

5 Ergebnisse der Textanalyse

Folgend werden die Ergebnisse der Auswertung des Textkorpus der 31 näher betrachteten Verbände unter Hinzuziehung der Exper*inneninterviews dargestellt, zunächst bezogen auf die Struktur des Korpus insgesamt und dann differenziert nach den fünf Verbändeclustern. Die Analyse zum Thema Corona, die alle 106 Verbände einbezieht, erfolgt in Kapitel 7.

Tabelle 5: Verteilung Hypothesen-Codes insgesamt

Klientelbindung	1.298
Anschluss- und Einflussmöglichkeiten	869
Grenzüberschreitende Organisationsziele und Aktivitäten	408
Bridging-Sozialkapital	113
Bonding-Sozialkapital	88
Wettbewerbsverhalten	49
Endogene vs. exogene Ressourcenbildung	43
Gesamt	2.868

Im Zuge der Untersuchung des Gesamtkorpus wurden insgesamt 8.292 Textstellen codiert, wobei 2.868 an die Hypothesenbildung anschlussfähig waren. An 1.008 Textstellen konnten klare Interessensformulierungen festgestellt werden, und 4.416 Textstellen wurden mit Themen-Codes versehen. Während die sieben Hypothesen-Codes bereits im Vorfeld der Analyse feststanden, wurden aus dem Textmaterial via induktivem Vorgehen 21 Claim-Codes und 100 Themen-Codes generiert.

Diese finale Anzahl der Claim- und Themen-Codes ergab sich nach einer Durchsicht der Code-Liste im Anschluss an den ersten Codier-Durchlauf. Dabei wurden zunächst begrifflich und/oder inhaltlich synonyme Codes zusammengeführt. In einem weiteren Schritt wurden alle Codes, die an nicht mehr als fünf Textstellen nachgewiesen werden konnten, nach Einzelkontrolle aus der Codier-Liste genommen. Ausgenommen waren Codes, die wichtig für die Kontextualisierung von Argumentationsketten waren.

Bei der Verteilung der Hypothesen-Codes lässt sich eine klare Dominanz klientelbindender (1.298) gefolgt von anschluss- und einflussorientierter Kommunikation (869) und schließlich transnationalen Themen (408) feststellen. Damit bestätigt sich in einer ersten allgemeinen Betrachtung die theoretische Annahme der zentralen Bedeutung der Schaffung von Legitimität durch die Herstellung von **Klientelbezügen**. Auffällig ist dabei, dass die Formulierung von Klientelinteressen besonders stark mit Claims um die Rassismus-Thematik, wie z. B. „Anti-Rassismus“ und „konsequente Verfolgung rassistischer Straftaten“ (139 Überschneidungen) korreliert. Das Rassismus-Thema wird ausnahmslos durch alle untersuchten Verbände adressiert. Ob als institutioneller Rassismus, rassistische Gewalt oder in Form spezifischer Ausprägungen wie Antiziganismus oder antimuslimischer Rassismus, innerhalb des Gesamtkorpus wird insgesamt 831 Mal auf diesen Modus der Diskriminierung verwiesen.

Eine themenkontextuelle Betrachtung der Rassismus-Codes zeigt dabei auch, dass diese nicht nur auf die Häufung rassistischer Gewalttaten im Untersuchungszeitraum (z. B. NSU, Halle, Hanau, Lübcke-Attentat) zurückzuführen sind, sondern mit der Konzentration von Zielen und Aktivitäten der Verbände auf Deutschland einhergehen. So werden insbesondere Aspekte struktureller Benachteiligung als zentrale Hindernisse von Integrations- und Anerkennungsprozessen behandelt.

Diese auch auf Multikulturalität und aufnahmegesellschaftliche Orientierung von Verbänden zurückzuführende Schwerpunktsetzung lässt sich auch an der strategischen Wahrnehmung von **Einfluss- und Anschlussmöglichkeiten** nachweisen. Auch hier erscheinen zwar anti-rassistische Claims wichtig – zumeist in identifikatorischen Zusammenhängen, z. B. „deutsche Muslime“ gegen Rassismus –, zentral sind jedoch konkrete Anerkennungs- (30) und Teilhabeforderungen (107). Während sich der Wunsch nach Teilhabe z. B. im Falle etablierter muslimischer Dachverbände in Verweisen auf bereits bestehende Kooperationen mit deutschen Institutionen ausdrückt, zeichnet sich im Falle jüngerer Organisationen eine weitaus explizitere Einforderung von Einflussmöglichkeiten ab. Dabei gilt es jedoch festzuhalten, dass die Orientierung der Verbände gen Deutschland und daraus folgende Anerkennungsforderungen von klientelbindenden Strategien nicht zu trennen sind. So werden Aufrufe an die eigene Klientel gerichtet, die sich als Teil der deutschen Einwanderungsgesellschaft z. B. durch die Teilnahme an Wahlen in politische Prozesse einbringen soll.

