

SITUATION  
*analysieren*



UNTERNEHMEN  
*positionieren*



FACHKRÄFTE  
*finden*



FACHKRÄFTE  
*binden*



FACHKRÄFTE  
*qualifizieren*



STUDIE 1/2017

# Engagement von Unternehmen bei der Integration von Flüchtlingen

Erfahrungen, Hemmnisse und Anreize

## Impressum

### Herausgeber

Institut der deutschen Wirtschaft Köln e.V.  
Postfach 10 19 42, 50459 Köln  
Konrad-Adenauer-Ufer 21, 50668 Köln  
[www.iwkoeln.de](http://www.iwkoeln.de)

### Redaktion

Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung  
Postfach 10 19 42, 50459 Köln  
Konrad-Adenauer-Ufer 21, 50668 Köln  
fachkraefte@iwkoeln.de  
[www.kofa.de](http://www.kofa.de)

### Autoren

Dr. Regina Flake  
Svenja Jambo  
Sarah Pierenkemper  
Beate Placke  
Dirk Werner

### Kontaktdaten Ansprechpartner

Dr. Regina Flake  
flake@iwkoeln.de  
Tel. 0221 4981 840  
Institut der deutschen Wirtschaft Köln  
Postfach 10 19 42  
50459 Köln

### Gestaltung und Produktion

Institut der deutschen Wirtschaft Köln Medien GmbH, Köln

### Druck

Das Druckhaus Beineke Dickmanns GmbH, Korschenbroich

### Stand

März 2017

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# Inhalt

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>1</b> | <b>Zentrale Ergebnisse der Unternehmensbefragung</b> .....                  | <b>4</b>  |
| <b>2</b> | <b>Ausgangslage, Fragestellung und Methodik der Studie</b> .....            | <b>6</b>  |
| 2.1      | Befragte Unternehmen.....   | 6         |
| 2.2      | Hochrechnung der Ergebnisse.....  | 6         |
| <b>3</b> | <b>Integration von Flüchtlingen in Unternehmen</b> .....                    | <b>8</b>  |
| 3.1      | Engagement von Unternehmen bei Praktikum, Ausbildung und Beschäftigung..... | 8         |
| 3.2      | Erfahrungen mit der Beschäftigung von Flüchtlingen.....                     | 10        |
| 3.3      | Hemmnisse bei der Einstellung und Beschäftigung von Flüchtlingen.....       | 12        |
| 3.4      | Anreize für die Einstellung von Flüchtlingen.....                           | 13        |
| <b>4</b> | <b>Programme und Maßnahmen zur Unterstützung von Unternehmen</b> .....      | <b>16</b> |
| 4.1      | Bekanntheit externer Unterstützungsangebote.....                            | 16        |
| 4.2      | Nutzung externer Unterstützungsangebote.....                                | 17        |
| <b>5</b> | <b>Fazit</b> .....  | <b>21</b> |
| <b>6</b> | <b>Literatur</b> .....  | <b>22</b> |
|          | <b>Tabellenverzeichnis</b> .....  | <b>22</b> |
|          | <b>Abbildungsverzeichnis</b> .....  | <b>22</b> |
|          | <b>Anhang</b> .....   | <b>23</b> |



# 1 Zentrale Ergebnisse der Unternehmensbefragung

Die vorliegende KOFA-Studie untersucht das Engagement von Unternehmen bei der Integration von Flüchtlingen durch das Angebot von Praktika, Ausbildungsstellen sowie regulärer Beschäftigung. Dabei stehen die Erfahrungen der Unternehmen und die damit verbundenen Hemmnisse und positiven Anreize im Fokus. Sie zeigen interessierten Unternehmen auf, wo Stolpersteine bei der Qualifizierung und Beschäftigung von Flüchtlingen liegen, welche Unterstützungsangebote für sie besonders hilfreich sein können und wie sie die Integration von Geflüchteten möglichst erfolgreich gestalten können. Inzwischen ist das entsprechende Engagement von Unternehmen stark gestiegen, was das Voneinanderlernen deutlich erleichtert:

**Fast ein Viertel aller Unternehmen beschäftigt derzeit Geflüchtete oder hat es in den letzten drei Jahren getan** in Form von Praktikum, Ausbildung oder regulärer Beschäftigung. Im Handwerk sind es sogar ein Drittel aller Unternehmen, die sich in den letzten drei Jahren engagiert haben. Am häufigsten beschäftigen Unternehmen Geflüchtete im Rahmen eines Praktikums (17 Prozent). Jedes zehnte Unternehmen beschäftigt Flüchtlinge im Rahmen einer regulären Beschäftigung (10,2 Prozent). Am seltensten befinden sich Geflüchtete in einer betrieblichen Ausbildung (7,2 Prozent), was aber auch wenig verwundert, da diese Gruppe der Auszubildenden deutlich kleiner ist als diejenige aller Beschäftigten.

**Damit sind inzwischen bereits über 400.000 Unternehmen in Deutschland in den letzten drei Jahren aktiv engagiert bei der Integration von Geflüchteten in den Arbeitsmarkt über betriebliche Qualifizierung und Beschäftigung.**

Bei diesem Engagement scheinen Erfahrungen mit internationalen Belegschaften sehr zu helfen. **Denn Unternehmen, die Mitarbeiter mit Migrationshintergrund beschäftigen, haben fast zehn Mal häufiger Geflüchtete eingestellt** als Unternehmen, die keine Mitarbeiter mit Migrationshintergrund eingestellt haben (42,1 Prozent zu 4,5 Prozent).

**Die Unternehmen wollen ihr Engagement künftig noch ausbauen:** Von den Unternehmen, die bereits Geflüchtete beschäftigt haben, planen zwei von drei, weitere Geflüchtete einzustellen. Von den Unternehmen ohne Erfahrungen will immerhin jedes vierte Flüchtlingen Angebote zur Qualifizierung oder Beschäftigung machen. Unternehmen, die bereits Geflüchtete beschäftigt haben,

planen damit mehr als doppelt so häufig, weitere Geflüchtete einzustellen als Unternehmen ohne Erfahrungen (65,8 Prozent zu 24,8 Prozent).

**Praktika stellen bislang den wichtigsten Einstiegs- weg für Flüchtlinge in den deutschen Arbeitsmarkt dar.** Dies ist angesichts der häufig noch fehlenden Qualifikationen und beruflichen Kompetenzen auch wenig überraschend. So sehen mit fast sechs von zehn Unternehmen die meisten künftige Einsatzmöglichkeiten im Rahmen eines Praktikums (58,8 Prozent). Etwa die Hälfte sieht Möglichkeiten im Rahmen einer regulären Beschäftigung (52,8 Prozent) und vier von zehn Unternehmen sehen Einsatzmöglichkeiten sogar im Rahmen einer betrieblichen Ausbildung (41,8 Prozent).

**Als größtes Hemmnis sehen Unternehmen nach wie vor mangelnde Deutschkenntnisse;** dies wurde von 85,9 Prozent genannt. Es folgen fachliche Hemmnisse, die von knapp zwei Dritteln der Unternehmen angeführt werden: mangelnde berufliche Fachkenntnisse (65,3 Prozent) und mangelnde Transparenz der im Ausland erworbenen Qualifikationen (63,6 Prozent). Externe Faktoren stellen den dritten wichtigen Faktor bei den Hemmnissen dar: Unternehmen bemängeln vor allem den hohen bürokratischen Aufwand (62,5 Prozent) sowie fehlende Informationen über Förderangebote (61,2 Prozent).

**Bei den Anreizen, die Unternehmen bei Einstellung von Flüchtlingen unterstützen, steht analog zu den identifizierten Hemmnissen das Thema Sprachförderung an erster Stelle.** Viele der genannten Bedarfe finden sich inzwischen in bestehenden Förderprogrammen wieder, sind aber noch nicht hinreichend bekannt. Daher würden hier mehr externe Ansprechpartner und Kümmerer helfen, die für Unternehmen gebündelt Informationen und Hilfen bereitstellen, wie dies etwa die Willkommenslotsen tun.

**Viele vorhandene Unterstützungsangebote und deren konkrete Leistungen im Kontext der Flüchtlingsintegration sind der Mehrheit der Unternehmen noch nicht bekannt.** Am sichtbarsten ist aus Unternehmenssicht ehrenamtliches Engagement zur Unterstützung von Flüchtlingen im eigenen Umfeld (59,2 Prozent). An zweiter Stelle stehen der Arbeitgeberservice der Arbeitsagenturen und Jobcenter sowie der Eingliederungszuschuss – Angebote, die bei gut der Hälfte der befragten Unternehmen bekannt sind.

Bei der Nutzung von Förderangeboten zur Integration steht der gemeinsame Arbeitgeberservice der Arbeitsagenturen und Jobcenter im Vordergrund, den 39,1 Prozent der Unternehmen in Anspruch nehmen. Die Unterstützung durch ehrenamtliche Helfer ist zwar bekannter, wird aber nur von 32,5 Prozent genutzt, wahrscheinlich weil diese nicht flächendeckend verfügbar ist. Gut ein Viertel der Unternehmen nutzt die berufsbezogene Deutschförderung (26,2 Prozent) und jedes fünfte Unternehmen den Eingliederungszuschuss (21,4 Prozent). Maßnahmen zur Nachqualifizierung, wie die Einstiegsqualifizierung (17,8 Prozent) und ausbildungsbegleitende Hilfen (16,3 Prozent), werden deutlich weniger genutzt, sind aber auch nur für diejenigen Unternehmen relevant, die sich in Berufsvorbereitung und Ausbildung engagieren.

**Drei Viertel aller befragten Unternehmen geben an, dass passende Unterstützungsangebote ihre Einstellungsbereitschaft erhöhen würden.** Positiv ist daher, dass viele vorhandene Unterstützungsangebote dem Bedarf der Unternehmen, die sie nutzen, bereits gut entsprechen. Insgesamt könnte neben einer regelmäßigen Überprüfung der Passgenauigkeit der Angebote vor allem ein höherer Bekanntheitsgrad der vorhandenen Unterstützungsmaßnahmen mehr Unternehmen dazu motivieren, sich aktiv bei der Integration von Geflüchteten zu engagieren.

## 2 Ausgangslage, Fragestellung und Methodik der Studie

In den Jahren 2015 und 2016 kamen mehr als 1,2 Millionen Geflüchtete nach Deutschland. Viele von ihnen werden voraussichtlich langfristig in Deutschland bleiben. Die erfolgreiche Integration in den Alltag sowie den Arbeitsmarkt ist eine große humanitäre Aufgabe, die die Gesellschaft als Ganzes bewältigen muss. Unternehmen insgesamt, aber insbesondere auch der großen Zahl an kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), kommt dabei eine Schlüsselrolle zu. Die Integration in eine Beschäftigung – sei es über ein Praktikum, eine Ausbildung oder den Direkteinstieg – ist ein wichtiger Schritt für Flüchtlinge in Richtung Teilhabe an der Gesellschaft. Dabei gilt: Unternehmen können und müssen diese Aufgabe nicht alleine meistern. Es gibt viele Angebote für Unternehmen, die sie bei der Integration von Flüchtlingen unterstützen, wie beispielsweise den Arbeitgeberservice der Bundesagentur für Arbeit. Zudem wurden Programme geschaffen, die gezielt auf die Integration von Flüchtlingen in Unternehmen zugeschnitten sind.

