Fachstelle Einwanderung

Einwanderungspotenziale anhand von Facebook-Daten ermitteln

Förderprogramm „Integration durch Qualifizierung IQ"

Working Paper 06/2022

Eine Modelluntersuchung

www.netzwerk-iq.de

Impressum

Herausgeber
Fachstelle Einwanderung
Minor – Projektkontor für Bildung und Forschung gGmbH
Alt-Reinickendorf 25
13407 Berlin
www.minor-kontor.de
www.netzwerk-iq.de

Autor*innen
Paul Becker
Laura Spitaleri
Janine Ziegler

Redaktionelle Mitarbeit
Christiane Fritsche
Doritt Komitowski
Samrawit Shibeshi

Stand
Juni 2022

Alle Rechte vorbehalten.
© 2022

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

Bundesministerium für Arbeit und Soziales
Bundesministerium für Bildung und Forschung
Bundesagentur für Arbeit

Inhalt

1 Einleitung 4

2 Die Nutzung von Facebook-Daten für die Analyse von Migrationsbewegungen und Zuwanderungspotenzialen 4

2.1 Hintergrund 4

2.2 Welche Zielgruppen lassen sich definieren? 4

2.3 Einschränkungen bei der Nutzung von Facebook-Daten 5

3 Modelluntersuchung der IQ Fachstelle Einwanderung 6

3.1 Einwanderungspotenziale aus der EU 6

3.1.1 Facebook-Nutzung in der EU 6

3.1.2 Interesse an „Deutschland“ und „Deutsch“ 9

3.1.3 Fazit 9

3.2 Einwanderungspotenziale aus Drittstaaten 12

3.2.1 Facebook-Nutzung 12

3.2.2 Interesse an „Deutschland“, „Deutsch“ und „Visum“ 15

3.2.3 Fazit 15

3.3 Einwanderungspotenziale unter den Beschäftigten in ausgewählten Branchen 17

3.3.1 Einwanderungspotenziale unter den Beschäftigten aus den EU-Staaten, Norwegen, der Schweiz und dem Vereinigten Königreich 21

3.3.2 Einwanderungspotenziale unter den Beschäftigten aus den Drittstaaten 27

4 Zusammenfassung und Ausblick 34

5 Anhang 36

6 Literaturverzeichnis 46

7 Abbildungsverzeichnis 49

8 Tabellenverzeichnis 51

1 Einleitung

Im Themenfeld der Fachkräfte-Einwanderung spielt zunehmend die Frage nach einer zeitnahen Erfassung von aktuellen Migrationsbewegungen und Fachkräfte-Potenzialen im Ausland eine wichtige Rolle - nicht nur für Unternehmen, sondern auch für Akteure der Arbeitsmarktpolitik. Haben internationale Fachkräfte Interesse an Deutschland, welche Berufsfelder sind für internationale Fachkräfte interessant, welche Rahmenbedingungen in und außerhalb der Unternehmen würden internationalen Fachkräften zum Entschluss, nach Deutschland einzureisen, motivieren? Das sind Fragen, bei deren Beantwortung die klassische Datenanalyse oder Befragungen zu kurz und vor allem zu spät greifen: Statistische Daten von Behörden erfassen Migrationsbewegungen erst im Nachhinein, Befragungen sind langwierig und mit hohen Kosten verbunden. Das vorliegende Papier erprobt daher im Rahmen einer Modelluntersuchung die Nutzung von Facebook-Daten zur Identifizierung von Einwanderungspotenzialen von Fachkräften im Ausland. Es handelt sich um eine Modelluntersuchung, deren Schwerpunkt auf der Erprobung der Methodik liegt.

2 Die Nutzung von Facebook-Daten für die Analyse von Migrationsbewegungen und Zuwanderungspotenzialen

Die von statistischen Ämtern erhobenen und in der Regel nur einmal jährlich veröffentlichten Daten können die Schnelllebigkeit von Zu- und Abwanderung nur schwer abbilden. Migrationswissenschaftler*innen nutzen daher seit einiger Zeit verstärkt auch Facebook-Daten für ihre Prognosen (z. B. Alexander et al. 2020; Fatehkia et al. 2020; Palotti et al. 2020; Spyratos et al. 2018; Zagheni et al. 2017). So konnten Forscher*innen mithilfe von Facebook-Daten z. B. Anzahl, örtliche Verteilung und sozioökonomischen Status von Geflüchteten aus Venezuela in ihren Nachbarländern identifizieren und daraus grundlegende Informationen zur Entwicklung von Unterstützungsstrategien in den Aufnahmeländern der Region generieren (Palotti et al. 2020).

2.1 Hintergrund

Facebooks größte Einnahmequelle sind Werbeanzeigen. Um die Effektivität dieser Werbeanzeigen zu verbessern, hat Facebook eine Werbeplattform entwickelt, die es Nutzer*innen ermöglicht, eine Zielgruppe zu definieren, der eine bestimmte Werbung angezeigt wird. Zur Definition der Zielgruppe stehen den Nutzer*innen sehr detaillierte Kriterien zur Verfügung. Zum Teil geben die Nutzer*innen diese selbst an; zum Teil generiert Facebook sie durch das Verhalten der Nutzer*innen. Daneben gibt es automatisch generierte Informationen wie das Modell des Geräts, mit dem Facebook benutzt wird. Der große Vorteil des Werbeanzeigenmanagers sind die Genauigkeit und Aktualität der Zahlen: Facebook kann als Zensus von 1,9 Milliarden aktiven User*innen genutzt werden (Zagheni et al. 2017).

2.2 Welche Zielgruppen lassen sich definieren?

Über den Werbeanzeigemanager lässt sich die Zielgruppe, der eine bestimmte Werbung angezeigt werden soll, sehr genau definieren. Demografische Daten,

wie Wohnort, Alter, Geschlecht, Sprache und Ausbildungsgrad, können ausgewählt werden. Zudem gibt es die Kategorie „Expats – nicht in ihrem Heimatland lebende Personen“. Laut Veröffentlichungen von Forscher*innen, die bei Facebook arbeiten (Herdagdelen et al. 2016), fließen zwei Faktoren in diese Variable ein: die „aktuelle Stadt“ und die „Heimatstadt“, die User*innen selbst in ihrem Profil angeben können, sowie die Anzahl von Freund*innen, die an beiden Orten leben. Obwohl Facebook Expats auch auf anderen Wegen identifizieren könnte, gehen Expert*innen davon aus, dass dies die Hauptbestandteile der Facebook-Definition von Expats sind (Zagheni et al. 2017).

Die differenzierteste Werbekategorie ist „Interessen“. Die Zielgruppe, der eine bestimmte Werbung angezeigt wird, kann z. B. über das Interesse für bestimmte Produkte und Marken, aber auch für Länder, Sprachen und Branchen definiert werden. Interessen werden laut Facebook basierend auf der Aktivität in der Timeline, den Seiten, denen User*innen folgen, Schlüsselwörtern der besuchten Webseiten und genutzten Apps generiert (Facebook 2020). Facebook sammelt nicht nur Daten auf der eigenen Plattform, sondern auch über Drittanbieter, indem Like-Buttons und das Analysetool „Facebook Pixel“ auf Webseiten eingebaut werden oder Benutzerdaten zum Einloggen auf Webseiten und Apps benutzt werden. All diese Informationen fließen vermutlich ebenfalls in die Definition von Interessen ein; wie dies genau passiert, wird von Facebook allerdings nicht bekannt gegeben.

Im Hinblick auf Fachkräfte-Potenziale ist die Kombination aus verschiedenen Werbekategorien relevant. So lässt sich, wie in dieser Modelluntersuchung bspw. durchgeführt, eine Zielgruppe definieren, die die Anzahl von Facebook-Nutzer*innen anzeigt, die in Spanien leben und sich für Deutschland und die deutsche Sprache interessieren. In Verbindung mit der Kategorie „Expats“ ließe sich so die Anzahl der in Deutschland lebenden Spanier*innen mit einem Hochschulabschluss, die sich für das Baugewerbe interessieren, identifizieren.

2.3 Einschränkungen bei der Nutzung von Facebook-Daten

Anders als im klassischen Forschungskontext, wo Variablen klar definiert werden und die Methodologie beschrieben wird, stellt Facebook diese Informationen nicht zur Verfügung. Einzelne Werbekategorien lassen sich jedoch leicht überprüfen. Beispielsweise haben Forscher*innen die Anzahl der Expats laut Facebook mit der von statistischen Behörden erhobenen Anzahl der Migrant*innen im jeweiligen Land verglichen (Zagheni et al. 2017). Das Ergebnis: Die Daten korrelieren stark miteinander, Facebook tendiert jedoch dazu, die Zahl der Migrant*innen in europäischen Ländern zu unterschätzen. Andere Werbekategorien, z. B. das Interesse für eine bestimmte Sprache, lassen sich aber mit offiziell erhobenen Statistiken nicht validieren. So bleibt die genaue Methode, mit der Facebook die Zahl der Personen definiert, die sich für eine bestimmte Marke, ein Produkt oder eine Sprache interessieren, das Geschäftsgeheimnis des Unternehmens.

Zudem kann es sein, dass sich die Definition von Variablen im Laufe der Zeit ändert, weil Facebook seine Plattform weiterentwickelt. Somit ist die Datenerhebung nicht mit offiziellen Statistiken vergleichbar, die ihre Erhebungs- oder Auswertungsmethoden selten verändern und, falls doch, dies transparent veröffentlichen. Hinzu kommt, dass historische Daten nicht abgerufen werden können. Facebook zeigt also nicht die Zielgruppengröße z. B. vom April 2015 an, sondern nur die heutige Anzahl der User*innen, die der Zielgruppe entsprechen.

Aus diesen Gründen sollte die Analyse von Facebook-Daten nicht als alleinstehende Methode, sondern als komplementierendes Element zu offiziell erhobenen Migrationsdaten genutzt werden. Facebook-Daten zeigen aktuelle Tendenzen auf, die im Laufe der Zeit mit später veröffentlichten Statistiken abgeglichen werden können.

3 Modelluntersuchung der IQ Fachstelle Einwanderung

Die IQ Fachstelle Einwanderung hat die Erhebung und Analyse von Facebook-Daten zur Bestimmung von Einwanderungspotenzialen im Zeitraum Januar bis Dezember 2021 getestet. Hierzu wurden monatlich Zielgruppendaten mithilfe des Programms „pySocialWatcher“ [1] erfasst und analysiert. Die Zielgruppendaten sind anonymisiert – d. h. es werden keine Daten zu einzelnen Personen erhoben, sondern die Anzahl der Facebook-Nutzer*innen, auf die eine bestimmte Werbekategorie zutrifft. Zudem werden Zielgruppen, die nicht mehr als 1.000 Facebook-Nutzer*innen enthalten, nicht angezeigt. Im Nachfolgenden sollen die Ergebnisse der Modelluntersuchung im Hinblick auf Einwanderungspotenziale aus der EU und Drittstaaten dargestellt werden. Hierfür wurden Zielgruppen zu männlichen und weiblichen Facebook-Nutzer*innen, die im Ausland, unterschieden nach EU und Drittstaaten, leben, im arbeitsfähigen Alter (18-64) sind und die Interessen „Deutschland“ und „Deutsch“ haben, erstellt und die monatlichen Daten erfasst. Diese Methode dient der Abbildung von Tendenzen in den untersuchten Ländern und stellt ein Live-Monitoring von Einwanderungspotenzialen bzw. von Zuwanderungsinteresse von Fachkräften im Ausland dar.

3.1 Einwanderungspotenziale aus der EU[2]

3.1.1 Facebook-Nutzung in der EU

Im Jahr 2021 nutzten 171,6 Mio. Unionsbürger*innen im Alter von 18 bis 64 Jahre Facebook. Dies entspricht 74,2 % der europäischen Bevölkerung im entsprechenden Alter. Zum Vergleich: In Deutschland nutzten ca. 39 Mio. bzw. 75,9 % der Menschen im Alter von 18 bis 64 Jahre Facebook. Betrachtet man

[1] https://github.com/maraujo/pySocialWatcher

[2] Gemeint sind die 27 Mitgliedsstaaten, Norwegen und die Schweiz. Island ist bei Facebook nicht verfügbar und in Liechtenstein gibt es zu wenige FB-Nutzer*innen, um diese Daten auszuwerten.

die Länder im Einzelnen, zeigt sich ein heterogenes Bild: Mit 99,2 % ist die Facebook-Nutzung in Malta am höchsten, gefolgt von Litauen (91,3 %), Dänemark (90,3 %) und Portugal (88,5 %) (siehe Abbildung 1).

Die Angabe für Zypern liegt über 100 %, weil sich die Eurostat-Daten ausschließlich auf den griechischen Teil der Insel als Mitglied der EU beziehen, während die Facebook-Angaben auch den türkischen Teil der Insel umfassen. Im Gegensatz, zu dem aus über Facebook verteilten und beworbenen Online-Umfragen bekannten Phänomen der Überrepräsentation von Frauen ist die Verteilung zwischen den Geschlechtern hinsichtlich der Nutzung von Facebook im Großen und Ganzen ausgewogen (siehe Tabelle 1).

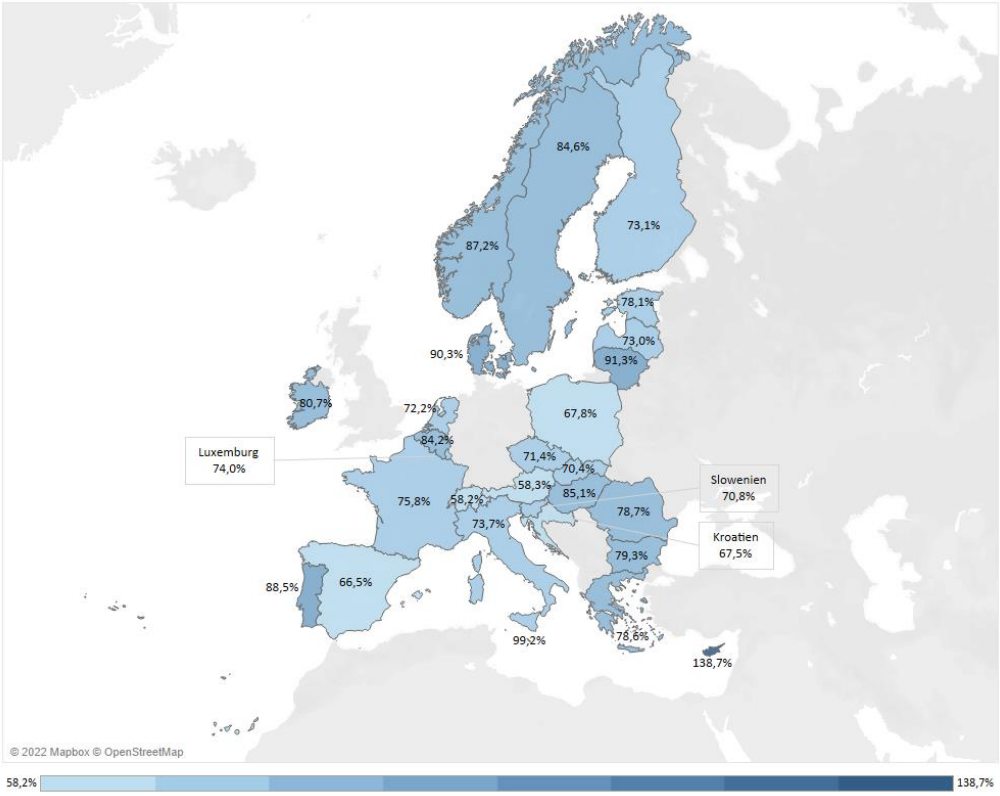

Abbildung 1: Facebook-Nutzung in der EU
Anteil der Facebook-Nutzer*innen im Alter von 18 bis 64 an der Gesamtbevölkerung im entsprechenden Alter. Eigene Darstellung basierend auf den „monthly active users“ im Durchschnitt in den Monaten Januar bis Dezember 2021 sowie den Angaben von Eurostat zur Bevölkerungszahl in den jeweiligen Staaten (Eurostat 2020).[3]
Eigene Berechnung und Darstellung © Minor

[3] Bei der Berechnung der Facebook-Nutzung sollte bedacht werden, dass Personen, die im jeweiligen Land Facebook benutzen gezählt werden – die genaue Berechnung ist nicht öffentlich - und die Eurostat-Daten Personen zählen, die seit mindestens 12 Monaten im jeweiligen Land gemeldet sind.

Tabelle 1: Frauenanteil[4] der Facebook-Nutzer*innen in der EU
Durchschnittswerte von Januar bis Dezember 2021. Eigene Berechnung © Minor

Land	Frauenanteil
Belgien	50,5 %
Bulgarien	50,0 %
Dänemark	50,1 %
Estland	54,0 %
Finnland	53,3 %
Frankreich	50,4 %
Griechenland	46,8 %
Irland	52,4 %
Italien	49,5 %
Kroatien	50,3 %
Lettland	55,3 %
Litauen	52,8 %
Luxemburg	48,5 %
Malta	44,5 %
Niederlande	53,5 %
Norwegen	51,6 %
Österreich	51,0 %
Polen	52,9 %
Portugal	51,5 %
Rumänien	50,3 %
Schweden	50,0 %
Schweiz	49,9 %
Slowakei	51,8 %
Slowenien	48,7 %
Spanien	53,6 %
Tschechische Republik	52,5 %
Ungarn	52,1 %
Zypern	47,4 %

[4] Im Werbeanzeigemanager können zwar nur Frauen oder Männer ausgewählt werden, Facebook-Nutzer*innen haben aber eine weitaus differenziertere Auswahl bei der Einrichtung ihrer Profile.

3.1.2 Interesse an „Deutschland“ und „Deutsch“

Im Folgenden werden ausgewählte Ergebnisse zu der Interessengruppe „Deutschland“ und „Deutsch“ dargestellt. Es werden nur Daten für Länder abgebildet, wenn das Interesse mindestens bei 2 % liegt. Zudem werden die Daten für Luxemburg, Österreich und die Schweiz ausgeblendet, da diese durch die gemeinsame Amtssprache mit Deutschland ungenau sind. Alle Zielgruppendaten sind im Anhang einzusehen.

In der EU interessieren sich im Jahr 2021 im Schnitt 4,85 Mio. bzw. 2,4 % der Facebook-Nutzer*innen für die Kategorien „Deutschland“ und „Deutsch“. Das Interesse schwankt im Laufe des Jahres stark. Von Anfang des Jahres bin zum Juni steigt das Interesse in den meisten Ländern an, bricht im Juli stark ein und steigt Ende des Jahres wieder an (siehe Abbildung 2). Insgesamt ist das Interesse in Kroatien (4,8 – 9,4 %), Ungarn (3,8 – 8,1 %) und Rumänien (3,9 – 6,4 %) am höchsten. In absoluten Zahlen handelt es sich im Schnitt um 118.371 Kroat*innen, 323.471 Ungar*innen und 474.550 Rumän*innen (siehe Tabelle 5 im Anhang). Die monatlichen Schwankungen können mit verschiedenen Migrationsmotiven zusammenhängen (z. B. familiäre Gründe, Zugang zu Bildung), da Arbeit aber eins der wichtigsten Migrationsmotive ist, sind saisonale Effekte auf dem Arbeitsmarkt wahrscheinlich ein wesentlicher Faktor.

