

## Praxistipps

für eine potenzialorientierte Beratung und  
Begleitung selbständiger Migrant\*innen

# Impressum

## Herausgeber:

IQ Fachstelle Migrantenökonomie  
Institut für Sozialpädagogische Forschung Mainz e. V.  
Augustinerstraße 64 – 66  
55116 Mainz  
[www.ism-mainz.de](http://www.ism-mainz.de)  
[www.netzwerk-iq.de](http://www.netzwerk-iq.de)



## Redaktion:

Julia Siebert-Thaden, Irma Wagner  
mit großem Dank an Charlotte Große, Anne Flath, Julia Plotz und Marion Wartumjan  
sowie den Kolleg\*innen aus dem Beratungspool

## Layout:

Ute Knuppe, gute grafik.

## Illustrationen:

Stephan Ulrich

Dezember 2022

Wenn Sie aus dieser Publikation zitieren wollen, dann bitte mit genauer Angabe des Herausgebers, des Titels und des Stands der Veröffentlichung. Bitte senden Sie zusätzlich ein Belegexemplar an den Herausgeber.

Das Förderprogramm „Integration durch Qualifizierung (IQ)“ wird durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales gefördert.



In Kooperation mit:



# Inhalt

Vorwort .....	4
Von wem sprechen wir, wenn wir von selbständigen Migrant*innen sprechen? .....	5
Wie gestalte ich meine Unterstützung selbständiger Migrant*innen? .....	6
Träger, die in der Beratung und Qualifizierung selbständiger Migrant*innen engagiert sind.....	14



## Vorwort

Braucht es tatsächlich eine Publikation mit neuen Praxistipps für eine potenzialorientierte Beratung, Qualifizierung und Begleitung selbständiger Migrant\*innen? Ja, wir sind der Meinung, unbedingt!

Für Selbständige stehen Fragen der Konsolidierung in volatilen Zeiten, zumal in einer Pandemie, dauerhaft auf der Agenda. Viel weniger vernehmbar sind sie hingegen in der Fachdebatte: Vor dem Hintergrund des lange währenden Bund-Länder-Abkommens, wonach die Bundesländer für die Vorgründungsphase zuständig sind und der Bund für die der Nachgründung zeigt sich, dass insbesondere migrationspezifische und intersektionale Angebote für die Konsolidierung mehr als rar gesät sind. Dies wird angesichts der einzig auf angestellte Fachkräfte fokussierten, wirtschafts- und arbeitsmarktpolitischen Ausrichtung der öffentlich geförderten Unterstützung besonders deutlich.

Also nochmal: Ja, wir sind der Meinung, die hier vorliegende Arbeitshilfe ist sogar überfällig. Sie unterstreicht unsere Stoßrichtung: Wir wollen alle Anbieter erreichen, sich für Selbständige mit Einwanderungsgeschichte bestmöglich aufzustellen.

Wir möchten, dass selbstständige Migrant\*innen nicht nur kurzfristig erfolgreich gründen, sondern sich langfristig am Markt etablieren. Dafür braucht es neben einer Verbesserung der Beratungsstruktur insbesondere eine aufsuchende Beratung. Und genau an Berater\*innen, die dies in ihrer Praxis umsetzen können, wendet sich unsere Publikation.

Wir möchten Ihnen anhand von Leitfäden deutlich machen, mit welchen Besonderheiten Sie es bei der Beratung selbständiger Migrant\*innen zu tun haben. Worauf Sie gespannt sein können und was Sie im Vorhinein berücksichtigen sollten.

Unsere Praxistipps für eine bedarfsgerechte und gelingende Unterstützung selbständiger Migrant\*innen beziehen sich vor allem auf diejenigen Selbständigen, die mit strukturellen Zugangsbeschränkungen zu Unterstützungsangeboten konfrontiert waren oder sind. Es zeugt von einem beachtlichen Leistungspotenzial, dass sich diese Personen dank ihrer Willensstärke und Resilienz aus eigener Kraft am Markt durchsetzen konnten. Dies kann jedoch nur teilweise für Ausgleich sorgen, wenn der Start in die Selbständigkeit bei fehlender Unterstützung mit knappen Ressourcen

