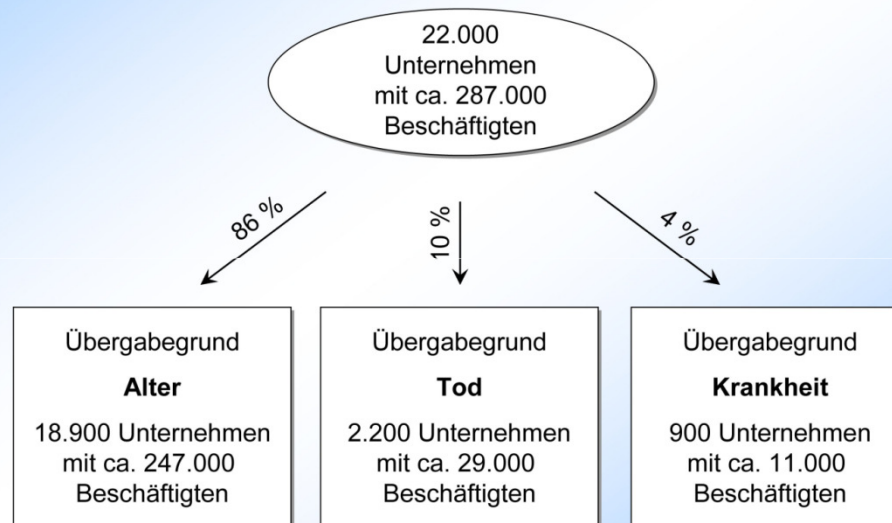


# Unternehmer mit Migrationshintergrund in Deutschland

*Eine Möglichkeit für den Weg in die Selbständigkeit,  
auch für Menschen mit türkischem Migrationshintergrund*



## Jährliche Unternehmensübertragungen und betroffene Beschäftigte nach Übertragungsursache im Zeitraum 2010 bis 2014



St06-07a10  
© IfM Bonn 2010

Quelle:  
Institut für  
Mittelstandsforschung  
Bonn, 2010

6

## 2010 - 2014

betroffene Beschäftigte (jährlich) : 287.000  
betroffene Beschäftigte (insgesamt) : 1.400.000

# Wie?

- Durch die Einrichtung von Info-Points
- Bereitstellung einer kostenfreien Hotline-Nummer
- Durchführung von lokalen und regionalen Informationsveranstaltungen
- Publikation und Verbreitung eines monatlich erscheinenden Newsletters
- Regelmäßige Informationen per Rundmail
- Unterstützung der lokalen türkischen Unternehmervereinigungen
- Durchführung der Jahrestagung „Tag der türkischen Wirtschaft in Deutschland“
- Kooperation mit öffentlichen Regelanbietern und privaten Einrichtungen

12

# Mit wem?

- Lokale bzw. regionale türkische Unternehmervereinigungen
- Handwerkskammern
- Industrie- und Handelskammern
- Volkshochschulen
- Förderbanken
- Sparkassen
- Agenturen für Arbeit
- Wirtschaftsförderungsämter
- StarterCenter (NRW)
- Gewerbeämter

13

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**  
**İlginiz için teşekkürler!**

Ücretsiz bilgi hattı / Kostenfreie Hotline

**0800-12 45 44 4**

Internet

**[www.istebilgi.de](http://www.istebilgi.de)**

**„Sprache: Integrationshemmnis oder Vermittlungsvorteil?“**

**- Thesen auf Grundlage der Expertise „Interkulturelle Kompetenz als Bestandteil beruflicher Handlungskompetenz“ für das Projekt „Ressource+“ der Bundesarbeitsgemeinschaft Arbeit. Beitrag zur 2. Fachtagung des Projekts „Ressource+“ am 28.6.10 in Hamburg**

**Wolfgang Erler**

**1. Mangelnde Sprachkenntnisse sind ein Integrationshemmnis: Ja!**

Dass mangelnde deutsche Sprachkenntnisse, zumal solche in der Bildungssprache<sup>1</sup>, ein massives Hemmnis beim Zugang zu qualifizierten Positionen im Arbeitsmarkt – und zunehmend zu *jedem* Job in Deutschland – sind, damit rechnen wir alle. Damit rechnet auch die Integrationspolitik, die deshalb dem Spracherwerb in Integrationskursen oder auch in speziellen Maßnahmen zum berufsbezogenen Deutsch (vor allem im sogenannten ESF-BAMF-Programm) hohe Priorität gibt und dafür viel Geld bereitstellt. Die öffentlich-medialen Debatten verfestigen diese These von den ungenügenden Sprachkenntnissen als Integrationshemmnis. Dabei gilt natürlich auch das Umgekehrte: Mangelnde Integration ist auch ein Hemmnis beim Spracherwerb. Wer keine Gelegenheiten hat oder schaffen kann, in seinen sozialen Netzwerken alltags Deutsch zu sprechen, bei dem gehen in erstaunlich kurzer Zeit große Bestände von erworbenem Kurs-Deutsch wieder verloren. Sprache lebt vom Leben, von angewandter Sprachpraxis.

**2. Fremd- und muttersprachliche Kenntnisse sind eine berufliche Qualifikation und deshalb auch ein Vermittlungsvorteil: Ja!**

Fragt sich nur, für wen und unter welchen Bedingungen. Wir haben gehört, dass keineswegs nur in der Deutschen Bank, sondern bei immer mehr multinational aufgestellten Unternehmen Englisch zur Verkehrssprache auch unter Deutschen erklärt worden ist. Und ganz allgemein wissen oder ahnen wir wenigstens, dass die Globalisierung von den vielen Akteuren des langjährigen Exportweltmeisters Deutschland bis hin zu den Monteuren südwestdeutscher Maschinenbauer vor allem Englischkenntnisse verlangt, wenn schon nicht solche des Chinesischen. Das hat auch etwas mit sprachlicher Homogenisierung zu tun und nimmt sich zunächst ja nicht gerade als Ausprägung sprachlicher Vielfalt, sondern eher als Nivellierung aus. Natürlich ist es besser, wenn die wirtschaftlichen Akteure der Exportnation Deutschland beim Ex- und Import nach und aus Lateinamerika auch Spanisch oder Portugiesisch sprechen und verstehen. Das gleiche gilt für Arabisch, Russisch oder auch für Chinesisch. Und es gilt auch für die vielen Sprachen, die in der europäischen Union gesprochen werden, wohin immer noch der Löwenanteil der deutschen Gesamtexporte geht. Das ist plausibel, und dazu gibt es auch Umfragedaten: Eine für das BAMF erstellte Expertise zur Nutzung der Mehrsprachigkeit von Menschen mit Migrationshintergrund<sup>2</sup> berichtet, dass bei europaweit befragten kleinen und mittleren Unternehmen ein großer Anteil (etwa 50%), einen direkten Zusammenhang zwischen fremdsprachlichen Kompetenzen bei Angehörigen der eigenen Belegschaft, der Produktivität und dem Markterfolg (zumal im Export) feststellt und deshalb auf die eine oder andere Art solche Sprachkompetenzen fördert. Die Herkunftssprachen von Migranten/innen sind dabei allerdings eher weniger im Blick.

**3. Muttersprachliche Kenntnisse von Menschen der wichtigsten Zuwanderer-Gruppen werden nicht wertgeschätzt.**

Dass es eine klare Wertschätzungs-Hierarchie für die nichtdeutschen Sprachen in Deutschland gibt, begleitet Bahnreisende als Eindruck seit Jahrzehnten. Nicht hinauslehnen!, hieß es da in Zügen, deren Fenster noch geöffnet werden konnten, do not lean out, und, wohl ein Überbleibsel der multikulturellen kuk-Traditionen, e pericoloso sporgersi, ne pas se pencher au

dehors. Viersprachig, immerhin, aber die großen Gruppen Zugewanderter aus Jugoslawien, aus der Türkei, aus Spanien, die zu Hunderttausenden mit den deutschen Fernzügen fuhren, waren es nicht wert, in ihren Muttersprachen gewarnt zu werden. Wir können zu diesem anekdotischen Detail noch viele andere hinzufügen. Am schlagendsten das Beispiel der regelrecht überlaufenen internationalen Schulen mit ihren zweisprachigen pädagogischen Konzepten Deutsch-Englisch oder Deutsch-Französisch. Zweisprachige deutsch-*türkische* Schulen dagegen sind in Einzelfällen wieder entschlafen, und entsprechende Neugründungen rufen sofort antimuslimische Vorbehalte auf den Plan. Und noch eine Miniatur: Die Bundesagentur für Arbeit hat als good-will-Ausweis ihrer interkulturellen Öffnung für Besucher Notizblöcke mit vielsprachigem Willkommens-Cover hergestellt. Allein: Der Willkommensgruß auf Türkisch findet sich in diesem Sprach-Babylon nicht.

Wir streifen hier die konfliktgeladene Geschichte der Auseinandersetzung mit der Bedeutung der Zuwanderer-Muttersprachen für das Lernen in deutschen Kindergärten und Schulen. Diese Auseinandersetzung ist keineswegs eine rein deutsche Angelegenheit, sondern sie steht international auf der Agenda<sup>3</sup> – und sie ist eng mit der Abwehr Fremder und der Sorge um die nationale Eigenidentität in den Zuwanderungsländern verkoppelt. Der gegenwärtig abgetauchte Diskussionsstrang um das geforderte Bekenntnis zur Leitkultur hat hierzulande auch die sprachpolitische Agenda infiziert und es allen pädagogischen Konzepten schwerer gemacht, die die Stärkung der Mutter- bzw. Erstsprache als „Urboden“ für das leichtere Erlernen der Zweitsprache betonen. Diese Auseinandersetzung ist auch in der Wissenschaft nicht zu Ende ausgetragen<sup>4</sup>. Hier in Hamburg hat Ingrid Gogolin in ihrer Habilitationsschrift, 1994 erstmals und 2008 wegen ihrer Aktualität 2008 nachgedruckt, den Konflikt auf eine prägnante Formel gebracht „Der monolinguale Habitus der multilingualen Schule“<sup>5</sup>. Diesen Ball nehme ich im Folgenden auf.

#### **4. Die Arbeitswelt in der Zuwanderungsgesellschaft kommt ohne gesprochene Zuwanderer-Sprachen nicht aus**

Die Expertise, die wir für die BAG Arbeit auf der Basis einer Reihe explorativer Interviews mit Unternehmer/innen oder Personalverantwortlichen erarbeitet haben, setzt sich mit der Realität einer multilingualen Arbeitswelt in einem gesellschaftlichen Umfeld auseinander, das weiter so tut, als sei diese Realität monolingual, vom Deutschen beherrscht.

Wir hatten dabei nicht qualifizierte Fachangestellte z.B., medizinische Fachangestellte, Einzelhandels-, Groß- und Außenhandels oder Speditionskaufleute mit Migrationshintergrund im Blick. Die Bedeutung ihrer Muttersprache für den beruflichen Alltag hat eine Studie des BIBB mit im Blick vielen Nuancen und auch den darin angelegten Ambivalenzen herausgearbeitet<sup>6</sup>. Kurz gesagt: Es ist nicht nur ein Zuckerschlecken, erkennbar als junge Frau türkischer Herkunft in einer Arztpraxis mit vielfältigen *zusätzlichen* Rollen- und Kommunikationsanforderungen konfrontiert, aber dafür nicht besser honoriert zu werden. Deshalb gehen einige der für diese BiBB-Studie befragten Frauen mit ihrer muttersprachlichen Kompetenz eher zurückhaltend um.