In diesem Zusammenhang wird die Klientel der jeweiligen Verbände in der Kommunikation ggf., aber vergleichsweise selten, als eine Art **Sozi-**

alkapital konstruiert. Dabei ist insbesondere am Beispiel der multikulturellen Verbände zu erkennen, dass Aspekte des *bridging*-Sozialkapitals im Sinne einer Ressource für gesamtgesellschaftliche Einflussmöglichkeiten genutzt werden. Muslimische Verbände tendierten in diesem Zusammenhang zur Darstellung ihres *bridging*-Kapitals, wenn es z. B. um Belange der muslimischen Community hinsichtlich Fragen des bekenntnisorientierten Religionsunterrichts oder rechtlicher Entwicklungen rund um die Kopftuchdebatte im öffentlichen Dienst geht. Selbiges gilt für Verbände, deren Organisationsziel die Geschlechtergleichstellung ist. Aspekte des *bonding*-Sozialkapitals werden demgegenüber, entsprechend unseren Annahmen, durch monokulturell geprägte Verbände betont. Hier kommt es im Falle der muslimischen Verbände mitunter aber auch zu einer gewissen Form der Entkopplung, da einerseits *bridging*-Potenzial im Kontext verbandsübergreifender muslimischer Interessenvertretung hervorgehoben wird, mit Blick auf das verbandsinterne Leben aber eine spezielle Klienteladressierung stattfindet. Insgesamt lässt sich aber festhalten, dass die Profilierung der Verbände über sozialkapitale Ressourcen oder deren Einsatz im Sinne einer Tauschlogik bezogen auf öffentliche Akteure verhältnismäßig selten ist, zumindest in der Außenkommunikation.

Noch seltener wird **Wettbewerbsverhalten** zwischen den MO-Verbänden kommuniziert. Innerhalb des Gesamtkorpus lassen sich nur 49 Textstellen identifizieren, in denen unmittelbar kritische Bezüge zu anderen Akteurinnen des Organisationsfeldes hergestellt werden. Dabei ist bemerkenswert, dass die den Organisationshandlungen inhärente Wettbewerbslogik zwei Ausprägungen besitzt, die von der Transnationalität des Streitthemas abhängen. Bei Wettbewerbsverhalten mit thematischem Bezug auf Deutschland findet eine eher unterschwellige Bezugnahme auf konkurrierende MOs ohne konkrete Nennung statt. Bei Auseinandersetzungen in Herkunftskontexten hingegen ist das Wettbewerbsverhalten expliziter, ideologischer konnotiert und mit konkreten Organisationsnennungen verbunden.

Grenzüberschreitende Bezüge sind demgegenüber von vergleichsweise großer Bedeutung. So sind trotz der im Zeitverlauf wachsenden multikulturellen Ausrichtung der meisten MO-Verbände immer noch verbreitet herkunftskontextuelle Einflüsse zu erkennen. Insbesondere Verbände, die als Vertretung von Minderheiten der jeweiligen Herkunftsstaaten fungieren und in Opposition zu Herkunftslandregierungen stehen, adressieren eher unmittelbar die bundesdeutsche Außenpolitik oder kritisieren die bilateralen Beziehungen Deutschlands zum Herkunftsland. Verbände, die

demgegenüber eine positive Kopplung an die Politik der Herkunftsländer aufweisen oder neutral sind, nutzen diese eher zur Klientelbindung und Identitätsstiftung.

Endogene und exogene **Ressourcenbildung** kommen in der Kommunikation zwar vor, sind aber sehr selten. Bis auf einige wenige Pressemitteilungen, in denen Ressourcen, z. B. in Reaktion auf kritische Medienberichterstattung, thematisiert und mitunter offengelegt werden, wird endogene Ressourcenbildung nicht thematisiert. Die Nutzung exogener Finanzmittel ist häufiger Gegenstand (Erwähnung öffentlicher Förderungen). Dies wird dann oftmals im Zusammenhang mit Anschluss- und Einflussmöglichkeiten erwähnt, indem sich die Verbände als „offizielle“ Kooperationspartner staatlicher Institutionen präsentieren und ggf. – einem Wettbewerbsgedanken folgend – gegenüber einer möglichen Konkurrenz profilieren.

Insgesamt agieren die MO-Verbände in NRW entsprechend der theoretisch erwarteten Einflüsse, wobei Klientelbindung, die Schaffung von Anschluss- und Einflussmöglichkeiten, aber auch die Verfolgung von Organisationszielen unter transnationalen Bedingungen deutlich dominieren. Verbreitetes Muster ist, unter Einbezug der Themen-Codes, der Verweis auf Rassismus als Klammer zwischen Klientelbindung und Partizipationsforderung. Transnationale Themen konstituieren bei herkunftslandoppositionellen Organisationen eher Versuche der Einflussnahme auf die Politik in Deutschland, bei anderen Verbänden stiften diese Bezüge insbesondere Identität und dienen der Klientelbindung.