erfolgen musste. Ein solider Aufbau der Selbständigkeit ist dann trotz aller Anstrengungen nur schwer möglich. Es kann nicht in eine solide Grundausstattung investiert werden, es können keine Reserven für markt- und handelsübliche oder außergewöhnliche Krisenzeiten zurückgelegt werden. Dies bedingt wiederum, dass die Zeit fehlt, sich über die Aufrechterhaltung des Tagesgeschäfts hinaus ausführlich mit den Marktpotenzialen mittels eines angepassten Unternehmenskonzepts auseinanderzusetzen. So hat besonders die Corona-Pandemie an den Grundfesten eigentlich erfolgreicher Betriebe gerüttelt und viele in die Krise getrieben. Dass etliche nur das aktuelle Business, nicht aber grundsätzlich die Selbständigkeit aufgegeben haben und sich neu positionieren, verdient unseren großen Respekt.

Beim Respekt allein darf es aber nicht bleiben. Wir sehen uns in der Pflicht, selbständigen Migrant\*innen durch eine offensivere und passende Unterstützung – mit aufsuchender Beratung und in ansprechenden Formaten wie Stammtischen oder Workshops – wertvolle Informationen für die nachhaltige Konsolidierung ihres Unternehmens an die Hand zu geben.

Unser großer herzlicher Dank gilt unserer langjährigen Kollegin Charlotte Große aus Brandenburg, die mit ihrem unermüdlichen Engagement für die Bedeutung der Nachgründungsphase und Konsolidierung einstand und sich großzügig in ihr ausgefeiltes Beratungshandwerk blicken ließ. Viele Kolleg\*innen aus dem Beratungspool nahmen Charlottes Staffelstab auf, öffneten ihren Erfahrungsschatz und in enger Kooperation mit ihnen konnte eine besonders praxisnahe Publikation entstehen. Wir bedanken uns sehr dafür.

**Nadine Förster,**  
Leiterin der IQ Fachstelle Migrantenökonomie

## Von wem sprechen wir, wenn wir von selbständigen Migrant\*innen sprechen?

Neben sozioökonomischen Merkmalen wie Bildungsbiographie, Herkunft bzw. Zeitpunkt und Anlass der Einwanderung (erzwungene oder freiwillige Migration), Alter, Familiensituation etc. prägt natürlich die Gründungsgeschichte in Verbindung mit den Standortfaktoren entscheidend das unternehmerische Handeln und Leistungspotenzial:

- Welche Ausgangsbedingungen haben den Einstieg in die Selbständigkeit seinerzeit gefördert oder gebremst? Gab es Unterstützung, konnte zwischen verschiedenen Standorten gewählt werden, bietet die Kommune in der betreffenden Branche Gunstfaktoren oder musste der Einstieg unter erschwerten Bedingungen erfolgen?
- Konnte sich die\*der Selbständige bereits in Gremien, Netzwerke, Communities, Vereine einbringen? Wird die Selbständigkeit vom Umfeld gestützt oder muss sich der\*die Selbständige mehr oder weniger als Einzelkämpfer\*in behaupten? Ist oder war der\*die Selbständige Diskriminierung ausgesetzt?
- Folgte der Einstieg in die Selbständigkeit einer frei getroffenen Entscheidung und als beste Option oder war eigentlich eine abhängige Beschäftigung, z. B. als Fachkraft oder zumindest im erlernten Berufsbereich, angestrebt?
- Wenn im Vorfeld der bestehenden Selbständigkeit eine unternehmerische Tätigkeit in einem anderen Land ausgeübt wurde – kann diese nun vollständig fortgeführt werden oder musste etwa aufgrund nicht anerkannter Kompetenzen das Angebotsprofil angepasst werden (dass z. B. ein Stuckateur in Deutschland nur im Trockenbau tätig werden oder ein Bäcker als Konditor nur ein begrenztes Warenangebot vorhalten darf, wenn die Erlangung des Meistertitels nicht in Aussicht gestellt ist)?
- Mit welchen geographischen Bedingungen ist der\*die Selbständige konfrontiert? Ist es eine ländlich geprägte Region mit einem wenig vielfältigen Wettbewerb und Kundenaufkommen, so dass die Selbständigen ihre internationale Marktorientierung nicht geltend machen können?
- Welche Narrative in Bezug auf die Selbständigkeit, Migrant\*innen und selbständige Migrant\*innen prägen den Standort? Werden in der Gastronomie auch Meisterköch\*innen sowie betriebliche und volkswirtschaftliche Erfolge von kleineren Lokalen und Imbissbetrieben wahrgenommen? Ist das innovative und kreative Gründungspotenzial bekannt?