Auffallend ist, dass das von Facebook ermittelte Interesse an Deutschland und der deutschen Sprache je nach Land stark nach Geschlechtern differenziert. So interessieren sich in Slowenien (29,0 %), der Slowakei (34,0 %) und Kroatien (35,3 %) auffallend wenige weibliche Facebook-Nutzer*innen für „Deutschland“ und „Deutsch“ (siehe Tabelle 2). Am höchsten ist der Anteil der daran interessierten Frauen in Polen (60,4 %) und Bulgarien (55,2 %). Arbeitsmarktbezogene Gründe für diese Unterschiede könnten die spezifische Situation im Herkunftsland sein, z. B. unterschiedliche Beschäftigungsmöglichkeiten und Löhne nach Geschlecht. Möglicherweise sind diese Unterschiede auch auf die Nachfrage in bestimmten Branchen zurückzuführen.

3.1.3 Fazit

Die Daten zeigen in der Tendenz, dass sich in Kroatien, Ungarn und Rumänien viele Personen für Deutschland und Deutsch interessieren, in Kroatien sind es besonders Männer – eine relevante Information für Arbeitsmarktakteure, die Arbeitskräfte aus dem Ausland rekrutieren möchten.

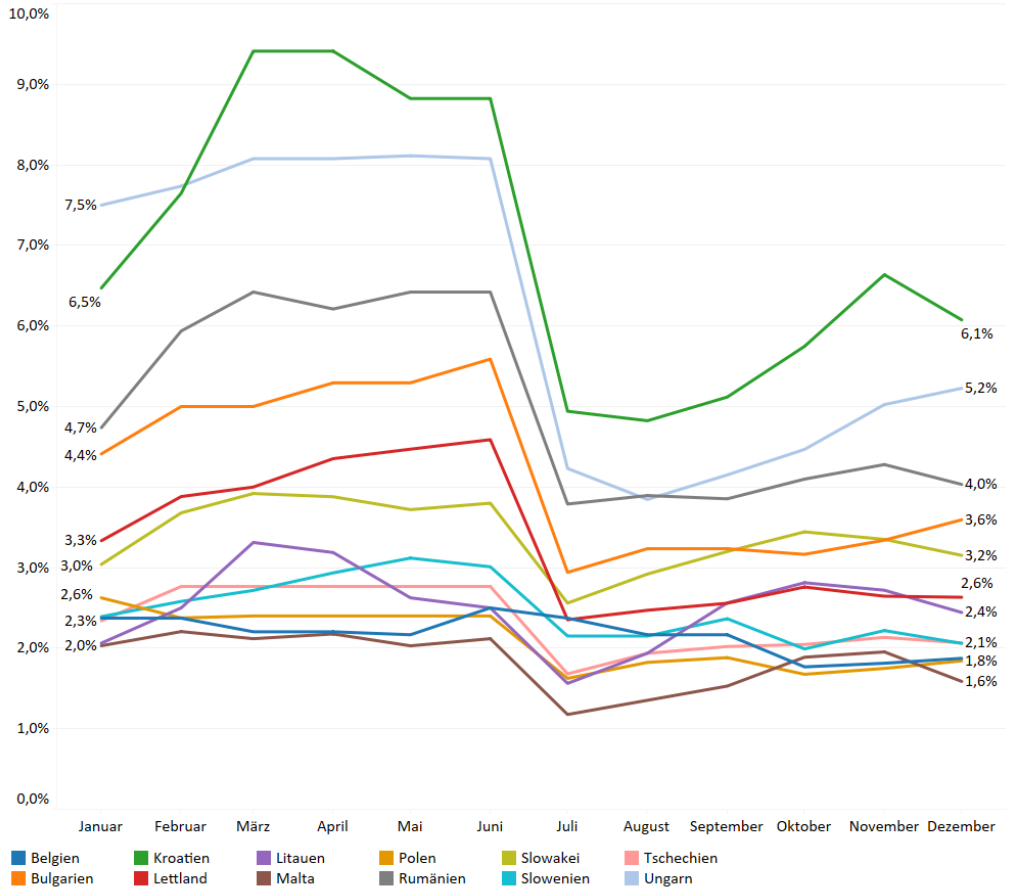

Abbildung 2: Facebook-Nutzer*innen in der EU mit dem Interesse „Deutschland“ und „Deutsch“

Anteil der Facebook-Nutzer*innen im Alter von 18 bis 64 mit dem von Facebook definierten Interesse „Deutschland“ und „Deutsch“ an allen Facebook-Nutzer*innen im jeweiligen Land, Januar bis Dezember 2021. Die absoluten Werte und die Werte aller Länder sind im Anhang in Tabelle 5 einsehbar. Eigene Berechnung und Darstellung © Minor

Tabelle 2: Frauenanteil der Facebook-Nutzer*innen in der EU mit dem Interesse „Deutschland“ und „Deutsch“
Durchschnittswerte von Januar bis Dezember 2021. Die Werte aller Länder und Monate sind im Anhang in Tabelle 6 einsehbar. Eigene Berechnung © Minor

Land	Durchschnittlicher Frauenanteil
Belgien	50,3 %
Bulgarien	55,2 %
Kroatien	35,3 %
Lettland	47,4 %
Litauen	44,4 %
Malta	43,6 %
Polen	60,4 %
Rumänien	47,3 %
Slowakei	34,0 %
Slowenien	29,0 %
Tschechien	48,3 %
Ungarn	46,3 %

3.2 Einwanderungspotenziale aus Drittstaaten

3.2.1 Facebook-Nutzung

Im Mai 2021 wurden erstmals im Rahmen der Modelluntersuchung auch die Daten aus ausgewählten Drittstaaten abgerufen.[5] Von Mai bis Dezember 2021 nutzten dort 1,24 Mrd. Menschen Facebook. So hatten 39,1 % der Einwohner*innen dieser Länder einen Facebook-Account. Der Blick auf die absoluten Zahlen zeigt, dass die meisten Facebook-Nutzer*innen in Indien leben: Dort nutzen 308 Mio. Menschen Facebook. Es folgen die USA mit 167 Mio., Indonesien mit 119 Mio. und Brasilien mit 116 Mio. Facebook-Nutzer*innen.

Bezogen auf die Bevölkerungszahl im jeweiligen Land nutzten rund 90 % aller Iraker*innen, Brasilianer*innen und US-Amerikaner*innen im Untersuchungszeitraum Facebook (siehe Abbildung 3). In Indien waren es nur 37,8 %, jedoch haben in Indien auch nur rund 40 % der Gesamtbevölkerung Zugang zum Internet (Mishra & Chanchani 2020). Gemessen daran ist der Anteil der indischen Facebook-Nutzer*innen somit ebenfalls hoch. Bei drei Ländern (Philippinen, Mexiko, Thailand und Vietnam) liegt die Facebook-Nutzung über 100 %. Es ist denkbar, dass die Nutzerzahlen von Facebook für diese Länder zu ungenau sind – z. B. dadurch, dass Personen, die nur kurzfristig in diesen Ländern sind, auch als inländische Facebook-Nutzer*innen kategorisiert werden.

Am wenigsten verbreitet ist die Nutzung von Facebook in China (0,1 %), Eritrea (0,4 %), DR Kongo (9,9 %) und Äthiopien (12,7 %). Diese Staaten schränken aus politischen Gründen oder wegen immer wiederkehrenden Konflikten die Internetnutzung ein und sperren immer wieder einzelne Seiten und Dienste, darunter auch Facebook (Wurzel 2021; access now 2020, CIA 2022). China hat zudem eigene, erfolgreiche Soziale Medien. Die mit 9,5 % ebenfalls vergleichsweise niedrige Facebook-Nutzung in Russland hängt in erster Linie damit zusammen, dass dort das Konkurrenz-Netzwerk „Vkontakte“ (rus. ВКонтакте) deutlich populärer ist (Bidder 2013).

Bei der Geschlechterverteilung der Nutzer*innen in diesen Drittstaaten gibt es große Unterschiede. Während sich männliche und weibliche Facebook-Nutzer*innen in der Ukraine, Russland, Philippinen, USA, Brasilien, Thailand, Mexiko und Vietnam wie in der EU in etwa die Waage halten, sind Frauen in vielen Staaten oft unterrepräsentiert (siehe Tabelle 4). So sind in Afghanistan nur 16,1 % der Facebook-Nutzer*innen weiblich, in Pakistan sind es 19,2 % und in Indien 24,0 %. Die geringe Nutzung von Facebook in diesen Ländern erklären sich Wissenschaftler*innen in erster Linie mit der Unterdrückung der Frauenrechte und der geringen Alphabetisierungsrate von Frauen (u. a. Saleemi 2021; Chandra 2019; Human Rights Watch 2020).

[5] Diese sind: Afghanistan, Ägypten, Äthiopien, Bangladesch, Bosnien und Herzegowina, Brasilien, China, Eritrea, Indien, Indonesien, Irak, Japan, DR Kongo, Mexiko, Nigeria, Pakistan, Philippinen, Russland, Somalia, Thailand, Türkei, USA, Ukraine, Vietnam.

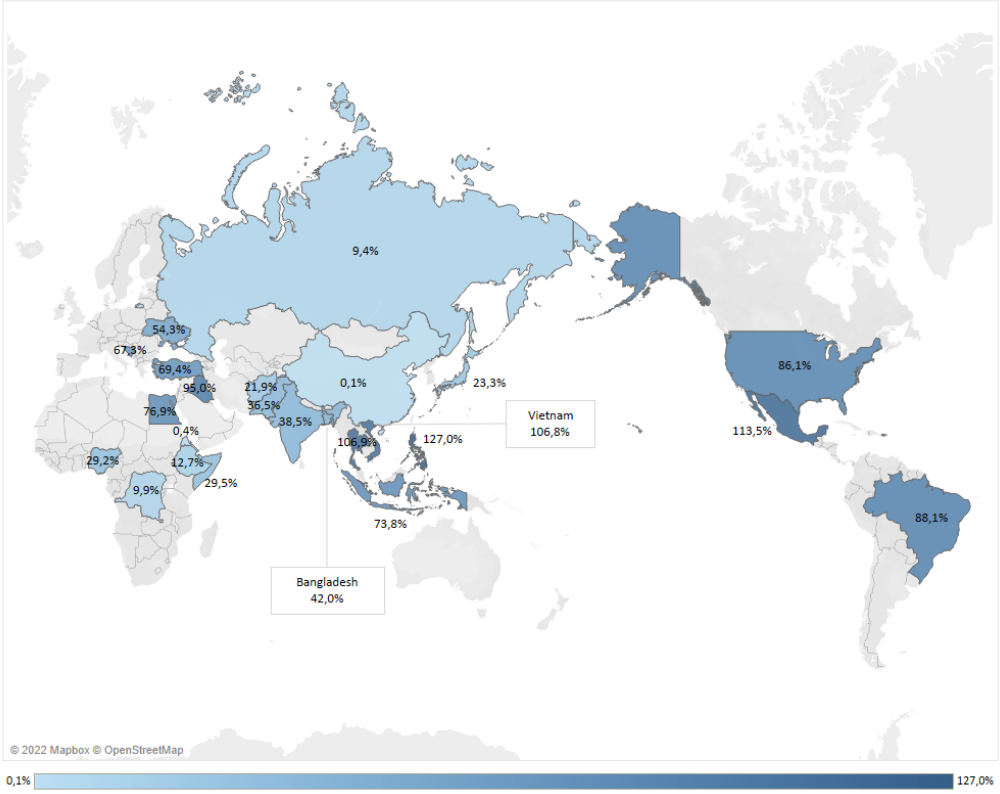

Abbildung 3: Facebook-Nutzung in den 15 bevölkerungsreichsten Staaten der Welt
Anteil der Facebook-Nutzer*innen im Alter zwischen 18 bis 64 Jahren an der Gesamtbevölkerung im Alter zwischen 20 und 64 Jahren[6] im jeweiligen Land. Eigene Darstellung basierend auf dem Durchschnitt der „monthly active users“ von Mai bis Dezember 2021 sowie der UNO-Bevölkerungsprognose für 2020 für die jeweiligen Staaten (UNO 2019).
Eigene Berechnung und Darstellung © Minor

[6] Die UNO-Statistik führt die Altersgruppen 15 - 19 Jahre und 20 - 24 Jahre auf. Da sich die Facebook-Daten nur auf volljährige Personen beziehen, wurde die Gruppe der 20- bis 24-Jährigen gewählt.

Tabelle 3: Frauenanteil der Facebook-Nutzer*innen in ausgewählten Drittstaaten
Durchschnittswerte von Mai bis Dezember 2021. Eigene Berechnung © Minor

Land	Frauen
Afghanistan	16,1 %
Ägypten	36,5 %
Äthiopien	32,8 %
Bangladesch	30,0 %
Bosnien und Herzegowina	49,3 %
Brasilien	51,8 %
China	40,4 %
Eritrea	27,7 %
Indien	24,0 %
Indonesien	43,8 %
Irak	26,4 %
Japan	46,8 %
Kongo	36,2 %
Mexiko	50,9 %
Nigeria	39,8 %
Pakistan	19,2 %
Philippinen	52,6 %
Russland	53,6 %
Somalia	41,6 %
Thailand	50,9 %
Türkei	34,3 %
USA	52,2 %
Ukraine	59,1 %
Vietnam	50,2 %

3.2.2 Interesse an „Deutschland“, „Deutsch“ und „Visum“

Insgesamt interessierten sich zwischen Mai und Dezember 2021 im Schnitt 1,95 Mio. bzw. 0,16 % der Facebook-Nutzer*innen in den ausgewählten Drittstaaten für die Werbekategorien „Deutschland“, „Deutsch“ und „Visum“. In Ägypten (ca. 375.000), Indien (ca. 320.000), Bangladesch (ca. 205.000) fallen im Schnitt besonders viele Facebook-Nutzer*innen unter diese Werbekategorie, während in Japan (ca. 2.600), der Demokratischen Republik Kongo (ca. 2.300), China (ca. 1.300) und Eritrea (1.100) diese Gruppen besonders klein ausfallen (siehe Tabelle 7).

Gemessen an allen Facebook-Nutzer*innen in den jeweiligen Ländern ist die Zahl der Interessierten in den meisten Ländern unter 1 % und werden deswegen nicht in Abbildung 4 aufgenommen. Im Kosovo und Bosnien Herzegowina liegt das Interesse etwas höher, jeweils zwischen 7,5 - 11,2 % und 2,9 - 5,7 % und schwankt um 2-3 %-Punkte. Dies lässt sich vermutlich auf die geografische Nähe zu Deutschland und der Arbeitsmarktsituation in diesen Ländern zurückführen. Auch unter afghanischen Nutzer*innen zeichnet sich ein gestiegenes Interesse für diese Werbekategorie ab (2,6 - 5,3 %). Dies hängt vermutlich mit der humanitären Situation vor Ort zusammen. In Afghanistan findet zu Ende des Jahres eine erhebliche Veränderung statt. Das Interesse, das bis Oktober auf ca. 100.000 Nutzer*innen stagnierte, stieg im November auf 190.000 Nutzer*innen an und fiel im Dezember wieder auf 90.000 ab. Der Abfall der Nutzer*innenzahlen könnte damit zusammenhängen, dass Afghan*innen ihr Social-Media-Verhalten an das neue Taliban-Regime angepasst haben. In Ägypten, Irak und der Ukraine ist der Anteil der Interessierten sehr gering und verändert sich kaum in Zeitverlauf (siehe Abbildung 4).

Analog zur Facebook-Nutzung gibt es auch beim Interesse für „Deutschland“, „Deutsch“ und „Visum“ starke Unterschiede zwischen Männern und Frauen. Mit 71,6 % ist der Anteil der Facebook-Nutzerinnen in der Ukraine am höchsten (siehe Tabelle 4). Der starke Unterschied könnte mit der höheren Partizipation der Ukrainerinnen am deutschen Arbeitsmarkt wie beispielsweise im Bereich der Live-In-Pflege zusammenhängen (Becker et al. 2021). In Bosnien Herzegowina liegt der Frauenanteil bei 44 %, in den anderen Ländern fällt er deutlich niedriger aus (siehe Tabelle 4). Das heißt: Vor allem Männer interessieren sich für Deutschland, die deutsche Sprache und ein Visum. Da der Zugang zu Arbeit einer der wichtigsten Migrationsmotive ist, liegt die Begründung vermutlich in der unterschiedlichen Arbeitsmarktsituation von Männern und Frauen in den Herkunftsländern und den Branchen, in denen Arbeitskräfte benötigt werden.

3.2.3 Fazit

Die Daten zeigen in der Tendenz, dass das Interesse für Deutschland, Deutsch und ein Visum in Kosovo, Bosnien Herzegowina und Afghanistan am höchsten ist – dies trifft v. a. auf Männer zu. Die kontinuierliche Datenerhebung zeigt, dass es wie bei den Daten aus der EU, Schwankungen im Zeitverlauf gibt.

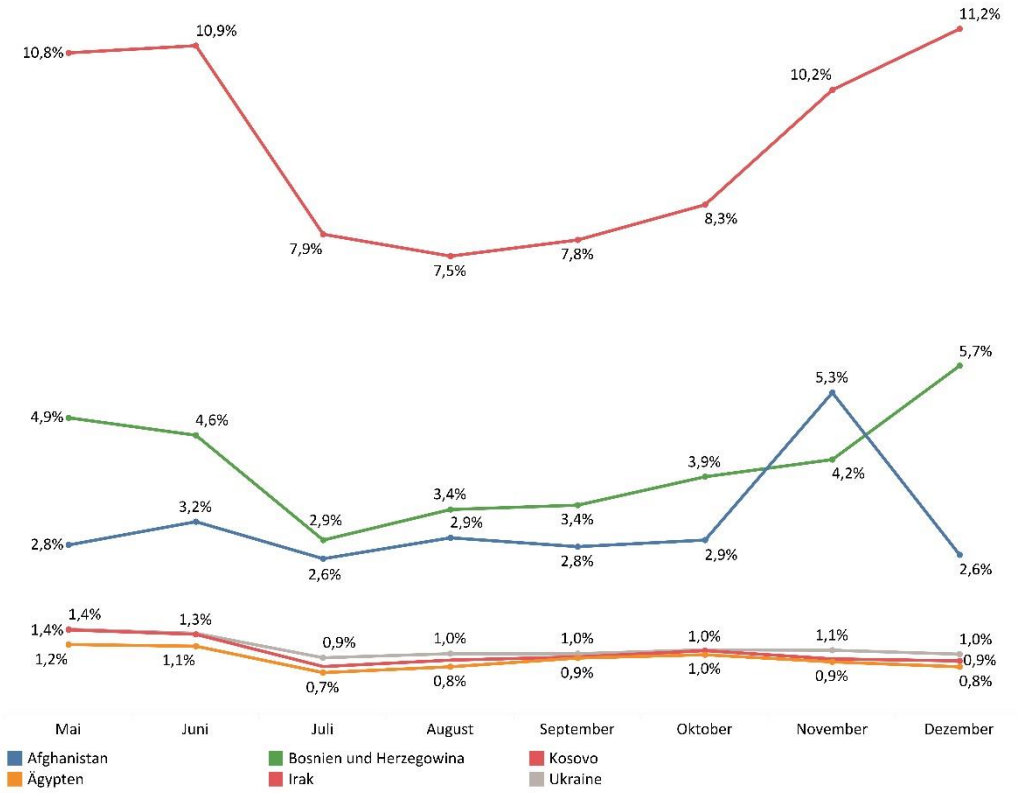

Abbildung 4: Facebook-Nutzer*innen in ausgewählten Drittstaaten mit dem Interesse „Deutschland“, „Deutsch“ und „Visum“
Anteil der Facebook-Nutzer*innen im Alter von 18 bis 64 mit dem von Facebook definierten Interesse „Deutschland“, „Deutsch“ und „Visum“ an allen Facebook-Nutzer*innen im jeweiligen Land, März bis Mai 2021. Eigene Berechnung und Darstellung © Minor

Tabelle 4: Frauenanteil der Facebook-Nutzer*innen in den 15 bevölkerungsreichsten Staaten der Welt mit dem Interesse „Deutschland“, „Deutsch“ und „Visum“
Durchschnittswerte von Januar bis Dezember 2021. Die Werte aller Länder und Monate sind im Anhang in Tabelle 8 einsehbar. Eigene Berechnung © Minor

Land	Durchschnittlicher Frauenanteil
Afghanistan	14,4 %
Ägypten	31,8 %
Bosnien und Herzegowina	44,4 %
Irak	21,1 %
Kosovo	30,7 %
Ukraine	71,6 %

3.3 Einwanderungspotenziale unter den Beschäftigten in ausgewählten Branchen

Mit zunehmender Ausdifferenzierung der Facebook-Nutzer*innen (neben Demografie und Ländern nach bspw. Branchen und Interessen) steigt die Ungenauigkeit des Facebook-Algorithmus bei der genauen Identifizierung von Personen. Als Resultat können bei ausdifferenzierten Suchparametern nur ein geringer Teil der Nutzer*innen im Land identifiziert werden (Abbildung 5 und Abbildung 6). In Verbindung mit der Analyse der Situation in den Herkunftsstaaten bzw. Verschiebungen in den Pull- und Push-Faktoren für Fachkräfte bietet die Analyse der Facebook-Daten jedoch einen guten Indikator für die Entwicklung des Zuwanderungsinteresses an Deutschland (Pull-Faktoren) sowie für die Bewertung möglicher Migrationspotenziale aus diesen Ländern.