Die vorliegende Studie beschreibt auf Basis einer repräsentativen Unternehmensumfrage das derzeitige Engagement von Unternehmen in der Flüchtlingsintegration. Darüber hinaus werden Erfahrungen dargelegt sowie Hemmnisse und Anreize zur Integration von Flüchtlingen identifiziert. Basierend auf diesen Ergebnissen wird in einem zweiten Schritt untersucht, inwieweit das bestehende Informations- und Unterstützungsangebot bei Unternehmen bekannt ist, inwieweit es ihren Bedarfen entspricht und inwieweit Unterstützungsleistungen die Bereitschaft von Unternehmen, Geflüchtete zu beschäftigen und zu qualifizieren, steigern können.

### 2.1 Befragte Unternehmen

In der Zeit vom 29. November bis zum 15. Dezember 2016 wurden insgesamt 1.030 Unternehmen zum Thema „Integration von Flüchtlingen in den Arbeitsmarkt“ befragt. Die Befragung wurde als telefonische Sondererhebung des IW-Personalpanels durchgeführt. Um thematisch bedingte Selektionseffekte zu vermeiden, ist die Befragung als Mehrthemenbefragung konzipiert worden. Den Fragen zum Thema Beschäftigung von Flüchtlingen wurden daher zunächst Fragen zur betrieblichen Personalarbeit im Allgemeinen vorangestellt. Die Interviewer wurden instruiert, die Erhebung zu Beginn des telefonischen Kontakts als Mehrthemenbefragung zur betrieblichen Personalarbeit und zur Integration von Flüchtlingen in den Arbeitsmarkt anzukündigen. Darüber hinaus sollte kommuniziert werden, dass sich die Befragung an alle Unternehmen in

Deutschland mit mindestens einem Beschäftigten richtet, unabhängig davon, ob das jeweilige Unternehmen bereits eigene Erfahrungen mit Flüchtlingen gesammelt hat.

Die Unternehmen sind nach dem Zufallsprinzip in einer nach Mitarbeiterzahl und Branchen geschichteten Stichprobe aus der Unternehmensdatenbank der IW Consult gezogen worden. Neben diesen neuen Kontakten aus der Unternehmensdatenbank wurden die kompetenten Ansprechpartner, die bereits zuvor am IW-Personalpanel teilgenommen haben, für die aktuelle Befragung telefonisch kontaktiert. Innerhalb des Unternehmens richtete sich die Befragung an den Personalverantwortlichen (z. B. Personalleiter oder Geschäftsführer). Rund 58 Prozent der Teilnehmer sind Personalverantwortliche aus Unternehmen, die zuvor bereits am IW-Personalpanel teilgenommen haben.

Die Tabelle 2-1 gibt einen Überblick über den Umfang und die Struktur der Stichprobe. Die Befragung schließt Unternehmen der Industrie (inklusive Bauwirtschaft) und aller Dienstleistungsbranchen ein, die mindestens einen Mitarbeiter beschäftigen.

**Tabelle 2-1: Umfang und Struktur der Stichprobe nach Mitarbeitergrößenklasse und Branche (Ungewichtete Anzahl der Unternehmen)**

|                  | 1 bis 49 | 50 bis 249 | ab 250 | Gesamt |
|------------------|----------|------------|--------|--------|
| Industrie + Bau  | 126      | 136        | 131    | 393    |
| Dienstleistungen | 257      | 179        | 201    | 637    |
| Gesamt           | 383      | 315        | 332    | 1.030  |

Quelle: IW Consult 2016

### 2.2 Hochrechnung der Ergebnisse

Die Verteilungen zwischen Grundgesamtheit und Stichprobe weichen voneinander ab: In der Stichprobe sind anteilig mehr große Unternehmen sowie mehr Unternehmen der Industrie enthalten als in der Grundgesamtheit. Dieses Vorgehen wird bewusst gewählt, um auch diese beiden Gruppen mit einer hinreichend großen Fallzahl auswerten zu können.

Um repräsentative Gesamtwerte für die Grundgesamtheit (alle Unternehmen in Deutschland mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten) zu ermitteln, sind die Befragungsergebnisse nach der Unternehmens-

anzahl anhand von Daten des Unternehmensregisters hochgerechnet worden. Dabei wird in der Regel zwischen zwei Branchen (Industrie + Bau, Dienstleistungen) und drei Mitarbeitergrößenklassen (1 bis 49 Mitarbeiter, 50 bis 249 Mitarbeiter und ab 250 Mitarbeiter) unterschieden. Bei einer Gewichtung nach der Unternehmensanzahl werden kleinere Unternehmen stärker berücksichtigt als große Unternehmen. Die Ergebnisse geben Aufschluss darüber, wie das durchschnittliche Unternehmen in Deutschland einen Sachverhalt einschätzt. Bei der Betrachtung von Unternehmen, die bereits Erfahrungen mit der Beschäftigung von Flüchtlingen gesammelt haben, wird aufgrund geringer Fallzahlen bei den kleinen Unternehmen das Gewichtungsmo­dell zu einer 2x2-Matrix mit zwei Mitarbeitergrößenklassen (1 bis 249 Mitarbeiter und ab 250 Mitarbeiter) zusammengefasst.

## 3 Integration von Flüchtlingen in Unternehmen

### 3.1 Engagement von Unternehmen bei Praktikum, Ausbildung und Beschäftigung

Viele Unternehmen engagieren sich durch die direkte Arbeitsmarktintegration von Geflüchteten. Knapp 17 Prozent der erwerbsfähigen Flüchtlinge sind momentan bereits in eine Beschäftigung gemündet, jeder dritte von ihnen in Vollzeit (IAB, 2016). Diese auf den ersten Blick überschaubaren Ergebnisse sind allerdings nicht verwunderlich: Aufgrund der langen zeitlichen Dauer für Registrierung, Asylverfahren, Integrations- und Sprachkurse sowie weiteren Qualifizierungsmaßnahmen stehen bislang erst vergleichsweise wenige Geflüchtete dem Arbeitsmarkt zur Verfügung. Daher überrascht es auch nicht, dass aktuell die Mehrzahl der befragten Unternehmen noch über keine konkreten Erfahrungen zur Beschäftigung von Flüchtlingen berichten können (siehe Abbildung 3-1).

Fast ein Viertel aller Unternehmen beschäftigt derzeit Geflüchtete oder hat es in den letzten drei Jahren getan (23,0 Prozent) – sei es im Rahmen eines Praktikums, einer Ausbildung oder einer regulären Beschäftigung. Im Handwerk sind es sogar ein Drittel aller Unternehmen. Am häufigsten beschäftigen Unternehmen Geflüchtete im Rahmen eines Praktikums (17,0 Prozent). Am seltensten befinden sich Geflüchtete in einer betrieblichen Ausbildung (7,2 Prozent). Jedes zehnte Unternehmen beschäftigt

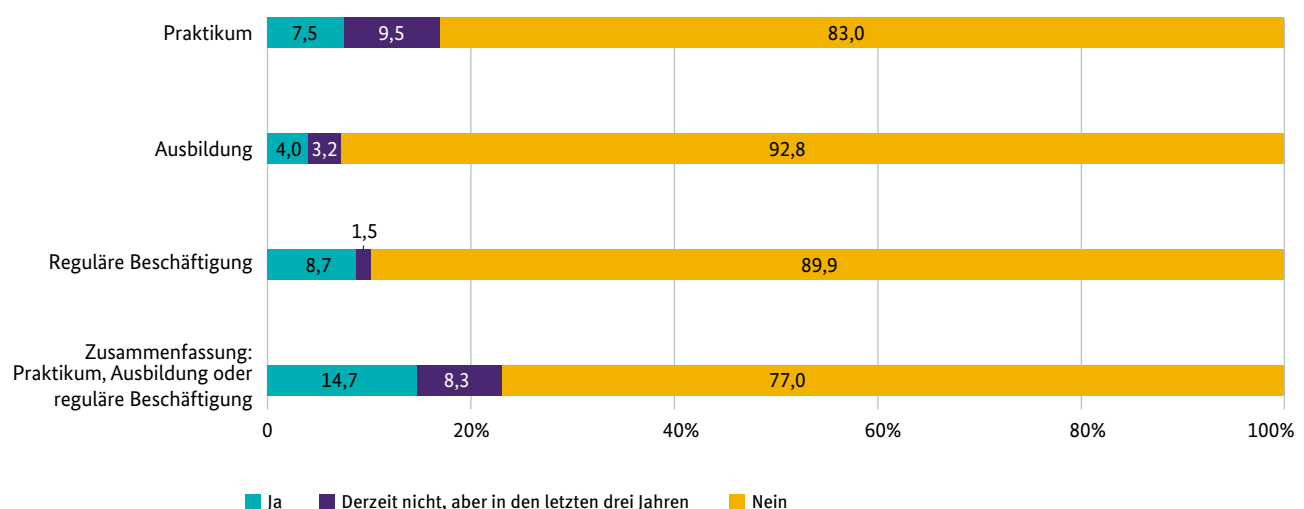
Flüchtlinge im Rahmen einer regulären Beschäftigung (10,2 Prozent). Hierzu zählen auch Helfertätigkeiten.

Nicht verwunderlich ist es, dass Praktika im Vergleich viel häufiger angeboten werden. Zum einen kann es sich hierbei um Orientierungspraktika, beispielsweise begleitend zu den verpflichtenden Integrationskursen, handeln. Zum anderen ist ein Praktikum oft ein erster Schritt in Richtung einer Ausbildung oder Beschäftigung, die jedoch mit Blick auf Sprach- und Berufskennntnisse mehr Vorlauf benötigen. Auch können Praktika das gegenseitige Kennenlernen erleichtern und vorhandene Qualifikationen sichtbar machen. Hinzu kommt, dass gerade das duale Ausbildungsmodell für viele Geflüchtete, die aus Ländern ohne ein formales Berufsbildungssystem kommen, im ersten Schritt erklärungsbedürftig ist und eine passgenaue Berufsorientierung voraussetzt.

Es zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen Unternehmen, die bereits Mitarbeiter mit Migrationshintergrund eingestellt haben, und Unternehmen, die keine Mitarbeiter mit Migrationshintergrund eingestellt haben: So stellen Unternehmen, die Erfahrung mit Mitarbeitern mit Migrationshintergrund haben, fast zehn Mal häufiger Geflüchtete ein als Unternehmen ohne Mitarbeiter mit Migrationshintergrund (42,1 im Vergleich zu 4,5 Prozent). Unternehmen, die bereits Erfahrung mit Vielfalt und kultureller Diversität haben, scheinen demnach offener für

**Abbildung 3-1: Beschäftigung von Flüchtlingen**

Angaben in Prozent der Unternehmen, hochgerechnet



Quelle: IW Consult 2016



die Einstellung von Flüchtlingen zu sein. Dies gilt unabhängig von der Unternehmensgröße (vgl. auch Flake et al., 2017).

Es ist zu beachten, dass noch nicht alle Unternehmen, die bereit sind, sich bei der Arbeitsmarktintegration von Geflüchteten zu engagieren, dies bereits tun. So liegt der Anteil der Unternehmen, die plant, 2017 Geflüchtete einzustellen, bereits bei knapp einem Drittel (32,7 Prozent). Die Diskrepanz zwischen tatsächlichem und geplantem Engagement kann vielfältige Gründe haben: sei es, weil die Kontaktaufnahme zu Geflüchteten erst stattfinden muss, die Beschäftigung von Geflüchteten einen gewissen bürokratischen Vorlauf braucht oder die gewünschten Kandidaten vielleicht noch an einem Sprach- oder Vorbereitungskurs teilnehmen (siehe Abbildung 3-2).