**Ich erlebe bei selbständigen Migrant\*innen eine sehr große Offenheit, sich kritisch mit dem eigenen Unternehmen auseinanderzusetzen. Wenn Beratungsangebote nicht so rege in Anspruch genommen werden, ist es vielmehr eine Frage der Transparenz und des Zugangs. Auch andere Projekte, Kammern und Wirtschaftsförderungen, die Lotsen mit einer aufsuchenden flexiblen Beratung einsetzen, machen beste Erfahrungen.**

**Anne Flath, Social Impact gGmbH, Beraterin**

Diese ausgewählten Aspekte und Beispiele verdeutlichen, dass die Ausgangs- und Umfeldbedingungen, mit denen die Selbständigen oft unfreiwillig konfrontiert sind, das unternehmerische Agieren bisweilen langfristig prägen. Wer mit knappen Ressourcen unter erschwerten Bedingungen ein Unternehmen aufbauen muss, hat es ungleich schwerer, Reserven zu bilden, zu investieren und konsequent die Etablierung voranzutreiben. Was bei wenig Vertrautheit mit dem Gesellschafts- und Wirtschaftssystem Deutschlands zusätzlich zu Buche schlägt, ist der oft eingeschränkte Zugang zu den Unterstützungsangeboten.

# Wie gestalte ich meine Unterstützung selbständiger Migrant\*innen?

## A. VORAB – EIN SELBSTCHECK MEINER MÖGLICHKEITEN

### Was weiß ich bereits über die Zielgruppen?


- Wie vertraut bin ich mit den selbständigen Migrant\*innen an meinem Standort? Was weiß ich über diese Zielgruppen, über ihre Leistungspotenziale, aber auch Unterstützungsbedarfe? Was wissen wir in unserer Organisation über die Migrant\*innenorganisationen und Communities?
- Wie offensiv gehen wir bereits auf diese Zielgruppen zu? Gibt oder gab es bereits Veranstaltungsformate, die auf Selbständige mit Einwanderungsgeschichte ausgerichtet sind, wie z. B. Infoabende oder Runde Tische in Unternehmensvereinen, -verbänden oder anderen Migrant\*innenorganisationen und Communities?
- Welche Vorurteile sind mir gegenüber migrantischen Ökonomien an unserem Standort bekannt? Gibt es beispielsweise Stadtteile oder Geschäftsstraßen mit einem gewissen Image (positiv oder negativ), in denen viele Migrant\*innen ihre Selbständigkeit betreiben? Welche persönlichen Fragen habe ich an diese Persönlichkeiten, was möchte ich gern erfahren?
- Sind Selbständige mit Einwanderungsgeschichte in den Gremien oder sonstigen Strukturen vertreten, die von Arbeitsmarktakteur\*innen, kommunalen Einrichtungen oder anderen Institutionen koordiniert werden (wie z. B. die Wirtschaftssenior\*innen und Wirtschaftsjunior\*innen)?


### Wie ist mein eigener Gestaltungsraum charakterisiert? Was kann ich anbieten?


- Habe ich bereits Auftrag und Mandat, die Zielgruppe der selbständigen Migrant\*innen mit ausreichend Zeit und Flexibilität – z. B. Besuche vor Ort – zu unterstützen? Darf ich dies zu einem Arbeitsschwerpunkt machen? Mit wem müsste ich dies noch klären?
- Welche Vereine oder sonstigen Organisationen beziehungsweise Akteur\*innen aus den Communities sollte ich als Multiplikator\*innen einbeziehen? Könnte ich mich ihnen eventuell als Gastreferent\*in anbieten?
- Welche Unterstützungsleistungen und Beratungsformate kann ich bereits anbieten? Ist z. B. denkbar, neben kurzzeitigen Betriebsbesuchen auch regelmäßig stattfindende Veranstaltungsformate (Tag der Offenen Tür, Runder Tisch, Arbeitsmarktgespräche, Stammtisch) mitzuintitulieren und zu unterstützen?
- Wäre es z. B. denkbar, ein eigenes Format mit Portraits der Selbständigen zu entwickeln und diese als Good-Practice-Beispiele über Social-Media-Kanäle, als Podcasts oder in einer Broschüre zu veröffentlichen oder diese in den existierenden Medien zu platzieren (IHK-Zeitschrift, Regionale Tageszeitungen, Wirtschaftsplattformen, <https://www.handwerksblatt.de/gruendernavi>, etc.)?
- Welche weiteren Kenntnisse und Kompetenzen wären für diese Tätigkeit hilfreich, welche Kolleg\*innen oder Kooperationspartner\*innen sollte ich noch einbeziehen?