In unserer Expertise geht es um dagegen um Geringqualifizierte ohne beruflichen Abschluss – also um die typischen Teilnehmergruppen in den Maßnahmen der in der BAG Arbeit zusammengeschlossenen Beschäftigungs- und Qualifizierungsunternehmen. So weit Geringqualifizierte einen Migrationshintergrund haben und ihre Muttersprache gut sprechen, finden sie oft auch Gelegenheit, sie an ihren Arbeitsplätzen zu nutzen. Allerdings ist der Großteil der Arbeitgeber weit davon entfernt, diese Nutzung systematisch als personalpolitische Ressource wahrzunehmen oder gar zu fördern. Das haben dazu durchgeführte Arbeitgeber- bzw. Personaler-Befragungen zutage gefördert<sup>7</sup>. Dabei zeigte sich ein enger Zusammenhang zwischen „Migranten-Gewohntheit“, d.h. Erfahrungen in der betrieblichen Arbeit mit Migranten/

innen, und der Bereitschaft und Fähigkeit betrieblicher Akteure, einen differenzierten und potenzialorientierten Blick auf die interkulturellen Vermittlungsleistungen und Kompetenzen ihrer Beschäftigten mit Migrationshintergrund zu werfen. Allerdings führte auch in Unternehmen mit einem klaren Migrationsprofil (eines Teils) ihrer Beschäftigten kaum ein Weg zur systematischen Reflexion oder gar Entwicklung und Förderung dieser Potenziale.

In der Personalentwicklung ist vor diesem Hintergrund bei sehr vielen Unternehmen in Bezug auf die bewusste Nutzung interkultureller Potenziale noch viel zu tun. Das gilt offenbar, aus der sehr schmalen exemplarischen Materialbasis unserer Interviews bei solchen Trägern zu schließen, auch noch für einen erheblichen Teil der Beschäftigungs- und Qualifizierungsunternehmen.

##### **5. Am Arbeitsplatz gesprochene Zuwanderer-(Mutter)Sprachen sind für Unternehmen ein Verständigungsmittel mit und zugleich ein Positiv-Signal an Migrantinnen und Migranten als Kunden/innen und Patienten/innen**

Dennoch nutzen immer mehr Arbeitgeber, darunter viele im Einzelhandel tätige Unternehmer/innen mit Migrationshintergrund, nutzen die „Ressource Zweisprachigkeit“ z.T. sehr planmäßig und gezielt. In den Interviews für unsere Expertise finden sich eine Reihe pragmatischer, aber gut durchdachter Überlegungen dazu, welches die kommunikativen Orte, Ebenen und Anlässe in ihren Unternehmen – in der Kommunikation zwischen Beschäftigten und im Dialog mit Kunden/innen bzw. Patienten/innen – sein sollen, wo bzw. bei denen die Muttersprache „zum Einsatz“ kommen kann. Das deutet an, dass den Unternehmen in Bezug auf muttersprachliche Verständigung am Arbeitsplatz bestimmte *Regeln* wichtig sind. Sie überlegen sehr genau, welche *Signale* vom Gebrauch des Deutschen und welche vom Gebrauch der Muttersprachen beschäftigter Migranten/innen an andere Beschäftigte und an Kunden/innen bzw. Patienten/innen ausgehen.

Die muttersprachliche Kompetenz von Migranten/innen kann die Atmosphäre der Interaktion verbessern und wird deshalb von den Kunden wertgeschätzt; dies im Blick, achten Unternehmen darauf, ihren migrantischen Kunden/innen durch die Beschäftigung muttersprachlicher Mitarbeiter/innen ihrerseits Signale der Nähe und Achtung zu geben. Dieses Motiv finden wir in Unternehmen aus ganz unterschiedlichen Branchen – bis hin zum öffentlichen Dienst und der Polizei. Dazu einige O-Töne aus unseren Interviews:

*„Im Dienst selbst erweist sich der Migrationshintergrund je nach Einsatzgebiet natürlich als Vorteil. Besonders natürlich in Stadtteilen mit hohem Ausländeranteil“ (Personalwerbung der Polizei in einer Großstadt in NRW).*

*„Mit dem Migrationshintergrund sind aber schon auch Vorteile verbunden, insbesondere die Sprachkenntnisse, die Beschäftigte ohne Migrationshintergrund nicht haben; damit werden Kundengruppen erreicht, die unser Haus als für sie gute Einkaufsstätte kennen lernen“ (Kaufhauskette, Sachbearbeiter Personalleitung).*

*„Wir wissen von Lebensmittel-Discountern, die gezielt darauf achten, in Filialen in Stadtteilen mit hohen Ausländeranteilen Migrantinnen zu beschäftigen – nicht so sehr der ja sehr begrenzten sprachlichen Verständigung wegen als vielmehr, um zu zeigen „für uns sind Migranten/innen selbstverständlicher Teil des Unternehmens und deshalb auch als Kunden/innen willkommen“ (Ehemaliger Mitarbeiter eines Hamburger Trägers (BQM) zur Verbesserung des Ausbildungszugangs für junge Migranten im Projekt „interkulturelle Einstellungsverfahren“).*



„Wir haben hier einen Handwerksbetrieb im Elektrobereich, der schon vor Jahren gezielt Flüchtlinge beschäftigt hat, weil diese auf den ersten Blick als Migranten kenntlich sind; sie stießen bei den Bewohnern in den großen Neubausiedlungen bei geplanten Reparatur- und Sanierungsmaßnahmen leichter auf offene Türen als deutsche Handwerker, denen dort z.T. misstrauisch begegnet wird. Durch den geringeren Aufwand für Terminabsprachen und -einholung kann er auch mit größeren Betrieben konkurrieren“ (Angaben des zitierten ehemaligen Mitarbeiters von BQM Hamburg im Projekt „interkulturelle Einstellungsverfahren“).

„Wir haben vor einem Jahr den Sicherheitsdienst im X-Einkaufscenter übernommen. Der Kunde wünschte türkischstämmige Mitarbeiter wegen der Sprachkenntnisse in Türkisch, die aufgrund der Kundschaft gebraucht wurden. In solchen Situationen ist die Zweisprachigkeit auf jeden Fall ein Vorteil.“ (Personalleiter Sicherheitsdienste und Property Services eines Facility-Management-Unternehmens)

Frage: Spielen Sprachkenntnisse eine Rolle gegenüber und für Ihre Kunden/Lieferanten?

Antwort: „Natürlich ist das wichtig, am besten mehrere Sprachen, weil wir auch viele Touristen als Kunden haben, aber das ist kein entscheidendes Kriterium, wobei das bei mir so ist, weil ich schon das Optimale habe, nämlich eine gemischte Belegschaft. Wenn ich das nicht hätte, würde ich vielleicht anfangen zu denken, ich brauche jetzt wirklich Leute mit Türkisch. Aber ich habe ein optimales „Mischungs“-Verhältnis, also das ist für mich dermaßen selbstverständlich, dass ich bei weiteren Einstellungen (noch) nicht darauf achte“ (Inhaber einer kleinen Kette von Back-Shops in Berlin).

Frage: In welchen Bereichen oder Branchen sind Ihrer Meinung nach muttersprachliche Kenntnisse als berufliche Kompetenzen von Bedeutung?

Antwort: „Im Verkauf, da hat das ganz große Bedeutung, im Service, überall wo man mit Kunden Kontakt hat“ (wie oben).

Frage: Sie haben aber auch Kunden, die nur Türkisch sprechen?

Antwort: „Ja, sehr wenige, es kommt aber vor, gerade wenn welche aus der älteren Generation kommen, die möchten sich auf Türkisch unterhalten können, dann geht es auch darum, dass man sich mit dem Kunden ein bisschen unterhalten kann. Das sieht man auch bei türkischen Kunden, wenn er zu einer Deutschen sagt, sechs Brötchen, dann kriegt er sechs Brötchen, auf Wiedersehen. Bei einer türkischen Mitarbeiterin, die sagt, ah wie geht's Dir, da entwickelt sich vielleicht ein kleines Gespräch. Und Freundlichkeit zu den Kunden ist für mich das A und O. Ich habe lieber eine unerfahrene freundliche als eine noch so erfahrene unfreundliche Verkäuferin mit noch so viel „Verkaufserfahrung“ (wie oben).

„Es gibt für mich klar erkennbare Bereiche, in denen der doppelt kulturelle Hintergrund Vorteile hat, das ist z.B. bei den Verkehrsbetrieben, z.B. mit ihren Kontrolleuren so, das ist bei der Polizei so, das ist im öffentlichen Dienst überall da so, wo die Arbeit dazu führt, dass es ein gemischtes Publikum gibt, wo man eventuell auch als erkennbarer Landsmann besser vermitteln kann: Im Amt für öffentliche Ordnung bei Politessen. Es gilt letztlich auch für die ARGE“ (Arbeitsvermittler bei Beschäftigungs- und Qualifizierungsunternehmen).

„In unserem Programm „Jugend Mobil“, wo wir jedes Jahr in zwei Durchgängen je 12 Migranten-Jugendliche mit Hauptschulabschluss auf einen Abschluss als Flugzeug-abfertiger hin ausbilden, handelt es sich immer um eine sehr bunte Truppe – Afghanen,



*Eritreer, Portugiesen, Somalier...Es wird auch in die Teamentwicklung investiert. Für den Flughafen ist es ganz klar: Wir müssen ein auch in der Belegschaft internationales Unternehmen sein. Denn unsere Kunden sind zu sehr hohem Prozentsatz Ausländer – wenn es die nicht mehr gäbe, könnten wir zusperren“ (Verantwortlicher für das Jugend-Mobil-Programm bei einem Großflughafen. Für die je 12 Plätze gibt es immer 500 Bewerbungen, die inzwischen von der Arbeitsagentur bzw. Jobcentern durch ein Profiling „vorsortiert“ werden).*

*„Der hohe Anteil von Migranten unter den Beschäftigten wird von der Unternehmensleitung ausdrücklich begrüßt; besonders da es sich um ein öffentliches Unternehmen handelt, ist für die Außendarstellung wichtig zu zeigen, dass Menschen mit Migrationshintergrund darin vertreten sind.*

*Besonders in Bereichen mit Kundenkontakt – Kundencenter, Kontrolldienst – ist das sehr vorteilhaft, da die Kontrolleure mit Migrationshintergrund einen besseren Zugang zu Jugendlichen mit Migrationshintergrund haben; in den Kundencentern fällt uns auf, dass es Kunden mit Migrationshintergrund zu Ansprechpartnern mit Migrationshintergrund zieht“ (Öffentliches Verkehrsunternehmen in einer westdeutschen Großstadt, Ansprechpartnerin für Personalbeschaffung und Ausbildung).*

Wir sehen: Interkulturelle Kompetenz von (jungen) Migrantinnen und Migranten umfasst ein starkes Element sprachlich-kommunikativer Fähigkeiten zur (bilingual) sprachgestützten Bewältigung von komplexen Interaktionen (mit Kunden, in Teams, mit internen und externen Auftraggebern und Vorgesetzten). Erwerb und Vertiefung berufsbezogener und fachsprachlicher Kenntnisse sowohl im Deutschen als auch in den Herkunftssprachen bedürfen aber einer zusätzlichen Lern-Energie, die durch Lernbegleitung – berufsbegleitend oder –vorbereitend, bei Bildungsträgern – ergebnisorientiert unterstützt werden sollte.