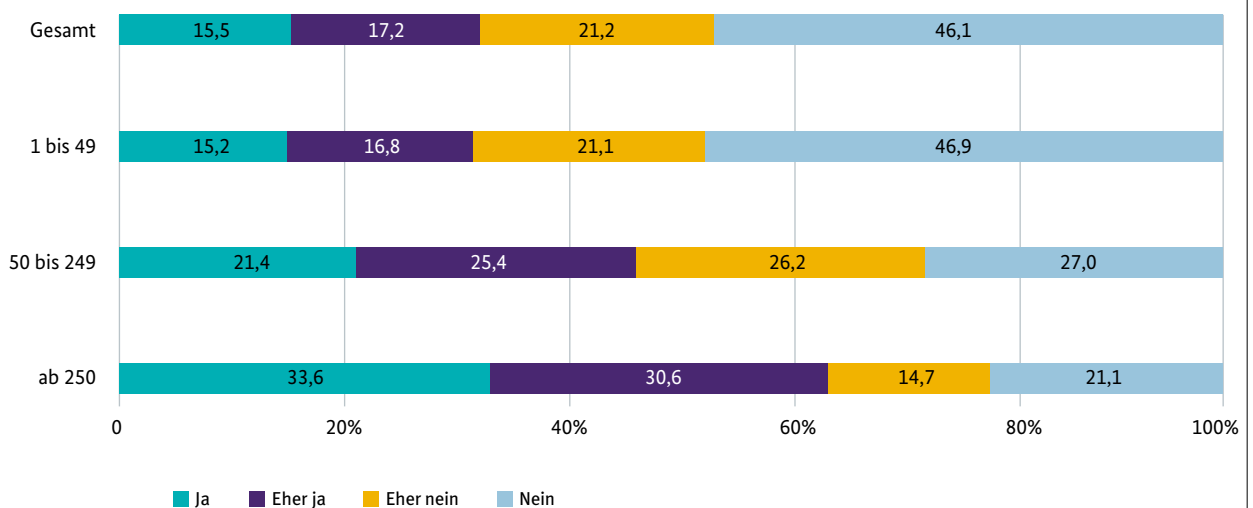
Bei den Einstellungsplänen fällt auf, dass Unternehmen, die bereits Geflüchtete beschäftigen oder beschäftigt haben, mehr als doppelt so häufig planen, weitere Geflüchtete einzustellen, wie Unternehmen, die noch keine Erfahrung mit Geflüchteten haben (65,8 vs. 24,8 Prozent). Ebenso weisen Unternehmen, die bereits Mitarbeiter mit Migrationshintergrund beschäftigen, eine deutlich höhere Bereitschaft zur Arbeitsmarktintegration von Geflüchteten auf (49,4 vs. 18,5 Prozent). Ein Grund hierfür könnte sein, dass Unternehmen positive Erfahrungen mit Geflüchteten gemacht haben. Hinzu kommt der durch

Erfahrungen einfachere Zugang zur Zielgruppe. So ist es beispielsweise möglich, dass Geflüchtete, die bereits gute Erfahrungen in einem Unternehmen gemacht haben, weitere Bekannte anwerben (siehe Abbildung 3-3).

Die Unternehmen wurden befragt, in welcher Beschäftigungs- beziehungsweise Qualifizierungsform sie für Geflüchtete in den nächsten drei Jahren Einsatzmöglichkeiten sehen. Fast sechs von zehn Unternehmen sehen Einsatzmöglichkeiten im Rahmen eines Praktikums (58,8 Prozent). Dies spiegelt auch die derzeitige Beschäftigungspraxis wider. Beschäftigungsmöglichkeiten in Rahmen einer regulären Beschäftigung können sich immer noch mehr als die Hälfte der Unternehmen (52,8 Prozent) vorstellen. Bei einer Ausbildung sehen – ebenso wie bei der derzeitigen Beschäftigung – mit 41,8 Prozent der befragten Unternehmen relativ gesehen die wenigsten Unternehmen Einsatzmöglichkeiten für Geflüchtete. Aber auch hier zeigt sich, dass Unternehmen, die bereits in Kontakt mit Geflüchteten sind, die Situation weitaus optimistischer einschätzen: So sehen zwei Drittel dieser Unternehmen Perspektiven für Flüchtlinge im Rahmen einer Ausbildung (66,1 Prozent), im Vergleich zu einem Drittel der Unternehmen ohne Erfahrung (35,4 Prozent). Gerade weil die Integration von Geflüchteten in Unternehmen einen gewissen Vorlauf benötigt und bei Unternehmen somit einen langen Atem voraussetzt, sollten betriebliche Integrationsmaßnahmen so frühzeitig wie möglich ansetzen.

**Abbildung 3-2: Einstellungspläne für 2017**

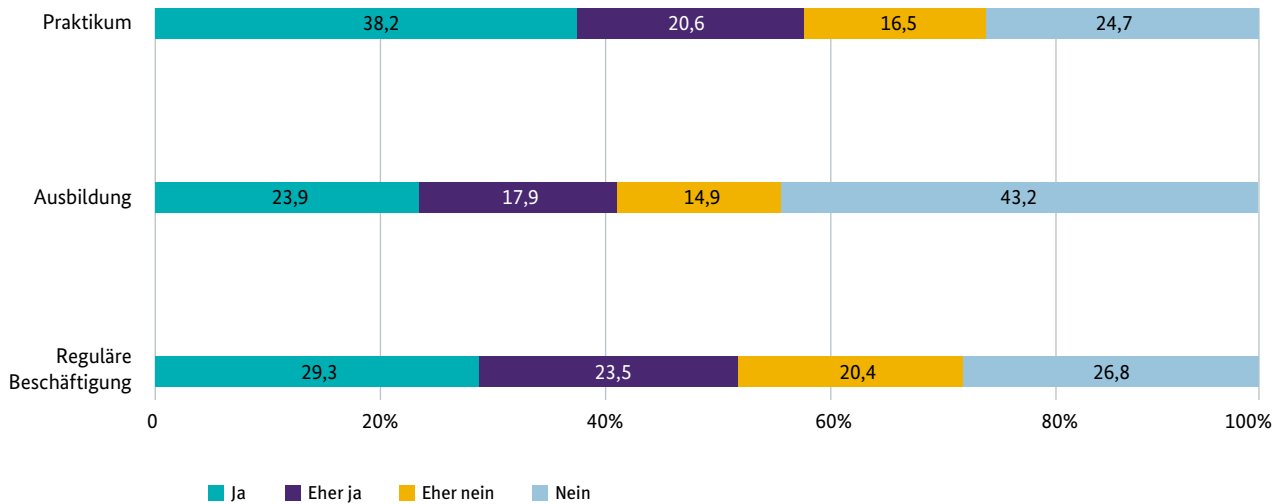
Angaben in Prozent der Unternehmen, hochgerechnet



Quelle: IW Consult 2016

**Abbildung 3-3: Einsatzmöglichkeiten für Flüchtlinge**

Angaben in Prozent der Unternehmen, hochgerechnet



Quelle: IW Consult 2016

### 3.2 Erfahrungen mit der Beschäftigung von Flüchtlingen

Unternehmen, die bereits Flüchtlinge beschäftigen oder beschäftigt haben, wurden zu ihren Erfahrungen befragt. Viele Unternehmen berichten von positiven Erfahrungen, die sie mit der Arbeitsmarktintegration von Geflüchteten gemacht haben (siehe Abbildung 3-4). So sehen gut neun von zehn Unternehmen in der Beschäftigung von Geflüchteten und damit in der gewachsenen Vielfalt im Team eine Bereicherung (93,7 Prozent). Auch durch ihre Einsatzbereitschaft und Motivation (88,6 Prozent) sowie ihren Lerneifer (89,8 Prozent) haben Geflüchtete die Unternehmen überzeugt. Gut acht von zehn Unternehmen geben darüber hinaus an, dass sich die Qualifizierung von Flüchtlingen für sie lohnt (83,3 Prozent). Drei Viertel der Unternehmen haben die Erfahrung gemacht, dass Flüchtlinge schon nach kurzer Zeit im Unternehmen integriert sind (73,5 Prozent).

Auch wenn die Beschäftigung von Geflüchteten grundsätzlich als Bereicherung empfunden wird, haben Unternehmen dabei nur selten neue Arbeitsmethoden kennengelernt. Nur knapp jedes zehnte Unternehmen hebt diesen Aspekt positiv hervor (9,1 Prozent). Zwei Drittel (66,4 Prozent) der Unternehmen stimmen der Aussage zu, dass der Betreuungsaufwand hoch ist, wobei diesen Aufwand Unternehmen ab 250 Mitarbeiter deutlich häufiger

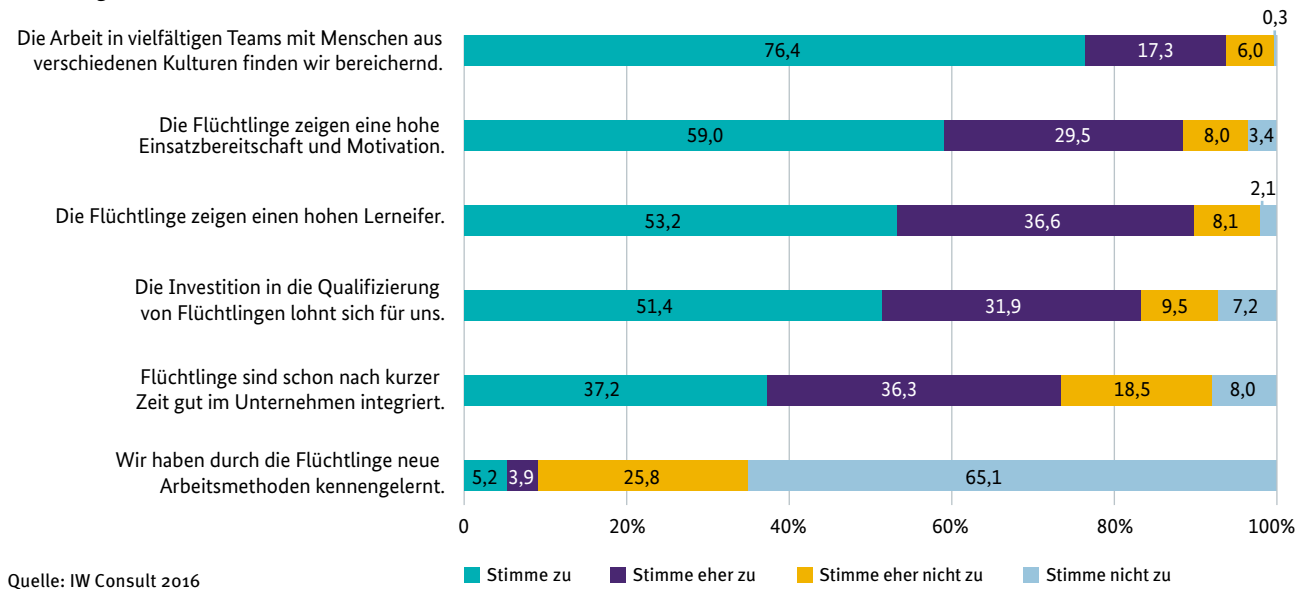
sehen (81,4 zu 66,2 Prozent). KMU scheinen Flüchtlinge mit geringerem Aufwand integrieren zu können, was an den teilweise flacheren Strukturen liegen kann. Auch berichten Unternehmen unter 250 Mitarbeiter von weniger Vorbehalten in der Belegschaft (12,3 zu 20,5 Prozent).