Die folgende Betrachtung nach Clustern zeigt, dass je nach Verbandstyp die Frequenz der Hypothesen-Codes deutlich variiert, was zu einem tieferen Verständnis des Verbändehandelns beiträgt und am Ende erlaubt, clusterspezifische Schlussfolgerungen für die Integrationspolitik zu ziehen.

5.1 Cluster 1

Tabelle 6: Verteilung Hypothesen-Codes Cluster 1

Grenzüberschreitende Organisationsziele und Aktivitäten	184
Klientelbindung	165
Anschluss- und Einflussmöglichkeiten	89
Wettbewerbsverhalten	27
Endogene vs. exogene Ressourcenbildung	3
Bridging-Sozialkapital	3
Bonding-Sozialkapital	1
Gesamt	472

Von den 22 Verbänden in diesem Cluster wurden 5 in der Korpusanalyse berücksichtigt. Die Ergebnisse zu Cluster 1 weichen deutlich von der Code-Verteilung im Gesamtkorpus ab. Hier ist die Auseinandersetzung mit herkunftsländbezogenen politischen Entwicklungen relativ bestimmend – ggf. mit Fokus auf die eigene spezifische Community. Die **grenzüberschreitenden Claims** bestehen dann auch in außenpolitischen Handlungsaufforderungen an Deutschland und/oder die EU. Dabei wird auch Kritik an MO-Verbänden des türkeistämmigen Spektrums formuliert, im Sinne der Fortschreibung einer Konfrontation mit einem als türkisch-nationalistisch konstruierten Lager. Mitunter werden aus dieser Gegenüberstellung auch (indirekt) Anschlussoptionen in Deutschland zu schaffen gesucht, indem eine starke Identifikation mit der Bundesrepublik betont wird.

Zwar deuten die entsprechenden Presseinformationen auch auf ein gewisses **Wettbewerbsverhalten** hin, das im Korpus zu diesem Cluster anteilmäßig auch leicht häufiger vorkommt als im Gesamtkorpus, allerdings sollte die zumeist klar abgegrenzte Klientel der jeweiligen Organisationen die Bedeutung dieses Aspekts eher schmälern.

Auch innerhalb des Clusters sind die öffentlich formulierten Organisationsinteressen unterschiedlich stark differenziert, und der transnationale Aspekt kann unterschiedlich stark ausgeprägt sein. Während bei manchen Verbänden die Herkunftsgemeinschaft entscheidend für das Organisationshandeln und die daraus resultierenden politischen Forderungen ist, kombinieren andere grenzüberschreitende Elemente in Form der Kritik an der politischen Situation im Herkunftsland stärker mit den Interessen der Klientel im Aufnahmekontext.

Die religiösen, ebenfalls Herkunftslandminoritäten repräsentierenden Verbände stellen insofern Ausnahmen dar, als sie im Vergleich zu den anderen MOs des Clusters eine stärker auf „unverfängliche“ Selbstdarstellung ausgerichtete Kommunikationsstrategie verfolgen. So finden sich zwar Verweise auf die Verfolgung der eigenen Religionsgruppe in den Herkunftsländern, mehrheitlich werden jedoch Verbandsaktivitäten berichtet, z. B. der Bau von Moscheen.

Wie aufgrund der Hypothesenbildung angenommen, überwiegen in Cluster 1, so die **Klientelbindung** betroffen ist, grenzüberschreitende und communityorientierte Handlungslogiken. Das Auftreten von Entkopplungsstrategien lässt sich dabei nicht sicher nachweisen, auch wenn mitunter identitär motivierte grenzüberschreitende Claims und die Betonung der Identifikation mit Deutschland kombiniert werden – echte Widersprüche folgen hieraus nicht. Der Aspekt des **Sozialkapitals** ist in der Außenkommunikation der Verbände unbedeutend.

In den Hypothesen war die Möglichkeit der Claims mit Blick auf **Anschlussmöglichkeiten** und Förderung in Deutschland formuliert worden, was sich im Korpus zu diesem Cluster aber im Vergleich zum Gesamtkorpus eher selten zeigt. Bemerkenswert ist vielmehr die verbreitete Klientelbindung unter Bezug auf das Herkunftsland und grenzüberschreitende Problemlagen, wobei Aussagen, die als Klientelbindung codiert wurden, im Vergleich zum Gesamtkorpus aber unterdurchschnittlich häufig vorkommen – was darauf hindeutet, dass die monokulturellen Verbände auf eine ausgeprägte gemeinsame Identität der von ihnen vertretenen Klientel setzen können (und diese Identität nicht erst hergestellt oder zumindest konserviert werden muss). Diese Identität scheint bisher fortschreitender Sozialintegration und intergenerationalem Wandel zu widerstehen. Hier zeigt ein Expert*innenterview exemplarisch, wie Verbände auf den intergenerationalen Wandel reagieren und gleichzeitig Klientelidentitäten adressieren und festigen:

Und wir haben etwas, was bis dahin vielleicht auch viele [...] gescheut haben, dann auch versucht salonfähig zu machen [...]. Wir bezeichnen uns [...] als Menschen, die mit beiden Füßen ihren Lebensmittelpunkt in diesem Land haben, jedoch natürlich auch ihre Wurzeln, ob nun selbst oder eine oder zwei Generationen zuvor, über ihre Eltern und über Großeltern in den [...] Herkunftsstaaten haben. Und dies soll deutlich machen, dass wir auf der einen Seite zwar die Herkunft im Blick haben, aber auch uns als Teil der deutschen Gesellschaft und auch als Neudeutsche,

wenn man so will, sehen, die hier ihren Beitrag in einer demokratischen, pluralistischen Gesellschaft leisten möchten.

Ressourcen spielen in der öffentlichen Außenkommunikation der Verbände dieses Clusters praktisch keine Rolle. Nichtsdestotrotz werden in den Expert*inneninterviews mit Verbänden dieses Clusters Aspekte der endogenen und exogenen Ressourcenbildung angesprochen.

5.2 Cluster 2

Tabelle 7: Verteilung Hypothesen-Codes Cluster 2

Klientelbindung	588
Anschluss- und Einflussmöglichkeiten	478
Grenzüberschreitende Organisationsziele und Aktivitäten	149
Bonding-Sozialkapital	69
Bridging-Sozialkapital	42
Endogene vs. exogene Ressourcenbildung	22
Wettbewerbsverhalten	10
Gesamt	1.358

Von den 8 Verbänden in diesem Cluster wurden 7 in der Korpusanalyse berücksichtigt. Die Analyse der Pressemitteilungen des Clusters 2 ergibt hinsichtlich der Verteilung der Hypothesen-Codes ein sehr ähnliches Bild wie im Gesamtkorpus, was heißt, dass der Adressierung von **Klientelinteressen** eine große Bedeutung zukommt, die sich im Zeitverlauf in ihrer Qualität allerdings merklich gewandelt hat. Dies gilt insbesondere für die religiösen Dachverbände des Clusters, die noch Anfang der 2010er Jahre mehrheitlich als Interessensvertreter türkischer Staatsbürger*innen agierten, so im Rahmen der Auseinandersetzung mit religionsunspezifischen Themen wie aufenthaltsrechtlichen Belangen. So Bindungen an den türkischen Staat existierten, wurden auch türkische Regierungspositionen reproduziert, etwa durch die Kontrastierung von Assimilation und Integration, 2006 ein zentrales Narrativ der neuen Diasporapolitik Ankaras gegenüber „Auslandstürken“ (vgl. Söylemez 2021). In den 2010er Jahren ist für alle muslimisch-sunnitischen Verbände des Clusters aber zu erkennen, dass der Stellenwert der „Muslime“ – als adressierte Interessensgruppe in Deutschland – beim klientelbindenden Claims-making zunimmt. Dass **grenzüberschreitenden**

Organisationszielen im Cluster 2, trotz faktisch transnationaler Charakteristika der Verbände, keine besonders große Bedeutung zukommt, sollte daran liegen, dass diese kaum in Deutschland explizit vertreten werden, zumindest dann nicht, wenn sie Gefahr laufen, in der öffentlichen Debatte als kohäsionsgefährdend interpretiert zu werden oder die Loyalität zu Staat und Gesellschaft in Deutschland in Frage stellen können (und damit Anschluss- und Einflussmöglichkeiten vereiteln).

Bei der Suche nach diesen **Anschluss- und Einflussmöglichkeiten** dominieren drei Themenfelder: Integration (23 Überschneidungen), Islamismus (18 Überschneidungen) und antimuslimischer Rassismus (16 Überschneidungen). Während der Aspekt der Integration als wesentliches Element politischer Teilhabeforderungen in der Regel implizit oder explizit, „routinemäßig“ in die Außenkommunikation der Verbände eingewoben ist, eröffnen sich in der Diskussion um islamistische Radikalisierung muslimischer Jugendlicher neue Handlungsmöglichkeiten. Mitunter mit Verweis auf ihr brückenbildendes Potenzial präsentieren sich die muslimischen Verbände hier als wichtige Partner staatlicher Institutionen bei der Radikalisierungsprävention. Die ausgeprägte Kooperationsbereitschaft mit staatlichen Strukturen im Falle der Islamismus-Prävention hebt sich dabei durchaus von der Bezugnahme der Verbände auf andere Themenfelder ab, wie z. B. den antimuslimischen Rassismus. Während in der Auseinandersetzung mit Islamismus auf die Potenziale für Kooperationen verwiesen wird, sind die potenziellen Kooperationspartner im Kontext der Rassismus-Thematik Ziele deutlicher Kritik. Hier folgen mehrere Verbände des Clusters einem ähnlichen Narrativ, wonach Muslime einer grundsätzlichen Bedrohung ausgesetzt sind, die durch Politik und Sicherheitsbehörden geduldet wird.