#### **6. Die muttersprachliche Verständigung mit *pflegebedürftigen* Migranten/innen ist eine Qualitätsbedingung für gute Pflege – deshalb: hoher Bedarf an Pflegekräften, auch mit Teilqualifikationen, mit muttersprachlichen Kompetenzen in Zuwanderer-Sprachen**

Die intensivste „Tiefenwirkung“ entfaltet muttersprachliche Kommunikation mit Migranten/innen durch Migranten/innen in der *Pflege*. Ein großer Teil der *Pflegebedürftigen* mit Migrationshintergrund gehört der ersten Zuwanderergeneration an („Gastarbeiter“). Unter ihnen finden sich viele mit sehr begrenzten Deutschkenntnissen. Sie können die vielen sachlichen Aspekte und Emotionen, die bei der Vermittlung ihrer Bedürfnisse und Empfindungen an die Pflegekräfte eine Rolle spielen, auf Deutsch sprachlich nur rudimentär zum Ausdruck bringen. In solchen Konstellationen ist es geradezu eine Bedingung für eine gute Qualität der Pflegeleistung, dass die Pflegekräfte die Äußerungen der Patienten/innen in deren Muttersprache verstehen und zum Ausgangspunkt ihres Pflegehandelns machen können.

In Städten mit einem hohen Anteil an Migranten/innen unter der Bevölkerung bemühen sich die bestehenden Pflegedienste und -einrichtungen immer häufiger gezielt darum, auch Pflege- oder Pflegehilfskräfte mit Migrationshintergrund wegen deren sprachlicher Kompetenz für den Umgang mit Patienten/innen mit Migrationshintergrund zu beschäftigen.

Mit den *muttersprachlichen Kompetenzen* eng verknüpft ist ein interkulturelles Wissen, gleichsam als „gesunkenes Kulturgut“ verfügbar, über kommunikative Alltagsregeln und „Sitten und Gebräuche“ z.B. in Bezug auf Körperpflege, das „nur deutsch“ aufgewachsene Fach- und Nachwuchskräfte erst als „fremdkulturelle Regeln“ lernen müssten. Mit den Worten einer von uns befragten Pflegedienstleitung:

*„Bei manchen Krankheitsbildern ist es wichtig, dass man die eigene Muttersprache spricht. Da kann sich der Patient öffnen. Sonst zieht sich der Patient noch mehr zurück“. Und: „Es ist besser für uns, wenn das Personal Türkisch spricht. Kulturelle Hintergrundkenntnisse sind günstig, dann muss ich sie da nicht einarbeiten...“*

Wie passen diese Hinweise auf den hohen Bedarf an muttersprachlich gewandten Pflegekräften zum Thema „Nutzung der muttersprachlichen Kompetenzen Geringqualifizierter?“

Es stehen offenbar jetzt schon, zumindest vereinzelt, durchaus niedrighschwellige Zugänge auch zu Basisqualifikationen im Pflegebereich zur Verfügung; allerdings, so die Klage mehrerer von uns bei Qualifizierungsträgern Befragter, bestünden aber bei jungen Migranten/innen, keineswegs nur bei jungen Männern, häufig massive Vorbehalte gegen ein berufliches Einmünden in den Pflegebereich – Vorbehalte, die sie mit vielen Jugendlichen ohne Migrationshintergrund allerdings teilen.

Am weiter steigenden Bedarf an Pflegekräften, ob Fachkräfte oder modular teilqualifiziert, kann es im Grunde keinen Zweifel geben. Es ist deshalb alle Anstrengungen wert, Teilnehmer/innen in den Beschäftigungs- und Qualifizierungsunternehmen auf die beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten im Pflegebereich und auf die besondere Nachfrage nach Kräften mit muttersprachlichen Kompetenzen in den Zuwanderer-Sprachen einzustimmen und ihnen dazu Zugänge und Einstiege zu bahnen.

Das wird den Beschäftigungs- und Qualifizierungsunternehmen nicht unbedingt leicht fallen. Sie sind mit ihrer Ausstattung an Werkstätten in handwerksnahen oder industriellen Gewerke stark am produzierenden Gewerbe und an Modulen dualer Ausbildung orientiert. Damit halten Sie eher Ausbildungswege vor, die zu den Berufswünschen junger Männer passen. Ein Großteil der Berufsausbildungen, in denen sich vor allem Mädchen und junge Frauen finden, wird dagegen von Berufsfachschulen angeboten, in denen ihrerseits Migrantinnen und Migranten bisher deutlich unterrepräsentiert sind.

Das sind jedenfalls starke Gründe für die Beschäftigungs- und Qualifizierungsunternehmen, hier umzusteuern, wenn es denn dem regulären System der Berufsbildung so schwer fällt, passende und das heißt erfolgreich begehbare Zugänge für junge Leute mit Migrationshintergrund zu öffnen.

#### **7. Mit muttersprachlichen Kenntnissen sind kaum unterscheidbar Kultur-codes verknüpft, die viele Unternehmen/Arbeitgeber zugleich als ethnische Zuschreibungen nutzen und mit einer großen Bandbreite von Differenzierungen als Stärken und Potenziale von (jungen) Migrantinnen und Migranten wertschätzen**

Das beginnt mit dem kolportierten Ruf, „Russen“ (nicht nur Spätaussiedler) seien sehr fleißig, sie arbeiteten auch weiter, wenn sie krank sind. Es gebe Zeitarbeitsfirmen, die – auch und vor allem deshalb – sehr gern „Russen“ einstellten.

Es setzt sich mit der Zuschreibung von Warmherzigkeit, Zugewandtheit und Freundlichkeit fort an bestimmte Personen (in einem unserer Interviews einer thailändischen Pflege-Hilfskraft) fort, die unmittelbar in eine ethnisierende Verallgemeinerung mündet.

Für diese ethnisch verallgemeinernde Zuschreibung von Potenzialen im Folgenden noch einige Beispiele:

*„Ich denke, dass die Freundlichkeit bei türkischen Mitarbeiter/innen ausgeprägter ist“  
(Inhaber einer Backshop-Kette, dem Freundlichkeit das wichtigste Qualifikationsmerkmal*

*seiner Verkäufer/innen ist. Er stellt fast ausschließlich Ungelernte ein, weil er bei ihnen die Möglichkeit sieht, sie auf seine eigene Unternehmensphilosophie zu orientieren. Wenn sie schon in einer Ausbildung praktisch eingeschlifene Verhaltensweisen mitbrächten, sei es schwer, sie davon wieder „weg zu trainieren“ Durch die Beantragung von Einarbeitungszuschüssen gewinnt er für sich und die neuen Mitarbeiterinnen ausreichend Spielraum für die Anlernzeit. Sie müssen nicht vom ersten Tag an „volle Leistung bringen“. Dadurch bestehe die Möglichkeit, auch auf den ersten Blick nicht besonders „starke“ und schnelle Verkäuferinnen sich entwickeln zu lassen).*

*„Gerade in der Pflege ist einer ganzen Reihe junger Migrantinnen die Erfahrung aus ihren weit verzweigten Familien nützlich, wenn sie dort schon familiäre Unterstützung bei der Pflege z.B. von Großeltern geleistet haben. Das gibt es natürlich auch bei deutschen jungen Leuten, aber eher selten. Gerade bei den Türken sind die Familien sind groß, der Familienzusammenhalt einigermaßen intakt, es ist dort normal, dass ein 16-17 jähriges Mädchen zu ihrem Opa geht, für ihn kocht, aufräumt, hilft. Oder bei der Oma. Von daher bringen sie etwas mit, die Materie ist ihnen nicht total fremd“ (Pflegedienst-Unternehmer türkischer Herkunft).*

*„Das **Wollen** ist bei Jugendlichen mit Migrationshintergrund deutlicher zu spüren. Für mich ist die Nationalität an sich egal, aber die Erfahrung zeigt mir doch, dass mein wichtigstes Kriterium: das Wollen, bei dieser Zielgruppe mehr vorhanden ist“ (Inhaber einer Autoreparaturwerkstatt mit Autohandel, der im eigenen Betrieb nicht mehr ausbildet, weil es für die Auszubildenden nach der Lehre keine Chancen mehr gebe, im gelernten Beruf auch eine dauerhafte Stelle zu finden).*

*„Die Basis ist immer: Zuverlässigkeit. Dafür, dass die eine Teilnehmerin das Praktikum bei dem Arzt machen konnte, war es sehr wichtig, dass sie Arabisch sprach. Aber ohne ihre Sorgfalt, ihr offenes Wesen und ihre Zuverlässigkeit, ihre Geduld, ihre Ruhe hätten die arabischen Sprachkenntnisse nicht gezählt.*

*Ich kriege es manchmal mit, dass wegen **der interkulturellen Fähigkeiten** eines Bewerbers ein Auge bei den **Qualifikationen** zgedrückt wird, aber im Endeffekt muss es mit der zu erledigenden Arbeit gerechtfertigt werden“ (Projektleitung im potenzialorientierten Förderprojekt für junge Migranten/innen).*

## 8. Wenn nicht zuerst Schulabschlüsse und –noten zählen, sondern die ganze Person und ihre Haltung zur Arbeit, ist das ein „Platzvorteil“ für viele Migrantinnen und Migranten

Was einer der befragten Unternehmer mit Migrationshintergrund sehr profiliert formulierte: den Blick auf die ganze Person von Stellenbewerber/innen, und eine eigene Haltung der Entwicklungsoffenheit, zieht sich als roter Faden durch eine ganze Reihe der Gespräche mit Migranten-Unternehmer/innen bzw. Arbeitgebern, die mit multikulturellen Belegschaften arbeiten. Sie messen den Schulabschlüssen nicht so große Bedeutung zu wie dem Eindruck, den die jungen Leute – oft in langen Gesprächen umkreist – als Gesamtperson hinterlassen.

*„Wir haben schon oft junge Erwachsene mit Migrationshintergrund beschäftigt, weil sie bestimmte Kompetenzen gezeigt haben. Wir sehen das so: Jugendliche kann man nicht mehr nach schulischen Leistungen beurteilen, sondern nach ihrer Einstellung: bin ich bereit zu lernen, mich einzubringen. Ich nehme lieber jemanden, der vielleicht nicht so gut in der Schule ist, der aber merkt, ich muss in meinem Leben was machen, er ist*

*vielleicht Spätzünder, er sagt: ich fühle mich da wohl, mir macht das Spaß, deshalb gebe wir diesen auch eine Chance. Klar, wenn ich jemanden im Büro einstellen will, und der hat in der Hauptschule lauter Sechsen, kann keinen Brief formulieren, kann ich ihn keinen Anruf tätigen lassen. Beim Handwerk ist das anders: das kann ich ihm beibringen, das sind Folgen, Erfahrungswerte, Sachen, die man erlernen kann. Bis jemand in Wort und Schrift zurande kommt, ist es ein längerer Prozess, aber im handwerklichen Bereich, das sind Abfolgen, das kann ich ihm zeigen, das ist universell. Und auch weitgehend unabhängig von Sprache“ (deutscher Inhaber des handwerklichen Textilveredelungsbetriebs).*

## 9. Statt „Bestenauslese“ – Einstellung und Förderung von jungen Migranten/innen mit Entwicklungspotenzial

In mehreren unserer Interviews mit betrieblich Verantwortlichen wurde die Überlegung ausgebreitet, dass Unternehmen gezielt gerade nicht „Bestenauslese“ im Sinn der Auswahl von Bewerber/innen mit exzellenten Schulnoten betrieben, sondern auf bisher (zumal in der Schule) nicht positiv aufgefallene, aber an Praxis und betrieblichem Engagement interessierte junge Leute, vor allem Migranten/innen setzten. Die hoch qualifizierten „Besten“ wollten in der Regel „höher hinaus“ als das die Unternehmen bieten könnten – oft sammelten sie betriebliche Erfahrungen nur als Durchgangsstadium zu einem Studium. Den Unternehmen liege aber an „im eigenen Haus“ ausgebildeten, geförderten und aufgestiegenen Mitarbeiterinnen. Zu dieser Kategorie gehörten oft Bewerber/innen mit Migrationshintergrund, denen man dann auch im Unternehmen Aufstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten bieten wolle und könne.