Eine weitere Einschränkung stellt wie bereits erwähnt die Aufrundung der Zahlen einer vordefinierten Zielgruppe durch Facebook, dar. Alle Nutzer*innen-Zahlen, die unter dem Wert von 1.000 Personen liegen, werden von Facebook nicht genau beziffert, sondern auf 1.000 hochgerundet. Das passiert meistens bei Ländern mit insgesamt wenigen Nutzer*innen-Zahlen und führt bei der Auswertung und Analyse zum Problem der Aufrundung, da die aufgerundete Summe der Kategorien „Interessen Deutschland“ und „Deutsch“ bei über 100 % Anteil an allen Personen in der Branche liegt. Bei den Werten, die unter 1.000 Personen liegen und von Facebook automatisch auf 1.000 hochgerundet werden, bilden wir die Zahlen ab, verzichten jedoch auf Analyse und Auswertung dieser Zahlen, da an dieser Stelle keine validen Aussagen möglich sind.

Nach einer Information von Facebook Business-Suite Insights (Facebook 31.01.2022) können die je nach Targetingauswahl (Ausdifferenzierung der gewünschten Gruppe) und verfügbaren Daten die Schätzwerte der Nutzer*innen-Zahlen während der Laufzeit stark variieren (Facebook 31.01.2022). Um diese möglichen Schwankungen bei den Daten zu nivellieren, wurde auf die Abbildung und Analyse der Veränderungen der absoluten Zahlen verzichtet. Stattdessen berechneten wir für jeden untersuchten Monat und Branche die Veränderung des Anteiles der Personen mit Interesse Deutschland und Deutsch an allen Personen in der jeweiligen Branche. Im nächsten Schritt wurde die Veränderung dieses Anteils gegenüber dem Vormonat in Prozentpunkten berechnet.[7] Diese Vorgehensweise stellt aus unserer Sicht die beste Möglichkeit zur Abbildung der Entwicklung dar.

[7] Die Berechnung des Anteils von Personen mit Interesse Deutschland und Deutsch an allen Personen in der jeweiligen Branche in Prozent stellt die beste Möglichkeit dar, die Popularität des Interesses Deutschland und Deutsch unter den Personen in einer bestimmten Branche darzustellen, da es laut Facebook jedoch über die Zeit zu Schwankungen in den verfügbaren Daten und Schätzwerten kommen kann (absolute Zahlen). Die Veränderung des „Pools“ an Personen mit Interesse Deutschland und Deutsch in der jeweiligen untersuchten Branche wird vor diesem Hintergrund (schwankende absolute Zahlen und unsichere Verfügbarkeit der Daten) am besten durch die Veränderung diesen „Personen-Pools“ gegenüber dem Vormonat dargestellt (in Prozentpunkten).

Im weiteren Verlauf der Modelluntersuchung wurde eine zusätzliche Ausdifferenzierung vorgenommen, um Migrationspotenziale von Personen in bestimmten Branchen zu ermitteln. Es wurde nach Personen im Alter von 18 bis 64 Jahre nach Ländern sowie nach dem Merkmal „Branche“, das zusätzlich mit den Interessen der Person an „Deutschland“ und „Deutsch“ übereinstimmen musste, ausdifferenziert. Die Liste der untersuchten Länder war identisch mit der Liste bei der allgemeinen Untersuchung. Die Datenabfrage für den zweiten Teil der Untersuchung erfolgte im Zeitraum Oktober – Dezember 2021. Die Vorauswahl der Branchen erfolgte auf der Grundlage der Berufsbereiche (KldB 2010, 1-Steller) mit bereits bestehenden Engpässen bei der Besetzung sowie nach Branchen, bei denen die Substituierbarkeit durch Digitalisierung relativ gering ist (Dengler und Matthes 2021: 5). Beide Kriterien wurden bei der Auswahl der Branchen herangezogen, da wir vermuten, dass sie für eine mittelfristig verstärkte Fachkräftenachfrage in diesen Branchen sorgen werden und somit die wirtschaftlichen Pull-Faktoren für Fachkräfte im Ausland erhöhen können.

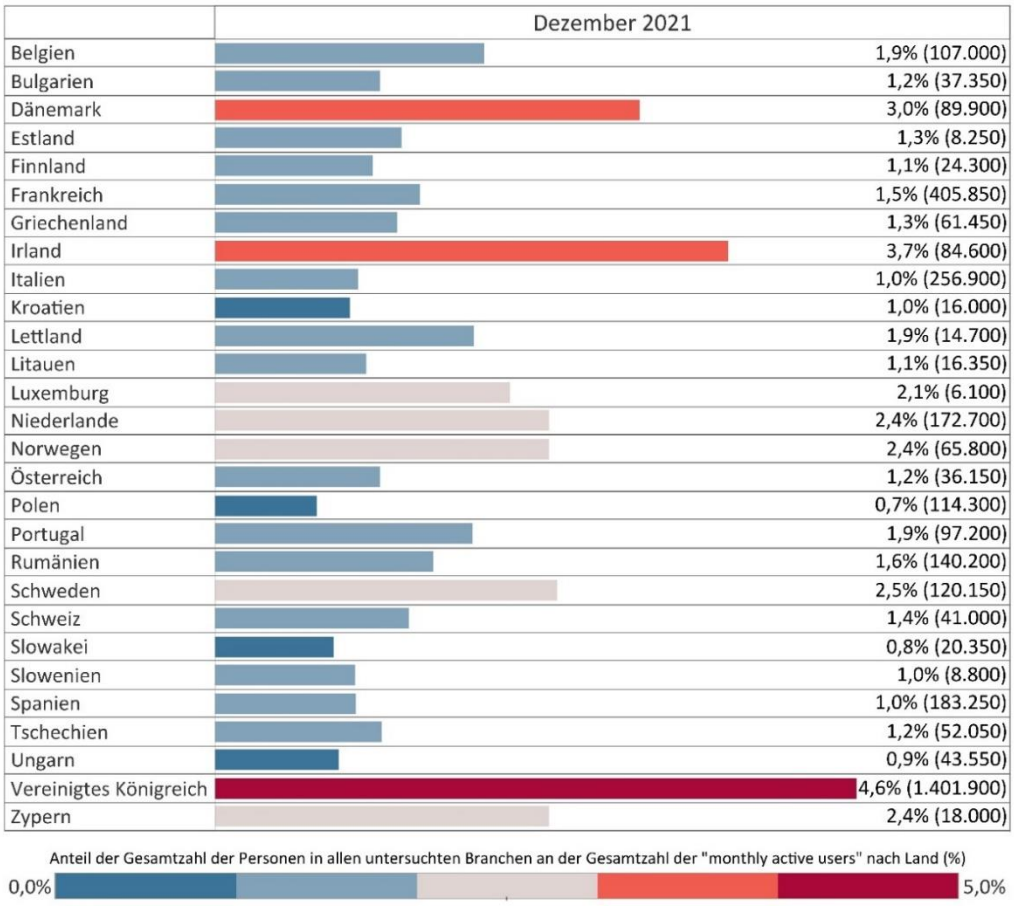

Abbildung 5: Gesamtzahl der beschäftigten Personen (in Klammern) in den sechs untersuchten Branchen aus den EU-Staaten, Norwegen, der Schweiz und dem Vereinigten Königreich und ihr Anteil an der Gesamtzahl der „monthly active users“ im korrespondierenden Land (in %).
Eigene Datenerhebung und Berechnungen nach Facebook 2021 © Minor

Insgesamt wurden sechs Branchen mit den passenden Merkmalen identifiziert, die in die Datenabfrage und Analyse aufgenommen wurden: „Essen und Restaurants“, „Produktion“, „Baugewerbe und Abriss“, „IT und Technische Dienstleistungen“, „Gesundheits- und Sanitätswesen“ und „Transport und Umzüge“.

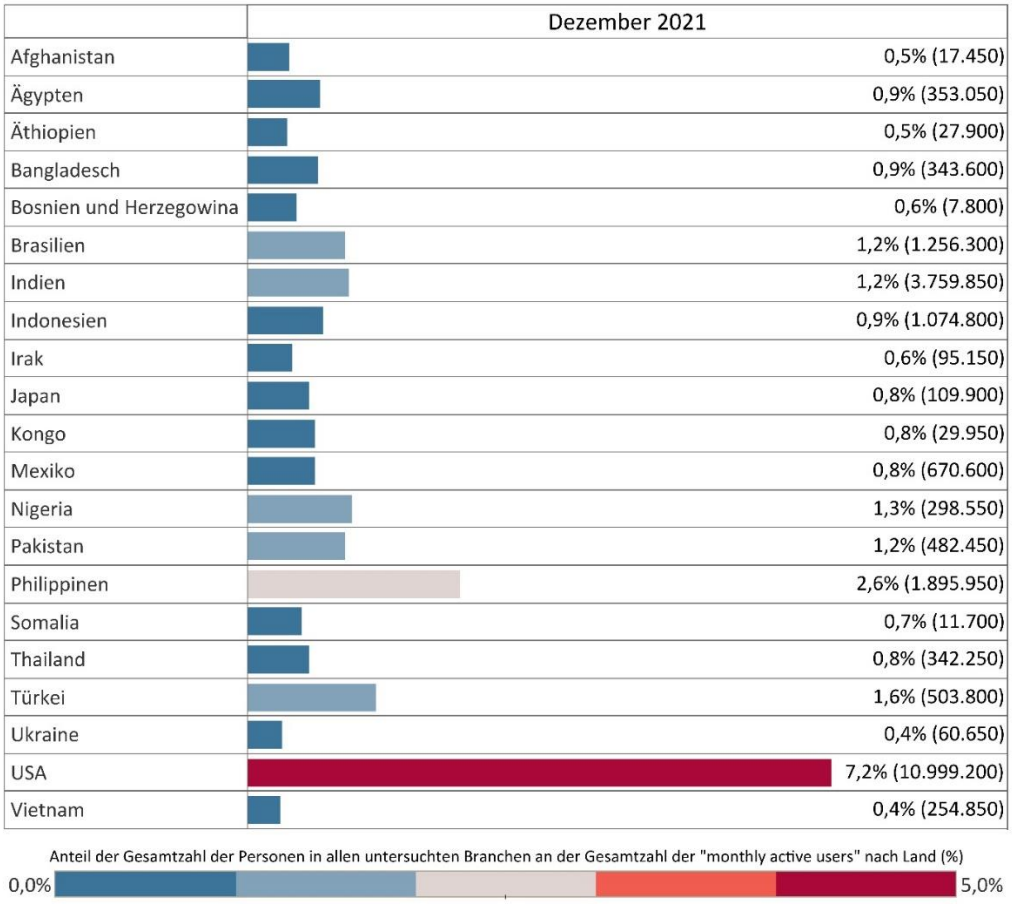

Abbildung 6: Gesamtzahl der Personen (in Klammern) in den sechs untersuchten Branchen aus Drittstaaten und ihr Anteil an der Gesamtzahl der „monthly active users“ im korrespondierenden Land (in %).
Eigene Datenerhebung und Berechnungen nach Facebook 2021 © Minor

Bei unserer Analyse der Migrationspotenziale nach Berufsbereichen haben wir insgesamt vier mögliche Szenarien für die Entwicklung der Migrationspotenzialen von Fachkräften im Ausland für die Themen Deutschland und Deutsch identifiziert:

Szenario 1: Wenn die Nutzer*innen-Zahlen der Beschäftigten in der untersuchten Branche mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch in den Herkunftsstaaten steigen und auch die Anteile dieser Personen an allen Personen in der gleichen Branche gleichzeitig steigen, zeigt es eine bemerkenswerte Entwicklung hin zu steigendem Interesse an Deutschland und möglichen Potenzialen für die Einwanderung von Fachkräften.

Szenario 2: Wenn die Nutzer*innen-Zahlen der Beschäftigten mit in der untersuchten Branche Interesse an Deutschland und Deutsch in den Herkunftsstaa-

ten steigen, die Anteile dieser Personen an allen Personen in der Branche jedoch sinken, könnte das darauf hindeuten, dass das Interesse an Deutschland und Deutsch nicht parallel zu den Zahlen der auf Facebook aktiven Beschäftigten in der Branche wächst.

Szenario 3: Wenn sowohl die Nutzer*innen-Zahlen der Beschäftigten mit Interesse an Deutschland und Deutsch als auch die Anteile dieser Personen an allen Personen in der Branche sinken, wären die möglichen Erklärungen:

a. Personen mit Interesse an Deutschland und Deutsch leben nicht mehr im Land.
b. Personen mit Interesse an Deutschland und Deutsch zeigen für Facebook kein Interesse mehr an diesen Themen/ entwickelten anderweitige Interessen (bspw. an andere potenzielle Einwanderungsländer).
c. Personen mit Interesse an Deutschland und Deutsch sind nicht mehr auf Facebook bzw. weiteren Plattformen des Konzerns aktiv.

Szenario 4: Wenn die Nutzer*innen-Zahlen der Beschäftigten mit Interesse an Deutschland und Deutsch sinken, die Anteile dieser Personen an allen Personen in der Branche jedoch steigen, deutet das auf ein stabiles Interesse an Deutschland unter den Beschäftigten der Branche bzw. auf die hohe Aktivität der Beschäftigten in der entsprechenden Branche auf Facebook, die ein Interesse an Deutschland und Deutsch zeigen.

3.3.1 Einwanderungspotenziale unter den Beschäftigten aus den EU-Staaten, Norwegen, der Schweiz und dem Vereinigten Königreich

Interesse an Deutschland und Deutsch unter den Beschäftigten der Branche "Baugewerbe und Abriss"

	Oktober 2021	November 2021		Dezember 2021	
Frankreich	21.100 / 43,6%	20.125 / 42,3%	-1,3%-Pkt.	19.150 / 40,9%	-1,4%-Pkt.
Vereinigtes Königreich	16.700 / 10,4%	15.650 / 9,9%	-0,4%-Pkt.	14.600 / 9,5%	-0,5%-Pkt.
Belgien	10.300 / 81,7%	10.175 / 83,2%	+1,5%-Pkt.	10.050 / 84,8%	+1,6%-Pkt.
Rumänien	6.400 / 51,6%	6.150 / 51,7%	+0,1%-Pkt.	5.900 / 51,8%	+0,1%-Pkt.
Italien	4.600 / 17,2%	4.375 / 16,7%	-0,5%-Pkt.	4.150 / 16,2%	-0,5%-Pkt.
Österreich	3.500 / 89,7%	3.600 / 92,3%	+2,6%-Pkt.	3.700 / 94,9%	+2,6%-Pkt.
Niederlande	3.300 / 35,9%	3.475 / 38,1%	+2,2%-Pkt.	3.650 / 40,3%	+2,2%-Pkt.
Schweiz	3.500 / 106,1%	3.500 / 108,5%	+2,5%-Pkt.	3.500 / 111,1%	+2,6%-Pkt.
Tschechien	3.200 / 62,7%	3.200 / 64,0%	+1,3%-Pkt.	3.200 / 65,3%	+1,3%-Pkt.
Dänemark	3.900 / 70,9%	3.275 / 61,2%	-9,7%-Pkt.	2.650 / 51,0%	-10,3%-Pkt.
Spanien	2.800 / 18,2%	2.700 / 18,2%	+0,0%-Pkt.	2.600 / 18,2%	+0,0%-Pkt.
Polen	2.900 / 47,5%	2.750 / 45,5%	-2,1%-Pkt.	2.600 / 43,3%	-2,1%-Pkt.
Bulgarien	2.700 / 67,5%	2.650 / 68,8%	+1,3%-Pkt.	2.600 / 70,3%	+1,4%-Pkt.
Ungarn	2.400 / 70,6%	2.350 / 70,7%	+0,1%-Pkt.	2.300 / 70,8%	+0,1%-Pkt.
Schweden	2.200 / 22,7%	2.150 / 22,5%	-0,2%-Pkt.	2.100 / 22,2%	-0,2%-Pkt.
Irland	2.300 / 22,8%	2.200 / 22,2%	-0,6%-Pkt.	2.100 / 21,5%	-0,6%-Pkt.
Griechenland	2.100 / 58,3%	2.100 / 60,0%	+1,7%-Pkt.	2.100 / 61,8%	+1,8%-Pkt.
Zypern	2.000 / 142,9%	2.000 / 148,1%	+5,3%-Pkt.	2.000 / 153,8%	+5,7%-Pkt.
Slowenien	2.000 / 200,0%	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.
Slowakei	2.000 / 100,0%	2.000 / 103,9%	+3,9%-Pkt.	2.000 / 108,1%	+4,2%-Pkt.
Portugal	2.100 / 33,9%	2.050 / 34,5%	+0,6%-Pkt.	2.000 / 35,1%	+0,6%-Pkt.
Norwegen	2.000 / 27,0%	2.000 / 27,9%	+0,8%-Pkt.	2.000 / 28,8%	+0,9%-Pkt.
Luxemburg	2.000 / 200,0%	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.
Litauen	2.000 / 181,8%	2.000 / 186,0%	+4,2%-Pkt.	2.000 / 190,5%	+4,4%-Pkt.
Lettland	2.000 / 166,7%	2.000 / 173,9%	+7,2%-Pkt.	2.000 / 181,8%	+7,9%-Pkt.
Kroatien	2.000 / 153,8%	2.000 / 160,0%	+6,2%-Pkt.	2.000 / 166,7%	+6,7%-Pkt.
Finnland	2.000 / 105,3%	2.000 / 106,7%	+1,4%-Pkt.	2.000 / 108,1%	+1,4%-Pkt.
Estland	2.000 / 200,0%	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.