Insgesamt ist im Korpus zu Cluster 2 kaum **Ressourcenwettbewerb** ersichtlich, was damit zu tun haben dürfte, dass die Mitgliederbasis der etablierten Verbände eher gefestigt ist (und zumindest bei den religiösen Organisationen tendenziell trotz sozialen Wandels erhalten bleibt, weil die religiöse Identität weiter besteht) und in jüngerer Zeit in der Außendarstellung speziell bei den sunnitischen Verbänden die gemeinsame Interessenvertretung dominiert. Damit bestätigt sich auch die Annahme, dass eine eher gefestigte Klientel bei älteren Organisationen den Raum für Einflusslogiken vergrößert, hier, indem Wettbewerbsverhalten verringert und in der Folge die von den deutschen Institutionen geforderte Kooperation zwischen den Verbänden betont werden kann.

Dem **Sozialkapital** kommt im Cluster 2 eine vergleichsweise große Bedeutung zu, sowohl hinsichtlich *bonding* als auch *bridging*. Bezüglich

bonding-Sozialkapital ergibt sich dieser Befund aus der monokulturell – mehrheitlich türkeistämmigen – Prägung der Verbände, besonders soweit die säkularen Organisationen angesprochen sind, die sich, durchaus im Sinne einer Tauschlogik, als Ansprechpartner für Belange der Beziehungen zwischen Deutschland und der Türkei unter Einbezug der Community positionieren. Netzwerke im Sinne von *bridging* werden z. B. durch die sunnitischen Verbände betont, durch Verweise auf überverbandliche Kooperationen mit dem Ziel der Schaffung von Anschluss- und Einflussmöglichkeiten.

Bemerkenswert ist in diesem Cluster schließlich, dass das Thema **Ressourcenbildung** auch nicht viel bedeutender ist als im Gesamtkorpus, stehen doch gerade die religiösen Organisationen vor erheblichen Entwicklungsaufgaben hinsichtlich religiöser und sozialer Dienstleistungen (Beschäftigung religiösen und weiteren Personals, Aus- und Fortbildung usw.). Möglicherweise liegt eine Erklärung hier in der Notwendigkeit, die Chancen exogener Ressourcenbildung und die Risiken eines damit möglicherweise einhergehenden Verlusts von Autonomie abwägen zu müssen, ein Prozess, der nicht öffentlich kommuniziert wird.

5.3 Cluster 3

Tabelle 8: Verteilung Hypothesen-Codes Cluster 3

Klientelbindung	376
Anschluss- und Einflussmöglichkeiten	229
Bridging-Sozialkapital	46
Grenzüberschreitende Organisationsziele und Aktivitäten	35
Wettbewerbsverhalten	12
Endogene vs. exogene Ressourcenbildung	11
Bonding-Sozialkapital	8
Gesamt	717

Von den 18 Verbänden in diesem Cluster wurden 13 in der Korpusanalyse berücksichtigt. Die MO-Verbände des Clusters 3 zeichnen sich zunächst hinsichtlich der im Vorfeld skizzierten Hypothesen durch eine ausgeprägte Nutzung **klientelbindender** Claims aus. Die Häufigkeitsverteilung der Hypothesen-Codes weicht insbesondere in diesem Punkt von der Verteilung

im Gesamtkorpus ab, aber auch hinsichtlich der seltenen transnationalen Themen, was angesichts der multikulturellen Prägung des Clusters den Erwartungen entspricht.

Dabei dient die Vertretung von Klientelinteressen nicht nur der Herstellung von Legitimität, sondern ist auch auf die Nutzung von **Anschluss- und Einflussmöglichkeiten** im Aufnahmekontext ausgerichtet. Die Zusammenführung von Klientelbelangen und dem Anspruch auf Anschlussmöglichkeiten zeigt sich insbesondere an der Rassismus-Thematik. Wie auch im Gesamtkorpus spielt die Auseinandersetzung mit rassistischer Diskriminierung respektive die Formulierung anti-rassistischer Claims eine bedeutende Rolle für die Verbände des Clusters 3. Immerhin 302 von insgesamt 831 Rassismus-Codes finden sich in diesem Cluster. Dabei wird auf die zersetzende Wirkung von Rassismen in der Einwanderungsgesellschaft verwiesen. Ausgehend von dieser Wahrnehmung findet nicht nur eine Identifikation mit der deutschen Gesellschaft statt, es wird auch eine aktive Einbindung von MOs gefordert und z. B. für eine Einführung von Quoten im Öffentlichen Dienst geworben, um institutionalisierten Rassismen entgegenzuwirken.

