

Die Bedeutung der ethnischen Ökonomie in Deutschland

Push- und Pull-Faktoren für Unternehmensgründungen ausländischer und ausländischstämmiger Mitbürger



Studie im Auftrag des
Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit

– Kurzfassung –

Institut für Mittelstandsforschung (ifm)
Universität Mannheim
D 6,5
68131 Mannheim

Verfasser:

Dr. René Leicht (Projektleitung) Tel. 0621-181-2788 leicht@mail.ifm.uni-mannheim.de
Dr. Andreas Humpert
Markus Leiss
Michael Zimmer-Müller
Maria Lauxen-Ulbrich
Silke Fehrenbach

Interkultureller Projektbeirat:

Dr. Francesca Chillemi Jungmann
Giampaolo Silvestri
Kanber Altintas
Tamer Citirgi
Pantelis Nikitopoulos
Fotini Triantafillou

1. Hintergrund: Untersuchungsziele und -gegenstand

Die wachsende Zahl an Gründungen in Deutschland hat viele Ursachen. Aber seit einiger Zeit beruht dieser Zuwachs zu einem beachtlichen Teil auf den Aktivitäten von Menschen mit ausländischem Pass oder *Migrationshintergrund*. Vielerorts, vor allem in den urbanen Zentren, vermittelt schon die Alltagsbeobachtung den Eindruck, dass immer mehr Migranten mit der Eröffnung eines eigenen Ladens oder Büros eine Existenzgrundlage suchen. So lebensnah solche Beobachtungen sind – über den tatsächlichen Umfang, die Ressourcen, die Motivlagen und Probleme ausländischstämmiger Unternehmer war bisher kaum etwas bekannt. Mit dem Aufkommen einer „*ethnischen Ökonomie*“ entwickelte sich in Deutschland eine im gewissen Sinne noch immer „fremde“ Unternehmenswelt. So bestand nur wenig fundiertes Wissen über die Bedeutung und Funktionsweise sowie über die Ursachen und Entstehungsbedingungen zunehmender Migranten-Selbständigkeit, obwohl in der gegenwärtigen Debatte um die Integrationsfähigkeit von Ausländern auch deren unternehmerische Aktivitäten eine Rolle spielen.

Demzufolge umfasste der Forschungsauftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit zwei Teilbereiche. Ziel der Untersuchung war zum einen die Bestimmung der *Wirtschaftskraft und des Potenzials der „Ethnischen Ökonomie“ in Deutschland*, wobei nicht nur der zahlenmäßige Umfang an ausländischstämmigen Selbständigen, sondern vor allem die individuellen und betrieblichen Leistungsmerkmale sowie der Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung und Beschäftigung interessierten. Zum anderen stellt sich die Frage nach den Triebkräften ethnischen Unternehmertums und damit auch nach den *Push- und Pullfaktoren für die Gründungsaktivitäten* von ausländischstämmigen Bürgern. Während sich die Zwänge möglicherweise aus der Lage und den Restriktionen am Arbeitsmarkt ergeben, kommen als Anreizstifter vor allem kognitive, kulturelle und materielle Faktoren in Betracht. Diesbezüglich ist auch von Interesse, inwieweit das unternehmerische Handeln bestimmter ethnischer Gruppen im Kontext kultureller Charakteristika oder aber eher bestimmter gesellschaftlicher Rahmenbedingungen zu sehen ist.

Da nicht nur die unternehmerischen Aktivitäten einzelner Ethnien, sondern auch die institutionellen und strukturellen Ausgangsbedingungen für den Schritt in die Selbständigkeit äußerst verschieden sind, war stark nach Herkunftsländern zu differenzieren. Gleichwohl konnten nicht alle in Deutschland lebenden Ethnien einbezogen werden. Der Untersuchungsschwerpunkt lag bei den stärksten Gruppen, d.h. bei den Selbständigen griechischer, italienischer und türkischer Herkunft. Allerdings wurden nicht nur Bürger mit ausländischem Pass berücksichtigt. Einbezogen wurden auch Migranten, deren Eltern nicht-deutscher Herkunft sind, die aber durch Geburt oder Einbürgerung die deutsche Staatsangehörigkeit erlangten.

2. Untersuchungsgang: Daten und methodisches Vorgehen

Der Studie liegt ein Untersuchungsdesign zugrunde, das auf einem Methodenmix beruht. Bislang ist die Datenlage über Migranten, insbesondere bei einer Unterscheidung nach dem Erwerbsstatus, äußerst dürftig. Da kaum eine Datenressource alle Anforderungen erfüllt, wurden die benötigten Indikatoren aus mehreren Quellen zu einem Gesamtbild zusammengetragen. Dabei wurde im ersten Schritt auf amtliche und wissenschaftliche Sekundärstatistiken (z.B. auf Gewerbeanzeigenstatistik, Kammerdaten und Sozioökonomisches Panel), aber vor allem auf den Mikrozensus zurückgegriffen.