Veränderung des Anteiles der Personen mit Interesse Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Berufsbranche ggü dem Vormonat (%-Pkt.)

-3,0%-Pkt. +3,0%-Pkt.

Abbildung 7: Beschäftigte der Branche „Baugewerbe und Abriss“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung).
Eigene Datenerhebung und Berechnungen nach Facebook 2021 © Minor

Ein überwiegender Teil der Länder (mit Ausnahme von Österreich und den Niederlanden) zeigt zwischen Oktober und Dezember 2021 sinkende Nutzer*innen-Zahlen von Beschäftigten in der Branche Baugewerbe und Abriss mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch. Unter den Top-5 Ländern wiesen Rumänien und Belgien bei sinkenden Nutzer*innen-Zahlen steigende Anteile der Beschäftigten mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Branche auf (Szenario 4). Frankreich, das Vereinigte Königreich und Italien wiesen dagegen die Entwicklung auf, die im Szenario 3 beschrieben ist.

Interesse an Deutschland und Deutsch unter den Beschäftigten der Branche "Essen und Restaurants"

	Oktober 2021	November 2021		Dezember 2021	
Vereinigtes Königreich	20.900 / 7,7%	19.650 / 7,4%	-0,2%-Pkt.	18.400 / 7,2%	-0,2%-Pkt.
Frankreich	17.600 / 41,5%	17.100 / 40,9%	-0,6%-Pkt.	16.600 / 40,3%	-0,6%-Pkt.
Polen	8.100 / 25,6%	8.125 / 26,4%	+0,8%-Pkt.	8.150 / 27,2%	+0,8%-Pkt.
Belgien	7.600 / 82,6%	7.525 / 84,6%	+1,9%-Pkt.	7.450 / 86,6%	+2,1%-Pkt.
Dänemark	11.000 / 55,6%	8.675 / 45,5%	-10,0%-Pkt.	6.350 / 34,7%	-10,8%-Pkt.
Schweiz	6.500 / 106,6%	6.300 / 106,3%	-0,2%-Pkt.	6.100 / 106,1%	-0,2%-Pkt.
Rumänien	6.200 / 45,9%	6.000 / 46,7%	+0,8%-Pkt.	5.800 / 47,5%	+0,8%-Pkt.
Italien	6.400 / 16,0%	6.100 / 15,9%	-0,1%-Pkt.	5.800 / 15,7%	-0,1%-Pkt.
Niederlande	5.200 / 23,4%	5.450 / 24,7%	+1,3%-Pkt.	5.700 / 26,0%	+1,3%-Pkt.
Österreich	4.400 / 93,6%	4.450 / 96,2%	+2,6%-Pkt.	4.500 / 98,9%	+2,7%-Pkt.
Tschechien	3.500 / 61,4%	3.450 / 62,2%	+0,8%-Pkt.	3.400 / 63,0%	+0,8%-Pkt.
Griechenland	3.400 / 28,1%	3.375 / 28,7%	+0,6%-Pkt.	3.350 / 29,3%	+0,6%-Pkt.
Portugal	3.300 / 18,6%	3.150 / 18,5%	-0,2%-Pkt.	3.000 / 18,3%	-0,2%-Pkt.
Spanien	2.800 / 17,3%	2.775 / 17,5%	+0,3%-Pkt.	2.750 / 17,8%	+0,3%-Pkt.
Bulgarien	2.700 / 58,7%	2.700 / 61,4%	+2,7%-Pkt.	2.700 / 64,3%	+2,9%-Pkt.
Schweden	2.500 / 16,9%	2.575 / 18,0%	+1,1%-Pkt.	2.650 / 19,2%	+1,2%-Pkt.
Ungarn	2.700 / 57,4%	2.650 / 58,6%	+1,1%-Pkt.	2.600 / 59,8%	+1,2%-Pkt.
Irland	2.600 / 15,2%	2.550 / 15,2%	+0,0%-Pkt.	2.500 / 15,2%	+0,0%-Pkt.
Zypern	2.000 / 64,5%	2.000 / 66,1%	+1,6%-Pkt.	2.000 / 67,8%	+1,7%-Pkt.
Slowenien	2.000 / 200,0%	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.
Slowakei	2.000 / 95,2%	2.000 / 97,6%	+2,3%-Pkt.	2.000 / 100,0%	+2,4%-Pkt.
Norwegen	2.100 / 23,1%	2.050 / 23,3%	+0,2%-Pkt.	2.000 / 23,5%	+0,2%-Pkt.
Luxemburg	2.000 / 200,0%	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.
Litauen	2.000 / 105,3%	2.000 / 109,6%	+4,3%-Pkt.	2.000 / 114,3%	+4,7%-Pkt.
Lettland	2.000 / 95,2%	2.000 / 98,8%	+3,5%-Pkt.	2.000 / 102,6%	+3,8%-Pkt.
Kroatien	2.000 / 111,1%	2.000 / 115,9%	+4,8%-Pkt.	2.000 / 121,2%	+5,3%-Pkt.
Finnland	2.000 / 76,9%	2.000 / 80,0%	+3,1%-Pkt.	2.000 / 83,3%	+3,3%-Pkt.
Estland	2.000 / 181,8%	2.000 / 186,0%	+4,2%-Pkt.	2.000 / 190,5%	+4,4%-Pkt.

Veränderung des Anteiles der Personen mit Interesse Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Berufsbranche ggü dem Vormonat (%-Pkt.)

-3,0%-Pkt. +3,0%-Pkt.

Abbildung 8: Beschäftigte der Branche „Essen und Restaurants“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung).
Eigene Datenerhebung und Berechnungen nach Facebook 2021 © Minor

Bei mehr als der Hälfte der untersuchten Länder sanken zwischen Oktober und Dezember 2021 die Nutzer*innen-Zahlen von Beschäftigten in der Branche Essen und Restaurants mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch. Unter den Top-5 Ländern wiesen bei sinkenden (Belgien; Szenario 4) und steigenden (Polen; Szenario 1) Nutzer*innen-Zahlen steigende Anteile der Beschäftigten mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Branche auf. Das Vereinigte Königreich, Frankreich und Dänemark demonstrierten dagegen die Entwicklung nach dem Szenario 3.

Interesse an Deutschland und Deutsch unter den Beschäftigten der Branche "Gesundheits- und Sanitätswesen"

	Oktober 2021	November 2021		Dezember 2021	
Frankreich	55.200 / 40,9%	53.850 / 40,4%	-0,4%-Pkt.	52.500 / 40,0%	-0,5%-Pkt.
Belgien	19.100 / 76,7%	18.650 / 76,9%	+0,2%-Pkt.	18.200 / 77,1%	+0,2%-Pkt.
Vereinigtes Königreich	18.700 / 7,9%	17.625 / 7,7%	-0,2%-Pkt.	16.550 / 7,5%	-0,2%-Pkt.
Schweiz	10.700 / 95,5%	10.500 / 96,6%	+1,0%-Pkt.	10.300 / 97,6%	+1,1%-Pkt.
Rumänien	10.100 / 43,7%	9.600 / 43,4%	-0,3%-Pkt.	9.100 / 43,0%	-0,4%-Pkt.
Niederlande	8.000 / 19,7%	8.450 / 21,1%	+1,5%-Pkt.	8.900 / 22,6%	+1,5%-Pkt.
Österreich	7.800 / 86,7%	8.000 / 89,1%	+2,5%-Pkt.	8.200 / 91,6%	+2,5%-Pkt.
Italien	9.600 / 14,5%	8.750 / 13,6%	-0,8%-Pkt.	7.900 / 12,7%	-0,9%-Pkt.
Dänemark	11.600 / 52,3%	9.200 / 42,9%	-9,4%-Pkt.	6.800 / 32,9%	-10,0%-Pkt.
Spanien	4.500 / 11,4%	4.475 / 11,7%	+0,3%-Pkt.	4.450 / 12,0%	+0,3%-Pkt.
Polen	4.300 / 28,5%	4.275 / 28,9%	+0,5%-Pkt.	4.250 / 29,4%	+0,5%-Pkt.
Schweden	3.900 / 13,6%	3.975 / 14,3%	+0,7%-Pkt.	4.050 / 15,1%	+0,8%-Pkt.
Tschechien	3.700 / 52,9%	3.775 / 55,3%	+2,5%-Pkt.	3.850 / 57,9%	+2,6%-Pkt.
Portugal	4.100 / 14,9%	3.975 / 14,9%	+0,0%-Pkt.	3.850 / 14,9%	+0,0%-Pkt.
Griechenland	3.900 / 30,2%	3.750 / 29,9%	-0,4%-Pkt.	3.600 / 29,5%	-0,4%-Pkt.
Bulgarien	3.600 / 51,4%	3.550 / 52,6%	+1,2%-Pkt.	3.500 / 53,8%	+1,3%-Pkt.
Ungarn	2.900 / 45,3%	2.825 / 45,6%	+0,3%-Pkt.	2.750 / 45,8%	+0,3%-Pkt.
Norwegen	2.600 / 21,5%	2.500 / 21,3%	-0,2%-Pkt.	2.400 / 21,1%	-0,2%-Pkt.
Irland	2.300 / 15,1%	2.300 / 15,5%	+0,4%-Pkt.	2.300 / 15,9%	+0,4%-Pkt.
Kroatien	2.300 / 79,3%	2.250 / 78,9%	-0,4%-Pkt.	2.200 / 78,6%	-0,4%-Pkt.
Litauen	2.200 / 64,7%	2.125 / 64,9%	+0,2%-Pkt.	2.050 / 65,1%	+0,2%-Pkt.
Lettland	2.200 / 81,5%	2.125 / 81,7%	+0,2%-Pkt.	2.050 / 82,0%	+0,3%-Pkt.
Zypern	2.000 / 47,6%	2.000 / 48,8%	+1,2%-Pkt.	2.000 / 50,0%	+1,2%-Pkt.
Slowenien	2.000 / 153,8%	2.000 / 160,0%	+6,2%-Pkt.	2.000 / 166,7%	+6,7%-Pkt.
Slowakei	2.000 / 62,5%	2.000 / 65,0%	+2,5%-Pkt.	2.000 / 67,8%	+2,8%-Pkt.
Luxemburg	2.000 / 166,7%	2.000 / 173,9%	+7,2%-Pkt.	2.000 / 181,8%	+7,9%-Pkt.
Finnland	2.000 / 36,4%	2.000 / 36,9%	+0,5%-Pkt.	2.000 / 37,4%	+0,5%-Pkt.
Estland	2.000 / 153,8%	2.000 / 160,0%	+6,2%-Pkt.	2.000 / 166,7%	+6,7%-Pkt.

Veränderung des Anteiles der Personen mit Interesse Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Berufsbranche ggü dem Vormonat (%-Pkt.)

-3,0%-Pkt. +3,0%-Pkt.

Abbildung 9: Beschäftigte der Branche „Gesundheits- und Sanitätswesen“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung).
Eigene Datenerhebung und Berechnungen nach Facebook 2021 © Minor

Mit Ausnahme von vier Ländern sanken zwischen Oktober und Dezember 2021 in den untersuchten Ländern die Nutzer*innen-Zahlen von Beschäftigten in der Branche Gesundheits- und Sanitätswesen mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch. Unter den Top-5 Ländern wiesen Belgien und die Schweiz bei sinkenden Nutzer*innen-Zahlen steigende Anteile der Beschäftigten mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Branche (Szenario 4). Frankreich, das Vereinigte Königreich und Rumänien dagegen demonstrierten die Entwicklung nach dem Szenario 3.

Interesse an Deutschland und Deutsch unter den Beschäftigten der Branche "IT und Technische Dienstleistungen"

	Oktober 2021	November 2021		Dezember 2021	
Vereinigtes Königreich	20.400 / 8,5%	19.750 / 8,5%	+0,0%-Pkt.	19.100 / 8,4%	+0,0%-Pkt.
Rumänien	14.000 / 38,6%	13.550 / 38,7%	+0,2%-Pkt.	13.100 / 38,9%	+0,2%-Pkt.
Frankreich	12.700 / 36,3%	12.350 / 36,2%	-0,1%-Pkt.	12.000 / 36,0%	-0,1%-Pkt.
Belgien	11.800 / 69,4%	11.525 / 70,0%	+0,5%-Pkt.	11.250 / 70,5%	+0,6%-Pkt.
Niederlande	6.100 / 22,7%	6.175 / 23,3%	+0,6%-Pkt.	6.250 / 23,9%	+0,6%-Pkt.
Schweiz	6.200 / 86,1%	6.175 / 87,9%	+1,8%-Pkt.	6.150 / 89,8%	+1,9%-Pkt.
Italien	5.700 / 14,2%	5.350 / 13,8%	-0,5%-Pkt.	5.000 / 13,3%	-0,5%-Pkt.
Dänemark	7.700 / 53,5%	6.200 / 44,3%	-9,2%-Pkt.	4.700 / 34,6%	-9,7%-Pkt.
Spanien	5.300 / 11,0%	4.950 / 10,7%	-0,4%-Pkt.	4.600 / 10,3%	-0,4%-Pkt.
Tschechien	4.700 / 48,0%	4.550 / 47,6%	-0,3%-Pkt.	4.400 / 47,3%	-0,3%-Pkt.
Polen	4.600 / 23,5%	4.375 / 22,8%	-0,7%-Pkt.	4.150 / 22,1%	-0,7%-Pkt.
Ungarn	4.200 / 40,4%	4.125 / 40,6%	+0,3%-Pkt.	4.050 / 40,9%	+0,3%-Pkt.
Österreich	3.400 / 70,8%	3.575 / 75,3%	+4,4%-Pkt.	3.750 / 79,8%	+4,5%-Pkt.
Portugal	3.900 / 16,7%	3.800 / 16,8%	+0,0%-Pkt.	3.700 / 16,8%	+0,0%-Pkt.
Bulgarien	3.800 / 42,7%	3.700 / 43,3%	+0,6%-Pkt.	3.600 / 43,9%	+0,6%-Pkt.
Schweden	3.600 / 16,0%	3.500 / 15,8%	-0,2%-Pkt.	3.400 / 15,6%	-0,2%-Pkt.
Griechenland	3.100 / 30,4%	3.075 / 31,1%	+0,7%-Pkt.	3.050 / 31,8%	+0,7%-Pkt.
Litauen	2.600 / 55,3%	2.600 / 57,5%	+2,1%-Pkt.	2.600 / 59,8%	+2,3%-Pkt.
Kroatien	2.500 / 56,8%	2.475 / 57,6%	+0,7%-Pkt.	2.450 / 58,3%	+57,6%-Pkt.
Irland	2.300 / 16,7%	2.300 / 17,1%	+0,5%-Pkt.	2.300 / 17,6%	+0,5%-Pkt.
Zypern	2.000 / 46,5%	2.025 / 48,8%	+2,3%-Pkt.	2.050 / 51,3%	+2,5%-Pkt.
Slowakei	2.200 / 48,9%	2.125 / 48,6%	-0,3%-Pkt.	2.050 / 48,2%	-0,3%-Pkt.
Norwegen	2.000 / 22,0%	2.025 / 23,1%	+1,1%-Pkt.	2.050 / 24,3%	+1,2%-Pkt.
Lettland	2.200 / 66,7%	2.125 / 66,9%	+0,3%-Pkt.	2.050 / 67,2%	+0,3%-Pkt.
Slowenien	2.000 / 71,4%	2.000 / 74,8%	+3,3%-Pkt.	2.000 / 78,4%	+3,7%-Pkt.
Luxemburg	2.000 / 200,0%	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.
Finnland	2.000 / 36,4%	2.000 / 37,2%	-18,1%-Pkt.	2.000 / 38,1%	+0,9%-Pkt.
Estland	2.000 / 100,0%	2.000 / 101,3%	+1,3%-Pkt.	2.000 / 102,6%	+1,3%-Pkt.

Veränderung des Anteiles der Personen mit Interesse Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Berufsbranche ggü dem Vormonat (%-Pkt.)

-3,0%-Pkt. +3,0%-Pkt.

Abbildung 10: Beschäftigte der Branche „IT und Technische Dienstleistungen“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung).
Eigene Datenerhebung und Berechnungen nach Facebook 2021 © Minor

Mit Ausnahme der Niederlande sanken zwischen Oktober und Dezember 2021 in allen untersuchten Ländern die Nutzer*innen-Zahlen von Beschäftigten in der Branche IT und Technische Dienstleistungen mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch. Drei der den Top-5 Länder wiesen bei sinkenden Nutzer*innen-Zahlen steigende Anteile (Szenario 4) der Beschäftigten mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Branche (das Vereinigte Königreich, Rumänien und Belgien). In den Niederlanden stiegen im untersuchten Zeitraum sowohl die Nutzer*innen-Zahlen als auch die Anteile der Beschäftigten mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Branche (Szenario 1).