Abhängig von der Etablierung im Feld und auch dem Selbstverständnis der Verbände variieren die Reichweite und die Entschiedenheit der Forderungen. Während junge Organisationen „postmigrantischer“ Prägung Klientelinteressen und Anschlussforderungen weitaus „kämpferischer“ formulieren, um Aufmerksamkeit (tendenziell mit einem stärkeren Blick auf die Klientelbindung) zu erzeugen, genügt es anderen, auf die Bedeutung bereits bestehender Förderstrukturen hinzuweisen und deren Ausbau zu fordern. Diese Beobachtung kann auch dahingehend interpretiert werden, dass ein Konflikt zwischen Mitglieder- und Einflusslogik ggf. von Bedeutung sein kann, dürften doch die pointierten Positionen von Organisationen mit „postmigrantischem“ Selbstverständnis eher einer Mitgliederlogik folgen, während die Position gefestigterer Organisationen mit stärkerer Klientelbindung eher darauf abzielt, tatsächlich Einfluss zu nehmen.

Ein Expert*inneninterview illustriert die Notwendigkeit, in Cluster 3 Mitglieder- und Einflusslogik auszutarieren:

Auf der einen Seite müssen wir gucken, dass politische Lobbyarbeit gemacht wird für die Migrantenselbstorganisationen, auf der anderen Seite müssen wir unsere Mitgliedsorganisationen stärken und einbinden. Ohne die Einbindung, ohne die Basisarbeit können wir auch nicht die Problema-

tik darstellen und deswegen ist für uns auch sehr wichtig, dass man den Kontakt nicht verliert und die Vernetzung weiter vorantreibt.

Davon ausgehend, dass die MO-Verbände des Clusters 3 überdurchschnittlich multikulturell und nur wenig **transnational** geprägt sind, kommt insbesondere dem Aspekt des *bridging-Sozialkapitals* als Verbandsressource eine wichtige Rolle zu, während *bonding-Sozialkapital* so gut wie nicht thematisiert wird. Öffentliche bzw. institutionelle Nutzenerwartungen werden im Sinne strategischer Anschlussmöglichkeiten genutzt. Ein Beispiel hierfür ist die prominente Platzierung des verbandsübergreifenden Projekts „Tag der offenen Moschee“ in der Außenkommunikation von muslimischen Verbänden des Clusters. Dabei wird nicht nur auf die konstruktive Zusammenarbeit verschiedener Islamverbände und die interreligiöse Ausrichtung des Projektes verwiesen, der Anlass wird auch für eine Darstellung muslimischer Identifikation mit den Werten der Bundesrepublik genutzt, ein Anerkennungswunsch angesichts verbreiteter Islamskepsis.

Wettbewerbsverhalten ist im Cluster 3 so wenig bedeutsam wie im Gesamtkorpus. Zwischen den säkularen Verbänden des Clusters lässt sich dabei, anders als theoretisch erwartet, kein offen kommunizierter Wettbewerb z. B. um öffentliche Ressourcen oder Zugangsmöglichkeiten feststellen. Zurückzuführen ist dies auf die doch sehr stark auf Partizipations- und Anerkennungsforderungen gerichteten Claims, die zwar mit verbandlichen Teilhabeforderungen einhergehen, jedoch aus einer allgemeinen Kritik mangelnder Anerkennung von MO-Verbänden seitens der staatlichen Institutionen folgen.

Der Aspekt endogener vs. exogener **Ressourcenbildung** wird im Cluster 3 so selten thematisiert wie im Gesamtkorpus, wobei das Fehlen solcher Claims hier noch am ehesten damit zu erklären sein sollte, dass viele der Institutionen in den Genuss von deutscher öffentlicher Förderung kommen. Dies zeigt sich auch in den Expert*inneninterviews, in denen oft eine Strukturförderung durch den Bund angegeben wird. Mehrfach wird thematisiert, dass existierende Strukturförderungen nur bedingt ausreichen, die Organisationsarbeit zu gewährleisten und diese Situation auch nicht durch die verbreiteten Angebote an temporärer Projektförderung verbessert wird. Im Zuge der Coronapandemie haben sich bereits vorhandene Probleme vergrößert. Jenseits der Außenkommunikation der Verbände zeigt sich der Wunsch nach einem Ausbau von Strukturförderprogrammen, wobei die Mittel für den Aufbau von Verwaltungsstellen innerhalb der Verbände benötigt werden.