## B. IN MEDIAS RES – ZENTRALE STATIONEN UND FRAGEN IN DER ANSPRACHE

 Organisationsintern klären: Welchen Stellenwert haben selbständige Migrant\*innen für uns? Setzen wir dies als Schwerpunktthema und unterlegen unsere Aktivitäten auch mit entsprechenden Ressourcen - z. B. eine Lotsenfunktion, die hinreichend Zeit und Flexibilität für Betriebsbesuche hat? Oder läuft die Aufgabe Gefahr, nur nebenher verfolgt werden zu können und die Enttäuschungen sind auf beiden Seiten vorprogrammiert, weil ersten Kontakten nicht konsequent die weitere Begleitung folgt?

 Die Intention ist organisationsintern geklärt. Es kann losgehen, die Ärmel sind hochgekrempt. Dann wäre die sorgfältige Prüfung wichtig, welche Unterstützungsmöglichkeiten, aber auch -grenzen gegeben sind. Was kann geleistet werden, was aber nicht? Machen Sie dies transparent.

 Wer zieht das längste Streichholz? Idealerweise haben Sie ein Tandem oder Team, das einigen Anforderungen von Diversity entspricht. Wichtig ist, dass sich die Zielgruppen von Ihnen repräsentiert fühlen und zwischen mindestens zwei Ansprechpersonen wählen können (nicht immer stimmt die Chemie, das ist normal), dass Sie eine kollegiale Fallbesprechung vornehmen und sich gegenseitig vertreten können. Interkulturelle Kompetenzen, beraterisches Know-how und sprachensible Beratung sind vorausgesetzt.


 Jetzt kann es losgehen, aber Sie finden noch nicht den richtigen Anpack. Treten Sie mit Vertreter\*innen der Communities in Kontakt. Beachten Sie dabei aber auch, dass sich nicht alle Selbständigen von Vereinen oder Verbänden vertreten fühlen.

 Nun geht das „Klinkenputzen“ los. Die beste Vorbereitung ist, sich vor dem Kontakt von Vorannahmen und ersten Eindrücken freizumachen. Freuen Sie sich einfach darauf, interessante Unternehmer\*innen kennenzulernen. Nehmen Sie es sportlich, wenn Sie noch nicht überall mit offenen Armen empfangen werden und negative Erfahrungen der Selbständigen aus vorherigen Kontakten mit Institutionen ausbaden müssen.





**Bei der Beratung Selbständiger gilt ein anderes „Effektivitäts“-gesetz. Mit vielen kurzen Besuchen in einem kontinuierlichen Dialog erfährt und erreicht man mehr als mit inhaltlich vollgepackten Terminen. Es kann passieren, dass man zu einem langen Kaffee über alles mögliche plaudert und bei der Verabschiedung erhält man eine entscheidende Mitteilung.**


**Stefanie Valcic-Manstein,  
Projektleitung, Gründungsberaterin**

 Gönnen Sie sich auch kleine „Misserfolge“. Folgen Sie dem Prinzip „trial and error“, überprüfen Sie Ihre Aktivitäten und lernen Sie von anderen Lots\*innen.


 Tauchen Sie in den Stadtteil ein, besuchen Sie Veranstaltungen in der Community.


 Greifen Sie auch spontan Ideen und Gelegenheitsfenster auf und lassen Sie Stammtische, Workshops, andere Veranstaltungen mit entstehen.


 Machen Sie etwaige Sprachbarrieren nicht zu Ihren eigenen. Bleiben Sie dennoch im Dialog. Nehmen sie kulturelle Missverständnisse als solche wahr. Weder bagatellisieren noch dramatisieren Sie diese, sondern klären Sie sachlich auf. Greifen Sie ggf. auf Sprach- und Kulturmittler\*innen zurück. Eignen Sie sich selbst Kompetenzen sprach- und kultursensibler Beratung an. Bringen Sie bei künftigen Besuchen Materialien mit, die auf die Sprachkompetenzen der Selbständigen eingehen.