Interesse an Deutschland und Deutsch unter den Beschäftigten der Branche "Produktion"

	Oktober 2021	November 2021		Dezember 2021	
Frankreich	46.400 / 42,0%	43.975 / 40,4%	-1,6%-Pkt.	41.550 / 38,8%	-1,7%-Pkt.
Vereinigtes Königreich	36.900 / 9,5%	34.850 / 9,2%	-0,3%-Pkt.	32.800 / 8,9%	-0,3%-Pkt.
Belgien	25.800 / 77,7%	25.050 / 77,6%	-0,1%-Pkt.	24.300 / 77,5%	-0,1%-Pkt.
Rumänien	20.500 / 45,6%	19.750 / 45,1%	-0,4%-Pkt.	19.000 / 44,7%	-0,5%-Pkt.
Niederlande	11.200 / 23,8%	11.875 / 25,5%	+1,7%-Pkt.	12.550 / 27,3%	+1,8%-Pkt.
Schweiz	10.200 / 102,0%	10.150 / 103,6%	+1,6%-Pkt.	10.100 / 105,2%	+1,6%-Pkt.
Polen	9.500 / 28,8%	9.300 / 28,4%	-0,3%-Pkt.	9.100 / 28,1%	-0,4%-Pkt.
Italien	10.100 / 15,4%	9.550 / 14,9%	-0,6%-Pkt.	9.000 / 14,3%	-0,6%-Pkt.
Österreich	8.500 / 87,6%	8.675 / 89,9%	+2,3%-Pkt.	8.850 / 92,2%	+2,3%-Pkt.
Tschechien	8.500 / 47,5%	8.125 / 46,2%	-1,3%-Pkt.	7.750 / 44,8%	-1,4%-Pkt.
Dänemark	13.100 / 53,5%	10.425 / 43,7%	-9,8%-Pkt.	7.750 / 33,4%	-10,3%-Pkt.
Ungarn	6.500 / 42,5%	6.250 / 42,1%	-0,4%-Pkt.	6.000 / 41,7%	-0,4%-Pkt.
Schweden	5.300 / 13,8%	5.150 / 13,8%	-0,1%-Pkt.	5.000 / 13,7%	-0,1%-Pkt.
Bulgarien	5.300 / 45,7%	5.150 / 46,2%	+0,5%-Pkt.	5.000 / 46,7%	+0,5%-Pkt.
Griechenland	4.800 / 26,5%	4.800 / 27,5%	+1,0%-Pkt.	4.800 / 28,7%	+1,1%-Pkt.
Spanien	4.700 / 12,0%	4.500 / 11,8%	-0,2%-Pkt.	4.300 / 11,7%	-0,2%-Pkt.
Portugal	3.800 / 18,7%	3.550 / 18,0%	-0,7%-Pkt.	3.300 / 17,3%	-0,7%-Pkt.
Irland	3.600 / 15,6%	3.450 / 15,4%	-0,2%-Pkt.	3.300 / 15,2%	-0,2%-Pkt.
Norwegen	3.600 / 15,5%	3.400 / 15,2%	-0,4%-Pkt.	3.200 / 14,8%	-0,4%-Pkt.
Slowakei	3.000 / 42,9%	2.925 / 42,9%	+0,0%-Pkt.	2.850 / 42,9%	+0,0%-Pkt.
Kroatien	2.600 / 60,5%	2.575 / 61,7%	+1,2%-Pkt.	2.550 / 63,0%	+1,3%-Pkt.
Litauen	2.500 / 56,8%	2.400 / 56,5%	-0,3%-Pkt.	2.300 / 56,1%	-0,4%-Pkt.
Lettland	2.600 / 56,5%	2.450 / 55,4%	-1,2%-Pkt.	2.300 / 54,1%	-1,2%-Pkt.
Zypern	2.000 / 48,8%	2.000 / 50,0%	+1,2%-Pkt.	2.000 / 51,3%	+1,3%-Pkt.
Slowenien	2.000 / 90,9%	2.000 / 94,1%	+3,2%-Pkt.	2.000 / 97,6%	+3,4%-Pkt.
Luxemburg	2.000 / 200,0%	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.
Finnland	2.100 / 32,3%	2.050 / 31,8%	-0,5%-Pkt.	2.000 / 31,3%	-0,5%-Pkt.
Estland	2.000 / 90,9%	2.000 / 94,1%	+3,2%-Pkt.	2.000 / 97,6%	+3,4%-Pkt.

Veränderung des Anteiles der Personen mit Interesse Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Berufsbranche ggü dem Vormonat (%-Pkt.)

-3,0%-Pkt. +3,0%-Pkt.

Abbildung 11: Beschäftigte der Branche „Produktion“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung).
Eigene Datenerhebung und Berechnungen nach Facebook 2021 © Minor

Mit Ausnahme der Niederlande und Österreich sanken zwischen Oktober und Dezember 2021 in allen untersuchten Ländern die Nutzer*innen-Zahlen von Beschäftigten in der Branche Produktion mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch. Vier der Top-5 Länder (Frankreich, das Vereinigte Königreich, Belgien und Rumänien) wiesen bei sinkenden Nutzer*innen-Zahlen ebenfalls sinkende Anteile der Beschäftigten mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Branche (Szenario 3). In den Niederlanden dagegen stiegen im untersuchten Zeitraum sowohl die Nutzer*innen-Zahlen als auch die Anteile der Beschäftigten mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Branche (Szenario 1).

Interesse an Deutschland und Deutsch unter den Beschäftigten der Branche "Transport und Umzüge"

	Oktober 2021	November 2021		Dezember 2021	
Frankreich	21.400 / 44,9%	20.450 / 43,6%	-1,2%-Pkt.	19.500 / 42,3%	-1,3%-Pkt.
Vereinigtes Königreich	18.500 / 10,0%	18.025 / 10,0%	+0,0%-Pkt.	17.550 / 9,9%	+0,0%-Pkt.
Belgien		13.550 / 83,3%		13.100 / 83,7%	+0,4%-Pkt.
Rumänien	10.900 / 52,4%	10.725 / 53,6%	+1,2%-Pkt.	10.550 / 54,8%	+1,2%-Pkt.
Niederlande	9.600 / 31,3%	9.850 / 32,3%	+1,1%-Pkt.	10.100 / 33,4%	+1,1%-Pkt.
Schweiz	6.200 / 117,0%	6.050 / 116,3%	-0,6%-Pkt.	5.900 / 115,7%	-0,7%-Pkt.
Tschechien	5.100 / 58,0%	5.025 / 58,1%	+0,1%-Pkt.	4.950 / 58,2%	+0,1%-Pkt.
Spanien	5.000 / 13,8%	4.975 / 14,0%	+0,2%-Pkt.	4.950 / 14,2%	+0,2%-Pkt.
Italien	5.600 / 17,1%	5.275 / 16,4%	-0,7%-Pkt.	4.950 / 15,7%	-0,7%-Pkt.
Polen	4.900 / 37,4%	4.800 / 37,2%	-0,2%-Pkt.	4.700 / 37,0%	-0,2%-Pkt.
Österreich	4.000 / 88,9%	4.175 / 93,3%	+4,4%-Pkt.	4.350 / 97,8%	+4,5%-Pkt.
Dänemark	6.000 / 63,8%	4.850 / 53,0%	-10,8%-Pkt.	3.700 / 41,6%	-11,4%-Pkt.
Ungarn	3.600 / 61,0%	3.550 / 61,5%	+0,5%-Pkt.	3.500 / 61,9%	+0,5%-Pkt.
Griechenland	3.200 / 37,2%	3.100 / 37,2%	+0,0%-Pkt.	3.000 / 37,3%	+0,0%-Pkt.
Bulgarien	3.100 / 70,5%	2.925 / 69,2%	-1,2%-Pkt.	2.750 / 67,9%	-1,3%-Pkt.
Schweden	2.800 / 23,0%	2.700 / 22,6%	-0,3%-Pkt.	2.600 / 22,3%	-0,3%-Pkt.
Portugal	2.600 / 29,5%	2.450 / 28,9%	-0,6%-Pkt.	2.300 / 28,2%	-0,7%-Pkt.
Norwegen	2.500 / 26,6%	2.400 / 26,3%	-0,3%-Pkt.	2.300 / 26,0%	-0,3%-Pkt.
Irland	2.400 / 25,3%	2.300 / 24,7%	-0,5%-Pkt.	2.200 / 24,2%	-0,6%-Pkt.
Zypern	2.000 / 105,3%	2.000 / 106,7%	+1,4%-Pkt.	2.000 / 108,1%	+1,4%-Pkt.
Slowenien	2.000 / 200,0%	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.
Slowakei	2.000 / 71,4%	2.000 / 73,4%	+2,0%-Pkt.	2.000 / 75,5%	+2,1%-Pkt.
Luxemburg	2.000 / 200,0%	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.
Litauen	2.000 / 95,2%	2.000 / 98,8%	+3,5%-Pkt.	2.000 / 102,6%	+3,8%-Pkt.
Lettland	2.000 / 100,0%	2.000 / 103,9%	+3,9%-Pkt.	2.000 / 108,1%	+4,2%-Pkt.
Kroatien	2.000 / 90,9%	2.000 / 93,0%	+2,1%-Pkt.	2.000 / 95,2%	+2,2%-Pkt.
Finnland	2.000 / 64,5%	2.000 / 65,0%	+0,5%-Pkt.	2.000 / 65,6%	+0,5%-Pkt.
Estland	2.000 / 200,0%	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.

Veränderung des Anteiles der Personen mit Interesse Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Berufsbranche ggü dem Vormonat (%-Pkt.)

-3,0%-Pkt. +3,0%-Pkt.

Abbildung 12: Beschäftigte der Branche „Transport und Umzüge“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung).
Eigene Datenerhebung und Berechnungen nach Facebook 2021 © Minor

Mit Ausnahme der Niederlande und Österreich sanken zwischen Oktober und Dezember 2021 in allen untersuchten Ländern die Nutzer*innen-Zahlen von Beschäftigten in der Branche Transport und Umzüge mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch. Drei der Top-5 Länder (das Vereinigte Königreich, Belgien und Rumänien) wiesen bei sinkenden Nutzer*innen-Zahlen steigende Anteile der Beschäftigten mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Branche (Szenario 4). Frankreich verzeichnete sowohl sinkende Nutzer*innen-Zahlen als auch die Anteile der Beschäftigten mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Branche (Szenario 3). In den Niederlanden dagegen stiegen im untersuchten Zeitraum die beiden Werte (Szenario 1).

3.3.2 Einwanderungspotenziale unter den Beschäftigten aus den Drittstaaten

Seit der beginnenden „The Great Resignation“ oder dem „Big Quit“, einem anhaltenden wirtschaftlichen Trend, bei dem Angestellte ab Anfang 2020 freiwillig und massenhaft ihren Arbeitsplatz kündigen, ist in den Vereinigten Staaten seit Ende 2020 eine in der Geschichte des Landes bemerkenswerte Entwicklung zu beobachten. Zwischen Dezember 2020 und Dezember 2021 haben 42.033.000 Millionen Amerikaner*innen ihre Arbeitsstelle freiwillig gekündigt (U.S. Bureau of Labor Statistics, 01.02.2022). Gemessen an der durchschnittlichen Anzahl aller zivilen-Erwerbstätigen waren es zwischen Dezember 2020 und Dezember 2021 monatlich durchschnittlich 2,12 % der Erwerbstätigen, die ihre Arbeitsstelle kündigten (eigene Berechnungen nach U.S. Bureau of Labor Statistics 2022).

Im September 2021 erfasste LinkedIn weltweit den Prozentsatz der Mitglieder, deren LinkedIn-Profil in letzter Zeit einen Jobwechsel erfuhr und stellte einen Anstieg von 54 % im Vergleich zum Vorjahr fest. LinkedIn-CEO Ryan Roslansky bezeichnete die Entwicklung als das „Great Reshuffle“ (die große Umwälzung) und stellte fest, dass deutliche Unterschiede nach Generationen festzustellen sind. Betrachtet man speziell die Generation Z, so ist der Anstieg im Jahresvergleich bei 80 % gewesen, bei den Millennials seien es 50 %, bei der Generation X - 31 % und bei den Baby-Boomern fiel der Anstieg im Jahresvergleich mit 5 % am geringsten aus (Time, 17.10.2021). Kirstin Ferguson, die australische Leadership-Expertin, Geschäftsführerin, öffentliche Rednerin, Autorin und Initiatorin der Kampagne #CelebratingWomen wies kürzlich darauf hin, dass „The Great Resignation“ eher eine kommende „Great Realignment“ (Große Neuausrichtung) sein wird, da die Arbeitnehmer*innen danach streben, mehr "Sinn und Zweck in ihrer Arbeit" zu finden, und/oder nach Organisationen suchen, die besser zu ihren Wünschen und Bedürfnissen passen (Financial Review, 18.10.2021).

In diesem beschriebenen Zusammenhang sind die steigenden Facebook-Nutzer*innen-Zahlen der Beschäftigten in den USA in allen untersuchten Branchen mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch sowie und vor allem die steigenden Anteile der Beschäftigten mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch an allen Personen in der jeweiligen Branche einzuordnen (Szenario 1). Die im Zuge des „Great Realignments“ entfaltete Prozesse in den Vereinigten Staaten strahlen auch auf Überlegungen zu einer möglichen Verlagerung des eigenen Lebensmittelpunktes in ein anderes Land aus. Das Monitoring der Facebook-Daten in Verbindung mit einer umfassenden Analyse der gesellschaftlichen Entwicklungen und für das Thema Einwanderung nach Deutschland relevanten Diskurse in den potenziellen Herkunftsstaaten stellen ein gutes Tool dar, um die Entwicklung des Interesses an Deutschland bzw. um mögliche Migrationspotenziale aus diesen Ländern abzuschätzen.

Interesse an Deutschland und Deutsch unter den Beschäftigten der Branche "Baugewerbe und Abriss"

	Oktober 2021	November 2021		Dezember 2021	
USA	46.100 / 3,8%	46.925 / 4,1%	+0,2%-Pkt.	47.750 / 4,3%	+0,3%-Pkt.
Indien	24.300 / 6,6%	21.875 / 6,2%	-0,5%-Pkt.	19.450 / 5,7%	-0,5%-Pkt.
Philippinen	18.600 / 9,6%	17.125 / 9,1%	-0,4%-Pkt.	15.650 / 8,7%	-0,5%-Pkt.
Thailand	11.300 / 25,8%	10.550 / 25,2%	-0,6%-Pkt.	9.800 / 24,5%	-0,7%-Pkt.
Türkei	10.300 / 10,8%	10.225 / 11,0%	+0,2%-Pkt.	10.150 / 11,2%	+0,2%-Pkt.
Mexiko	9.900 / 19,7%	8.925 / 18,4%	-1,3%-Pkt.	7.950 / 17,0%	-1,4%-Pkt.
Ägypten	7.000 / 32,0%	6.550 / 31,2%	-0,8%-Pkt.	6.100 / 30,3%	-0,8%-Pkt.
Indonesien	6.900 / 4,8%	6.300 / 4,7%	-0,2%-Pkt.	5.700 / 4,5%	-0,2%-Pkt.
Pakistan	5.100 / 13,8%	4.425 / 12,5%	-1,3%-Pkt.	3.750 / 11,0%	-1,4%-Pkt.
Brasilien	3.700 / 6,9%	3.775 / 7,3%	+0,4%-Pkt.	3.850 / 7,8%	+0,5%-Pkt.
Nigeria	3.500 / 12,8%	3.275 / 12,5%	-0,3%-Pkt.	3.050 / 12,2%	-0,3%-Pkt.
Bangladesch	3.200 / 16,8%	3.075 / 16,7%	-0,2%-Pkt.	2.950 / 16,5%	-0,2%-Pkt.
Vietnam	3.000 / 20,0%	2.975 / 20,5%	+0,5%-Pkt.	2.950 / 21,1%	+0,6%-Pkt.
Irak	3.000 / 46,2%	2.975 / 48,0%	+1,8%-Pkt.	2.950 / 50,0%	+2,0%-Pkt.
Ukraine	2.000 / 48,8%	2.025 / 51,3%	+2,5%-Pkt.	2.050 / 53,9%	+2,7%-Pkt.
Somalia	2.000 / 200,0%	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.
Kongo, Demokratische Republik	2.000 / 48,8%	2.000 / 51,3%	+2,5%-Pkt.	2.000 / 54,1%	+2,8%-Pkt.
Japan	2.000 / 34,5%	2.000 / 34,2%	-0,3%-Pkt.	2.000 / 33,9%	-0,3%-Pkt.
Bosnien und Herzegowina	2.000 / 200,0%	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.
Äthiopien	2.000 / 64,5%	2.000 / 70,2%	+5,7%-Pkt.	2.000 / 76,9%	+6,7%-Pkt.
Afghanistan	2.000 / 200,0%	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.

Veränderung des Anteiles der Personen mit Interesse Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Berufsbranche ggü dem Vormonat (%-Pkt.)

-3,0%-Pkt. +3,0%-Pkt.

Abbildung 13: Beschäftigte der Branche „Baugewerbe und Abriss“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung).
Eigene Datenerhebung und Berechnungen nach Facebook 2021 © Minor

Mit Ausnahme der Vereinigten Staaten und Brasilien demonstrierten alle untersuchten Drittstaaten zwischen Oktober und Dezember 2021 sinkende Facebook-Nutzer*innen-Zahlen von Beschäftigten in der Branche Baugewerbe und Abriss mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch. Unter den Top-5 Ländern wies die Türkei bei sinkenden Nutzer*innen-Zahlen steigende Anteile der Beschäftigten mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Branche (Szenario 4). Indien, Philippinen und Thailand demonstrierten Entwicklung nach dem Szenario 3 mit sowohl sinkenden Nutzer*innen-Zahlen als auch Anteilen der Beschäftigten mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Branche. Die Vereinigten Staaten war das einzige untersuchte Land mit sowohl steigenden Nutzer*innen-Zahlen als auch mit steigenden Anteilen der Beschäftigten mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Branche (Szenario 1).

Interesse an Deutschland und Deutsch unter den Beschäftigten der Branche "Essen und Restaurants"

	Oktober 2021	November 2021		Dezember 2021	
USA	48.300 / 3,0%	48.950 / 3,1%	+0,1%-Pkt.	49.600 / 3,2%	+0,1%-Pkt.
Philippinen	21.900 / 9,1%	20.475 / 8,9%	-0,2%-Pkt.	19.050 / 8,6%	-0,2%-Pkt.
Brasilien	16.200 / 6,0%	15.425 / 6,0%	-0,1%-Pkt.	14.650 / 5,9%	-0,1%-Pkt.
Mexiko	10.400 / 18,4%	9.450 / 17,1%	-1,3%-Pkt.	8.500 / 15,8%	-1,3%-Pkt.
Indien	10.400 / 9,9%	9.250 / 9,0%	-0,8%-Pkt.	8.100 / 8,1%	-0,9%-Pkt.
Ägypten	6.400 / 36,4%	5.875 / 34,8%	-1,6%-Pkt.	5.350 / 33,0%	-1,7%-Pkt.
Thailand	6.000 / 25,3%	5.575 / 24,5%	-0,8%-Pkt.	5.150 / 23,7%	-0,9%-Pkt.
Türkei	4.400 / 16,4%	4.325 / 16,5%	+0,1%-Pkt.	4.250 / 16,6%	+0,1%-Pkt.
Indonesien	4.400 / 4,7%	4.325 / 4,8%	+0,2%-Pkt.	4.250 / 5,0%	+0,2%-Pkt.
Vietnam	3.900 / 21,2%	3.700 / 20,8%	-0,4%-Pkt.	3.500 / 20,5%	-0,4%-Pkt.
Pakistan	2.500 / 18,8%	2.300 / 18,0%	-0,8%-Pkt.	2.100 / 17,1%	-0,9%-Pkt.
Bangladesch	2.500 / 30,9%	2.350 / 29,8%	-1,0%-Pkt.	2.200 / 28,8%	-1,1%-Pkt.
Nigeria	2.100 / 21,6%	2.050 / 21,8%	+0,2%-Pkt.	2.000 / 22,0%	+0,2%-Pkt.
Ukraine	2.000 / 52,6%	2.000 / 54,4%	+1,8%-Pkt.	2.000 / 56,3%	+1,9%-Pkt.
Somalia	2.000 / 200,0%	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.
Kongo, Demokratische Republik	2.000 / 200,0%	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.
Japan	2.000 / 21,7%	2.000 / 21,4%	-0,3%-Pkt.	2.000 / 21,1%	-0,3%-Pkt.
Irak	2.000 / 142,9%	2.000 / 148,1%	+5,3%-Pkt.	2.000 / 153,8%	+5,7%-Pkt.
Bosnien und Herzegowina	2.000 / 200,0%	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.
Äthiopien	2.000 / 200,0%	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.
Afghanistan	2.000 / 200,0%	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.

Veränderung des Anteiles der Personen mit Interesse Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Berufsbranche ggü dem Vormonat (%-Pkt.)

-3,0%-Pkt. +3,0%-Pkt.