Eine solche Sicht kann bei Unternehmen solide personal- und betriebswirtschaftlich fundiert sein. Sie wird in der Regel aber nur dort praktisch „greifen“, wo die Unternehmen aufgrund ihres Unternehmenskultur bzw. ihres Leitbilds oder der persönlichen Wertebindung der Inhaber von der Aufgabe „angefeuert“ und fasziniert sind, die Entwicklung (junger) Menschen, zumal solcher, die am Arbeitsmarkt benachteiligt sind, zu befördern und Motor und Begleiter einer solchen Entwicklung zu sein. Das Potenzial solcher wertebezogenen Orientierungen und Einstellungen von Unternehmen und Unternehmer/innen für die Förderung von (jungen und formal gering qualifizierten) Migranten/innen ist bisher noch keinesfalls ausgeschöpft. Mit dem Zurückdrängen der alles nicht-betriebswirtschaftliche Denken überschattenden mikroökonomischen Blicks auf alle gesellschaftlichen Bereiche, auch auf Bildung und Berufsbildung, werden auch derart wert- und personal entwicklungsorientierte Einstellungen und Haltungen von Unternehmen und Unternehmern bzw. Unternehmerinnen weiter an Bedeutung gewinnen können.

---

### ANMERKUNGEN

<sup>1</sup> Die besonderen Schwierigkeiten, denen sich zumal lernungsgewohnte, oft Menschen mit Migrationshintergrund vor allem beim Erwerb *bildungssprachlicher* Fertigkeiten gegenüber sehen, werden in einem Positionspapier von Monika Bethscheider (BiBB), Ulrike Dimpl (Amt für multikulturelle Angelegenheiten Stadt Frankfurt a.M.), Prof. Dr. Udo Ohm (Universität Bielefeld) und Wolfgang Vogt (Forschungs- und Transferstelle Gesellschaftliche Integration und Migration (GIM) an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Saarland, zugleich Koordinator der saarländischen Initiative Migration und Arbeitswelt SIMA im bundesweiten Netzwerk Intergration durch Qualifizierung offensiv aufgegriffen: Weiterbildungsbegleitende Hilfen als zentraler Bestandteil adressatenorientierter beruflicher Weiterbildung. Zur Relevanz von Deutsch als Zweitsprache und Bildungssprache in der beruflichen Weiterbildung. April 2010. Siehe [www. amka.de](http://www.amka.de)

<sup>2</sup> Meyer, Bernd 2008: Nutzung der Mehrsprachigkeit von Menschen mit Migrationshintergrund. Berufsfelder mit besonderem Potenzial. Expertise für das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge. Universität Hamburg. Internet: <http://www.integration-in->

deutschland.de/cln\_101/nn\_282950/SharedDocs/Anlagen/DE/Integration/Publikationen/Sonstige/ExpertiseMehrsprachigkeit,templateId=raw,property=publicationFile.pdf/ExpertiseMehrsprachigkeit.pdf

<sup>3</sup> In der Auseinandersetzung um Recht und Praxis muttersprachlich-spanischer Beschulung für Latino-Kinder und –Jugendliche seit Jahrzehnten in den USA, wo es einen harten „backlash“ gegen die 1968 vom Kongress in Washington im Kontext der Sozialprogramme gegen die Armut etablierten bilingualen Schulkonzepte gab. Entsprechende Schulprogramme wurden in wichtigen Bundesstaaten (Kalifornien - Volksentscheid um die umstrittene „Proposition 227, 1997), Arizona, Massachusetts gekippt und 2002 von der Bush-Administration im ebenfalls umstrittenen „no child left behind act“ durch geschützte Englisch-Immersionsprogramme ersetzt.

<sup>4</sup> Vgl. Gogolin, Ingrid/Neumann, Ingrid (Hrsg.) 2009: Streitfall Zweisprachigkeit – the Bilingualism Controversy. Wiesbaden. Jeden Nutzen muttersprachlichen schulischen Lernens und muttersprachlicher Kenntnisse für das Fortkommen auf dem Arbeitsmarkt bestreitet vehement Esser, Hartmut: Der Streit um die Zweisprachigkeit: Was bringt die Bilingualität?, in: ebd. Ausführlich: Esser, Hartmut: *Sprache und Integration. Die sozialen Bedingungen und Folgen des Spracherwerbs von Migranten*. Frankfurt am Main und New York: 2006.

<sup>5</sup> Auszugsweise bei google-books im Internet

<sup>6</sup> Settlemeyer, Anke; Dorau, Ralf; Hörsch, Karola 2005: Interkulturelle Kompetenzen junger Fachkräfte mit Migrationshintergrund: Bestimmung und beruflicher Nutzen. Abschlussbericht. Bonn: Bundesinstitut für Berufsbildung. Internet: [http://www2.bibb.de/tools/fodb/pdf/eb\\_24102.pdf](http://www2.bibb.de/tools/fodb/pdf/eb_24102.pdf), und: Settlemeyer, Anke/Hörsch, Karola 2009: Einsatz interkultureller Kompetenz am Arbeitsplatz – Beobachtungen aus der beruflichen Praxis von Fachkräften mit Migrationshintergrund. In: Bahl, Anke (Hrsg.) 2009: Kompetenzen für die globale Wirtschaft. Begriffe – Erwartungen – Entwicklungsansätze. Bielefeld (= Bundesinstitut für Berufsbildung, Berichte zur beruflichen Bildung, Schriftenreihe des Bundesinstituts für Berufsbildung Bonn), 89-106

<sup>7</sup> Z.B. Potter, Philip/Wiedemeyer, Michael 2006: Diversität nutzen! Strategien zur Gewinnung und betrieblichen Integration junger Menschen mit Migrationshintergrund für Kölner Unternehmen. Zusammenfassung der Annahmen und Hauptergebnisse des Projektes. Köln: Klaus-Novy-Institut. Internet: <http://www.kni.de/proj/ID58.htm>

# Ethnische Diskriminierung am deutschen Arbeitsmarkt - Ein Feldexperiment

Leo Kaas und Christian Manger

28. Juni 2010

# Migranten in Deutschland

- 19% Personen mit Migrationshintergrund, davon etwa die Hälfte mit deutscher Staatsbürgerschaft.
- Beachtliche Unterschiede in Bildungsabschlüssen und Lohneinkommen.

	Uni/FH	Berufsausbildung	Durchschnittlicher Stundenlohn (Männer/Frauen)	Bildungsrendite* (Männer/Frauen)
Einheimische Deutsche	25%	63%	15,7€ / 12,2€	2,91 / 2,69
Personen mit Migr.hintergrund	15%	43%	13,3€ / 9,9€	2,68 / 2,06

\*Bildungsrendite = Unterschied „Uni/FH-Abschluss“ gegenüber „kein Berufsabschluss“

(aus ZEW-Discussion Paper No. 07-031)

# Integration am Arbeitsmarkt?

- Migranten sind länger arbeitslos, insbesondere Personen mit türkischer Ethnizität (Uhlendorff und Zimmermann, 2006).
- Aber:
  - “Separierte” Migranten suchen weniger intensiv und haben höhere Reservationslöhne (Constant u.a., IZA DP 2009).
  - Migranten haben schlechtere Schulnoten in Deutsch und Mathematik (Mathe-Note 1,0-2,4 für nur 14,9% der türkeistämmigen Schüler gegenüber 36,9% der einheimischen Deutschen).
- Offene Frage: werden Migranten mit **guten Noten** systematisch am Arbeitsmarkt diskriminiert?



- Korrespondenz-Test zur Diskriminierung von türkeistämmigen Personen am deutschen Arbeitsmarkt
- Bewerbung auf ausgeschriebene Praktika
- Bewerbung ausschließlich per E-Mail/Internet  
⇒ nur Betrachtung des „ersten Schritts“ zur Praktikumsstelle
- Identifikation des Migrationshintergrunds über den Namen
- zwei Wellen: 2007/08 und 2008/09

- männlich, deutsche Staatsbürger, Geburtsort in Deutschland, Muttersprache deutsch.
- beliebte, häufige Namen

	deutsch	türkisch
2007/08	Dennis Langer	Fatih Yildiz
2008/09	Tobias Hartmann	Serkan Sezer

- zwei unterschiedliche vordefinierte Bewerbungstypen (A/B).
- Alle Bewerbungen enthalten
  - Anschreiben
  - Lebenslauf mit Bild
  - Zeugnisse
- Typ B enthält zudem zwei Arbeitszeugnisse, Typ A nicht
- Namen werden den Bewerbungen zufällig zugewiesen

Insgesamt 528 Stellen (1056 Bewerbungen)

Mitarbeiter		Lage	
< 50	90	Süddeutschland	292
$50 < x < 500$	59	Ostdeutschland	40
> 500	379	sonstige	196

Sektor		Abteilung	
Finanzdienstl.	124	Marketing	173
Beratung	87	Controlling	91
Industrie	142	Finanzen	84
IT& Telekom	40	Personal	122
öff. Dienst	11	Beratung	32
sonstige	124	sonstige	26

# Definition "Callback"

## Kontaktmöglichkeiten:

- E-Mail
- telefonisch (Mobilbox)
- Brief

## Callback:

Jede Reaktion eines Unternehmens, die Interesse an einem Bewerber signalisiert:

- Einladung zu einem (Telefon-)Interview
- direktes Jobangebot
- Hinterlassen einer Nachricht auf der Handy-Mobilbox
- erfolgloser telefonischer Kontaktversuch

Empfangsbestätigungen etc. werden nicht als Callback gewertet!