5.4 Cluster 4

Tabelle 9: Verteilung Hypothesen-Codes Cluster 4

Klientelbindung	120
Anschluss- und Einflussmöglichkeiten	63
Grenzüberschreitende Organisationsziele und Aktivitäten	40
Bridging-Sozialkapital	11
Bonding-Sozialkapital	10
Endogene vs. exogene Ressourcenbildung	7
Wettbewerbsverhalten	0
Gesamt	251

Die Verteilung der Hypothesencodes in Cluster 4 entspricht in der Rangfolge der Häufigkeiten der Verteilung im Gesamtkorps, bei einer leicht erhöhten Bedeutung von Klientelbindung und Transnationalismus auf Kosten der Anschluss- und Einflussmöglichkeiten. Zu beachten ist, dass sich in diesem Cluster insgesamt Verbände mit einer schwach ausgeprägten Öffentlichkeitsarbeit versammeln, womit nur 5 Verbände in der Korpusanalyse berücksichtigt wurden (Auswahlkriterium der aktiven Öffentlichkeitsarbeit). Die Verbände des Clusters 4 artikulieren also nur wenige der Claims bezogen auf die untersuchte Verbändelandschaft und das, obwohl es sich mit 29 Organisationen um den größten Cluster handelt. Die folgende Auswertung widmet sich, wie in den anderen Clustern auch, aber eben den aktiveren Organisationen.

Ähnlich dem Befund in Cluster 3 werden **Klientelbindung** und die Schaffung von Anschluss- und Einflussmöglichkeiten oft gezielt in Verbindung gebracht. Allerdings erfolgt diese Verknüpfung unter anderen Vorzeichen, in den Fällen von Verbänden, die sich an eine klar definierte ethnisch-kulturelle Zielgruppe richten. Hier wird eine klientelgebundene Erinnerungskultur teilweise unter Bemühung herkunftsgesellschaftlicher Narrative geschaffen, die sowohl in Opposition zu als auch im Einklang mit Politiken der Herkunftsländer stehen kann. Je nachdem leiten die Verbände hieraus Forderungen nach Gleichberechtigung und Diskriminierungsschutz ihrer Klientel in Deutschland ab oder positionieren sich als notwendige Akteure für Pflege und Ausbau grenzüberschreitender Beziehungen im Sinne einer Tauschlogik. Diese – primär diskursiv/politischen – **grenzüberschreitenden** Herkunftsbezüge haben einen großen Stellenwert

im Selbstverständnis der Verbände, was aber nicht gleichbedeutend mit dem Vorhandensein grenzüberschreitender Aktivitäten oder Organisationsstrukturen ist, zumal nicht bei herkunftslandoppositionellen Organisationen.

Weitgehend zeigen sich im Cluster bezogen auf die Rassismus-Thematik im Falle einer klar definierten ethnisch-kulturellen Klientel ähnliche Kommunikationsstrategien wie in Cluster 3, aber mit stärkerem Bezug auf den konkreten Diskriminierungsschutz der jeweils vertretenen Gruppen. **Anschluss- und Einflussmöglichkeiten** sind im Cluster 4 aber am stärksten in einem herkunftsheterogenen Kontext ausgeprägt. Dabei werden Rassismus und soziale Ungleichheit gezielt mit Blick auf Opportunitätsstrukturen im Sinne politischer Teilhabe kommuniziert.

Mit Blick auf Anschluss- und Einflussmöglichkeiten und **exogene Ressourcenbildung** erweist sich dabei ein teilweise im Cluster gewählter multithematischer Ansatz und eine Betonung des Vorhandenseins von *bridging-Sozialkapital* aus einer staatlich-institutionellen Sicht als durchaus attraktiv. Dabei muss dann die Klientelbindung des Verbandes nicht nur über eine große Themenvielfalt, sondern in einem breiten Spektrum möglicher Adressat*innen erfolgen. Der Tauschlogik der SEU-Theorie folgend kann ein Verband so – theoretisch – eine Vielfalt von Zugängen in Milieus unterschiedlichster Herkunft bieten, zugleich ist die Einlösung dieses Versprechens aber auch nicht selbstverständlich.

Somit zeigt sich im Cluster 4, trotz der Annahme, dass die Nutzung von Anschlussmöglichkeiten nicht besonders stark ausgeprägt ist (was sich insgesamt auch bestätigt), am Kommunikationsverhalten einzelner MO-Verbände, dass Teilhabemöglichkeiten in Deutschland durchaus die Verbändekommunikation bestimmen können.

Wettbewerbsverhalten wurde in diesem Teilkorpus nicht vorgefunden.

Insgesamt ist die Auswertung zu Cluster 4 nur bedingt an unsere Hypothesen anschlussfähig, weil ein wesentliches Merkmal des Clusters eben die seltene Interessenartikulation ist, verbunden mit geringen Anschluss- und Einflussmöglichkeiten. Damit stellen die für die Analyse ausgewählten Verbände eher Ausnahmen dar. Wesentlich ist also die Feststellung, dass eine relativ große Zahl mittelgroßer Verbände existiert, die wenig Interessen vertreten.