Abbildung 14: Beschäftigte der Branche „Essen und Restaurants“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung).
Eigene Datenerhebung und Berechnungen nach Facebook 2021 © Minor

Die Vereinigten Staaten waren das einzige untersuchte Land, bei dem zwischen Oktober und Dezember 2021 sowohl die Facebook-Nutzer*innen-Zahlen als auch die Anteile der Beschäftigten mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Branche Essen und Restaurants angestiegen waren (Szenario 1). Alle weiteren Top-5 Länder Philippinen, Brasilien, Mexiko und Indien wiesen eine Entwicklung nach dem Szenario 3, mit sowohl sinkenden Nutzer*innen-Zahlen als auch sinkenden Anteilen der Beschäftigten mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Branche.

Interesse an Deutschland und Deutsch unter den Beschäftigten der Branche "Gesundheits- und Sanitätswesen"

	Oktober 2021	November 2021		Dezember 2021	
USA	94.000 / 3,2%	94.325 / 3,4%	+0,1%-Pkt.	94.650 / 3,5%	+0,1%-Pkt.
Indien	67.100 / 8,1%	60.950 / 7,5%	-0,6%-Pkt.	54.800 / 6,9%	-0,6%-Pkt.
Ägypten	43.900 / 37,1%	40.950 / 36,0%	-1,2%-Pkt.	38.000 / 34,7%	-1,2%-Pkt.
Philippinen	43.200 / 13,9%	39.025 / 13,1%	-0,9%-Pkt.	34.850 / 12,1%	-0,9%-Pkt.
Türkei	31.900 / 15,4%	30.400 / 15,1%	-0,3%-Pkt.	28.900 / 14,8%	-0,3%-Pkt.
Brasilien	31.100 / 6,3%	30.875 / 6,4%	+0,1%-Pkt.	30.650 / 6,6%	+0,2%-Pkt.
Mexiko	30.300 / 19,0%	27.825 / 18,0%	-1,0%-Pkt.	25.350 / 17,0%	-1,0%-Pkt.
Pakistan	27.500 / 16,3%	24.300 / 14,9%	-1,4%-Pkt.	21.100 / 13,5%	-1,5%-Pkt.
Thailand	25.200 / 28,6%	22.850 / 27,2%	-1,4%-Pkt.	20.500 / 25,6%	-1,6%-Pkt.
Bangladesch	23.800 / 19,7%	21.750 / 18,7%	-0,9%-Pkt.	19.700 / 17,7%	-1,0%-Pkt.
Irak	16.800 / 37,3%	16.875 / 38,7%	+1,5%-Pkt.	16.950 / 40,3%	+1,6%-Pkt.
Indonesien	9.600 / 4,6%	8.300 / 4,2%	-0,4%-Pkt.	7.000 / 3,7%	-0,5%-Pkt.
Nigeria	8.000 / 10,4%	7.275 / 9,8%	-0,6%-Pkt.	6.550 / 9,1%	-0,6%-Pkt.
Vietnam	7.000 / 17,6%	6.450 / 16,9%	-0,7%-Pkt.	5.900 / 16,1%	-0,8%-Pkt.
Afghanistan	4.600 / 61,3%	4.200 / 59,4%	-2,0%-Pkt.	3.800 / 57,1%	-2,2%-Pkt.
Ukraine	3.900 / 39,0%	3.800 / 39,4%	+0,4%-Pkt.	3.700 / 39,8%	+0,4%-Pkt.
Äthiopien	3.400 / 30,1%	3.125 / 30,0%	+0,0%-Pkt.	2.850 / 30,0%	+0,0%-Pkt.
Somalia	3.100 / 67,4%	3.075 / 69,5%	+2,1%-Pkt.	3.050 / 71,8%	+2,3%-Pkt.
Kongo, Demokratische Republik	2.500 / 25,8%	2.400 / 25,3%	-0,4%-Pkt.	2.300 / 24,9%	-0,5%-Pkt.
Japan	2.500 / 8,0%	2.450 / 7,9%	-0,1%-Pkt.	2.400 / 7,9%	-0,1%-Pkt.
Bosnien und Herzegowina	2.000 / 153,8%	2.000 / 160,0%	+6,2%-Pkt.	2.000 / 166,7%	+6,7%-Pkt.

Veränderung des Anteiles der Personen mit Interesse Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Berufsbranche ggü dem Vormonat (%-Pkt.)

-3,0%-Pkt. +3,0%-Pkt.

Abbildung 15: Beschäftigte der Branche „Gesundheits- und Sanitätswesen" mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung).
Eigene Datenerhebung und Berechnungen nach Facebook 2021 © Minor

Mit Ausnahme von Irak und den Vereinigte Staaten sanken zwischen Oktober und Dezember 2021 in den untersuchten Ländern die Facebook-Nutzer*innen-Zahlen von Beschäftigten in der Branche Gesundheits- und Sanitätswesen mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch. Unter den Top-5 Ländern wiesen lediglich die Vereinigten Staaten sowohl steigende Nutzer*innen-Zahlen als auch Anteile der Beschäftigten mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Branche (Szenario 1). Indien, Ägypten, Philippinen und die Türkei zeigte dagegen die Entwicklung nach dem Szenario 3, mit sowohl sinkenden Nutzer*innen-Zahlen als auch Anteilen der Beschäftigten mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Branche Gesundheits- und Sanitätswesen (Szenario 3). Neben den Vereinigten Staaten wies lediglich Irak die Entwicklung nach dem Szenario 1 auf. Brasilien und die Ukraine demonstrierten eine Entwicklung nach dem Szenario 4, mit sinkenden Nutzer*innen-Zahlen, jedoch steigenden Anteilen der Beschäftigten mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Branche.

Interesse an Deutschland und Deutsch unter den Beschäftigten der Branche "IT und technische Dienstleistungen"

	Oktober 2021	November 2021		Dezember 2021	
Indien	85.700 / 7,8%	78.100 / 7,3%	-0,5%-Pkt.	70.500 / 6,8%	-0,5%-Pkt.
USA	36.200 / 3,8%	36.650 / 3,9%	+0,2%-Pkt.	37.100 / 4,1%	+0,2%-Pkt.
Ägypten	30.200 / 36,1%	28.425 / 35,4%	-0,7%-Pkt.	26.650 / 34,6%	-0,8%-Pkt.
Philippinen	29.300 / 12,2%	26.975 / 11,6%	-0,6%-Pkt.	24.650 / 11,0%	-0,6%-Pkt.
Mexiko	28.000 / 16,6%	25.625 / 15,8%	-0,8%-Pkt.	23.250 / 15,0%	-0,8%-Pkt.
Pakistan	20.800 / 18,8%	17.925 / 16,8%	-2,1%-Pkt.	15.050 / 14,6%	-2,2%-Pkt.
Bangladesch	19.400 / 21,9%	17.500 / 20,5%	-1,5%-Pkt.	15.600 / 18,9%	-1,6%-Pkt.
Brasilien	17.800 / 6,6%	17.625 / 6,7%	+0,2%-Pkt.	17.450 / 7,0%	+0,2%-Pkt.
Thailand	16.800 / 28,2%	15.450 / 27,0%	-1,2%-Pkt.	14.100 / 25,7%	-1,3%-Pkt.
Nigeria	10.600 / 10,2%	9.625 / 9,7%	-0,4%-Pkt.	8.650 / 9,2%	-0,5%-Pkt.
Vietnam	8.200 / 16,2%	7.750 / 15,9%	-0,3%-Pkt.	7.300 / 15,6%	-0,3%-Pkt.
Irak	7.900 / 38,0%	7.675 / 38,1%	+0,1%-Pkt.	7.450 / 38,2%	+0,1%-Pkt.
Indonesien	6.800 / 5,3%	6.300 / 5,1%	-0,2%-Pkt.	5.800 / 4,9%	-0,2%-Pkt.
Ukraine	6.400 / 26,2%	6.150 / 25,7%	-0,5%-Pkt.	5.900 / 25,2%	-0,5%-Pkt.
Türkei	5.500 / 15,3%	5.375 / 15,5%	+0,2%-Pkt.	5.250 / 15,8%	+0,2%-Pkt.
Afghanistan	3.000 / 61,2%	2.825 / 61,7%	+0,5%-Pkt.	2.650 / 62,4%	+0,6%-Pkt.
Somalia	2.200 / 84,6%	2.200 / 86,3%	+1,7%-Pkt.	2.200 / 88,0%	+1,7%-Pkt.
Bosnien und Herzegowina	2.200 / 104,8%	2.125 / 104,9%	+0,2%-Pkt.	2.050 / 105,1%	+0,2%-Pkt.
Japan	2.100 / 10,3%	2.075 / 10,3%	+0,0%-Pkt.	2.050 / 10,3%	+0,0%-Pkt.
Äthiopien	2.100 / 40,4%	2.075 / 42,8%	+2,4%-Pkt.	2.050 / 45,6%	+2,8%-Pkt.
Kongo, Demokratische Republik	2.000 / 50,0%	2.000 / 51,3%	+1,3%-Pkt.	2.000 / 52,6%	+1,3%-Pkt.

Veränderung des Anteiles der Personen mit Interesse Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Berufsbranche ggü dem Vormonat (%-Pkt.)

-3,0%-Pkt. +3,0%-Pkt.

Abbildung 16: Beschäftigte der Branche „IT und Technische Dienstleistungen“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung).
Eigene Datenerhebung und Berechnungen nach Facebook 2021 © Minor

Wiederum waren die Vereinigten Staaten das einzige untersuchte Land mit sowohl steigenden Facebook-Nutzer*innen-Zahlen als auch Anteilen der Beschäftigten in der Branche IT und Technische Dienstleistungen mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch (Szenario 1). Alle weiteren Top-5 Ländern Indien, Ägypten, Philippinen und Mexiko wiesen dagegen sowohl sinkende Nutzer*innen-Zahlen als auch Anteile der Beschäftigten in der Branche IT und Technische Dienstleistungen mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch auf (Szenario 3).

Interesse an Deutschland und Deutsch unter den Beschäftigten der Branche "Produktion"

	Oktober 2021	November 2021		Dezember 2021	
USA	114.000 / 3,7%	115.400 / 3,8%	+0,1%-Pkt.	116.800 / 3,9%	+0,1%-Pkt.
Indien	76.700 / 7,0%	68.925 / 6,5%	-0,5%-Pkt.	61.150 / 5,9%	-0,5%-Pkt.
Philippinen	61.400 / 9,4%	56.475 / 9,0%	-0,4%-Pkt.	51.550 / 8,5%	-0,5%-Pkt.
Ägypten	33.700 / 34,7%	31.150 / 33,4%	-1,3%-Pkt.	28.600 / 32,0%	-1,4%-Pkt.
Mexiko	33.400 / 18,7%	30.100 / 17,3%	-1,4%-Pkt.	26.800 / 15,8%	-1,5%-Pkt.
Thailand	28.200 / 24,1%	26.100 / 23,2%	-0,9%-Pkt.	24.000 / 22,3%	-1,0%-Pkt.
Vietnam	18.500 / 14,0%	17.125 / 13,5%	-0,5%-Pkt.	15.750 / 12,9%	-0,6%-Pkt.
Pakistan	18.400 / 15,0%	15.575 / 13,2%	-1,8%-Pkt.	12.750 / 11,3%	-2,0%-Pkt.
Indonesien	18.400 / 4,7%	16.450 / 4,4%	-0,3%-Pkt.	14.500 / 4,1%	-0,3%-Pkt.
Türkei	15.800 / 12,2%	15.475 / 12,2%	+0,0%-Pkt.	15.150 / 12,3%	+0,0%-Pkt.
Bangladesch	14.600 / 18,9%	12.950 / 17,4%	-1,5%-Pkt.	11.300 / 15,8%	-1,6%-Pkt.
Brasilien	13.100 / 7,1%	13.000 / 7,3%	+0,2%-Pkt.	12.900 / 7,5%	+0,2%-Pkt.
Irak	8.400 / 36,4%	8.175 / 36,9%	+0,5%-Pkt.	7.950 / 37,5%	+0,6%-Pkt.
Nigeria	8.000 / 11,4%	7.375 / 11,1%	-0,4%-Pkt.	6.750 / 10,7%	-0,4%-Pkt.
Ukraine	4.400 / 27,3%	4.500 / 28,7%	+1,4%-Pkt.	4.600 / 30,2%	+1,5%-Pkt.
Äthiopien	2.900 / 34,1%	2.750 / 34,9%	+0,8%-Pkt.	2.600 / 35,9%	+0,9%-Pkt.
Japan	2.700 / 7,7%	2.600 / 7,4%	-0,3%-Pkt.	2.500 / 7,2%	-0,3%-Pkt.
Kongo, Demokratische Republik	2.400 / 26,7%	2.325 / 26,9%	+0,2%-Pkt.	2.250 / 27,1%	+0,2%-Pkt.
Afghanistan	2.400 / 72,7%	2.250 / 72,0%	-0,7%-Pkt.	2.100 / 71,2%	-0,8%-Pkt.
Somalia	2.000 / 95,2%	2.000 / 98,8%	+3,5%-Pkt.	2.000 / 102,6%	+3,8%-Pkt.
Bosnien und Herzegowina	2.000 / 111,1%	2.000 / 115,9%	+4,8%-Pkt.	2.000 / 121,2%	+5,3%-Pkt.

Veränderung des Anteiles der Personen mit Interesse Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Berufsbranche ggü dem Vormonat (%-Pkt.)

-3,0%-Pkt. +3,0%-Pkt.

Abbildung 17: Beschäftigte der Branche „Produktion“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung).
Eigene Datenerhebung und Berechnungen nach Facebook 2021 © Minor

Mit Ausnahme der Vereinigten Staaten und der Ukraine sanken zwischen Oktober und Dezember 2021 in allen untersuchten Ländern die Facebook-Nutzer*innen-Zahlen von Beschäftigten in der Branche Produktion mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch. Vier der fünf Top-5 Ländern Indien, Philippinen, Ägypten und Mexiko demonstrierten die Entwicklung, entsprechend dem Szenario 3, mit sowohl sinkenden Nutzer*innen-Zahlen als auch Anteilen der Beschäftigten mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Branche. Die USA wiesen auch als einziges Land unter den Top-5 Ländern bei steigenden Nutzer*innen-Zahlen ebenfalls steigende Anteile der Beschäftigten mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Branche (Szenario 1). Neben den USA zeigte lediglich die Ukraine als einziges untersuchtes Land die Entwicklung nach dem Szenario 1.

Interesse an Deutschland und Deutsch unter den Beschäftigten der Branche "Transport und Umzug"

	Oktober 2021	November 2021		Dezember 2021	
USA	69.200 / 3,8%	70.600 / 4,0%	+0,1%-Pkt.	72.000 / 4,1%	+0,1%-Pkt.
Philippinen	43.400 / 10,6%	40.350 / 10,2%	-0,4%-Pkt.	37.300 / 9,8%	-0,4%-Pkt.
Indien	36.300 / 7,7%	32.675 / 7,0%	-0,6%-Pkt.	29.050 / 6,4%	-0,7%-Pkt.
Mexiko	19.800 / 19,6%	17.825 / 18,1%	-1,5%-Pkt.	15.850 / 16,6%	-1,6%-Pkt.
Ägypten	15.900 / 35,7%	15.050 / 35,2%	-0,5%-Pkt.	14.200 / 34,6%	-0,5%-Pkt.
Bangladesch	12.500 / 22,0%	11.300 / 20,5%	-1,5%-Pkt.	10.100 / 18,9%	-1,6%-Pkt.
Pakistan	11.800 / 17,2%	10.200 / 15,5%	-1,8%-Pkt.	8.600 / 13,6%	-1,9%-Pkt.
Indonesien	10.900 / 4,7%	9.850 / 4,5%	-0,2%-Pkt.	8.800 / 4,3%	-0,2%-Pkt.
Thailand	10.100 / 24,4%	9.250 / 23,4%	-1,0%-Pkt.	8.400 / 22,3%	-1,1%-Pkt.
Türkei	5.900 / 15,9%	5.800 / 15,9%	+0,0%-Pkt.	5.700 / 15,9%	+0,0%-Pkt.
Brasilien	5.600 / 7,3%	5.700 / 7,6%	+0,4%-Pkt.	5.800 / 8,1%	+0,4%-Pkt.
Nigeria	5.300 / 13,2%	4.775 / 12,5%	-0,7%-Pkt.	4.250 / 11,7%	-0,7%-Pkt.
Vietnam	3.700 / 18,7%	3.550 / 18,6%	-0,1%-Pkt.	3.400 / 18,5%	-0,1%-Pkt.
Irak	2.800 / 50,0%	2.775 / 51,6%	+1,6%-Pkt.	2.750 / 53,4%	+1,8%-Pkt.
Ukraine	2.600 / 45,6%	2.500 / 45,2%	-0,4%-Pkt.	2.400 / 44,9%	-0,4%-Pkt.
Somalia	2.000 / 200,0%	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.
Kongo, Demokratische Republik	2.000 / 48,8%	2.000 / 50,0%	+1,2%-Pkt.	2.000 / 51,3%	+1,3%-Pkt.
Japan	2.000 / 22,5%	2.000 / 22,3%	-0,2%-Pkt.	2.000 / 22,1%	-0,2%-Pkt.
Bosnien und Herzegowina	2.000 / 200,0%	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.	2.000 / 200,0%	+0,0%-Pkt.
Äthiopien	2.000 / 55,6%	2.000 / 60,2%	+4,6%-Pkt.	2.000 / 65,6%	+5,4%-Pkt.
Afghanistan	2.000 / 105,3%	2.000 / 114,3%	+9,0%-Pkt.	2.000 / 125,0%	+10,7%-Pkt.

Veränderung des Anteiles der Personen mit Interesse Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Berufsbranche ggü dem Vormonat (%-Pkt.)

-3,0%-Pkt. +3,0%-Pkt.

Abbildung 18: Beschäftigte der Branche „Transport und Umzüge“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung).
Eigene Datenerhebung und Berechnungen nach Facebook 2021 © Minor

Mit Ausnahme von Brasilien und den Vereinigten Staaten sanken zwischen Oktober und Dezember 2021 in allen untersuchten Ländern die Facebook-Nutzer*innen-Zahlen von Beschäftigten in der Branche Transport und Umzüge mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch. Brasilien und den Vereinigten Staaten demonstrierten auch als einzige unter den untersuchten Ländern die Entwicklung nach dem Szenario 1. Vier der fünf Top-5 Ländern Philippinen, Indien, Mexiko und Ägypten wiesen dagegen sowohl sinkende Nutzer*innen-Zahlen als auch Anteile der Beschäftigten mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch an allen Personen in der Branche (Szenario 3).

4 Zusammenfassung und Ausblick

Im Themenfeld der Fachkräfteeinwanderung kann die Frage nach einer zeitnahen Erfassung von aktuellen Zuwanderungsinteresse und somit Fachkräftepotenzialen im Ausland eine wichtige Rolle einnehmen- nicht nur für Unternehmen, sondern auch für die staatlichen und nicht-staatlichen Akteure der Arbeitsmarktpolitik.

In der Modelluntersuchung erprobte die IQ Fachstelle Einwanderung daher die Nutzung von Meta-Daten (ehemals Facebook) zur Identifizierung von Einwanderungspotenzialen bzw. vom Zuwanderungsinteresse von Fachkräften im Ausland – differenziert nach EU-Ländern und Drittstaaten - an Deutschland.