# Verteilung der Callbacks

	(1) kein cb	(2) cb	(3) beide	(4) nur D	(5) nur T	(6) Net-D	(7) $\chi^2$
<b>alle U</b> (528)	51.14 (270)	48.86 (258)	51.94 (134)	29.07 (75)	18.99 (49)	10.08 (26)	5.45**

## Größe

groß (379)	51.19 (194)	48.81 (185)	49.19 (91)	29.73 (55)	21.08 (39)	8.65 (16)	2.72*
mittel (59)	52.54 (31)	47.46 (28)	50.00 (14)	28.57 (8)	21.43 (6)	7.14 (2)	0.29
klein (90)	50.00 (45)	50.00 (45)	64.44 (29)	26.67 (12)	8.89 (4)	17.78 (8)	4.00*

## geogr. Lage

Süden (292)	48.29 (141)	51.71 (151)	52.32 (79)	29.14 (44)	18.54 (28)	10.60 (16)	3.56*
Osten (40)	62.50 (25)	37.50 (15)	40.00 (6)	40.00 (6)	20.00 (3)	20.00 (3)	1.00
sonstige (196)	53.06 (104)	46.94 (92)	53.26 (49)	27.17 (25)	19.57 (18)	7.60 (7)	1.14

## Abteilung

Marketing (173)	43.35 (75)	56.65 (98)	54.08 (53)	29.59 (29)	16.33 (16)	13.26 (13)	3.76*
Personal (122)	59.84 (73)	40.16 (49)	51.02 (25)	32.65 (16)	16.33 (8)	16.33 (8)	2.67

- Chance auf Callback ca. 40% bei deutschem Namen und 35% bei türkischem Namen
- 14% Vorteil durch deutschen Namen.
- Unterschiede besonders ausgeprägt bei kleinen Unternehmen
- keine signifikanten Unterschiede zwischen Sektoren und Abteilungen (geringe Fallzahlen)
- kaum Unterschiede zwischen 2007/08 und 2008/09.

# Verteilung der Callbacks - A vs B

Callback-Rate	Typ A	Typ B
deutscher Name	41.8% (110 von 263 Bewerbungen)	37.4% (99 von 265 Bewerbungen)
Türkischer Name	32.5% (86 von 265 Bewerbungen)	36.9% (97 von 263 Bewerbungen)

- **Typ A (Bewerbung ohne Arbeitszeugnisse):**  
"deutscher" Bewerber mit deutlichen Vorteilen
- **Typ B (Bewerbung mit Arbeitszeugnissen):**  
keine signifikanten Unterschiede
- statistische Diskriminierung



Callback	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Konstante	-0.26*** (0.06)	-0.34*** (0.08)	-0.36*** (0.08)	-0.04 (0.22)	-0.1 (0.22)
Türk. Name	-0.13* (0.08)	-0.13* (0.08)	-0.13* (0.08)	-0.13* (0.08)	0.003 (0.11)
Süden		0.13* (0.08)	0.14* (0.08)	0.14* (0.08)	0.13 (0.08)
Typ A		-0.0001 (0.08)	-0.0001 (0.08)	0.002 (0.08)	0.14 (0.11)
Kleines U.			0.13 (0.10)	0.14 (0.12)	0.14 (0.12)
Sektorendummies				yes	yes
Abt.dummies				yes	yes
Türke*Typ A					-0.27* (0.16)
Beobachtungen	1056	1056	1056	1056	1056

# Reaktionen: Absagen und Wartezeiten

deutsch / türkisch	Zusage	Absage	keine Reaktion
Zusage	134	47	28
Absage	37	179	21
keine Reaktion	12	20	50

Arbeitstage bis Reaktion	Zusage	Absage
türkischer Name	11.30	17.39
deutscher Name	10.70	17.36

- USA: ca. 50% weniger Callbacks bei typisch afro-amerikanischen Namen
- Griechenland: über 70% weniger Callbacks bei albanischen Namen.
- Australien: über 60% weniger Callbacks für Chinesen und Araber.
- Schweden (Araber): Callback-Unterschiede variieren stark zwischen Berufen (z.B. 9% bei IT-Experten und 320% bei Verkäufern), jedoch z.T. sehr kleine Fallzahlen.

- Der Vergleich der Studien ist problematisch.
  - Unsere Bewerbungen enthalten Zeugnisse, und die Bewerber haben gute Noten.
  - Besonderes Segment des Arbeitsmarktes.
  - Migranten der zweiten Generation mit Muttersprache deutsch (Sprache ist **kein** Grund für Diskriminierung).
- Bei schlechteren Noten sind größere Unterschiede denkbar, da Vorurteile verstärkt werden (“Türken sind weniger leistungsorientiert”).
- In Berufen/Branchen mit massivem Bewerberüberhang ist mehr Diskriminierung denkbar: Ethnizität als “einfaches” Auswahlkriterium (statistische Diskriminierung).

IZA DP No. 4741

## **Ethnic Discrimination in Germany's Labour Market: A Field Experiment**

Leo Kaas  
Christian Manger

February 2010

# **Ethnic Discrimination in Germany's Labour Market: A Field Experiment**

**Leo Kaas**

*University of Konstanz  
and IZA*

**Christian Manger**

*University of Konstanz*

Discussion Paper No. 4741  
February 2010

IZA

P.O. Box 7240  
53072 Bonn  
Germany

Phone: +49-228-3894-0  
Fax: +49-228-3894-180  
E-mail: [iza@iza.org](mailto:iza@iza.org)

Any opinions expressed here are those of the author(s) and not those of IZA. Research published in this series may include views on policy, but the institute itself takes no institutional policy positions.

The Institute for the Study of Labor (IZA) in Bonn is a local and virtual international research center and a place of communication between science, politics and business. IZA is an independent nonprofit organization supported by Deutsche Post Foundation. The center is associated with the University of Bonn and offers a stimulating research environment through its international network, workshops and conferences, data service, project support, research visits and doctoral program. IZA engages in (i) original and internationally competitive research in all fields of labor economics, (ii) development of policy concepts, and (iii) dissemination of research results and concepts to the interested public.

IZA Discussion Papers often represent preliminary work and are circulated to encourage discussion. Citation of such a paper should account for its provisional character. A revised version may be available directly from the author.

## **ABSTRACT**

### **Ethnic Discrimination in Germany's Labour Market: A Field Experiment<sup>\*</sup>**

This paper studies ethnic discrimination in Germany's labour market with a correspondence test. To each of 528 advertisements for student internships we send two similar applications, one with a Turkish-sounding and one with a German-sounding name. A German name raises the average probability of a callback by about 14 percent. Differential treatment is particularly strong and significant at smaller firms at which the applicant with the German name receives 24 percent more callbacks. Discrimination disappears when we restrict our sample to applications including reference letters which contain favourable information about the candidate's personality. We interpret this finding as evidence for statistical discrimination.

JEL Classification: C93, J71

Keywords: ethnic discrimination, hiring discrimination, correspondence test

Corresponding author:

Leo Kaas  
Department of Economics  
University of Konstanz  
78457 Konstanz  
Germany  
E-mail: [leo.kaas@uni-konstanz.de](mailto:leo.kaas@uni-konstanz.de)

---

<sup>\*</sup> We are grateful to Anja Ahtziger, Gerald Eisenkopf, Till Grossmass, Normann Lorenz, Anne Madden, and Thomas Hinz for helpful comments and remarks. We also thank Fabian Fink, Jutta Obenland and Christiane Ralf for research assistance.

# 1 Introduction

Discrimination against individuals with respect to ethnicity, gender, or religion has a wide impact on labour market outcomes, including job opportunities, promotions and earnings. The extent to which a society is plagued by discrimination is hard to measure, however. On the one hand, empirical studies based on field data can deliver measures for earnings inequality but they cannot unveil discriminatory practices in the hiring process, for example. Moreover, field data are not collected in a controlled environment, so that the researcher has typically much less information about worker characteristics than is available to the employing firm. Hence it is difficult to disentangle the effects of actual productivity differences from employer discrimination. On the other hand, laboratory experiments on discrimination can be conducted in fully controlled settings. What is measured there, however, is the behaviour of subjects in a sterile environment; how far the findings of such experiments extend to employer–worker interactions in real–world labour markets is unclear. Field experiments are a compromise between these approaches, combining the advantages of controlled experiments with a field context.<sup>1</sup> With regard to measuring hiring discrimination, the correspondence test method is a sensible way to measure the initial response of employers to varying characteristics of artificial applicants.

This paper describes a correspondence test conducted in the German labour market for student internships. We examine the hiring opportunities of individuals with a Turkish migration background. Germany has about 2.4 million persons with a Turkish ethnic background (2.9 percent of its population). Predominantly in the 1960s, migrants from Turkey came to Germany to enlarge its labour force. About forty years later, the children and grand–children of these workers, born and raised in Germany, represent a significant share of Germany’s workforce. Among other things, a full integration of these young women and men into the German labour market necessitates equal employment opportunities.

Our experiment generates a snapshot of ethnic discrimination in one particular subsection of the labour market. In particular, we send more than one thousand applications to firms that offer internships for students of economics and management

---

<sup>1</sup>See Harrison and List (2004) for a survey on field experiments.



science. In practice such internships serve as an important prerequisites for access into regular jobs. Although they are not well paid, a student who has successfully completed an internship gains job experience and significantly improves his employment opportunities after graduation. Today, the completion of at least one internship is commonly expected and is often considered as a “foot in the door”.

To each of 528 job advertisements, we send two similar applications, one with a Turkish sounding name (“Fatih Yildiz” or “Serkan Sezer”) and one with a typical German name (“Dennis Langer” or “Tobias Hartmann”). Importantly, the name is the only distinguishing characteristic of the applicant with Turkish ethnical background. That is, all applicants have German citizenship and they were born and educated in Germany, and all of them specify “German” as their mother tongue. With that design, we are able to isolate the effect of ethnicity from possible language effects. We create two slightly different types of applications with similar grades, soft skills, and photographs. For every job vacancy, applicant names are randomly assigned to the two different applications. Furthermore, the amount of information provided by the students varies between the two different applications. In particular, one application type contains reference letters stating favourable information about the candidate’s personality traits such as conscientiousness and agreeableness. We use this variation to explore the effect of statistical discrimination versus taste-based discrimination.

The field experiment shows that an application with a German-sounding name is on average 14% more likely to receive a callback. Discrimination is more pronounced among smaller firms: firms with less than 50 employees give “Dennis” and “Tobias” about 24% more callbacks than “Fatih” and “Serkan”. We also find evidence that a reasonable fraction of the differential treatment can be attributed to statistical discrimination: while there is almost no difference in callback probabilities for the application that is equipped with personality information (37.4% with a German name vs. 36.9% with a Turkish name), the absence of such information in the other application gives rise to significant differences in callback probabilities (41.8% with a German and 32.5% with a Turkish name).

Our results can be compared with those from other field studies that explore ethnic discrimination in other countries.<sup>2</sup> Across these studies, the measured degree

---

<sup>2</sup>There are several field studies that test discrimination against other characteristics, e.g. Neu-

of differential treatment varies remarkably with the respective context. In the U.S. labour market, Bertrand and Mullainathan (2004) show that applications with White-sounding names receive 50% more callbacks for interviews than those with African-American-sounding names. They find that the racial gap is uniform across occupation, industry, and employer size. A similarly huge difference in callback rates is documented by Drydakis and Vlassis (2007) who analyze the labour market opportunities of Albanians in Greece. They find that Albanians not only face a 43% smaller chance of access to occupations, but they are also significantly less likely to be registered with insurance coverage. For Arabs in Sweden, Carlsson and Rooth (2007) find that every fourth employer discriminates against the minority. Wood et al. (2009) conduct a correspondence test in Britain, finding that there are considerable gaps in callbacks between whites and several different ethnical groups. For the German labour market, Goldberg et al. (1996) conducted various field experiments to analyze ethnic discrimination of migrants, also finding substantial differences in callback rates. However, the legal framework has changed since 1994 when their experiments were conducted. Further, Goldberg et al. analyze the situation of migrants, that is, workers that were born in Turkey and with Turkish mother tongue, whereas we focus on German citizens with a Turkish migrational background.