Allerdings ist ein Vergleich der Cluster 3 und 4 hinsichtlich des Zusammenhangs von Rassismus und Klientelbindung aufschlussreich, indem sich zeigt, dass bei den Verbänden mit einer klar bestimmten ethnisch-kulturellen Zielgruppe in Cluster 4 die Verknüpfung der Klientelbindung mit

Teilhabeforderungen über die Aktivierung von Identitätslogiken leichter fällt als bei herkunftsheterogenen Verbänden, die eher die gemeinsame Betroffenheit von Rassismus und Diskriminierung als einigendes Merkmal ihrer Klientel betonen.

5.5 Cluster 5

Tabelle 10: Verteilung Hypothesen-Codes Cluster 5

Klientelbindung	49
Bridging-Sozialkapital	11
Anschluss- und Einflussmöglichkeiten	10
Grenzüberschreitende Organisationsziele und Aktivitäten	0
Endogene vs. exogene Ressourcenbildung	0
Wettbewerbsverhalten	0
Bonding-Sozialkapital	0
Gesamt	70

In diesem Cluster finden sich kleine Verbände mit einer schwach ausgeprägten Öffentlichkeitsarbeit, wobei nur eine Organisation wegen ihrer aktiven Öffentlichkeitsarbeit in der Korpusanalyse berücksichtigt wurde. Die Verbände des Clusters 5 artikulieren, analog zu Cluster 4, nur wenige der Claims bezogen auf die untersuchte Verbändelandschaft. Allerdings sind auch nur 13 Organisationen diesem Cluster zugeordnet, womit es sich nach Cluster 2 um das zweitkleinste Cluster handelt.

Von der vergleichsweise aktiven Interessenvertretung abgesehen ist die hier betrachtete Organisation in Anbetracht ihrer Selbstbeschreibung als herkunftsunabhängiger multikultureller Verband mit Teilhabezielen auf den ersten Blick ein gutes Beispiel für die Organisationen des Clusters. Bemerkenswert ist das doch deutliche Abweichen der Verteilung der Hypothesen-Codes bei diesem Verband vom Gesamtkorpus, mit dem vollständigen Fehlen von **transnationalen** Aspekten; *bridging*-Sozialkapital wird noch leicht häufiger angesprochen als Anschluss- und Einflussmöglichkeiten. Zugleich ist die Bedeutung der Klientelbindung im Vergleich zu Gesamtkorpus stark überdurchschnittlich.

Die Legitimation gegenüber der **Klientel** und Öffentlichkeit erfolgt dabei innerhalb eines breiten Themenspektrums, das immer anschlussfä-

hig an die Situation der vertretenen Klientel ist, manchmal im engeren, manchmal im weiteren Sinne. Dabei ist die Klientel nicht durch Herkunft, Ethnie, Kultur oder Religion definiert, sondern durch die gemeinsame Betroffenheit von migrationsbezogenen Problemlagen. **Anschluss- und Einflussmöglichkeiten** werden aber nicht nur durch die Alleinstellung bezüglich der Bearbeitung eines speziellen gesellschaftlichen Problemfeldes zu schaffen gesucht, sondern auch, indem möglichst viele Facetten (und damit Anschlusspunkte) identifiziert werden. Im Expert*inneninterview ist hier auch explizit vom Empowermentsharing (als eines der grundlegenden Verbandsziele) die Rede, welches auf einen internen Austausch von Erfahrungs- und Handlungsmöglichkeiten marginalisierter Gruppen angesichts gesellschaftspolitischer Herausforderungen ausgerichtet ist.

Wie angenommen spielt hierbei der Aspekt des *bridging*-**Sozialkapitals** eine wichtige Rolle, indem Claims durch den Verweis auf vorhandene Netzwerke Nachdruck verliehen wird. Nicht zuletzt bezüglich der Rassismus-Thematik sieht sich der Verband als Teil einer breit aufgestellten Bewegung. Aspekte des *bonding*-Sozialkapitals sind aufgrund der Klientelbeschaffenheit des Verbandes erwartungsgemäß bedeutungslos. Allerdings ist er diesbezüglich ein Sonderfall innerhalb des Clusters, dessen Organisationen sich ansonsten (wie auch die 106 in der vorliegenden Studie untersuchten Verbände insgesamt) tendenziell eher über Gruppen denn über bestimmte Themen/Problemlagen definieren.

Ressourcen und **Wettbewerb** werden zumindest in der Außenkommunikation des Verbandes nicht thematisiert. Dass Wettbewerb für den Verband nicht von Bedeutung ist, kann auch mit einer gewissen thematischen Alleinstellung zu tun haben. Aus dem Expert*inneninterview geht aber hervor, dass die bisherige öffentliche Förderung zwar einen großen Einfluss auf die Verbandsarbeit hat (z. B. durch die Schaffung hauptamtlicher Stellen), jedoch der Wunsch nach weitergehender Förderung besteht. Dabei wird wiederum darauf hingewiesen, dass temporäre Förderung zwar einzelne Projekte ermöglichen kann, der wesentliche Bedarf jedoch in einer projektunabhängigen Förderung der Organisationsstrukturen besteht.