Das Ergebnis: In der EU interessieren sich im Jahr 2021 im Schnitt 4,85 Mio. bzw. 2,4 % der Facebook-Nutzer*innen für die Kategorien „Deutschland“ und „Deutsch“. Das Interesse schwankt im Laufe des Jahres stark. Von Anfang des Jahres bin zum Juni steigt das Interesse in den meisten Ländern an, bricht im Juli stark ein und steigt Ende des Jahres wieder an. Die monatlichen Schwankungen können mit verschiedenen Migrationsmotiven zusammenhängen (z. B. familiäre Gründe, Zugang zu Bildung). Da Arbeit aber eins der wichtigsten Migrationsmotive ist, sind saisonale Effekte auf dem Arbeitsmarkt wahrscheinlich ein wesentlicher Faktor. Auffallend ist, dass das von Facebook ermittelte Interesse an Deutschland und der deutschen Sprache je nach Land stark nach Geschlechtern differenziert.

Insgesamt interessierten sich in den ausgewählten Drittstaaten zwischen Mai und Dezember 2021 im Schnitt 1,95 Mio. bzw. 0,16 % der Facebook-Nutzer*innen für die Kategorien „Deutschland“, „Deutsch“ und „Visum“. In Ägypten (ca. 375.000), Indien (ca. 320.000), Bangladesch (ca. 205.000) fallen im Schnitt besonders viele Facebook-Nutzer*innen unter diese Kategorie. Analog zur EU gibt es auch beim Interesse für „Deutschland“, „Deutsch“ und „Visum“ starke Unterschiede zwischen Männern und Frauen in den untersuchten Drittstaaten. Mit 71,6 % war der Anteil der Facebook-Nutzerinnen in der Ukraine am höchsten.

Im weiteren Verlauf der Modelluntersuchung nach ausgewählten Branchen, in den in Deutschland in der nahen Zukunft ein hoher Fachkräftebedarf vorhergesagt werden kann, haben wir insgesamt vier mögliche Szenarien für die Entwicklung der Migrationspotenzialen von Fachkräften im Ausland für die Themen Deutschland und Deutsch identifiziert (siehe S. 20-21). In unserer Modell-Untersuchung zeigen insbesondere die Vereinigten Staaten eine Entwicklung, die wir im Szenario 1 beschrieben haben: wenn sowohl die Nutzer*innen-Zahlen der Beschäftigten in der untersuchten Berufsgruppe mit dem Interesse an Deutschland und Deutsch in den Herkunftsstaaten als auch die Anteile dieser Personen an allen Personen in der gleichen Berufsgruppe gleichzeitig steigen.

Als Fazit der Studie stellt das Live-Monitoring der Meta-Daten in Verbindung mit einer umfassenden Analyse der gesellschaftlichen Entwicklungen und für

das Thema Einwanderung nach Deutschland relevanten Diskurse in den potenziellen Herkunftsstaaten aus unserer Sicht ein geeignetes Tool dar, um die Entwicklung des Zuwanderungsinteresses an Deutschland und um Migrationspotenziale von Fachkräften aus dem Ausland abzuschätzen. Auf dieser Grundlage können dann auch die deutschen Akteure der Fachkräftegewinnung im Ausland (ZAV, Arbeitgeber, Make-it-in-Germany u. a.) über soziale Medien die klar definierten Zielgruppen der Fachkräfte im Ausland gezielt auf Zuwanderungsmöglichkeiten nach und über Informationsportale in Deutschland anzusprechen. Eine weitere Einsatzmöglichkeit (Live-Monitoring und Ansprache der potenziellen Interessent*innen) sehen wir bei einer entsprechenden Anpassung der vordefinierten Zielgruppen für deutsche Akteure im Bereich des Spracherwerbs im Ausland (Goethe-Institut) sowie im Bereich der Visaerteilung (das Auswärtige Amt sowie Konsulate/ Botschaften in den Herkunftsstaaten der Zuwanderungsinteressierten).

Auch wenn wir nicht wissen, wie lange noch Daten von Facebook (Meta) so genutzt werden können, wie wir es einen längeren Zeitraum getan haben, steht fest: Migration muss in Zukunft aus der Perspektive der Arbeitsmarktakteure nicht nur physisch, sondern auch digital „gedacht“ werden, ausgehend von der These, dass die Vorstufe der Migration – die Orientierung und Vorbereitung der Emigration – mittlerweile im Internet beginnt. So ist die Nutzung von Daten aus den sozialen Medien, wie hier am Beispiel von Facebook aufgezeigt, ein in Betracht zu ziehendes Tool für Arbeitsmarktakteure, um den Prozess des Findens und Bindens von Fachkräften aus dem Ausland zu unterstützen.

5 Anhang

Tabelle 5: Facebook-Nutzer*innen in der EU mit dem Interesse „Deutschland“ und „Deutsch“ (absolut) und gemessen an allen Nutzer*innen im jeweiligen Land (in Prozent).

Eigene Berechnung © Minor

Land	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Durchschnitt
Belgien	140.000	140.000	130.000	130.000	130.000	150.000	140.000	130.000	130.000	104.300	104.250	104.000	127.713
	2,4 %	2,4 %	2,2 %	2,2 %	2,2 %	2,5 %	2,4 %	2,2 %	2,2 %	1,8 %	1,8 %	1,9 %	2,2 %
Bulgarien	150.000	170.000	170.000	180.000	180.000	190.000	100.000	110.000	110.000	107.600	110.250	115.000	141.071
	4,4 %	5,0 %	5,0 %	5,3 %	5,3 %	5,6 %	2,9 %	3,2 %	3,2 %	3,2 %	3,3 %	3,6 %	4,2 %
Dänemark	24.000	24.000	25.000	26.000	38.000	39.000	20.000	25.000	27.000	27.300	20.550	17.200	26.088
	0,8 %	0,8 %	0,8 %	0,8 %	1,2 %	1,2 %	0,6 %	0,8 %	0,8 %	0,9 %	0,7 %	0,6 %	0,8 %
Estland	5.700	6.500	6.300	6.200	6.200	6.400	3.400	3.100	3.300	2.900	2.850	3.200	4.671
	0,9 %	1,0 %	1,0 %	1,0 %	1,0 %	1,0 %	0,5 %	0,5 %	0,5 %	0,5 %	0,5 %	0,5 %	0,7 %
Finnland	7.100	6.900	7.500	7.700	7.900	7.500	4.400	7.700	8.000	5.400	5.100	4.550	6.646
	0,3 %	0,3 %	0,3 %	0,3 %	0,3 %	0,3 %	0,2 %	0,3 %	0,3 %	0,2 %	0,2 %	0,2 %	0,3 %
Frankreich	280.000	290.000	290.000	300.000	300.000	330.000	200.000	230.000	230.000	206.200	202.950	187.500	253.888
	0,9 %	1,0 %	1,0 %	1,0 %	1,0 %	1,1 %	0,7 %	0,8 %	0,8 %	0,7 %	0,7 %	0,7 %	0,9 %
Griechenland	75.000	82.000	88.000	91.000	93.000	96.000	54.000	59.000	64.000	68.200	76.450	76.200	76.904
	1,5 %	1,6 %	1,7 %	1,8 %	1,8 %	1,9 %	1,1 %	1,2 %	1,2 %	1,3 %	1,5 %	1,6 %	1,5 %
Irland	11.000	11.000	11.000	11.000	10.000	12.000	6.400	7.200	7.500	6.100	6.050	6.200	8.788
	0,4 %	0,4 %	0,4 %	0,4 %	0,4 %	0,5 %	0,3 %	0,3 %	0,3 %	0,2 %	0,3 %	0,3 %	0,4 %
Italien	260.000	270.000	260.000	260.000	260.000	280.000	180.000	200.000	210.000	172.600	176.500	167.300	224.700

Land	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	Septem-ber	Oktober	Novem-ber	Dezem-ber	Durch-schnitt
	1,0 %	1,0 %	1,0 %	1,0 %	1,0 %	1,0 %	0,7 %	0,7 %	0,8 %	0,6 %	0,7 %	0,7 %	0,8 %
Kroatien	110.000	130.000	160.000	160.000	150.000	150.000	84.000	82.000	87.000	97.700	109.500	100.250	118.371
	6,5 %	7,6 %	9,4 %	9,4 %	8,8 %	8,8 %	4,9 %	4,8 %	5,1 %	5,7 %	6,6 %	6,1 %	7,0 %
Lettland	28.000	33.000	34.000	37.000	38.000	39.000	20.000	21.000	22.000	23.600	22.150	20.850	28.217
	3,3 %	3,9 %	4,0 %	4,4 %	4,5 %	4,6 %	2,4 %	2,5 %	2,6 %	2,8 %	2,6 %	2,6 %	3,3 %
Litauen	33.000	40.000	53.000	51.000	42.000	40.000	25.000	31.000	41.000	45.000	42.150	36.650	39.983
	2,1 %	2,5 %	3,3 %	3,2 %	2,6 %	2,5 %	1,6 %	1,9 %	2,6 %	2,8 %	2,7 %	2,4 %	2,5 %
Luxemburg	160.000	160.000	160.000	160.000	150.000	160.000	140.000	150.000	140.000	135.700	138.450	137.150	149.275
	51,6 %	51,6 %	51,6 %	51,6 %	48,4 %	51,6 %	45,2 %	48,4 %	45,2 %	43,7 %	45,8 %	47,7 %	48,5 %
Malta	6.700	7.500	7.200	7.400	6.900	7.200	4.000	4.600	5.200	6.300	6.350	4.900	6.188
	2,0 %	2,2 %	2,1 %	2,2 %	2,0 %	2,1 %	1,2 %	1,4 %	1,5 %	1,9 %	2,0 %	1,6 %	1,8 %
Niederlande	65.000	59.000	122.000	126.000	126.000	140.000	46.000	51.000	52.000	41.100	38.800	37.100	75.333
	0,8 %	0,8 %	1,6 %	1,6 %	1,6 %	1,8 %	0,6 %	0,7 %	0,7 %	0,5 %	0,5 %	0,5 %	1,0 %
Norwegen	24.000	27.000	22.000	22.000	16.000	17.000	9.000	10.000	11.000	8.300	7.900	7.750	15.163
	0,8 %	0,9 %	0,8 %	0,8 %	0,6 %	0,6 %	0,3 %	0,3 %	0,4 %	0,3 %	0,3 %	0,3 %	0,5 %
Österreich	850.000	810.000	1.660.000	1.660.000	1.560.000	1.620.000	650.000	630.000	650.000	583.500	585.750	587.300	987.213
	25,0 %	23,8 %	50,3 %	50,3 %	47,3 %	49,1 %	19,7 %	19,1 %	19,7 %	17,7 %	18,0 %	18,6 %	29,9 %
Polen	420.000	380.000	390.000	390.000	390.000	390.000	260.000	310.000	320.000	281.500	287.650	286.500	342.138
	2,6 %	2,4 %	2,4 %	2,4 %	2,4 %	2,4 %	1,6 %	1,8 %	1,9 %	1,7 %	1,7 %	1,8 %	2,1 %
Portugal	45.000	47.000	45.000	45.000	45.000	45.000	29.000	35.000	36.000	29.000	29.800	28.400	38.267
	0,8 %	0,8 %	0,9 %	0,9 %	0,9 %	0,9 %	0,5 %	0,6 %	0,6 %	0,5 %	0,5 %	0,5 %	0,7 %

Land	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	Septem-ber	Oktober	Novem-ber	Dezem-ber	Durch-schnitt
Rumänien	450.000	570.000	610.000	590.000	610.000	610.000	360.000	370.000	370.000	393.500	400.150	360.950	474.550
	4,7 %	5,9 %	6,4 %	6,2 %	6,4 %	6,4 %	3,8 %	3,9 %	3,9 %	4,1 %	4,3 %	4,0 %	5,0 %
Schweden	23.000	23.000	24.000	26.000	27.000	29.000	16.000	17.000	17.000	13.800	13.850	12.850	20.208
	0,4 %	0,4 %	0,5 %	0,5 %	0,5 %	0,6 %	0,3 %	0,3 %	0,3 %	0,3 %	0,3 %	0,3 %	0,4 %
Schweiz	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.000	1.200.000	1.000.000	1.100.000	1.100.000	1.000.000	996.100	929.750	1.010.571
	37,5 %	36,4 %	37,5 %	37,5 %	37,5 %	37,5 %	31,3 %	34,4 %	34,4 %	31,3 %	32,1 %	31,5 %	34,9 %
Slowakei	76.000	92.000	98.000	97.000	93.000	95.000	64.000	73.000	80.000	86.100	82.100	75.650	84.321
	3,0 %	3,7 %	3,9 %	3,9 %	3,7 %	3,8 %	2,6 %	2,9 %	3,2 %	3,4 %	3,4 %	3,2 %	3,4 %
Slowenien	22.000	24.000	25.000	27.000	29.000	28.000	20.000	20.000	22.000	18.500	20.200	1.8050	22.813
	2,4 %	2,6 %	2,7 %	2,9 %	3,1 %	3,0 %	2,2 %	2,2 %	2,4 %	2,0 %	2,2 %	2,1 %	2,5 %
Spanien	78.000	75.000	77.000	77.000	77.000	82.000	53.000	62.000	65.000	56.900	56.350	50.700	67.496
	0,4 %	0,4 %	0,4 %	0,4 %	0,4 %	0,4 %	0,3 %	0,3 %	0,3 %	0,3 %	0,3 %	0,3 %	0,3 %
Tschechien	110.000	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000	79.000	91.000	97.000	98.200	99.250	90.850	109.608
	2,3 %	2,8 %	2,8 %	2,8 %	2,8 %	2,8 %	1,7 %	1,9 %	2,0 %	2,0 %	2,1 %	2,1 %	2,3 %
Ungarn	390.000	410.000	420.000	420.000	430.000	420.000	220.000	200.000	220.000	236.800	258.750	256.100	323.471
	7,5 %	7,7 %	8,1 %	8,1 %	8,1 %	8,1 %	4,2 %	3,8 %	4,2 %	4,5 %	5,0 %	5,2 %	6,2 %
Zypern	10.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	6.200	7.800	8.400	8.100	7.300	6.850	9.554
	1,3 %	1,5 %	1,5 %	1,5 %	1,5 %	1,5 %	0,8 %	1,0 %	1,0 %	1,0 %	0,9 %	0,9 %	1,2 %

Tabelle 6: Frauenanteil der Facebook-Nutzer*innen in der EU mit dem Interesse „Deutschland“ und „Deutsch“
Eigene Berechnung © Minor

Land	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Durchschnitt
Belgien	50,0 %	49,3 %	53,8 %	53,1 %	52,3 %	48,7 %	48,6 %	47,7 %	48,5 %	49,2 %	51,3 %	50,9 %	50,3 %
Bulgarien	58,7 %	57,6 %	57,1 %	55,6 %	55,6 %	52,6 %	56,0 %	53,6 %	54,5 %	56,7 %	53,8 %	50,5 %	55,2 %
Dänemark	41,7 %	45,8 %	48,0 %	46,2 %	50,0 %	48,7 %	46,0 %	48,0 %	48,1 %	44,7 %	42,3 %	46,8 %	46,4 %
Estland	71,9 %	69,2 %	65,1 %	62,9 %	62,9 %	64,1 %	55,9 %	58,1 %	57,6 %	65,5 %	64,9 %	62,5 %	63,4 %
Finnland	54,9 %	55,1 %	53,3 %	54,5 %	54,4 %	52,0 %	47,7 %	44,2 %	45,0 %	46,3 %	51,0 %	50,5 %	50,8 %
Frankreich	42,9 %	41,4 %	44,8 %	46,7 %	46,7 %	45,5 %	46,0 %	43,0 %	43,5 %	41,9 %	44,4 %	46,7 %	44,4 %
Griechenland	45,3 %	45,1 %	46,6 %	47,3 %	46,2 %	45,8 %	46,3 %	49,2 %	48,4 %	49,4 %	48,9 %	47,0 %	47,1 %
Irland	46,4 %	50,0 %	47,3 %	49,1 %	55,0 %	50,0 %	54,7 %	52,8 %	52,0 %	49,2 %	52,9 %	55,6 %	51,2 %
Italien	50,0 %	48,1 %	50,0 %	50,0 %	50,0 %	50,0 %	44,4 %	47,5 %	47,1 %	48,1 %	48,8 %	50,3 %	48,7 %
Kroatien	36,4 %	36,9 %	34,4 %	33,1 %	32,7 %	32,0 %	33,3 %	35,4 %	34,5 %	34,4 %	38,7 %	42,4 %	35,3 %
Lettland	53,6 %	48,5 %	50,0 %	45,9 %	42,1 %	43,6 %	37,0 %	46,2 %	50,0 %	52,1 %	51,0 %	48,9 %	47,4 %
Litauen	42,4 %	37,5 %	41,5 %	41,2 %	45,2 %	45,0 %	44,0 %	41,9 %	51,2 %	51,6 %	47,2 %	43,9 %	44,4 %
Luxemburg	50,0 %	50,6 %	50,0 %	49,4 %	50,7 %	51,3 %	51,4 %	50,0 %	52,9 %	51,1 %	50,4 %	50,7 %	50,7 %
Malta	40,3 %	40,0 %	41,7 %	41,9 %	40,6 %	41,7 %	45,0 %	43,5 %	46,2 %	46,0 %	48,0 %	49,0 %	43,6 %
Niederlande	36,9 %	39,0 %	85,2 %	85,7 %	82,5 %	82,9 %	39,1 %	41,2 %	40,4 %	39,7 %	40,7 %	41,6 %	54,6 %
Norwegen	66,7 %	66,7 %	63,6 %	63,6 %	54,4 %	54,1 %	52,2 %	53,0 %	51,8 %	50,6 %	49,4 %	50,3 %	56,4 %
Österreich	51,8 %	51,9 %	103,6 %	103,6 %	105,1 %	106,2 %	52,3 %	50,8 %	50,8 %	50,6 %	51,2 %	52,5 %	69,2 %
Polen	61,9 %	57,9 %	59,0 %	59,0 %	59,0 %	59,0 %	61,5 %	61,3 %	62,5 %	61,3 %	61,2 %	61,0 %	60,4 %
Portugal	46,7 %	46,8 %	46,9 %	46,9 %	46,9 %	46,9 %	48,3 %	48,6 %	47,2 %	44,8 %	45,8 %	46,7 %	46,9 %
Rumänien	48,9 %	49,1 %	50,8 %	50,8 %	49,2 %	47,5 %	44,4 %	43,2 %	43,2 %	47,6 %	46,9 %	45,9 %	47,3 %
Schweden	42,6 %	47,8 %	41,7 %	42,3 %	44,4 %	44,8 %	41,3 %	42,9 %	42,9 %	41,3 %	44,4 %	44,0 %	43,4 %