Compared to these other studies, the extent of discrimination in our experiment is comparatively small. There are at least two explanations for this phenomenon. First, our applications contain much more information than those in the studies cited above. In particular, in Germany it is common practice to submit not only a resume, but also copies of all school and university certificates; these certificates provide detailed hard-evidence information about various skills. Second, we focus on a high-skill segment of the labour market; it is unclear whether ethnic discrimination in Germany is stronger in other segments of the labour market.<sup>3</sup> The rest of this

---

mark (1996), Goldin and Rouse (2000)) and Petit (2007) for gender, Banerjee et al. (2009) for caste and religious groups in India, Rooth (2007) for obesity and Weichselbaumer (2003) for sexual orientation.

<sup>3</sup>Carlsson and Rooth (2007) find large differences across occupations, with differences in callback rates varying from 10 percent (computer professionals) to over 100 percent (shop sales and cleaning). But even in their study, there are several high-skill segments of the labour market with much higher discrimination rates than in our study. Large callback differences across occupations are also observed by Wood et al. (2009).

paper is structured as follows. Section 2 describes the experimental design and Section 3 presents and discusses the results. Section 4 concludes.

## 2 Experimental Design

### The Vacancies

The experiment focuses on a specific segment of the labour market, in particular the market for internships for students in economics and business. This restriction allows us to completely automate the application process by sending serial letters and to eliminate potential bias caused by individually written and adjusted applications. We also restrict our study to internships within Germany.

We only apply for internships with a duration ranging from 6 weeks to 6 months and consider all reasonable vacancies posted at large internet job sites (such as *monster.de* and *jobscout24.de*). The field experiment was conducted in two waves, the first one covering vacancies posted in December 2007 and January 2008, the second one considering positions posted in December 2008. Although all firms explicitly search for students in economics or business programmes, the internships are quite heterogeneous. This concerns employer characteristics (size, sector, location), the division within the firm (typically human resources, marketing, finance or controlling). Most of the vacancies are at firms with 500 or more employees. Large firms and banks are the most relevant employers for graduates of economics and business, and they are more likely to post their vacancies on large internet job sites. Further, there are only few vacancies from East Germany since most large corporations have their headquarters in West Germany.

### Applications

All applicants are second-year students of age 21 or 22. Our applications are quite comprehensive compared to other field studies on hiring discrimination. In particular, each application contains a cover letter, a curriculum vitae, a high-school certificate and a certificate documenting university grades in the first year. In the German labour market, this amount of information is necessary to achieve a reasonable callback rate. In fact, most employers explicitly request copies of all these certificates. Omitting them would bias our results significantly since only quite

unattractive employers would respond to an application that contains only a resume.

We create two slightly different types of resumes, labeled type A and type B, such that we can send two application to each firm.<sup>4</sup> Students of both types were born, raised and educated in West Germany, but in different regions, one in the state of North Rhine–Westphalia, the other one in Baden–Wuerttemberg. After graduating from school, both skip military service, work at a summer job and then attend different universities. Both aim at a bachelor’s degree in business economics. At the time of the application they are in their third semester and they are applying for an internship during their fourth semester. The school and university certificates document grades between “good” and “very good”, so that the students range in the top 25 percent of their peer groups.

Both types are fluent in English and they have basic knowledge of one further foreign language. Since applications are identical for applicants with a Turkish and a German name, the applicant with the Turkish name is a native German speaker and he also does not report any command of Turkish in his CV. Both types have reasonably developed computer skills. Moreover, both applicants state in there CV that they had two minor part–time jobs, but while type B provides two letters of reference from previous employers, type A does not add any related documents. The two reference letters contain positive statements about the student’s personality (affability, commitment, capacity for teamwork, conscientiousness). This variation in information is used to analyze the effects of statistical discrimination. In all other dimensions, applications of types A and B are rather similar; particularly, there are only minor deviations in individual school and university grades. Hence, the variation in information about personality is the decisive informational difference between these types.

Finally, all applications are completed by a type–specific photograph. While in many countries firms do not request or even oppose photographs in applications, they are still very common (and sometimes requested) in Germany. Omitting them would again bias the results. We select photographs that fit both a native German student as well as one with a Turkish migration background. Each resume type has its own unique photograph, while names are randomly assigned to the types. This

---

<sup>4</sup>Detailed CVs of both types are available upon request.

guarantees that the choice of the photograph has no overall effect on the callback rates of an individual name.

We systematically adjust certain details in the cover letter of every single application to match job-specific features relating to the sector of the firm or the division of the internship. This adjustment is performed automatically using serial letters. That is, we design for each type and each division a specific paragraph matching the basic requirements and interest for that division. For example, when applying for an internship in the human resource division, an applicant of type A would explain why he is interested in human resource management and he also states that he intends to pursue a master’s degree in human resource management after finishing his bachelor degree. Our approach to standardize serial letters reflects the trade-off between maximizing the callback rate by adjusting the application to the specific requirements of each post and generating unbiased letters (and also reducing our workload).

## The Names

The first application that is supposed to be sent to each individual firm is randomly assigned a type (A or B) and a name (German or Turkish), while the second application then is assigned the complementary type and name.<sup>5</sup> We choose “Dennis Langer” (first wave) and “Tobias Hartmann” (second wave) as names for the native German candidate. The first names as well as the surnames belong to the 30 most common ones for the birth years 1986 to 1988 in Germany. The name of the applicant from the ethnic minority is “Fatih Yildiz” in the first wave and “Serkan Sezer” in the second one. Both, first names and surnames, are common for male descendants of Turkish immigrants in Germany. It is also evident for every human resource manager to deduce the ethnic background from these names. We did not explicitly check for connotations of names regarding their social background, but we assured that the names do not contradict common sense, are very stereotype or exhibit other peculiarities (e.g. ruling out combinations between an Anatolian first name and a Kurdish surname). We also made sure that none of these names corresponds to a real person in Germany’s student web network (*studivz.de*).

---

<sup>5</sup>In particular, we simulate an urn model to determine the type and name of the application that is sent first. All four possible combinations of types and names are used equally often.

## The application process

We create an individual e-mail address for each name and prepare mobile phones with name-specific numbers. However, we do not answer incoming calls directly, but firms are redirected to the voice mail where they are politely asked to leave their names and contact information. Additionally, we made arrangements such that answers by regular mail to both candidates and addresses were redirected to us. Thus firms could contact the applicants via mail, e-mail and phone.

When applying, all documents (cover letters, CVs, additional documents such as certificates) are automatically merged to one single pdf file and are e-mailed to the firm. After sending the first application we waited two days before sending the second one. A reasonable fraction of firms (especially larger ones that expect to receive many applications) do not accept applications by e-mail, but instead require the applicants to complete several pre-defined online forms. In these cases, the forms are filled out with the respective applicant's information and our documents were attached as pdf files whenever possible.

After applying for the vacancy we registered callbacks in the subsequent four months. A callback is defined as any action of a firm that signals interest in the respective resume, including offers for interviews, direct job offers and leaving contact information on the voice mail. In contrast, automatic responses confirming the receipt of our applications are not considered as callbacks, as well as written requests for additional information which were answered whenever possible. For every reaction of a firm, be it a callback, rejecting the applicant, or a request for more information, we collect the date and the type of reaction. Within 24 hours of that reaction, we politely withdraw the candidate's further interest in the position.

## 3 Results

The application process at each of the 528 firms can have several outcomes, summarized in Table 1. Either the firm shows no positive reaction towards any of the candidates (column 1), or at least one applicant receives a callback (column 2). In the latter case, either both receive a callback (column 3), or the firm prefers one of the students, either the one with the German (column 4) or with the Turkish name (column 5). Column (6) calculates net discrimination as the difference in call-

backs between applications with a German and with a Turkish name, expressed as a percentage of those observations where at least one candidate received a callback. This definition of net discrimination treats those cases where no candidate receives a callback as a non-observation. Riach and Rich (2002) discuss whether a negative answer (or no answer at all) for both candidates should be considered as equal treatment or as a non-observation. On the one hand, if a firm rejects both applicants (or does not even send an answer) this could be considered equal treatment; that is, somebody reviewed both applications and found them not suitable for the job. On the other hand, it is also conceivable that the firm was not even considering the applications, for instance because the vacancy has already been filled.

We conduct a standard  $\chi^2$  test of the hypothesis that the two possible outcomes of unequal treatment (that is, columns (4) and (5)) are equally likely.<sup>6</sup> If the application with the German name is preferred significantly more often than the Turkish one, the  $H_0$  of equal treatment is rejected. As this test considers only observations with differential treatment, observations of firms that either decline both applicants or callback both applicants are irrelevant.

The first row shows the aggregate results of the field study. Out of the 258 firms that accepted at least one application, 29.1% contacted only the German, and 19.0% only the Turkish candidate, while 51.9% contacted both. This corresponds to a callback rate of 34.7% for the Turkish student and of 39.6% for the German student. In other words, while the German candidate has to write 15 applications to obtain 6 callbacks, the Turkish candidate must send 17 applications for the same number of callbacks. This difference is significant at the 5%-level, but it is remarkably small compared to studies on employment discrimination of ethnic minorities in other countries, such as Albanians in Greece (Drydakis and Vlassis 2007), Arabs in Sweden (Carlsson and Rooth 2007) or Afro-Americans in the U.S. (Bertrand and Mullainathan 2004); see Section 4 for further discussion.

Regarding the effect of firm characteristics on discrimination, we note that only four (8.9%) out of the 45 firms with less than 50 employees made an offer only to the Turkish candidate, while 12 (26.7%) preferred the German over the Turkish

---

<sup>6</sup>The result is the same as the  $\chi^2$  of a McNemar test which considers the null hypothesis that a dichotomous and paired outcome variable (i.e. the reaction dummies to German and Turkish candidates) have the same distributions.