Letztgenannter bietet nicht nur die in Deutschland umfassendste Repräsentativstatistik zur Untersuchung selbständiger Migranten, sondern auch die unverzichtbare Möglichkeit, jeweils einen Vergleich mit abhängig Beschäftigten vornehmen und zudem Übergänge zwischen den beruflichen Stellungen abschätzen zu können.

Amtliche Daten haben jedoch zum Nachteil, dass hier – wenn überhaupt – nur nach Staatsangehörigkeit unterschieden wird und bspw. Eingebürgerte nicht identifizierbar sind. Die Bestimmungskraft von Kultur, Herkunft und ethnischer Identität lässt sich aber nur dann erkennen, wenn nicht die Staatsangehörigkeit, sondern der Migrationshintergrund in den Mittelpunkt rückt. Außerdem können mit der amtlichen Statistik nur wenige relevante Variablen (z.B. keine Gründungsmotive) abgebildet und auch kaum Verknüpfungen zwischen personen- und unternehmensbezogenen Daten hergestellt werden.

Daher wurde ergänzend eine eigene Primärerhebung durchgeführt. Insgesamt wurden 2.010 Unternehmensinhaber befragt, davon 465 griechischer, 467 italienischer und 565 türkischer Herkunft, wobei aus Vergleichsgründen noch 513 deutsche Selbständige einbezogen wurden. Voraussetzung für eine repräsentative Stichprobe war die Vollständigkeit der Auswahlgrundlage, weshalb die üblichen Adressregister (Verbände, Kammern etc.) nicht in Frage kamen. Hier bot das öffentliche Telefonverzeichnis die bessere Grundlage. Anhand einer Namenanalyse (Onomastik) konnten die Unternehmensinhaber nach Herkunftsländern identifiziert und einer Stichprobenziehung bzw. konkreteren Befragung zugeführt werden. Unter den möglichen Erhebungsarten wurde der telefonischen Befragung der Vorzug gegeben, da sie die größten Vorteile bot (u.a. Interviewer- und Befragtenkontrolle, Kosten, Aufwand, Feldzeiten). Mit einer Ausschöpfungsquote von durchschnittlich 44% wurde auch ein im Vergleich zu schriftlichen Befragungen hoher Akzeptanzwert erreicht. Mit der computergestützten Telefonbefragung (CATI) wurde BIK-Marplan beauftragt.

3. Die wirtschaftliche und soziale Bedeutung der ethnischen Ökonomie in Deutschland

Die *wirtschaftliche* Bedeutung ethnischen Unternehmertums kommt u.a. durch die Stärke der Gründungsaktivitäten, die Anzahl Selbständiger und deren Orientierung auf bestimmte Sektoren oder Branchen sowie durch die Leistungen ihrer Betriebe zum Ausdruck. Im Mittelpunkt standen insbesondere der Beitrag für Arbeitsmarkt und Beschäftigung, der erwirtschaftete Umsatz sowie die Ausbildungsleistungen. Neben den betrieblichen interessierten auch die persönlichen Leistungsmerkmale, etwa der Arbeitseinsatz und das erzielte Einkommen. Hierin und anhand anderer Merkmale zeigt sich auch die *soziale* Bedeutung ethnischen Unternehmertums bzw. inwieweit die wachsenden Selbständigenzahlen als Indikator für eine ökonomische Besserstellung und Integration zu werten sind. Genauso interessierten die Funktionsweisen ethnischer Ökonomien, etwa inwieweit sie sich durch den Einsatz spezifischer Ressourcen und durch innerethnische Solidarität auszeichnen.

Starke Zunahme ausländischstämmiger Selbständigkeit

In Deutschland wurden im Jahr 2003 insgesamt 286.000 *ausländische* Selbständige gezählt, wovon ziemlich genau die Hälfte aus einem der EU-Länder (EU 15) stammte und unter denen die Italiener die größte Gruppe mit 46.000 Selbständigen und einem Anteil von 16% stellen (Mikrozensus). Unter den Türken waren 43.000 selbständig und unter