 Nutzen Sie Ihre Erfahrungen und Einblicke, um diese anderen Akteur\*innen zu vermitteln. Erstellen Sie Portraits, berichten Sie von Ihrem Alltag und von Misserfolgen und Erfolgen.


## FRAGEN, DIE IMPLIZIT ODER EXPLIZIT FÜR DIE UNTERSTÜTZUNG VON RELEVANZ SEIN KÖNNEN


 Wurden bereits – in der Startphase oder später – Finanzierungshilfen oder andere Unterstützungsprogramme in Anspruch genommen? Wenn nein, warum nicht? Waren diese nicht bekannt? Wurden damals schlechte Erfahrungen gemacht? War aus anderen Gründen der Zugang zu entsprechenden Angeboten nicht gegeben?


 Hat sich die\*der Selbständige seit der Startphase schon Zeit nehmen können, sich nochmal oder ausführlich mit den Markt- und Kundenpotenzialen sowie ggf. neuen Vertriebskanälen auseinanderzusetzen? Ist dies von Interesse für den\*die Betriebsinhaber\*in oder sogar entscheidend (nicht zuletzt aufgrund von Corona)? Insbesondere die vergangenen zwei Jahre haben aufgrund coronabedingter Maßnahmen zu großen Veränderungen im Wirtschaftsgeschehen geführt. Zusätzlich wirkt sich der russische Angriffskrieg auf die Ukraine weltweit auf alle Ökonomien aus.


 Wie wird der\*die Selbständige unterstützt, wer ist mit welchen Aufgaben und Kompetenzen unmittelbar einbezogen – Team / Mitarbeitende, familiär, externe Dienstleistungen (Steuerberatung, Rechtsberatung, ...)? Wie professionell und verlässlich sind diese Leistungen? Lohnt ein kritischer Blick darauf oder wäre eventuell eine Professionalisierung empfehlenswert? Oder fehlen Finanzierungsinstrumente, um eine Professionalisierung konsequent umzusetzen?


 Welchen Grundsätzen und unternehmerischen Zielen folgt die aktuelle Preispolitik (Wettbewerber\*innen unterbieten oder einen angemessen hohen Preis für Qualität verlangen)? Wurde die Preispolitik seit der Gründung angepasst?


 Wie stellt sich die Personalsituation dar, ist der\*die Unternehmer\*in zufrieden und konnten die gewünschten (Fach-)Kräfte bereits gewonnen werden? Was wird dem Personal geboten, sind alle erforderlichen Schritte erfolgt oder möchte sich der\*die Inhaber\*in absichern, dass alle erforderlichen und sinnvollen Schritte getan wurden?

 Hier gilt es ggf., erstmal eine Vertrautheit mit den Angeboten und eine Vertrauensbasis mit der eigenen Beratung aufzubauen sowie negative Erfahrungen aufzuarbeiten.

 Oft ist das Interesse groß, sich hierzu auszutauschen oder beraten zu lassen. Ob eine individuelle Beratung vor Ort, der Kontakt zu anderen Selbständigen z. B. bei einem Stammtisch oder andere Formate passender sind, lässt sich leicht mit den Selbständigen verabreden.

 Diese Fragen sind sensibel zu behandeln, da sich Arbeitsbeziehungen gefestigt haben, die eventuell nicht professionell erscheinen, für die Selbständigen aber Vertrautheit und Verlässlichkeit bedeuten.

 Je nach unternehmerischer Sozialisation treffen Sie hier auf unterschiedliche Vorstellungen und ein individuelles Verständnis von der Gestaltung der eigenen Preispolitik.

 Für weitreichende Einblicke in das Personalmanagement ist eine Offenlegung der aktuellen Gegebenheiten wichtig. Dies erfordert wiederum ein Vertrauensverhältnis, das je nach Fall erst reifen muss. Auch die Offenheit für womöglich unkonventionelle Lösungen seitens der Unternehmer\*innen sollte gegeben sein.



**?** Wie sind die bisherigen Kontakte zu den zuständigen bzw. relevanten Institutionen/Behörden? Welche beruflichen Netzwerke gibt es bereits und werden aktiv genutzt?  
Lobby: Werden die Interessen der\*des Selbständigen aus seiner\*ihrer Sicht bereits gut vertreten? Wenn nein, um welche Themen oder Interessen geht es ihr\*ihm?