	(1) no callback	(2) at least one	(3) both	(4) only G	(5) only T	(6) net discr.	(7) $\chi^2$ test
all firms (528)	51.14 (270)	48.86 (258)	51.94 (134)	29.07 (75)	18.99 (49)	10.08 (26)	5.45**
<b>Firm Size</b>							
large (> 500) (379)	51.19 (194)	48.81 (185)	49.19 (91)	29.73 (55)	21.08 (39)	8.65 (16)	2.72*
medium (59)	52.54 (31)	47.46 (28)	50.00 (14)	28.57 (8)	21.43 (6)	7.14 (2)	0.29
small (< 50) (90)	50.00 (45)	50.00 (45)	64.44 (29)	26.67 (12)	8.89 (4)	17.78 (8)	4.00**
<b>Location</b>							
South (292)	48.29 (141)	51.71 (151)	52.32 (79)	29.14 (44)	18.54 (28)	10.60 (16)	3.56*
East (40)	62.50 (25)	37.50 (15)	40.00 (6)	40.00 (6)	20.00 (3)	20.00 (3)	1.00
other (196)	53.06 (104)	46.94 (92)	53.26 (49)	27.17 (25)	19.57 (18)	7.60 (7)	1.14
<b>Division</b>							
Marketing (173)	43.35 (75)	56.65 (98)	54.08 (53)	29.59 (29)	16.33 (16)	13.26 (13)	3.76*
Controlling (91)	52.75 (48)	47.25 (43)	46.51 (20)	25.58 (11)	27.91 (12)	-2.33 (-1)	0.04
Finance (84)	48.81 (41)	51.19 (43)	46.51 (20)	32.56 (14)	20.93 (9)	11.63 (5)	1.09
Human Res. (122)	59.84 (73)	40.16 (49)	51.02 (25)	32.65 (16)	16.33 (8)	16.33 (8)	2.67
Consulting (32)	65.63 (21)	34.37 (11)	72.73 (8)	9.09 (1)	18.18 (2)	9.09 (-1)	0.33
other (26)	46.15 (12)	53.85 (14)	57.14 (8)	28.57 (4)	14.29 (2)	14.29 (2)	0.67
<b>Industry</b>							
Fin. Services (105)	41.90 (44)	58.10 (61)	40.98 (25)	34.43 (21)	24.59 (15)	14.75 (6)	1.00
Consulting (98)	56.12 (55)	43.88 (43)	69.77 (30)	16.28 (7)	13.95 (6)	2.33 (1)	0.08
Manufacturing (150)	55.33 (83)	44.67 (67)	56.72 (38)	26.87 (18)	16.42 (11)	10.45 (7)	1.69
IT & Telecom (31)	58.06 (18)	41.94 (13)	69.23 (9)	23.08 (3)	7.69 (1)	15.38 (2)	1.00
Public Services (11)	63.64 (7)	36.36 (4)	25.00 (1)	50.00 (2)	25.00 (1)	25.00 (1)	0.33
other (133)	47.37 (63)	52.63 (70)	44.29 (31)	34.29 (24)	21.43 (15)	12.86 (9)	2.08

*Notes:* This table shows the distribution of the firm responses, absolute numbers are in parentheses. Column (1) reports the fraction of firms that gave none of the candidates a callback, so the remainder in column (2) contacted at least one applicant. Firms that gave both candidates a positive reaction, column (3), are considered as equal treatment, while the rest preferred either the candidate with the German or the one with the Turkish name, columns (4) and (5). Net discrimination is calculated as (6)=(4)-(5). Column (7) contains the  $\chi^2$  for equality between (4) and (5) ( $H_0$ : Turkish and German candidates are equally likely to receive a callback at any of the paired observations). \* denotes significance at the 10%-level, \*\* significance at the 5%-level.

Table 1: Callbacks conditional on names and firm characteristics.



applicant. We would assume that smaller firms with fewer vacancies have a less standardized recruitment process. This leaves more scope for individual preferences of the human resource manager to influence hiring decisions. Indeed, discrimination is less prominent in larger firms, presumably since their recruitment processes follow pre-defined rules.

However, differences with respect to other firm characteristics are rather limited. We note that there are twice as many firms in East Germany<sup>7</sup> that favour the candidate with the German name; however, there are both too few vacancies as well as too low callback rates to give rise to significant results. If we consider jobs in different divisions, differential treatment is weakly significant for jobs in the marketing department. But discrimination is not particularly strong in this division; instead there are simply many internships in marketing divisions, which implies that only the large sample is responsible for significant discrimination here. On the other hand, differences in callback probabilities are remarkably strong for internships in human resource departments, where the number of employers which favour the German candidate is twice as large as the number of employers preferring the Turkish one. Strong discrimination in human resource departments could be considered to support taste-biased discrimination according to Becker (1957): managers refuse to hire minority workers either because they do not wish to work with them personally (due to their own discriminatory taste), or because they fear that discriminatory tastes among co-workers or outsiders impairs productive efficiency in a division with high exposures to outsiders and intense team interactions. However, there are too few callbacks to provide statistically significant evidence for this hypothesis.

Table 2 shows the callback rates for the different names conditional on the resume type. For applications of type B which include reference letters containing information regarding the candidate's personality, Turkish and German applicants achieve almost identical callback rates. However, for applications of type A (without personality information), the minority student receives only for 32.5% of his applications a callback, while the German student is successful in 41.8% of his applications. The difference in the number of callbacks between German and Turkish students of type

---

<sup>7</sup>“East Germany” is defined as the states Berlin, Brandenburg, Mecklenburg–Western Pomerania, Saxony, Saxony–Anhalt and Thuringia. “South Germany” includes the states Baden–Wuerttemberg, Bavaria, Hesse, Rhineland–Palatinate, and Saarland.

A is significant at the 5%-level, while it is not significant for students of type B. We cautiously interpret this as evidence for statistical discrimination (Arrow 1973): the difference in callbacks decreases with the provision of information about the applicant’s character. Note however that “information” and any other type characteristics are perfectly correlated. Hence the observation that callback differences are smaller at applications of type B could, in principle, also be due to other characteristics of a type B application. However, it is not true that type B is generally more attractive: in contrast, German applicants of type B receive *fewer* callbacks than German applicants of type A. More importantly, as we have argued above, the other differences between type A and type B applicants are rather minor and they should not be expected to generate the large observed difference in discrimination rates.<sup>8</sup> It is worth to note that there is no evidence that firms from different regions favour a certain type, although both types come from different regions within Germany.

callback rate	type A	type B
German name	41.8% (110 out of 263 applications)	37.4% (99 out of 265 applications)
Turkish name	32.5% (86 out of 265 applications)	36.9% (97 out of 263 applications)

*Notes:* Applications of type B contain two reference letters with information about the applicant’s personality, those of type A do not.

Table 2: Callback rates for different types.

## Probit Estimation

In order to disentangle the effects of different employer and worker characteristics, we conduct several probit estimations with the callback dummy as the dependent variable. Table 3 summarizes the various configurations. Columns (1) to (5) show regression outputs using the full sample. In the basic model (1) we regress the callback only on a constant and a dummy for the Turkish name and find a weakly

---

<sup>8</sup>Although the universities of both types are comparable in their academic standards within Germany, the university of type A offers a more business-oriented program which could explain why such a candidate is a bit more attractive for most employers. Nonetheless, it is rather implausible that this feature explains the strong difference in callback rates between ethnical types.

significant (at the 10 percent level) negative effect of the Turkish name on the callback probability. The interpretation of the result is that a Turkish name reduces the probability of a callback on average by about 14%. This effect is robust to adding a dummy for the location of the firm and the workers's type in (2), a dummy for firms with less than 50 employees in (3) and dummies for the sector of the firm as well as for the division of the internship in (4).<sup>9</sup> The coefficient of the dummy for South Germany is (weakly) significantly positive, suggesting that it is easier to find an internship in regions with less unemployment and more job openings. There is no evidence that one of the two application types is more successful than the other in general. That is, the type dummy is always small and insignificant. However, once we add an interaction term between the name (ethnicity) and the type dummies in (5), this term catches all the disadvantage of the Turkish name, and the coefficient of the name dummy becomes small and insignificant. Again this confirms the conclusion from Table 2 that the difference in callbacks occurs predominantly at applicants of type A where personality information is not provided. The reduction in information seems to hurt applicants with a Turkish name. Again we cautiously interpret this finding as evidence in support of statistical discrimination.

### **Other means of discrimination**

Discrimination can manifest itself in several ways, not only in different callback rates. If a firm has no interest in any of the applicants, but the applicant with the German name receives a polite message declining him, while an applicant with a Turkish name is just ignored, we would consider this as discriminatory treatment, even though it takes no direct impact on the job search outcome.

Table 4 provides a first snapshot. The most noticeable difference in treatment of the two applicants takes place at firms that callback one candidate and do not respond to the second one; indeed, 28 firms showed interest in the applicant with the German name and ignored the Turkish applicant, while only 12 firms contacted the Turkish and ignored the German one. We would consider this as the strongest form of discrimination: the firm has a vacant post, it shows interest in the German

---

<sup>9</sup>We tested several other variables but found all of them (and their interactions with the ethnicity dummy) insignificant. This includes a "first application" dummy, a dummy on "top employers" (obtained from a student survey), and a dummy for employers located in a large city region.

Callback	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
constant	−0.26*** (0.06)	−0.34*** (0.08)	−0.36*** (0.08)	−0.04 (0.22)	−0.1 (0.22)
Turkish name	−0.13* (0.08)	−0.13* (0.08)	−0.13* (0.08)	−0.13* (0.08)	0.003 (0.11)
Southern Germany		0.13* (0.08)	0.14* (0.08)	0.14* (0.08)	0.13 (0.08)
type A		−0.0001 (0.08)	−0.0001 (0.08)	0.002 (0.08)	0.14 (0.11)
small firm			0.13 (0.10)	0.14 (0.12)	0.14 (0.12)
sector dummies				yes	yes
division dummies				yes	yes
Turk*Type A					−0.27* (0.16)
Observations	1056	1056	1056	1056	1056

*Notes:* Each column represents a probit regression with the callback dummy as dependent variable. Robust standard errors are in parentheses. \* denotes significance at the 10%-level, \*\* significance at the 5%-level, and \*\*\* at the 1%-level. Several other interactions have been tested and not found significant.

Table 3: Probit regression with callback dummy as dependent variable.

candidate and does not even answer the Turkish one. The difference in politeness can also be illustrated by the following comparison: 74.3% of the employers that show no interest in the German applicant nevertheless send him a polite rejection message, while an applicant with a Turkish name receives such a message only from 71.3% of the firms. However, this difference is not statistically significant.

German / Turkish	callback	rejection	no reaction	$\Sigma$
callback	134	47	28	209
rejection	37	179	21	237
no reaction	12	20	50	82
$\Sigma$	183	246	99	528

Table 4: Differential treatment in answers.

As another type of discrimination, we check how long applicants with different names have to wait for the firm’s decision, and what determines that waiting period. Most firms react only a few workdays after we sent the application (see Table 5). A callback is, on average, received after 11 workdays, while a rejection takes on average 17 workdays. An applicant with a Turkish name has to wait slightly longer for a

callback (11.3 workdays with a Turkish and 10.7 workdays with a German name), but this difference is not statistically significant. For rejections, the difference is even smaller (17.39 workdays with a Turkish and 17.36 workdays with a German name). There are two peculiarities, however. First, small firms react faster in general. Second, the difference in reaction times between German and Turkish applicants is larger at smaller firms. For example, to decline a Turkish applicant, a small firm needs 2.3 workdays more than to decline a German applicant. We would assume that small firms are faster in general because there is often just one decision maker, whereas larger firms are more likely to have standardized recruitment processes where applications have to go through many hands.

	callback			rejection		
	German name	Turkish name	average	German name	Turkish name	average
small	6.1	7.0	6.5	9.9	12.2	11.0
medium	7.8	7.5	7.7	19.6	19.0	19.3
large	12.4	13.0	12.7	18.1	17.8	17.9

Table 5: Average reaction time in workdays.

We also conduct a multinomial logit with the outcomes 1 (callback), 2 (applicant receives a rejection) versus 0 (no reaction) for every application and every workday, beginning at the application day until the workday of the firm’s reaction. We complemented the controls of the previous probit estimation by the number of workdays that have passed without a reaction ( $t$  and  $t^2$ ) and by an interaction term between  $t$  and the firm-size dummy (see Table 6). The main results of the probit estimate can also be observed in the multinomial logit: applicants with a Turkish name are less likely to receive a callback, and firms in South Germany are more likely to give a positive response. In contrast, there are no such effects for rejections. That is, applications from the Turkish applicant do not receive significantly less (or more) rejections than candidates with a German name. Table 6 also confirms that large firms take more time to answer an application. We also checked other interaction terms (in particular those involving the name dummy), but found all of them to be insignificant.