Land	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Durchschnitt
Schweiz	49,2 %	49,2 %	50,0 %	50,8 %	50,0 %	51,7 %	53,0 %	48,2 %	49,1 %	52,2 %	52,7 %	52,8 %	50,7 %
Slowakei	34,2 %	34,8 %	36,7 %	37,1 %	37,6 %	36,8 %	34,4 %	32,9 %	32,5 %	29,6 %	30,8 %	30,9 %	34,0 %
Slowenien	30,0 %	29,6 %	29,6 %	27,8 %	28,6 %	31,4 %	21,5 %	21,5 %	22,3 %	32,4 %	36,4 %	36,6 %	29,0 %
Spanien	53,8 %	53,3 %	54,5 %	54,5 %	54,5 %	53,7 %	50,9 %	53,2 %	52,3 %	49,6 %	52,3 %	53,1 %	53,0 %
Tschechien	43,6 %	43,1 %	47,7 %	50,0 %	50,8 %	52,3 %	50,6 %	48,4 %	47,4 %	46,9 %	48,4 %	49,8 %	48,3 %
Ungarn	46,2 %	46,3 %	45,2 %	47,6 %	46,5 %	47,6 %	45,5 %	45,5 %	43,6 %	45,9 %	48,2 %	46,8 %	46,3 %
Zypern	48,0 %	47,5 %	48,3 %	45,8 %	45,8 %	49,2 %	50,0 %	51,3 %	50,0 %	49,4 %	50,7 %	51,8 %	49,0 %

Tabelle 7: Facebook-Nutzer*innen in den 15 bevölkerungsreichsten Staaten der Welt mit dem Interesse „Deutschland“, „Deutsch“ und „Visum“ (absolut) und gemessen an allen Nutzer*innen im jeweiligen Land (in Prozent).
Eigene Berechnung © Minor

Land	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Durch-schnitt
Äthiopien	9.800	10.000	5.500	6.300	5.800	5.000	4.850	4.050	6.413
	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %
Afghanistan	100.000	120.000	97.000	110.000	110.000	108.600	189.650	90.250	115.688
	2,8 %	3,2 %	2,6 %	2,9 %	2,8 %	2,9 %	5,3 %	2,6 %	3,1 %
Ägypten	460.000	460.000	290.000	330.000	390.000	411.800	352.750	310.900	375.681
	1,2 %	1,1 %	0,7 %	0,8 %	0,9 %	1,0 %	0,9 %	0,8 %	0,9 %
Bangladesch	340.000	350.000	170.000	170.000	160.000	162.900	154.850	136.800	205.569
	0,9 %	0,9 %	0,4 %	0,4 %	0,4 %	0,4 %	0,4 %	0,3 %	0,5 %
Bosnien und Herzegowina	68.000	64.000	40.000	47.000	48.000	54.500	56.350	74.200	56.506
	4,9 %	4,6 %	2,9 %	3,4 %	3,4 %	3,9 %	4,2 %	5,7 %	4,1 %
Brasilien	5.800	6.000	2.700	2.700	2.800	2.500	2.700	2.950	3.519
	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
China	2.200	2.100	1.000	1.000	1.200	1.100	1.000	1.000	1.325
	0,2 %	0,2 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %
Eritrea	1.000	1.000	1.000	1.000	2.000	1.000	1.000	1.000	1.125
	20,8 %	20,4 %	15,6 %	14,7 %	26,0 %	13,3 %	14,6 %	13,4 %	17,4 %
Indien	400.000	380.000	290.000	320.000	330.000	329.400	279.550	236.450	320.675
	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %

Land	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Durch-schnitt
Indonesien	53.000	58.000	30.000	29.000	29.000	36.800	27.300	55.800	39.863
	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Irak	250.000	250.000	150.000	170.000	180.000	196.300	167.400	152.650	189.544
	1,4 %	1,3 %	0,8 %	0,9 %	0,9 %	1,0 %	0,9 %	0,9 %	1,0 %
Japan	3.200	3.600	2.200	2.500	2.900	2.900	2.250	1.700	2.656
	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Kongo	3.300	3.600	1.700	2.000	2.000	2.000	2.200	1.900	2.338
	0,1 %	0,1 %	0,0 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %
Kosovo	92.000	93.000	66.000	63.000	66.000	70.800	85.250	90.350	78.300
	10,8 %	10,9 %	7,9 %	7,5 %	7,8 %	8,3 %	10,2 %	11,2 %	9,3 %
Mexico	52.000	59.000	42.000	42.000	39.000	33.700	30.700	26.650	35.381
	0,1 %	0,1 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Nigeria	29.000	30.000	15.000	15.000	17.000	17.200	15.200	12.100	18.813
	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %
Pakistan	170.000	190.000	100.000	120.000	130.000	152.400	126.150	113.400	137.744
	0,4 %	0,5 %	0,2 %	0,3 %	0,3 %	0,4 %	0,3 %	0,3 %	0,3 %
Philippinen	120.000	130.000	82.000	89.000	95.000	107.700	94.850	84.550	100.388
	0,2 %	0,2 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %
Russland	22.000	22.000	11.000	10.000	10.000	12.000	11.800	10.300	13.638
	0,3 %	0,3 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,2 %

Land	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Durch-schnitt
Somalia	8.700	9.000	5.200	7.200	7.200	6.200	5.050	3.700	6.531
	0,5 %	0,5 %	0,3 %	0,4 %	0,4 %	0,3 %	0,3 %	0,2 %	0,4 %
Thailand	56.000	63.000	29.000	27.000	29.000	36.500	40.200	32.800	39.188
	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %
Türkei	40.000	40.000	20.000	20.000	21.000	23.600	24.450	26.450	26.938
	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %
Ukraine	210.000	200.000	140.000	150.000	150.000	159.500	154.250	140.400	163.019
	1,4 %	1,3 %	0,9 %	1,0 %	1,0 %	1,1 %	1,1 %	1,0 %	1,1 %
USA	11.000	11.000	5.400	6.000	6.700	6.500	6.600	6.300	7.438
	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Vietnam	5.100	5.500	3.600	3.600	3.600	3.900	3.050	2.700	3.881
	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %

Tabelle 8: Frauenanteil der Facebook-Nutzer*innen in den 15 bevölkerungsreichsten Staaten der Welt mit dem Interesse „Deutschland“, „Deutsch“ und „Visum“
Eigene Berechnung © Minor

Land	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Durch-schnitt
Äthiopien	15,3 %	17,0 %	18,2 %	17,5 %	17,2 %	20,0 %	20,6 %	24,7 %	18,8 %
Afghanistan	12,0 %	12,5 %	13,4 %	11,8 %	12,7 %	12,2 %	26,9 %	13,4 %	14,4 %
Ägypten	30,4 %	30,4 %	31,0 %	33,3 %	33,3 %	33,1 %	31,6 %	31,0 %	31,8 %
Bangladesch	14,4 %	14,6 %	13,5 %	14,1 %	14,4 %	15,1 %	16,1 %	16,2 %	14,8 %
Bosnien und Herzegowina	47,1 %	46,9 %	45,0 %	42,6 %	43,8 %	46,8 %	45,3 %	37,8 %	44,4 %
Brasilien	39,7 %	40,0 %	37,0 %	37,0 %	39,3 %	40,0 %	37,0 %	35,6 %	38,2 %
China[8]	45,5 %	47,6 %	-	-	-	-	-	-	-
Eritrea[7]	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Indien	19,3 %	20,0 %	24,5 %	25,3 %	25,5 %	24,3 %	24,5 %	23,4 %	23,3 %
Indonesien	37,7 %	37,9 %	33,3 %	34,1 %	34,5 %	35,1 %	36,8 %	34,1 %	35,5 %
Irak	19,6 %	19,6 %	21,3 %	22,4 %	22,2 %	20,8 %	21,1 %	21,7 %	21,1 %
Japan	46,9 %	44,4 %	45,5 %	40,0 %	37,9 %	37,9 %	44,4 %	58,8 %	44,5 %
Kongo	30,3 %	27,8 %	58,8 %	50,0 %	50,0 %	50,0 %	45,5 %	52,6 %	45,6 %
Kosovo	29,3 %	30,1 %	30,3 %	30,2 %	30,3 %	31,9 %	32,9 %	30,7 %	30,7 %
Mexico	53,8 %	54,2 %	50,0 %	50,0 %	48,7 %	49,9 %	52,6 %	53,8 %	51,9 %
Nigeria	22,8 %	22,7 %	21,3 %	21,3 %	21,8 %	22,7 %	22,4 %	22,3 %	22,2 %
Pakistan	8,8 %	7,9 %	7,0 %	7,2 %	7,0 %	6,3 %	6,7 %	7,3 %	7,3 %
Philippinen	65,8 %	62,3 %	61,0 %	62,9 %	64,2 %	62,6 %	61,0 %	62,3 %	62,8 %
Russland	59,1 %	59,1 %	56,4 %	60,0 %	61,0 %	63,3 %	63,1 %	57,8 %	60,0 %

[8] ´Diese Werte wurden nicht berechnet, da es weniger als 1.000 Nutzer*innen gab und Facebook in diesem Fall keine Zahlen herausgibt.

Land	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Durch-schnitt
Somalia	39,1 %	36,7 %	28,8 %	29,2 %	29,2 %	27,4 %	32,7 %	36,5 %	32,4 %
Thailand	55,4 %	57,1 %	55,2 %	55,6 %	55,2 %	57,8 %	61,6 %	62,3 %	57,5 %
Türkei	18,0 %	17,5 %	16,5 %	17,5 %	18,1 %	17,8 %	17,6 %	18,9 %	17,7 %
Ukraine	71,4 %	70,0 %	67,9 %	73,3 %	73,3 %	73,9 %	72,9 %	70,2 %	71,6 %
USA	46,4 %	47,3 %	40,7 %	38,3 %	35,8 %	33,8 %	37,1 %	36,5 %	39,5 %
Vietnam	51,0 %	50,9 %	50,0 %	47,2 %	44,4 %	38,5 %	42,6 %	44,4 %	46,1 %

6 Literaturverzeichnis

access now, 16.03.2020: Back in the dark. Ethiopia shuts down internet once again. https://www.accessnow.org/back-in-the-dark-ethiopia-shuts-down-internet-once-again/ (06.05.2021).

Alexander, M. / Polimis, K. / Zagheni, E., 2020: Combining Social Media and Survey Data to Nowcast Migrant Stocks in the United States. Population Research and Policy Review. https://doi.org/10.1007/s11113-020-09599-3 (06.05.2021).

Araújo, M. / Mejova, Y. / Weber, I. / Benvenuto, F., 2017: Using Facebook ads audiences for global lifestyle disease surveillance: Promises and limitations. In Proceedings of the 2017 ACM on Web science conference, 253-257.

Becker, P., Fritsche, Chr., Komitowski, D., 2021: 24-Stunden-Pflegekräfte aus den Staaten außerhalb der EU. "No rules of work. No rights.". Working Paper 07/2021. https://www.netzwerk-iq.de/fileadmin/Redaktion/Downloads/Fachstelle_Einwanderung/Publikationen_2021/Minor_FE_Live_Ins_2021.pdf (02.03.2022).

[BA] Bundesagentur für Arbeit, 2021: Projekt Triple Win. https://www.arbeitsagentur.de/vor-ort/zav/triple-win/triple-win-pflegekraefte (06.05.2021).

Bidder, B., 09.10.2013: Social Network VK.com. Machtkampf um das Facebook Osteuropas. Spiegel Online. https://www.spiegel.de/netzwelt/web/social-network-vk-com-machtkampf-um-osteuropas-facebook-a-926753.html (06.05.2021).

[CIA] Central Intelligence Agency, 2022: World Factbook, Democratic Republic of Congo. https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/congo-democratic-republic-of-the/#communications (27.01.2022).

Dengler, K. und Matthes, B., 2021: Folgen des technologischen Wandels für den Arbeitsmarkt. Auch komplexere Tätigkeiten könnten zunehmend automatisiert werden. IAB-Kurzbericht 13/2021. https://doku.iab.de/kurzber/2021/kb2021-13.pdf (31.01.2022)

Eurostat: Bevölkerung am 1. Januar 2020 nach Alter und Geschlecht. https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/demo_pjan/default/table?lang=de (06.05.2021).

Facebook 2020: Detailliertes Targeting. https://www.facebook.com/business/help/182371508761821?id=176276233019487 (06.05.2021).

Facebook, 31.01.2022: Information zu Targeting und verfügbaren Daten. https://business.facebook.com/insights/ (31.01.2022)

Fatehkia, M. / Tingzon, I. / Orden, A. / Sy, S. / Sekara, V. / Garcia-Herranz, M. / Weber, I. 2020: Mapping socioeconomic indicators using social media advertising data. EPJ Data Sci. 9, 22. https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-020-00235-w (06.05.2021).

Financial Review, 18.10.2021: Beware, workers are about to pivot with their feet. The workplace is going through a Great Realignment because of the pandemic, which has made many employees rethink what their jobs mean to them.https://www.afr.com/work-and-careers/workplace/beware-workers-are-about-to-pivot-with-their-feet-20211018-p590xu (17.02.2022)

Mishra, D. & Chanchani, M., 06.05.2020: For the first time, India has more rural net users than urban. Times of India Online. https://timesofindia.indiatimes.com/business/india-business/for-the-first-time-india-has-more-rural-net-users-than-urban/articleshow/75566025.cms (06.05.2021).

Palotti J. / Adler, N. / Morales-Guzman, A. / Villaveces, J. / Sekara, V. / Garcia Herranz, M. / Al-Asad, M. / Weber, I., 2020: Monitoring of the Venezuelan exodus through Facebook's advertising platform. PLoS ONE 15(2): e0229175. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0229175 pmid:32084178 (06.05.2021).

Saleemi, S., 08.04.2021: Frauenrechte. Wie Analphabetismus die Unterdrückung pakistanischer Frauen fördert. Entwicklung + Zusammenarbeit. https://www.dandc.eu/de/article/die-haelfte-der-frauen-pakistan-kann-keiner-sprache-lesen-oder-schreiben (06.05.2021).

Wurzel, S., 16.03.2021: Staatliche Zensur. China sperrt Messagner-App Signal. Tagesschau Online. https://www.tagesschau.de/ausland/asien/china-zensur-signal-101.html (06.05.2021).

Chandra, T., 2019: Literacy in India: The Gender and Age Dimension. Observer Research Foundation Issue Brief Nr. 322. https://www.orfonline.org/research/literacy-in-india-the-gender-and-age-dimension-57150 (06.05.2021).

Human Rights Watch, 2020: Pakistan. Events of 2020. https://www.hrw.org/world-report/2021/country-chapters/pakistan#c007ac (06.05.2021).

Spyratos, S. / Vespe, M. / Natale, F. / Weber, I. /Zagheni, E. / Rango, M., 2018: Migration Data using Social Media: a European Perspective. JRC Technical Reports. Luxembourg: Publications Office of the European Union. https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a7ed9f5e-7ead-11e8-ac6a-01aa75ed71a1/language-en (06.05.2021).

Time, 17.10.2021: Gen Z and Millennials Are Leading a 'Great Reshuffle.' Here's What That Means. https://time.com/6107587/linkedin-ceo-ryan-rolansky-interview/ (17.02.2022)

[UNO] United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division, 2019: World Population Prospects 2019, https://population.un.org/wpp/Download/Standard/Population/ (06.05.2021).

U.S. Bureau of Labor Statistics, 2022: Civilian employment, seasonally adjusted. https://www.bls.gov/charts/employment-situation/civilian-employment.htm (17.02.2022)

U.S. Bureau of Labor Statistics, 01.02.2022: Economic News Release. Quits levels and rates by industry and region, seasonally adjusted. https://www.bls.gov/news.release/jolts.t04.htm (17.02.2022)

Zagheni, E. / Weber, I. / Gummadi, K., 2017: Leveraging Facebook's Advertising Platform to Monitor Stocks of Migrants. Population and Development Review, 43: 721-734. https://doi.org/10.1111/padr.12102 (06.05.2021).

7 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Facebook-Nutzung in der EU 7
Abbildung 2: Facebook-Nutzer*innen in der EU mit dem Interesse „Deutschland“ und „Deutsch“..... 10
Abbildung 3: Facebook-Nutzung in den 15 bevölkerungsreichsten Staaten der Welt 13
Abbildung 4: Facebook-Nutzer*innen in ausgewählten Drittstaaten mit dem Interesse „Deutschland“, „Deutsch“ und „Visum“..... 16
Abbildung 5: Gesamtzahl der beschäftigten Personen (in Klammern) in den sechs untersuchten Branchen aus den EU-Staaten, Norwegen, der Schweiz und dem Vereinigten Königreich und ihr Anteil an der Gesamtzahl der „monthly active users“ im korrespondierenden Land (in %). 18
Abbildung 6: Gesamtzahl der Personen (in Klammern) in den sechs untersuchten Branchen aus Drittstaaten und ihr Anteil an der Gesamtzahl der „monthly active users“ im korrespondierenden Land (in %). 19
Abbildung 7: Beschäftigte der Branche „Baugewerbe und Abriss“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung). 21
Abbildung 8: Beschäftigte der Branche „Essen und Restaurants“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung). 22
Abbildung 9: Beschäftigte der Branche „Gesundheits- und Sanitätswesen“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung). 23
Abbildung 10: Beschäftigte der Branche „IT und Technische Dienstleistungen“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung). 24
Abbildung 11: Beschäftigte der Branche „Produktion“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung). 25
Abbildung 12: Beschäftigte der Branche „Transport und Umzüge“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung). 26
Abbildung 13: Beschäftigte der Branche „Baugewerbe und Abriss“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit

Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung). 28
Abbildung 14: Beschäftigte der Branche „Essen und Restaurants“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung). 29
Abbildung 15: Beschäftigte der Branche „Gesundheits- und Sanitätswesen“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung)..... 30
Abbildung 16: Beschäftigte der Branche „IT und Technische Dienstleistungen“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung)..... 31
Abbildung 17: Beschäftigte der Branche „Produktion“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung). 32
Abbildung 18: Beschäftigte der Branche „Transport und Umzüge“ mit Interesse an Deutschland und Deutsch nach Ländern. Absolute Zahl der Beschäftigten mit Interesse Deutschland und Deutsch, ihr Anteil an allen Beschäftigten in der Branche in Prozent und die Veränderung des Anteils ggü. dem Vormonat in Prozentpunkten (Einfärbung). 33

8 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Frauenanteil der Facebook-Nutzer*innen in der EU 8
Tabelle 2: Frauenanteil der Facebook-Nutzer*innen in der EU mit dem Interesse „Deutschland“ und „Deutsch“ 11
Tabelle 3: Frauenanteil der Facebook-Nutzer*innen in ausgewählten Drittstaaten 14
Tabelle 4: Frauenanteil der Facebook-Nutzer*innen in den 15 bevölkerungsreichsten Staaten der Welt mit dem Interesse „Deutschland“, „Deutsch“ und „Visum“ 16
Tabelle 5: Facebook-Nutzer*innen in der EU mit dem Interesse „Deutschland“ und „Deutsch“ (absolut) und gemessen an allen Nutzer*innen im jeweiligen Land (in Prozent). 36
Tabelle 6: Frauenanteil der Facebook-Nutzer*innen in der EU mit dem Interesse „Deutschland“ und „Deutsch“ 39
Tabelle 7: Facebook-Nutzer*innen in den 15 bevölkerungsreichsten Staaten der Welt mit dem Interesse „Deutschland“, „Deutsch“ und „Visum“ (absolut) und gemessen an allen Nutzer*innen im jeweiligen Land (in Prozent). 41
Tabelle 8: Frauenanteil der Facebook-Nutzer*innen in den 15 bevölkerungsreichsten Staaten der Welt mit dem Interesse „Deutschland“, „Deutsch“ und „Visum“ 44