**?** Wie bewertet der\*die Selbständige die Standortfaktoren und das Ökosystem? Soll der Standort grundsätzlich beibehalten werden oder wäre ein Wechsel förderlich bzw. gewünscht?

**!** Bestehende Strukturen sind womöglich nicht attraktiv oder passend. Eventuell entdecken Sie hier Angebotslücken und es braucht neue Formate, die gemeinsam mit den Selbständigen initiiert und gestaltet werden können.

**!** Diese Frage kann ein guter Anlass sein, das Ökosystem und die Standortbedingungen kritisch in Frage zu stellen: Was macht den Standort (Stadtteil, Stadt, Region) attraktiv, was müsste aber vielleicht von der Kommune getan werden, um den Selbständigen ein „gutes“ Umfeld zu verschaffen - geht es um Infrastruktur, das Image, Gewinnung von Auszubildenden und Fachkräften oder die Zugänge zu Wissen, zu Unterstützungs- und Finanzierungsangeboten?



**Wir hoffen, Ihnen mit diesem Leitfaden eine gute Unterstützung an die Hand zu geben, um die potenzialorientierte Beratung und Begleitung von selbständigen Migrant\*innen in der Konsolidierungsphase effektiv und nachhaltig gestalten zu können. Für Ihre Arbeit wünschen wir Ihnen viel Freude und gutes Gelingen.**

## C. NACHBEREITUNG DER KONTAKTE – BILANZIERUNG DER ERSTEN EINDRÜCKE, ZUSAMMENFASSENDE QUINTESSENZ UND PLANUNG DES WEITEREN VORGEHENS

**Besuch oder Kontakt am**

**bei**

(Firma, Name, Adresse):

**gesprachen mit**

(Name und Funktion):

**Kontaktdaten:**

**Erstkontakt ist erfolgt über:**

**Art des Kontaktes**

(telefonisch, Erstbesuch oder Folgebesuch)?

**Verabredungen**

(Folgebesuch, in einigen Wochen wieder melden, Infos schicken zu ...)

**Worum geht es bei dem\*der Selbständigen in erster Linie?**

- die Unternehmenssicherung?
- um Konsolidierung oder Wachstum?
- die Erweiterung unternehmerischer Kenntnisse oder gezielte Aktivierung von Ressourcen und stärkere Anbindung an den Standort, die Institutionen, Netzwerke?

**Welche Themen und Fragen haben sich deutlich oder noch vage gezeigt, auf die im weiteren Kontakt eingegangen werden sollte?**

**Ist die Inanspruchnahme ergänzender oder anderer Unterstützungsangebote angezeigt (fach- oder branchenspezifisch)? Gilt es, etwaige Irritationen auszuräumen, die ggf. im vorherigen Kontakt des\*der Selbständigen mit Behörden oder Beratungsstellen entstanden sind?**

**Welche Informationsangebote könnten interessant für die\*den Selbständigen sein, welche Kontakte und Anlaufstellen?**

**Wäre ein Mentoring von Interesse für die\*den Selbständigen, entweder in der Rolle als Mentor\*in oder auch Mentee?**

**Welche Kenntnisse oder Kompetenzen kann oder darf die\*der Selbständige bislang noch nicht geltend machen (z. B. aufgrund branchenbezogener Regelungen oder noch nicht anerkannter formaler Qualifikationen)? Gäbe es hierzu bereits Anpassungs- oder Nachqualifizierungen oder Fort- und Weiterbildungen, mit denen die\*der Selbständige ihr\*sein Angebotsspektrum erweitern kann? Wurden die Möglichkeiten der Anerkennung bereits ausgeschöpft?**

**Weitere Themen oder Fragen, die aufkamen**

**Persönliche Notizen**

## KRITISCHER SELBSTCHECK

**Welches Mandat, welchen Auftrag hat mir der\*die Selbständige erteilt? Ist eine Unterstützung gewünscht? Wenn ja, welche Art der Unterstützung ist gewünscht oder müsste ich hier nochmal genauer nachfragen?**

**Wie viel weiß ich schon über die persönlichen Ziele, individuelle Herangehensweise und betrieblichen Strategien der\*des Selbständigen, um mir ein Bild zu machen und Unterstützungsbedarfe abzuleiten?**

**Konnte ich meine Fragen und Inhalte verständlich und nachvollziehbar übermitteln? Müsste ich meine Kommunikation und Materialien nochmal kritisch überdenken?**

**War der Zeitpunkt des Besuchs passend? Wäre ggf. ein anderer Zeitpunkt (Tag, Tageszeit, Monat, ...) passender?**

**Sonstige Aspekte**

## ERSTE SCHLUSSFOLGERUNGEN UND IDEEN ZUM WEITEREN VORGEHEN

Welche Formate / Angebote zur Förderung von Austausch und Unterstützung könnten sinnvoll sein (Stammtisch/Arbeitsmarktgespräch/...)?