Neben den vielen positiven Aspekten werden durch die Erfahrungen der Unternehmen mit der Beschäftigung von Geflüchteten jedoch auch Herausforderungen der Integration deutlich (siehe Abbildung 3-5). An erster Stelle stehen hierbei mangelnde schriftliche (89,7 Prozent) und mündliche (85,3 Prozent) Sprachkenntnisse. Darüber hinaus sagen drei von vier Unternehmen, dass die Flüchtlinge sich zunächst an die deutsche Arbeitsmentalität gewöhnen mussten (73,6 Prozent). Tugenden wie Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit spielen hier eine Rolle, aber auch der betriebliche Umgangston. Zwei von drei Unternehmen bewerten den Aufwand zur Betreuung von Geflüchteten als hoch (66,4 Prozent).

Mehr als die Hälfte der Unternehmen, die Flüchtlinge beschäftigen, geben zudem an, dass Flüchtlinge vorwiegend Helfertätigkeiten ausüben (56,6 Prozent) und (noch) nicht als Fachkräfte eingesetzt werden. Dies könnte neben fehlenden beruflichen Kompetenzen zum Teil auch daran liegen, dass Geflüchtete mit Berufserfahrung häufig keine entsprechenden Zertifikate oder Arbeitsnachweise vorlegen können. Kein großes Problem stellen laut

**Abbildung 3-4: Positive Erfahrungen mit der Beschäftigung von Flüchtlingen**

Angaben in Prozent der Unternehmen, hochgerechnet. Basis: Alle Unternehmen, die in den letzten drei Jahren Flüchtlinge beschäftigt haben

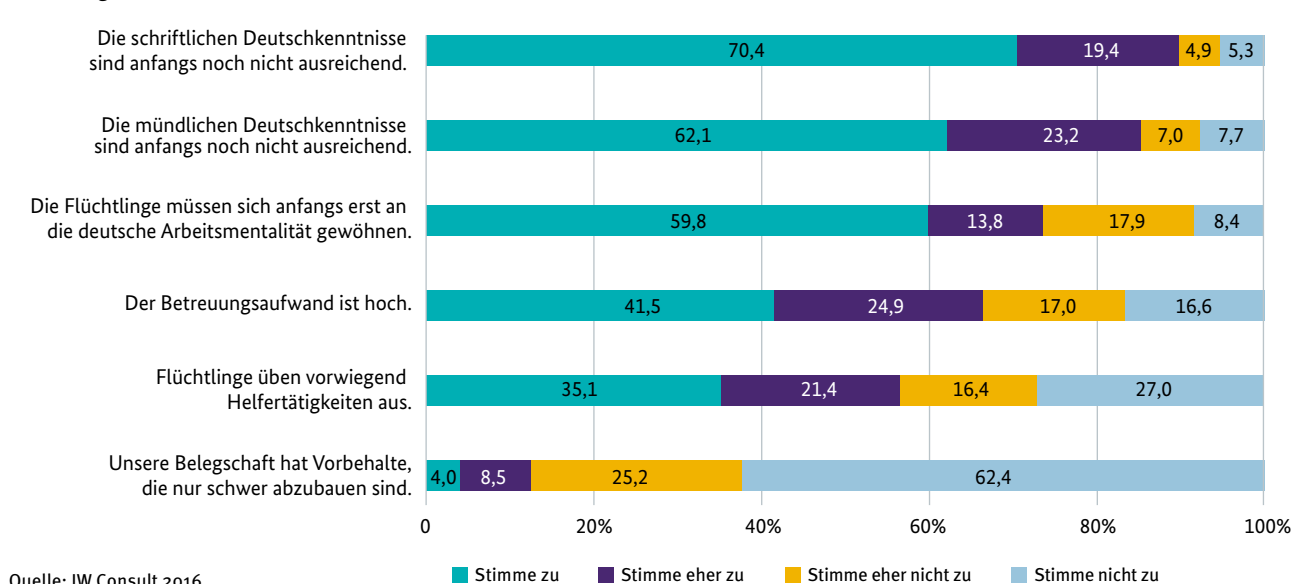


der Befragung nur schwer abbaubare Vorbehalte der Belegschaft gegenüber Flüchtlingen dar. Nur jedes achte Unternehmen (12,5 Prozent) hat hier negative Erfahrungen gemacht.

Insgesamt zeigt sich, dass die wenigsten Unternehmen von ausschließlich positiven oder von ausschließlich negativen Erfahrungen berichten. Und selbst negative Erfahrungen haben keinen signifikant negativen Einfluss

**Abbildung 3-5: Herausforderungen bei der Beschäftigung von Flüchtlingen**

Angaben in Prozent der Unternehmen, hochgerechnet. Basis: Alle Unternehmen, die in den letzten drei Jahren Flüchtlinge beschäftigt haben



auf die Einstellungsbereitschaft von Unternehmen für die Zukunft (siehe auch Flake et al., 2017).

### 3.3 Hemmnisse bei der Einstellung und Beschäftigung von Flüchtlingen

Den Teilnehmern der Befragung wurden mögliche Hemmnisse für die Einstellung und Beschäftigung von Flüchtlingen genannt. Sie wurden gefragt, inwiefern die Aspekte aus ihrer Sicht Hemmnisse darstellen.

Wie bereits die Erfahrungswerte der Unternehmen zeigen, sieht der Großteil der Befragten die mangelnden Deutschkenntnisse als Hemmnis (85,9 Prozent). Fehlende berufliche Fachkenntnisse (65,3 Prozent), mangelnde Transparenz im Ausland erworbener Qualifikationen (63,6 Prozent) und den hohen bürokratischen Aufwand (62,5 Prozent) sehen mindestens sechs von zehn Betrieben als Hürde (siehe Abbildung 3-6). Diese Ergebnisse stimmen in weiten Teilen mit denen des Integrationsmonitors überein (vgl. Geis/Placke/Plünnecke, 2016).

Bürokratische Hürden werden ab einer Unternehmensgröße von 250 Mitarbeitern problematischer gesehen. Sieben von zehn Unternehmen mit über 250 Mitarbeitern gaben dies als Hemmnis an. Bei den Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitern waren dies 62,2 Prozent. Dies mag daran liegen, dass große Unternehmen über mehr standardisierte Prozesse verfügen, die den Besonderheiten bei der Beschäftigung von Flüchtlingen nicht immer vollständig gerecht werden. KMU können hier gegebenenfalls flexibler agieren. Zudem gibt es besondere Förderprogramme, wie beispielsweise die Willkommenslotsen, die sich explizit auf die Unterstützung von KMU konzentrieren und ihnen auch einen Teil des bürokratischen Aufwands abnehmen.

Der hohe Betreuungsaufwand (57,4 Prozent) und fehlende Informationen über die Bedarfe der Zielgruppe (57 Prozent) werden ebenfalls oft als Einstellhemmnis betrachtet. Knapp die Hälfte der Unternehmen (48,3 Prozent) schreckt die fehlende Rechtssicherheit ab. Zudem sehen viele Betriebe die Passgenauigkeit von öffentlichen Fördermaßnahmen kritisch (44,5 Prozent). Dies trifft vor allem auf kleine Unternehmen zu, denn bei einer Betriebsgröße von 50 bis 249 Mitarbeitern liegt dieser Wert niedriger bei 40,8 Prozent und bei Unternehmen ab 250 Mitarbeitern liegt der Wert nochmals niedriger bei einem Drittel (33,7 Prozent).

Betriebe, die in den letzten drei Jahren Geflüchtete beschäftigt haben, beschreiben ein anderes Bild über die hemmenden Faktoren für die Beschäftigung von Flüchtlingen. So sehen sie bürokratische Hürden als stärkeres Hemmnis als Unternehmen ohne Erfahrung (70,3 Prozent zu 60,4 Prozent). Dies kann daran liegen, dass einige bürokratische Herausforderungen erst im Integrationsprozess auftreten, die vorher gar nicht vermutet wurden. Es ist aber auch möglich, dass bei einigen der Befragten der Einstellungsprozess schon eine Weile zurückliegt. In den vergangenen zwei Jahren wurde der Arbeitsmarktzugang von Asylbewerbern und Geduldeten erleichtert (z. B. kürzere Wartezeiten, Wegfall der Zustimmung der Arbeitsagentur bei Ausbildung, teilweise Aussetzen der Vorrangprüfung).

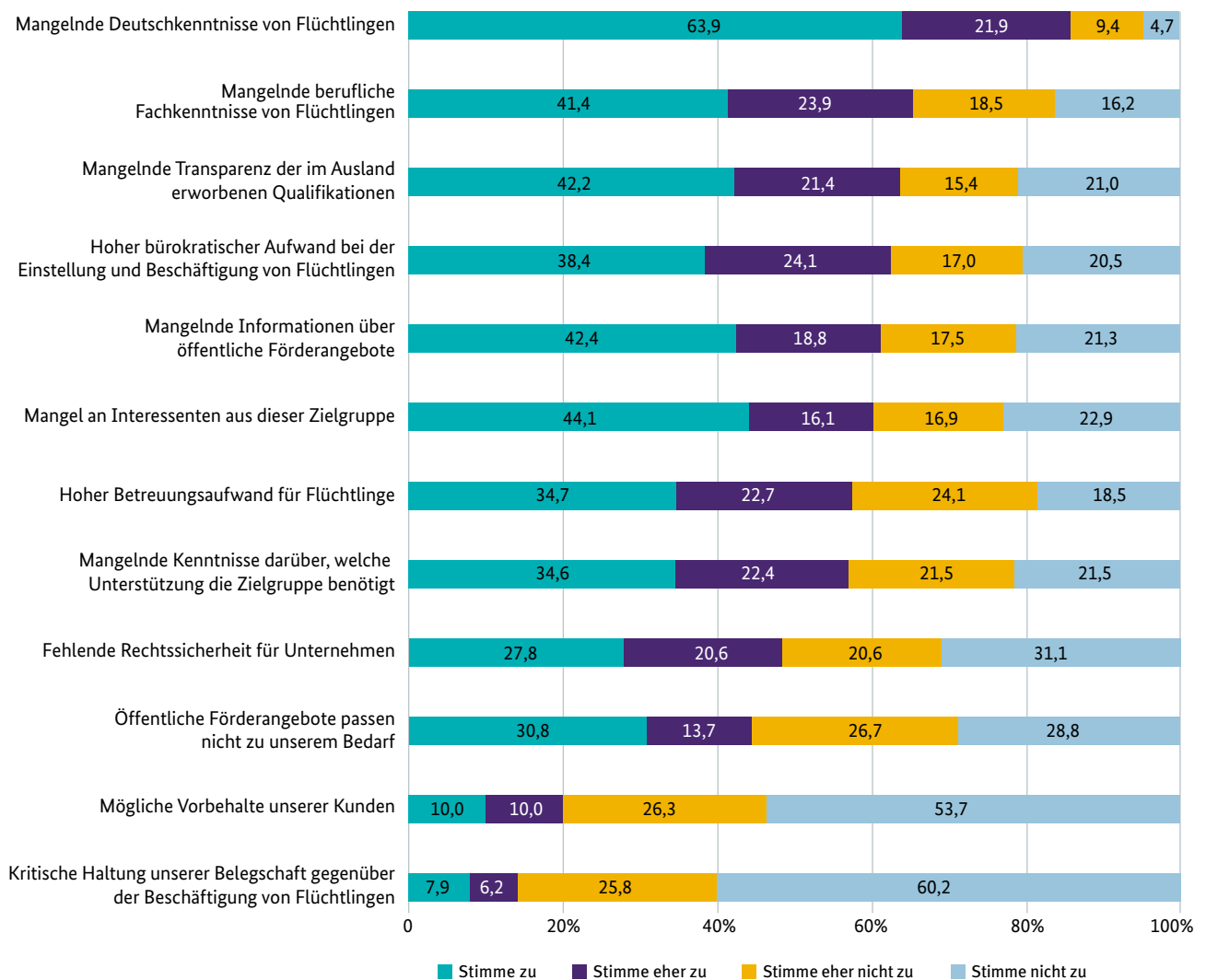
Es zeigt sich außerdem, dass mangelnde Informationen über öffentliche Förderangebote (68,3 Prozent zu 58,4 Prozent), ein erhöhter Betreuungsaufwand (65,1 Prozent zu 56,8 Prozent) sowie mangelnde Kenntnisse darüber, welche Unterstützungsangebote die Zielgruppe braucht (60,8 Prozent zu 54,6 Prozent), häufiger von Unternehmen mit Erfahrung als Hemmnis gesehen werden. Dies lässt vermuten, dass die Arbeitsmarktintegration von Flüchtlingen in der Tat mit besonderen Herausforderungen bei der konkreten Qualifizierung und Tätigkeit im Betrieb verbunden ist und Unternehmen für eine gelingende Integration auf öffentliche Unterstützungsangebote angewiesen sind.