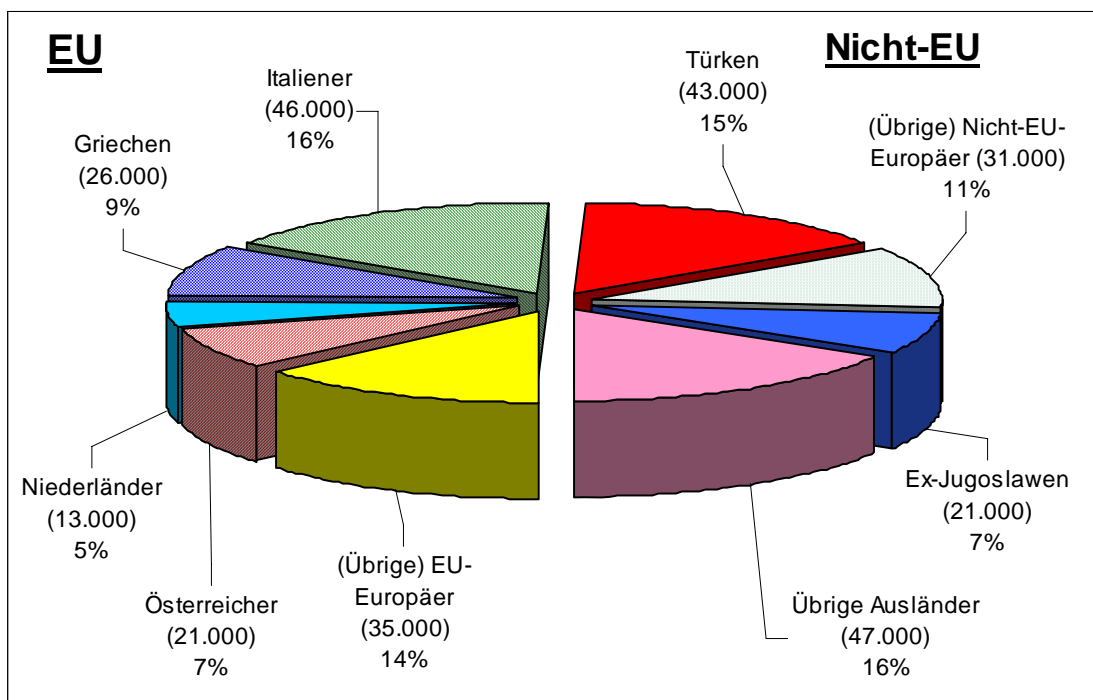
den Griechen 26.000. Dies bedeutet, dass mit den in dieser Untersuchung im Fokus stehenden drei größten Selbständigengruppen in Deutschland auch gleichzeitig rund zwei Fünftel des gesamten Spektrums an ausländischen Selbständigen betrachtet wurden. In der Rangfolge der Größe folgen ansonsten die Ex-Jugoslawen und die Österreicher mit jeweils 21.000 Selbständigen.

Übersicht zur quantitativen Bedeutung ausländischer und ausländischstämmiger Selbständigkeit in Deutschland

Ausgewählte Merkmale	Herkunft			
	griechisch	italienisch	türkisch	Ausländer insgesamt
Anzahl Selbständige				
ausländische	26.000	46.000	43.000	286.000
+eingebürgert	1.500	3.500	17.500	
ausländischstämmige insgesamt	27.500	49.500	60.500	
Frauenanteil	24,0	19,6	18,6	26,2
Anteil an allen ausländ. Selbständigen	9,1%	16,1%	15,0%	100,0%
Selbständigenquote	15,5%	13,1%	5,8%	9,6%
Entwicklung seit 1991	+ 5.000	+ 16.000	+ 21.000	+ 111.000
relative Veränderung	+ 24%	+ 53%	+ 95%	+ 63%
Selbständigenquote	+ 4%-Pkt.	+ 4%-Pkt.	+3%-Pkt.	+3%-Pkt.

Quellen: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus), ifm-Primärerhebung „Ethnische Ökonomie“ 2004, Berechnungen ifm Universität Mannheim

Verteilung und Anzahl selbständiger Migranten in Deutschland nach Staatsangehörigkeit (2003)



Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus); Berechnungen ifm Universität Mannheim

■ *Selbständige türkischer Herkunft bilden mit 60.000 die größte Gruppe*

Über die Selbständigen mit ausländischem Pass hinaus wurden auch die *eingebürgerten* Selbständigen in die Untersuchung einbezogen. Die Erweiterung des Spektrums um die Eingebürgerten wirkt sich vor allem bei der Gruppe der Selbständigen türkischer Herkunft aus, denn hier kommen 17.500 Eingebürgerte hinzu (ifm-Erhebung). Damit stellen die Türkischstämmigen unter allen Selbständigen mit einem Migrationshintergrund die bei weitem größte Gruppe in Deutschland. *Insgesamt* arbeiten 60.500 Selbständige türkischer Herkunft, 49.500 Selbständige italienischer Herkunft und 27.500 Selbständige griechischer Herkunft in Deutschland.