Wie könnten die Potenziale und Anliegen des\*der Selbständigen transportiert werden (z. B. über ein Portrait oder ...)?





## NORDRHEIN-WESTFALEN

### **Migrafrica VJAAD e. V.**

Braunstraße 21 · 50933 Köln  
Tel.: +49 (0) 221 99 39 04 35  
E-Mail: [Kontakt@migrafrica.org](mailto:Kontakt@migrafrica.org)  
Web: [www.migrafrica.org](http://www.migrafrica.org)

## RHEINLAND-PFALZ

### **Pro Social Business e. V.**

**Regionalbüro Rheinland-Pfalz**  
Friedrichstraße 46 · 67433 Neustadt an der Weinstraße  
Tel.: +49 (0) 6321 96 53 02 0  
E-Mail: [neustadt@prosocialbusiness.de](mailto:neustadt@prosocialbusiness.de)  
Web: [www.prosocialbusiness.de](http://www.prosocialbusiness.de)

## SAARLAND

### **FITT gGmbH**

Kontakt: Frau Stefanie Valcic-Manstein  
Gründungsberaterin, Projektleitung, Perspektive Neustart  
E-Mail: [valcic-manstein@fitt.de](mailto:valcic-manstein@fitt.de)  
Web: [www.fitt.de](http://www.fitt.de)

## SCHLESWIG-HOLSTEIN

### **Frauennetzwerk zur Arbeitssituation e. V.**

Walkerdamm 1 · 24103 Kiel  
Kontakt: Frau Stefanie Kohlmorgen  
Tel.: +49 (0) 431 67 88 30  
E-Mail: [Stefanie.kohlmorgen@frauennetzwerk-sh.de](mailto:Stefanie.kohlmorgen@frauennetzwerk-sh.de)  
Web: [www.frauennetzwerk-sh.de](http://www.frauennetzwerk-sh.de)

## THÜRINGEN

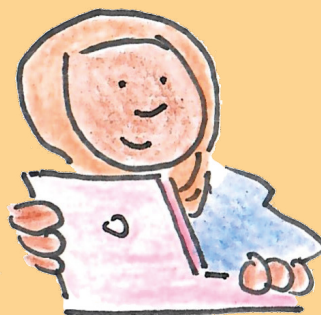
### **Bildungswerk der Thüringer Wirtschaft e. V. (BWTW)**

Das Bildungswerk der Thüringer Wirtschaft (BWTW) ist ein selbständiges, unter dem Dach der Thüringer Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände agierendes Bildungsunternehmen. Neben den klassischen Bildungsthemen eines Bildungsträgers der Erwachsenenbildung unterstützt der Verein klein- und mittelständische Unternehmen bei ihren Bildungsaufgaben, qualifiziert bedarfsgerecht und hilft beim Einstieg in den Arbeitsmarkt.

Kontakt: Herr Steffen Jacobi  
Bildungswerk der Thüringer Wirtschaft e. V.  
Außenstelle Jena  
Steinweg 24 · 07743 Jena  
Tel.: +49 (0) 3641 63 75 96  
E-Mail: [jacobi@bwtw.de](mailto:jacobi@bwtw.de)  
Web: [www.bwtw.de](http://www.bwtw.de)

**Möchten Sie Ihr Wissen vertiefen, sich Empfehlungen für Ihr Engagement geben lassen oder Ihr Schnittstellenmanagement ausbauen? Gern teilen die genannten Organisationen ihr Expert\*innenwissen mit Ihnen.**





[www.netzwerk-iq.de](http://www.netzwerk-iq.de)  
[www.migrantenoeconomie-iq.de](http://www.migrantenoeconomie-iq.de)

Förderprogramm „Integration durch Qualifizierung (IQ)“