Ferner nennen Handwerksbetriebe häufiger mangelnde Kenntnisse darüber, welche Unterstützungsangebote die Zielgruppe benötigt (73,2 Prozent zu 50,1 Prozent), sowie fehlende Informationen über vorhandene öffentliche Förderprogramme (66,7 zu 58,7 Prozent) als Nicht-Handwerks-Unternehmen. Zudem bewerten Handwerksunternehmen mangelnde berufliche Fachkenntnisse von Flüchtlingen als größeres Hemmnis als Nicht-Handwerks-Unternehmen. Grund hierfür kann sein, dass Handwerksunternehmen häufiger konkrete Erwartungen an die Qualifikation der Geflüchteten im Hinblick auf eine schnelle Verwertbarkeit im Arbeitsprozess haben.

Vorbehalte durch die Kundschaft (20,0 Prozent) sieht nur ein geringerer Teil der befragten Unternehmen als Hemmnis für die Arbeitsmarktintegration. Allerdings gibt jedes vierte Unternehmen, das im Jahr 2017 nicht plant Geflüchtete einzustellen, an, dass mögliche Vorbehalte der Kundschaft die Beschäftigungsbereitschaft hemmen. Auch unterscheiden sich die befürchteten Vorbehalte durch Kunden zwischen Dienstleistungsunternehmen (23,1 Prozent) und Industrie- und Bauunternehmen (9,4 Prozent) enorm. Dies mag durch den oftmals deutlich intensiveren Kun-

**Abbildung 3-6: Hemmnisse bei der Beschäftigung von Flüchtlingen**

Angaben in Prozent der Unternehmen, hochgerechnet; Basis: Alle Unternehmen



Quelle: IW Consult 2016

denkontakt in dienstleistenden Unternehmen begründet sein. Inwiefern diese Erwartungen der Unternehmen auf konkrete Kundenäußerungen zurückgehen, kann die vorliegende Befragung allerdings nicht klären. Erfahrungen zeigen, dass solche Vorbehalte im konkreten Kundenkontakt häufig schnell abgebaut werden können.

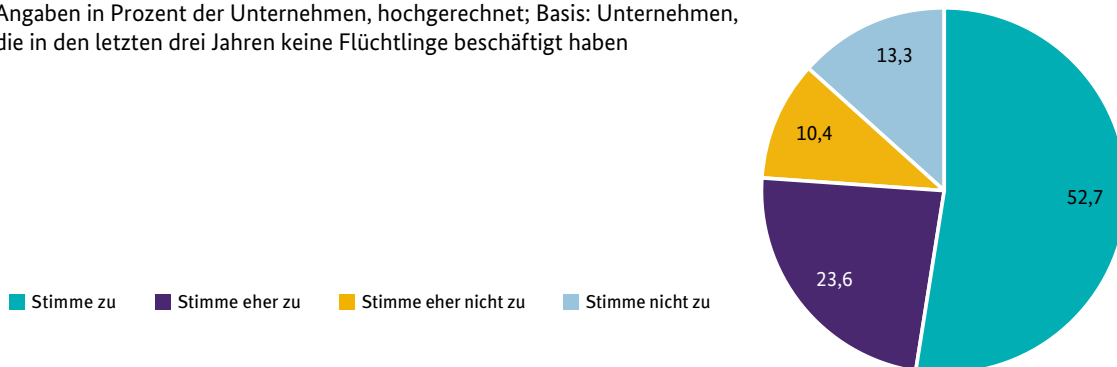
Wenige Unternehmen vermuten eine mögliche kritische Haltung der Belegschaft als Hindernis (14,1 Prozent). Unter den Unternehmen, die der Branche Industrie und Bau zugeordnet werden, sieht ein Fünftel eine kritische Haltung der Belegschaft als problematisch an (20,6 Prozent).

### 3.4 Anreize für die Einstellung von Flüchtlingen

Unternehmen, die in den vergangenen Jahren noch keine Geflüchteten beschäftigt haben, wurden nach möglichen Anreizen gefragt, die ihre Einstellungsbereitschaft erhöhen würden. Insgesamt haben gut drei Viertel angegeben, dass passende Unterstützungsangebote ihre Bereitschaft zur Beschäftigung von Flüchtlingen erhöhen können (76,3 Prozent, siehe Abbildung 3-7). Lediglich knapp jedes vierte Unternehmen würde auch mit den passenden Unterstützungsangeboten eher keine Flüchtlinge

**Abbildung 3-7: Einfluss der Angebote auf die Einstellungsbereitschaft**

Angaben in Prozent der Unternehmen, hochgerechnet; Basis: Unternehmen, die in den letzten drei Jahren keine Flüchtlinge beschäftigt haben



Quelle: IW Consult 2016

einstellen (23,7 Prozent). Diese Zahlen sind über alle Unternehmensgrößen hinweg relativ stabil. Unter den Handwerksbetrieben können sich allerdings 85 Prozent (im Vergleich: 73,2 Prozent der Nicht-Handwerksbetriebe) eher vorstellen, Flüchtlinge zu beschäftigen, sofern es passende Unterstützungsangebote gibt.

Es verwundert nicht, dass diejenigen Unternehmen, die eine generelle Beschäftigungsperspektive für Flüchtlinge sehen, ihre Bereitschaft mithilfe passender Unterstützungsangebote noch gesteigert sehen (84,7 Prozent). Dies trifft hingegen nur auf sechs von zehn Unternehmen ohne Beschäftigungsmöglichkeiten für Geflüchtete zu (60,4 Prozent).

Auf die Frage, inwieweit verschiedene externe Unterstützungsangebote einen Anreiz für das Unternehmen darstellen, um zukünftig Flüchtlinge einzustellen, haben die Befragten am häufigsten eine berufsbezogene Sprachförderung genannt, die parallel zur betrieblichen Praxis erfolgt (85,1 Prozent, siehe Abbildung 3-8).

Insbesondere Unternehmen, die eine generelle Perspektive für die Beschäftigung von Flüchtlingen sehen, bewerten eine berufsbezogene Sprachförderung als wichtigsten Anreiz für die Einstellung (91,9 Prozent). Für diejenigen Unternehmen, die keinerlei Beschäftigungsperspektiven für Geflüchtete sehen, sind wenig überraschend alle der genannten Anreize weniger ansprechend. So sehen beispielsweise nur sieben von zehn Unternehmen (73,5 Prozent) in berufsbezogener Sprachförderung einen Beschäftigungsanreiz.

Gut acht von zehn Unternehmen (84,3 Prozent) wünschen sich einen festen Ansprechpartner, der benötigte Infor-

mationen bereitstellt. Diesen Anreiz sehen kleine wie große Unternehmen gleichermaßen (siehe auch Flake et al., 2017). Als Anreiz sehen Unternehmen außerdem Lohnkostenzuschüsse (74,8 Prozent), mit denen eine geringere Produktivität zumindest zu Beginn einer Tätigkeit kompensiert werden könnte. Bedeutung für eine betriebliche Qualifizierung haben die fachliche Nachhilfe für Flüchtlinge (72,8 Prozent) und eine sozialpädagogische Betreuung (71,4 Prozent), die jeweils gut sieben von zehn Unternehmen für förderlich erachten. Häufig wünschen sich die Befragten zudem einen externen Partner, der in der Berufsvorbereitung unterstützt (65,7 Prozent), oder einen Partner, der die Vorauswahl und vorbereitende Qualifizierung übernimmt (64,2 Prozent).

Etwa die Hälfte der Unternehmen findet eine Mentorenausbildung für zuständige Mitarbeiter hilfreich im Hinblick auf die eigene Einstellungsbereitschaft (51,3 Prozent), wobei es hier deutliche Unterschiede hinsichtlich der Unternehmensgröße und Branche gibt. Während 64,5 Prozent der Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern Mentorenprogramme als Beschäftigungsanreiz sehen, ist es bei Unternehmen unter 50 Mitarbeitern gerade einmal gut jedes zweite Unternehmen (51,3 Prozent). Dies mag daran liegen, dass große Unternehmen deutlich besser einzelne Mitarbeiter für eine solche Weiterbildung und Funktion abstellen können, ohne dass der Betriebsablauf nachteilig beeinflusst wird. Auch bewerten Dienstleistungsunternehmen Mentorenprogramme häufiger als motivierend im Vergleich zu Industrie- und Bauunternehmen (53,5 zu 43,7 Prozent). Lediglich gut vier von zehn Unternehmen sehen durch ein interkulturelles Training für die Belegschaft ihre Einstellungsbereitschaft von Flüchtlingen gesteigert (42,7 Prozent), wobei mit 47,3 Prozent knapp die Hälfte der Unternehmen, die bereits Er-

fahrung mit Migranten haben, interkulturelles Training als Beschäftigungsanreiz sieht.