To complement this survival analysis, we show in Figure 1 the distribution and

reaction	1	2
constant	−2.59*** (0.16)	−3.48*** (0.17)
$t$	−0.11*** (0.14)	−0.03*** (0.008)
$t^2$	−0.00008 (0.0001)	−0.00025*** (0.00008)
Turkish name	−0.187* (0.103)	−0.03 (0.09)
largefirm	−0.76*** (0.16)	0.036 (0.156)
$t \cdot$ largefirm	0.068*** (0.015)	0.019*** (0.007)
typeA	−0.018 (0.102)	0.022 (0.092)
South	0.187* (0.104)	0.038 (0.093)
Sample	full	full
Observations	1056	1056

*Notes:* Multinomial logit with the outcomes 1: callback, 2: rejection (vs 0: no reaction at workday  $t$ ). Standard errors are in parentheses. \* denotes significance at the 10%-level, \*\* significance at the 5%-level, and \*\*\* at the 1%-level. Several other interactions have been tested and not found significant.

Table 6: Multinomial Logit.

survival functions for our total sample. We do not show the differences between German and Turkish candidates since they are rather tiny, especially for the callback distribution. The figure shows that the probability to receive an answer (callback or rejection) is significantly declining over time and is nearly zero after about 30–40 workdays. Before that, the probability declines about linearly for callbacks, but non-linearly for rejections. This pattern explains why the coefficient for  $t^2$  in column 2 of Table 6 is significantly negative.

### The role of the business cycle

Our field study also permits to explore the impact of the business cycle. We conducted the study in two waves, the first one in Winter 2007/08 and the second one in Winter 2008/09. The macroeconomic situation changed substantially between these two dates. In particular, the accelerating financial crisis strongly affected the real economy in late 2008. By then, most research institutes published forecasts for

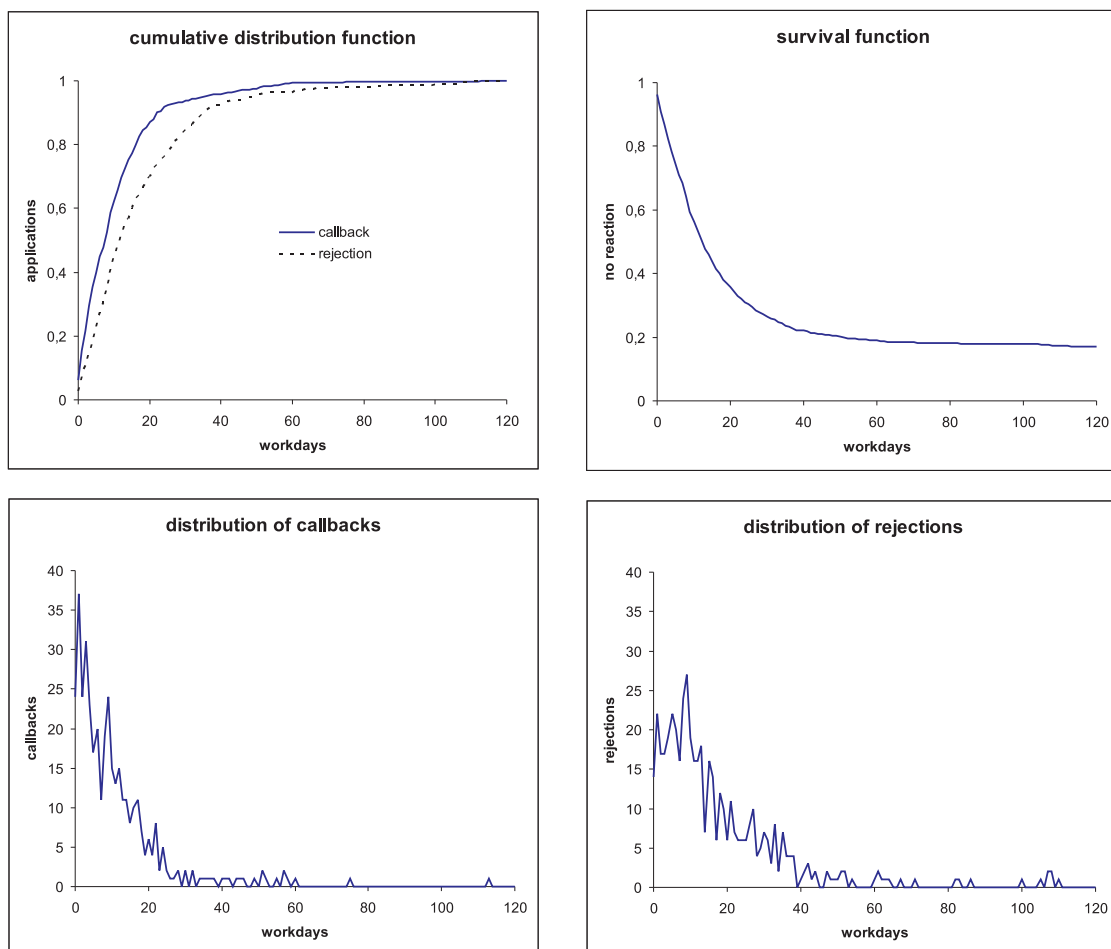


Figure 1: Response time of firms for callbacks and rejections.

Germany's GDP growth in 2009 at -3 percent or less. Although the German labour market remained remarkably robust during the course of 2009, we would expect that firms adjusted their hiring behaviour in January 2009 relative to the year before. However, the aggregate callback rates (as well as the name-specific ones) were relatively stable over time (38.8% in 2007/08 versus 35.4% in 2009). It seems that two effects offset each other: as global demand decreases, firms should be expected to hire fewer workers, but they could also try to replace regular employees with cheaper interns.

## 4 Conclusions

We conducted a correspondence test, sending more than a thousand applications with randomly assigned German and Turkish names to firms advertising student internships. The difference in callbacks is significant but, compared to similar studies for other countries, relatively small. Several explanations can account for this result. First, we focus on a specific high-skill segment of the labour market. If competition for qualified students is intense, discriminating firms cannot survive the “war for talents” and are driven out of the market. On the other hand, in labour market segments with an excess supply of qualified workers, discrimination should be stronger as firms can choose their favourite candidate among a large number of applicants. Moreover, in our experiment the student with the Turkish name is a German citizen with a migration background. He was born and raised in Germany, went to school in Germany and is now studying in Germany. We focus on these second and third generations of immigrants as they represent the largest ethnic minority in the German labour market. The fact that all applicants are observationally equivalent (except their name) permits us to isolate the name effect from any language effects. Conducting a similar study with non-German citizens with a mother tongue other than German should be expected to produce a larger difference in callback rates. Both applications were endowed with very good grades and interesting enough CVs so as to guarantee a reasonably high callback rate. It is conceivable that net discrimination is substantially larger for candidates with mediocre grades; for such applications negative stereotypes of human resource managers (such as “students with Turkish migration background are under-performing”) become potentially more important. On the other hand, the rather good grades can be inconsistent with employers’ expectations about a Turkish applicant. Hence such an observation is more salient and takes a stronger impact on impression formation than it would do for a German candidate (see e.g. Sherman, Stroessner, Loftus, and Deguzmani (1997)). We would further expect that most firms with a standardized recruitment procedure use a threshold strategy. Any candidate that fulfills certain minimal criteria receives a callback, and these criteria apply equally for all candidates. Since larger firms have more often a standardized recruitment process, they also discriminate less than smaller firms.



This study gives only a first insight into the extent of ethnical discrimination in Germany’s labour market. There are several further questions that should be explored in further research. First, measuring hiring discrimination in different segments of the labour market would provide more information on the effects of sector and firm characteristics. Second, varying the quality of the applications would also permit to measure group-specific returns to skills, as in Bertrand and Mullainathan (2004). Third, our experiment shows that provision of information about personality reduces the extent of discrimination. In many countries it is uncommon to use references at early stages of the recruitment process.<sup>10</sup> Our result suggests that such conventions can potentially backfire on minority employees. Future experiments, also those conducted in the laboratory, should further illuminate the role of information about personality on recruitment decisions.

## References

- ARROW, K. J. (1973): “The Theory of Discrimination,” in *Discrimination in Labor Markets*, ed. by O. Ashenfelter, and A. Rees. Princeton University Press.
- BANERJEE, A., M. BERTRAND, S. DATTA, AND S. MULLAINATHAN (2009): “Labor Market Discrimination in Delhi: Evidence from a Field Experiment,” *Journal of Comparative Economics*, 37, 14–27.
- BECKER, G. (1957): *The Economics of Discrimination*. The University of Chicago Press.
- BERTRAND, M., AND S. MULLAINATHAN (2004): “Are Emily and Greg More Employable Than Lakisha and Jamal? A Field Experiment on Labor Market Discrimination,” *American Economic Review*, 94, 991–1013.
- CARLSSON, M., AND D.-O. ROTH (2007): “Evidence of Ethnic Discrimination in the Swedish Labor Market Using Experimental Data,” *Labour Economics*, 14, 716–729.

---

<sup>10</sup>In the UK, the “Employment Practices Data Protection Code” states that employers should only carry out pre-employment vetting (e.g. reference letters) on an applicant at a late stage in the recruitment process.

- DRYDAKIS, N., AND M. G. VLASSIS (2007): “Ethnic Discrimination in the Greek Labour Market: Occupational Access, Insurance Coverage, and Wage Offers,” Working Paper No. 0715, University of Crete, Department of Economics.
- GOLDBERG, A., D. MOURINHO, AND U. KULKE (1996): “Labour Market Discrimination against Foreign Workers in Germany,” International Migration Papers 7, International Labour Office, Geneva.
- GOLDIN, C., AND C. ROUSE (2000): “Orchestrating Impartiality: The Impact of Blind Auditions on Female Musicians,” *American Economic Review*, 90, 715–741.
- HARRISON, G. W., AND J. A. LIST (2004): “Field Experiments,” *Journal of Economic Literature*, 42, 1009–1055.
- NEUMARK, D. (1996): “Sex Discrimination in Restaurant Hiring: An Audit Study,” *Quarterly Journal of Economics*, 111, 915–942.
- PETIT, P. (2007): “The Effects of Age and Family Constraints on Gender Hiring Discrimination: a Field Experiment in the French Financial Sector,” *Labour Economics*, 14, 371–391.
- RIACH, P. A., AND J. RICH (2002): “Field Experiments of Discrimination in the Market Place,” *The Economic Journal*, 112, F480–F518.
- ROOTH, D.-O. (2007): “Evidence of Unequal Treatment in Hiring against Obese Applicants: A Field Experiment,” IZA Working Paper No. 2775.
- SHERMAN, J., S. STROESSNER, S. LOFTUS, AND G. DEGUZMANI (1997): “Stereotype suppression and recognition memory for stereotypical and nonstereotypical information,” *Social Cognition*, 15, 205–215.
- WEICHSELBAUMER, D. (2003): “Sexual Orientation Discrimination in Hiring,” *Labour Economics*, 10, 629–642.
- WOOD, M., J. HALES, S. PURDON, T. SEJERSEN, AND O. HAYLLAR (2009): “A Test for Racial Discrimination in Recruitment Practice in British Cities,” Department for Work and Pensions Research Report No. 607.