Generell bewerten große Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern externe Unterstützungsangebote eher als Anreiz für ihr Unternehmen Flüchtlinge einzustellen als kleinere Unternehmen. Unterschiede zeigen sich insbesondere in der Bewertung der Berufsvorbereitung (74,8 zu 69,1 Prozent der Unternehmen zwischen 50 und 249 Mitarbeitern bzw. 65,6 Prozent der Unternehmen unter 50 Mitarbeitern) und der Mentorenprogramme für Mitarbeiter, die Flüchtlinge betreuen (64,5 zu 50,0 bzw. 51,3 Prozent). Auch Unternehmen, die bereits Erfahrung mit Mitarbeitern mit Migrationshintergrund haben, bewerten die Unterstützungsangebote generell positiver. Insbesondere sehen sie einen externen Partner, der die Vorauswahl und vorbereitende Qualifizierung der Flüchtlinge übernimmt (67,9 zu 60,5 Prozent), sowie die Weiterbildung der Beleg-

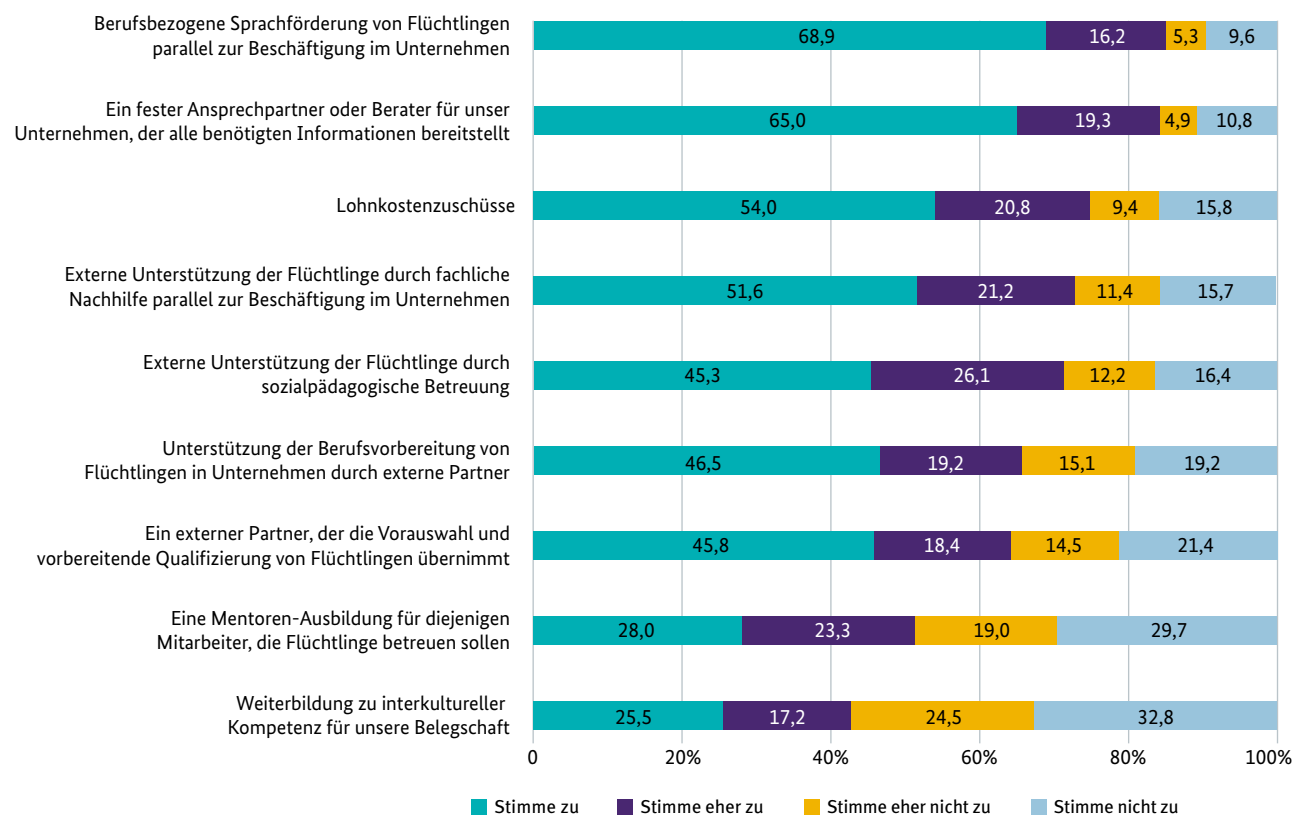
schaft zur interkulturellen Kompetenz (47,3 zu 40,2 Prozent) als größeren Beschäftigungsanreiz, während eine externe sozialpädagogische Begleitung sie weniger motiviert.

Handwerksunternehmen stehen den genannten Unterstützungsmaßnahmen ebenfalls grundsätzlich positiver gegenüber. So sehen sie alle Unterstützungsmaßnahmen eher als Beschäftigungsanreiz als Nicht-Handwerksunternehmen mit Ausnahme von fachlicher Nachhilfe (71,7 zu 73,1 Prozent) und einer Mentoren-Ausbildung (46,7 zu 52,6 Prozent).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Unternehmen sich externe Unterstützungsangebote bei der Beschäftigung von Flüchtlingen wünschen und diese einen Beschäftigungsanreiz für sie darstellen.

**Abbildung 3-8: Anreize für die Einstellung von Flüchtlingen**

Angaben in Prozent der Unternehmen, hochgerechnet; Basis: Alle Unternehmen, die in den letzten drei Jahren keine Flüchtlinge beschäftigt haben



## 4 Programme und Maßnahmen zur Unterstützung von Unternehmen

### 4.1 Bekanntheit externer Unterstützungsangebote

In Deutschland gibt es zahlreiche Angebote, die Unternehmen bei der Integration von Geflüchteten unterstützen. Die Unternehmen wurden gefragt, inwiefern ihnen die zentralen Programme bekannt sind. Mit fast sechs von zehn Unternehmen (59,2 Prozent) hat ehrenamtliches Engagement zur Unterstützung von Flüchtlingen den höchsten Bekanntheitsgrad (siehe Abbildung 4-1). Gut die Hälfte der Unternehmen kennt die Unterstützungsangebote des Arbeitgeberservice der Arbeitsagenturen sowie die der Jobcenter (53,8 Prozent) zur Integration von Geflüchteten. Auch der Eingliederungszuschuss, der von Arbeitsagenturen oder Jobcentern gezahlt wird, wenn eine längere Einarbeitungszeit als üblich zu erwarten ist, ist knapp der Hälfte bekannt (47,9 Prozent). Hingegen kennen lediglich etwa vier von zehn Unternehmen Angebote zur berufsbezogenen Deutschförderung – und das obwohl in mangelnden Deutschkenntnissen das größte Hemmnis zur Beschäftigung von Geflüchteten gesehen wird. Drei von zehn Betrieben sind ausbildungsbegleitende Hilfen (abH), die Einstiegsqualifizierung (EQ) und die Berufsorientierung für Flüchtlinge (BOF) bekannt. Ein Fünftel aller Unternehmen kennt die Beratungsangebote durch Willkommenslotsen, Kümmerer oder anderer regionaler Programme zur beratenden Unterstützung von Unternehmen und/oder Geflüchteten (21,8 Prozent). Wieder ein Fünftel ist mit Netzwerken wie dem „NETZWERK Unternehmen integrieren Flüchtlinge“ oder „Wir zusammen“ vertraut. Lediglich ein geringer Anteil der befragten

Unternehmensvertreter ist mit den Angeboten „WeGebAU“ (14,5 Prozent), „Perspektiven für [junge] Flüchtlinge“ (12,2 Prozent) sowie der Assistierten Ausbildung (AsA) vertraut (9,9 Prozent).

Die Bekanntheit der Unterstützungsmaßnahmen nimmt mit der Unternehmensgröße zu. Qualifizierungsmaßnahmen wie die Einstiegsqualifizierung (64,2 Prozent zu 29,1 Prozent), die Assistierte Ausbildung (25,8 Prozent zu 9,5 Prozent) oder ausbildungsbegleitenden Hilfen (56,6 Prozent zu 30,5 Prozent) kennen Unternehmen mit über 250 Mitarbeitern ungefähr doppelt so häufig wie Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitern. Auch die Förderprogramme WeGebAU (37,9 zu 13,9 Prozent) für die Weiterbildung von Arbeitnehmern, „Perspektiven für Flüchtlinge“ und „Perspektiven für junge Flüchtlinge“ (25,1 Prozent zu 11,9 Prozent) sind deutlich mehr Großunternehmen bekannt. Demnach besteht insbesondere Informationsbedarf für KMU.

Keine nennenswerten Unterschiede hinsichtlich der Bekanntheit externer Unterstützungsangebote gibt es hinsichtlich der Branche und der Unterscheidung, ob es sich um einen Handwerksbetrieb handelt oder nicht.

Nicht überraschend zeigt sich, dass Unternehmen, die bereits Flüchtlinge beschäftigen bzw. dies in den letzten drei Jahren getan haben, die externen Unterstützungsmaßnahmen auch deutlich häufiger kennen – unabhängig von der Unternehmensgröße. Dabei hat die Erfahrung von Mitarbeitern mit Migrationshintergrund nur geringen

### Den Einstieg qualifizieren

*„Wir haben durch das Programm die positive Aussicht, dass wir im nächsten Jahr drei Auszubildende einstellen können.“ Lene Siemer, Bäckerei „Backstube“ in Bremen*

Die Einstiegsqualifizierung (EQ) im Überblick:

- Vermittlung von Grundlagen für den Erwerb beruflicher Handlungsfähigkeit
- i. d. Regel: 70 Prozent der Zeit im Unternehmen
- beinhaltet ein betriebliches Langzeitpraktikum von sechs bis zwölf Monaten
- monatlich 231 Euro Vergütung und Beitrag zur Sozialversicherung in Höhe von 116 Euro durch Agentur für Arbeit



Nähere Informationen unter: [www.kofa.de/fluechtlinge](http://www.kofa.de/fluechtlinge)



## Was macht ein Willkommenslotse?

Willkommenslotsen sind zentrale Ansprechpartner bei allen Fragen rund um die Besetzung von Praktika-, Ausbildungs-, und Arbeitsplätzen mit Geflüchteten. Sie unterstützen kleine und mittlere Unternehmen vor Ort. Zu den Angeboten gehören Matching, Vor-Ort-Beratung zu rechtlichen Fragen, Verwaltungsaufwand sowie regionale und nationale Unterstützungsangebote.

Nähere Informationen zur Tätigkeit der Willkommenslotsen und wie Sie mit Ihnen in Kontakt kommen können, finden Sie auf [www.kofa.de/fluechtlinge](http://www.kofa.de/fluechtlinge).



Einfluss auf die Kenntnisse der Unterstützungsangebote. Allerdings kennen mit 27,9 Prozent deutlich mehr Unternehmen mit Migrationserfahrung Unterstützungsangebote wie Willkommenslotsen, Integrationslotsen oder Kümmerer als Unternehmen ohne diese Erfahrung (15,6 Prozent). Auch den Eingliederungszuschuss von Arbeitsagenturen und Jobcentern bei der Einstellung von Flüchtlingen kennen deutlich mehr Unternehmen mit Migrationserfahrung (54,4 Prozent zu 40,8 Prozent).

Während ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Bekanntheit von Programmen und der tatsächlichen Beschäftigung von Geflüchteten besteht, lässt sich kein signifikanter Zusammenhang zwischen der Bekanntheit von Programmen und der geplanten Beschäftigung von Flüchtlingen beobachten. Dies lässt darauf schließen, dass Unternehmen sich in dem Moment, in dem sie sich entschließen, einen Geflüchteten zu beschäftigen, über Unterstützungsmaßnahmen informieren, nicht jedoch schon im Vorfeld (siehe auch Flake et al., 2017).

## 4.2 Nutzung externer Unterstützungsangebote

Diejenigen Unternehmen, die in den letzten drei Jahren Geflüchtete beschäftigt haben, wurden außerdem gefragt, ob sie die Unterstützungsangebote entsprechend nutzen. Hierbei fällt auf, dass viele der Unterstützungsangebote den Unternehmen nicht bekannt sind (siehe Abbildung 4-2).

Knapp 40 Prozent (39,1 Prozent) der Unternehmen nutzen die Angebote der Arbeitsagenturen und Jobcenter. Sie

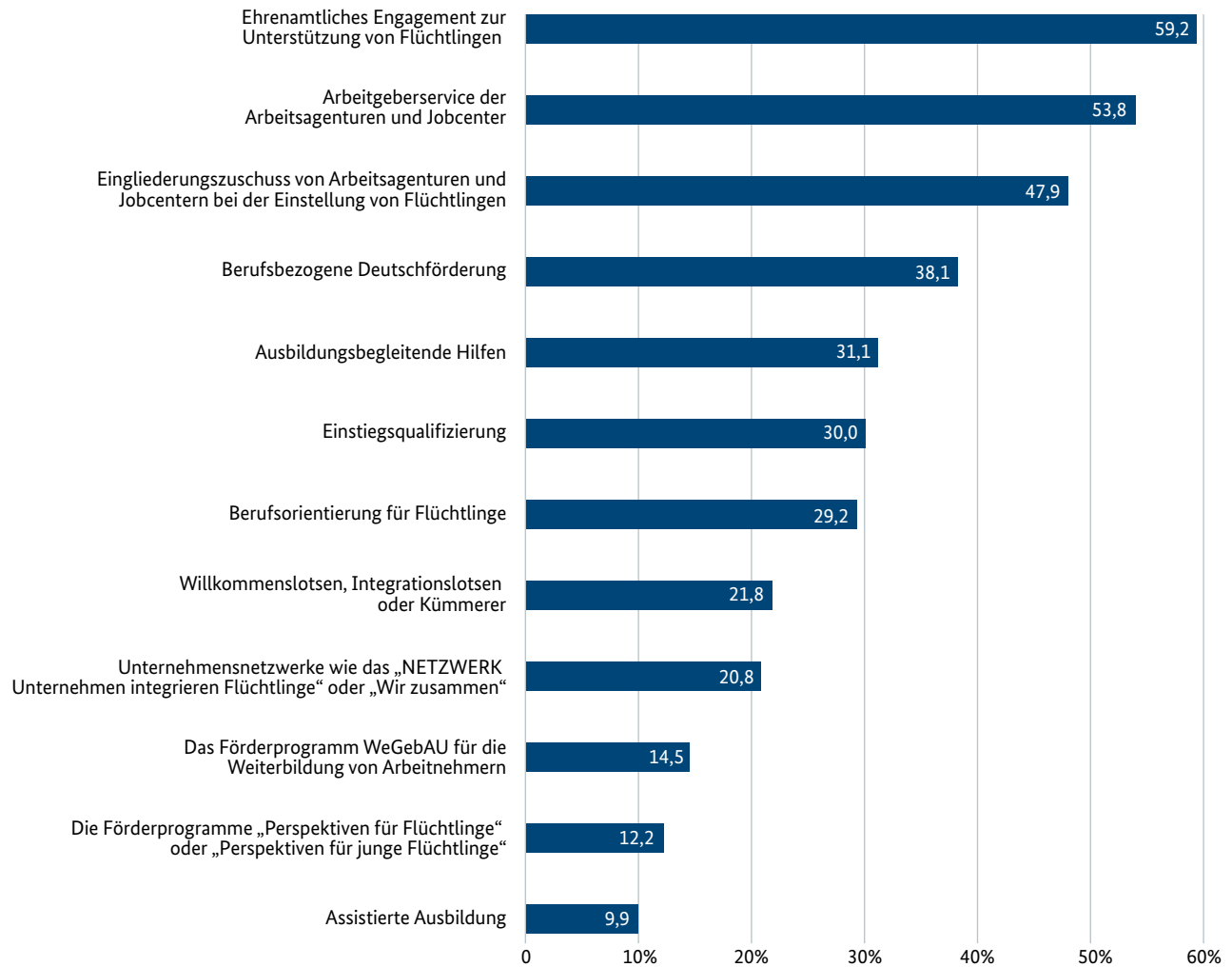
sind somit das meistgenutzte Unterstützungsangebot. 27,6 Prozent der Unternehmen nutzen diese Angebote nicht und mit 33,3 Prozent sind jedem dritten befragten Unternehmen die Angebote des Arbeitgeberservice und der Jobcenter nicht bekannt.

Allerdings lassen sich bei der Nutzung dieser Angebote, wie generell bei der Nutzung von Unterstützungsangeboten, große Unterschiede hinsichtlich der Unternehmensgröße feststellen. Während nur 38,6 Prozent der Unternehmen mit unter 250 Mitarbeitern Angebote des Arbeitgeberservice der Arbeitsagenturen und der Jobcenter nutzen, sind es mit 64,8 Prozent knapp zwei Drittel aller befragten Unternehmen ab 250 Mitarbeitern. Ehrenamtliches Engagement nutzen knapp ein Drittel (32,5 Prozent) aller Unternehmen. Fast so viele nutzen diese Angebote nicht (31,9 Prozent). Etwas mehr (35,6 Prozent) kennen die Angebote nicht.

Obwohl mangelnde Deutschkenntnisse von Flüchtlingen als größtes Hemmnis für die Beschäftigung angegeben werden (siehe Abbildung 3-6), nutzen lediglich 26,2 Prozent aller befragten Unternehmen die berufsbezogene Deutschförderung. Bei den Handwerksunternehmen liegt die Nutzung mit 38,6 Prozent der Unternehmen deutlich höher. Dies könnte auch daran liegen, dass es speziell auf das Handwerk zugeschnittene Integrationsprogramme mit integrierter Sprachförderung gibt. Die insgesamt nur schwach ausgeprägte Nutzung von berufsbezogener Deutschförderung durch Unternehmen dürfte zum einen an nach wie vor vorhandenen Versorgungsengpässen liegen –, wobei es insgesamt schwer zu organisieren ist, individuelle Förderwünsche in den Regionen in einem pas-

**Abbildung 4-1: Bekanntheitsgrad externer Unterstützungsangebote**

Angaben in Prozent der Unternehmen, hochgerechnet; Basis: Alle Unternehmen



Quelle: IW Consult 2016

senden Sprachkursangebot zusammenzufassen. Zum anderen wurde die berufsbezogene Deutschförderung erst im vergangenen Jahr deutlich ausgeweitet und damit zumindest theoretisch flächendeckend für Unternehmen verfügbar. Ein weiteres Problem bei der Sprachförderung ist, dass für viele Unternehmen die Sprachzertifikate in ihrer Qualität weder nachvollziehbar noch befriedigend ausgestaltet sind. Dieser Aspekt wurde in der vorliegenden Befragung jedoch nicht erhoben.

Auch wenn aufgrund der geringen Fallzahl der befragten Unternehmen die Aussage nur als bedingt valide bezeich-

net werden kann, so lässt sich mit 99,3 Prozent der befragten Unternehmen, die das Unterstützungsangebot einer berufsbezogenen Deutschförderung als hilfreich erachten, eine sehr große Zufriedenheit mit der Maßnahme feststellen.

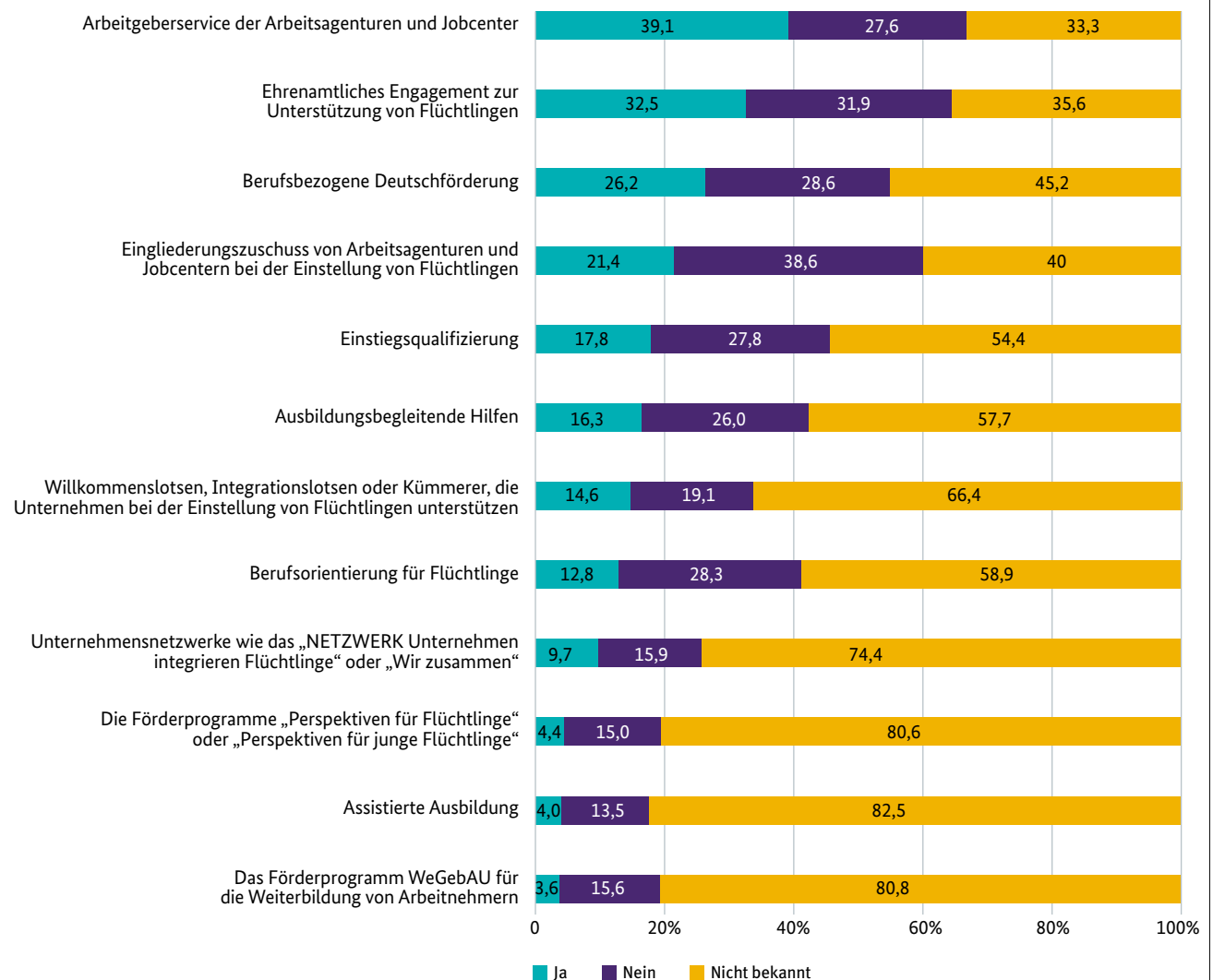
Noch weniger bekannt sind den befragten Unternehmen die speziell für die Zielgruppe Flüchtlinge geschaffenen Förderprogramme „Perspektiven für Flüchtlinge“ oder „Perspektiven für junge Flüchtlinge“ sowie das Förderprogramm „WeGebAU“ für die Weiterbildung von Arbeitnehmern. Viele Unternehmen kennen diese Unterstüt-

zungsmaßnahmen nicht. Neun von zehn Unternehmen kennen die Assistierte Ausbildung nicht, in deren Fokus Lernbeeinträchtigte und sozial beeinträchtigte Menschen stehen, wozu auch Flüchtlinge gehören. Diese werden von einem Ausbildungsbegleiter intensiv während der

Ausbildung und in einer vorgeschalteten Orientierungsmaßnahme betreut – eine Unterstützungsmaßnahme, die sich viele Unternehmen explizit wünschen (siehe Abbildung 3-8).

**Abbildung 4-2: Nutzung externer Unterstützungsangebote**

Angaben in Prozent der Unternehmen, hochgerechnet; Basis: Alle Unternehmen, die in den letzten drei Jahren Flüchtlinge beschäftigt haben



## Bestehende Unterstützungsangebote (Auswahl)

Für die Integration von Geflüchteten in Unternehmen steht eine Vielzahl staatlicher Unterstützungsangebote zur Verfügung. Diese unterscheiden sich in ihrer Art der Unterstützung – die Inhalte variieren von Sprachförderung über sozialpädagogische Betreuung und Hilfe im Alltag bis hin zu finanziellen Leistungen. Neben den speziell zum Zwecke der Arbeitsmarktintegration von Geflüchteten geschaffenen Maßnahmen „Perspektiven für Flüchtlinge“ (PerF) und „Berufsorientierung

für Flüchtlinge“ (BOF) wurden zahlreiche bereits bestehende Maßnahmen weitestgehend für die Zielgruppe Geflüchtete geöffnet. Für Unternehmen sind diese Programme also auch für die Beschäftigung von anderen Zielgruppen – etwa lernbeeinträchtigten Jugendlichen – interessant. Viele dieser Maßnahmen lassen sich auch sinnvoll zu Maßnahmenketten verknüpfen. Wie das beispielsweise möglich ist, zeigt eine Maßnahmenkette im Anhang.

| Berufsbezogene Deutschförderung  | Ehrenamtliches Engagement  | Netzwerke   |
|--|--|---|
| Die Sprachmaßnahme richtet sich an Menschen mit Migrationshintergrund. Der Sprachkurs bereitet gezielt auf die sprachlichen Anforderungen im deutschen Berufsalltag vor. Auf Basismodule folgen Spezialmodule, die sich an verschiedene Fachrichtungen anlehnen. | Ehrenamtliche Initiativen unterstützen Geflüchtete beim Spracherwerb, begleiten zu Behörden und helfen bei der Jobsuche. Sie sind für Unternehmen ein wichtiger Ansprechpartner vor Ort, um mit Geflüchteten in Kontakt zu treten. | Bundesweite Unternehmensnetzwerke wie das DIHK Netzwerk „Unternehmen integrieren Flüchtlinge“ oder „Wir zusammen“ sowie regionale Netzwerke bieten einen Austausch und Best-Practice-Beispiele.   |
| Begleiter (z. B. Willkommenslotsen)  | Perspektiven für Flüchtlinge (PerF)  | Berufsorientierung für Flüchtlinge (BOF)  |
| Begleiter wie Willkommenslotsen helfen Unternehmen und Geflüchteten, zueinander zu finden. Unternehmen unterstützen sie, in dem sie unter anderem administrative Aufgaben übernehmen, Kandidaten vermitteln und zu passenden Fördermaßnahmen beraten.            | Die Maßnahme bietet in einem Zeitraum von mindestens 12 Wochen eine Kombination aus Spracherwerb, Kompetenzfeststellung und Berufsorientierung. Die Maßnahmen beinhalten Praxisphasen im Betrieb.                                  | Das Programm setzt nach PerF an und zielt in 13 Wochen auf eine Integration von Geflüchteten in handwerkliche Berufe. Während der Maßnahme findet ein Sprachkurs statt und die Teilnehmer werden sozialpädagogisch begleitet.   |
| Einstiegsqualifizierung (EQ)   | Ausbildungsbegleitende Hilfen (abH)  | Assistierte Ausbildung (AsA)  |
| Mit einer Dauer von 6 bis 12 Monaten dient die EQ der Vorbereitung auf eine duale Ausbildung. Kompetenzen, die in dieser Zeit erworben werden, können auf die Ausbildung angerechnet werden, sodass eine verkürzte Ausbildungszeit möglich ist.                  | Lernende erhalten eine Förderung nach individuell zugeschnittenem Förderplan. Der Nachhilfeunterricht erfolgt in kleinen, möglichst homogenen Gruppen und im Regelfall außerhalb der Arbeits- und Berufsschulzeiten.               | Im Fokus stehen Lernbeeinträchtigte und sozial beeinträchtigte Menschen. Ausbildungsbegleiter eines externen Bildungsdienstleisters begleiten und betreuen intensiv während der Ausbildung und in einer vorgeschalteten Orientierungsmaßnahme.  |
| Arbeitgeberservice   | WeGebAU  | Eingliederungszuschuss  |
| Der gemeinsame Arbeitgeberservice der Arbeitsagenturen und Jobcenter unterstützt Unternehmen rund um die Themen Personal und Arbeitsmarkt. Der Service beinhaltet Vermittlungsaufträge, passgenaue Bewerbervorauswahl und Beratung.                              | Die Maßnahme fördert die berufliche Weiterbildung von An- und Ungelernten sowie älteren Arbeitnehmern. Je nach Förderanspruch können die Lehrgangskosten sowie die weiteren Weiterbildungskosten erstattet werden.                 | Hierbei handelt es sich um eine finanzielle Entlastung für Unternehmen bei einer überdurchschnittlich langen Einarbeitung von neuen Mitarbeitern. Dies kann dann der Fall sein, wenn eine Person länger nicht im Berufsleben war oder eine Integration in das deutsche Arbeitsumfeld nötig ist. |

Nähere Informationen zu weiteren Initiativen finden Sie unter [www.kofa.de/themen-von-a-z/fluechtlinge/initiativen](http://www.kofa.de/themen-von-a-z/fluechtlinge/initiativen).

## 5 Fazit

Anhand der Ergebnisse lässt sich feststellen, dass sich Erfahrungen mit Geflüchteten – ebenso wie mit Menschen mit Migrationshintergrund – generell positiv auf die unternehmerische Einstellungsbereitschaft sowie auf die tatsächliche Einstellung von Geflüchteten auswirken. Der persönliche Kontakt zählt und beeinflusst häufig die Offenheit und Einstellungsentscheidung von Unternehmen maßgeblich. Unternehmen, die sich bei der Qualifizierung oder Beschäftigung von Geflüchteten engagieren, berichten von einer Vielzahl positiver Erfahrungen und Bereicherungen für das Unternehmen. Diese liegen in einem Beitrag zur Vielfalt in der Belegschaft, einem hohen Lerneifer von Geflüchteten, die eine Chance erhalten, und einer – gemessen an den ursprünglichen Erwartungen – vergleichsweise raschen und erfolgreichen Integration, die – dies sollte Unternehmen bewusst sein – aber auch einen hohen Betreuungsaufwand erfordert.

Nach Aussage der Unternehmen haben passgenaue Unterstützungsangebote einen positiven Effekt auf ihre Einstellungsbereitschaft. Zudem zeigt sich, dass ein Großteil des von den Unternehmen beschriebenen Unterstützungsbedarfs mit den vorhandenen Angeboten bereits abgedeckt ist. Allerdings sind diese Angebote bei vielen Unternehmen noch nicht bekannt. Bereits schon länger etablierte Angebote der Arbeitsagenturen und Jobcenter, wie etwa der Arbeitgeberservice, sind deutlich häufiger bekannt als neu geschaffene spezifische Programme für Geflüchtete wie beispielsweise „Perspektiven für Flüchtlinge“ (PerF).

Die Verbreitung solcher Informationen benötigt eben Zeit und personelle Ressourcen. Da die Bekanntheit von Unterstützungsmaßnahmen die Einstellungsbereitschaft erhöhen könnte, ist es wichtig, Unternehmen über entsprechende Programme und ihre Inhalte zu informieren. Insbesondere Angebote für KMU sind notwendig, da diese die Expertise aufgrund ihrer Größe oftmals nicht alleine aufbauen können. Dazu leistet das Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung einen zentralen Beitrag. Zudem unterstützen beispielsweise Willkommenslotsen explizit KMU bei der Integration von Geflüchteten. Neben dem Angebot von Informationen stehen sie KMU auch als zentrale Ansprechpartner im Themenfeld zur Verfügung.

Die steigende Bekanntheit der vorhandenen Unterstützungsangebote ist auch deshalb wichtig, da viele dieser Angebote nicht nur für die Zielgruppe Flüchtlinge gelten, sondern durch sie auch die Arbeitsmarktintegration anderer förderungsfähiger Personengruppen begünstigt wird, die für KMU interessant sein können.

Neben der fehlenden Kenntnis der Unternehmen über die vorhandenen Unterstützungsangebote zeigt sich in der Praxis oftmals als Integrationshemmnis, dass die Bewilligung vieler Maßnahmen an den Aufenthaltsstatus der Flüchtlinge anstatt an die Beschäftigungssituation geknüpft ist. Daher sollte künftig beispielsweise die Bewilligung ausbildungsbegleitender Hilfen eher an das Vorhandensein eines Ausbildungsplatzes als an das Herkunftsland geknüpft sein.

## 6 Literatur

**Flake, Regina / Jambo, Svenja / Pierenkemper, Sarah / Risius, Paula**, 2016, Beschäftigung und Qualifizierung von Flüchtlingen in Unternehmen – Die Bedeutung von Unterstützungsangeboten bei der Integration, IW-Trends Nr. 2/2017, Köln

**Geis, Wido / Placke, Beate / Plünnecke, Axel**, 2016, Integrationsmonitor. Beschäftigungsentwicklung und regionale Verteilung von Flüchtlingen, Köln

**IW Consult** – Institut der deutschen Wirtschaft Consult GmbH, 2016, Telefonische Sondererhebung des IW-Personalpanels zum Thema „Integration von Flüchtlingen in den Arbeitsmarkt“, Köln

**IAB** – Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, 2016, IAB-BAMF-SOEP-Befragung von Geflüchteten: Überblick und erste Ergebnisse, IAB-Forschungsbericht 14/2016

**KOFA** – Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung, 2017, KOFA-Dossier: Flüchtlinge integrieren, Initiativen <http://www.kofa.de/themen-von-a-z/fluechtlinge/initiativen> [zugegriffen am: 02.03.2017]

**KOFA** – Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung, 2017, KOFA-Dossier: Flüchtlinge integrieren, Praxisbeispiele <http://www.kofa.de/themen-von-a-z/fluechtlinge/praxisbeispiele> [zugegriffen am: 17.01.2017]

**KOFA** – Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung, 2017, KOFA-Dossier: Flüchtlinge integrieren, Sprachförderung <http://www.kofa.de/handlungsempfehlungen/fachkraefte-qualifizieren/berufsbezogene-sprachfoerderung> [zugegriffen am: 02.03.2017]

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 2-1: Umfang und Struktur der Stichprobe nach Mitarbeitergrößenklasse und Branche

|   |   |
|---|---|
| Ungewichtete Anzahl der Unternehmen ..... | 6 |
|---|---|

## Abbildungsverzeichnis

|  |    |
|--|----|
| Abbildung 3-1: Beschäftigung von Flüchtlingen .....                              | 8  |
| Abbildung 3-2: Einstellungspläne für 2017 .....                                  | 9  |
| Abbildung 3-3: Einsatzmöglichkeiten für Flüchtlinge .....                        | 10 |
| Abbildung 3-4: Positive Erfahrungen mit der Beschäftigung von Flüchtlingen ..... | 11 |
| Abbildung 3-5: Herausforderungen bei der Beschäftigung von Flüchtlingen .....    | 11 |
| Abbildung 3-6: Hemmnisse bei der Beschäftigung von Flüchtlingen .....            | 13 |
| Abbildung 3-7: Einfluss der Angebote auf die Einstellungsbereitschaft .....      | 14 |
| Abbildung 3-8: Anreize für die Einstellung von Flüchtlingen .....                | 15 |
| Abbildung 4-1: Bekanntheitsgrad externer Unterstützungsangebote .....            | 18 |
| Abbildung 4-2: Nutzung externer Unterstützungsangebote .....                     | 19 |

# Anhang

## Maßnahmenkette zur Integration von Flüchtlingen



Hinweis: Die Maßnahmen können flexibel kombiniert werden. Die Zugangsvoraussetzungen werden für jede Maßnahme individuell geprüft.