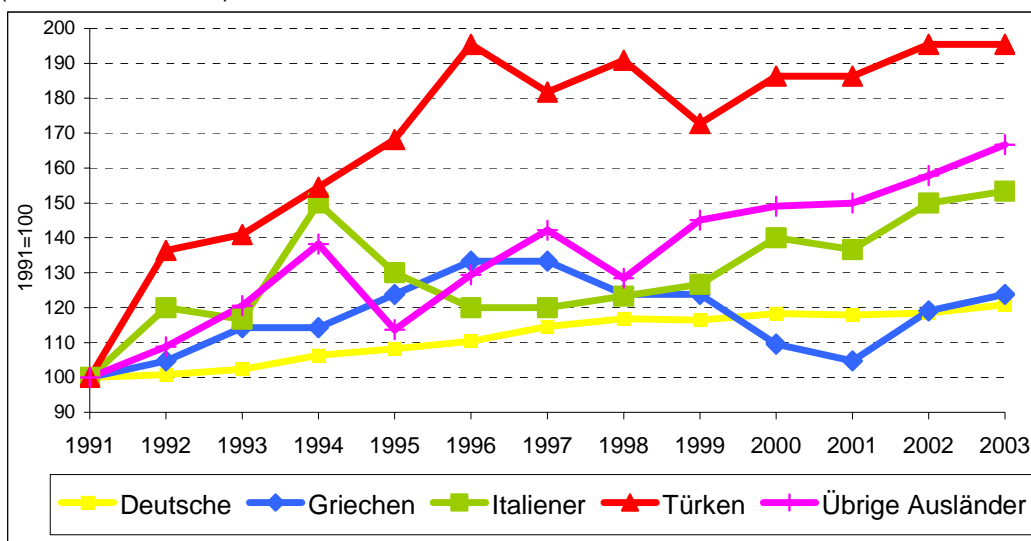
■ *Griechen haben die stärkste Selbständigkeitsneigung*

Zwar sind die türkischstämmigen Selbständigen zahlenmäßig am stärksten, da sie jedoch auch gleichzeitig als größte Bevölkerungsgruppe eine dreiviertel Million Erwerbstätige stellen, liegt ihre Selbständigenquote mit 6 % deutlich unter den Quoten der griechischstämmigen (über 15%) und italienischstämmigen (13%) Erwerbstätigen. Bei den deutschen Erwerbstätigen liegt die Selbständigenquote bei knapp 10%. An dieser Rangfolge unter den Ausländischstämmigen würde sich auch nichts ändern, wenn die deutsch-türkischen Selbständigen hinzugerechnet würden, da dieser Summe dann wiederum eine höhere Zahl an eingebürgerten abhängig Beschäftigten gegenübergestellt werden müsste. Allerdings würde sich die Quote erhöhen, da der Anteil an Eingebürgerten unter den Selbständigen höher als unter den abhängig Beschäftigten ist.

■ *Seit Anfang der 90er Jahre hat sich die Zahl türkischer Selbständiger verdoppelt*

Unter den türkischen Staatsbürgern in Deutschland ist die Zahl der Selbständigen seit 1991 um 21.000 gestiegen und hat sich mithin verdoppelt. Sie verzeichnen damit prozentual die stärkste Zuwachsrate. Im gleichen Zeitraum ist die Zahl selbständiger Italiener um 16.000 bzw. 53% angestiegen. Demgegenüber verlief der Zuwachs bei den Griechen mit 5.000 „neuen“ Selbständigen bzw. 24% in dieser Zeitspanne eher moderat. Der prozentuale Zuwachs liegt bei den türkischen und italienischen Selbständigen um das vierfache bzw. doppelte höher als bei den deutschen Selbständigen, was aber auch auf das niedrige Ausgangsniveau zurückzuführen ist.

Entwicklung der Selbständigen in Deutschland nach Staatsangehörigkeit
(Index 1991=100%)



Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus); Berechnungen ifm Universität Mannheim

■ *Selbständigenquote steigt, ist zum Teil aber auch ein Ergebnis sinkender Beschäftigung*

Die beschriebene Selbständigenentwicklung ist immer auch vor dem Hintergrund der Erwerbspersonenentwicklung einzelner Ethnien zu betrachten. Bei Türken und Griechen ist die Zahl der Erwerbstätigen und abhängig Beschäftigten rückläufig, was mit dazu beigetragen hat, dass sich die Selbständigenquote seit Anfang der 90er Jahre um 3 bis 4%-Punkte erhöhte. Demgegenüber wird die Zunahme an italienischen Selbständigen noch von einem – wenn auch schmalen – Erwerbstätigenzuwachs begleitet. Bei allen Gruppen hat sich seit 1991 nicht nur die Zahl Selbständiger, sondern auch die Zahl der Erwerbslosen und auch die Erwerbslosenquote deutlich erhöht. Bei den Türken hat sie sich sogar mehr als verdoppelt.

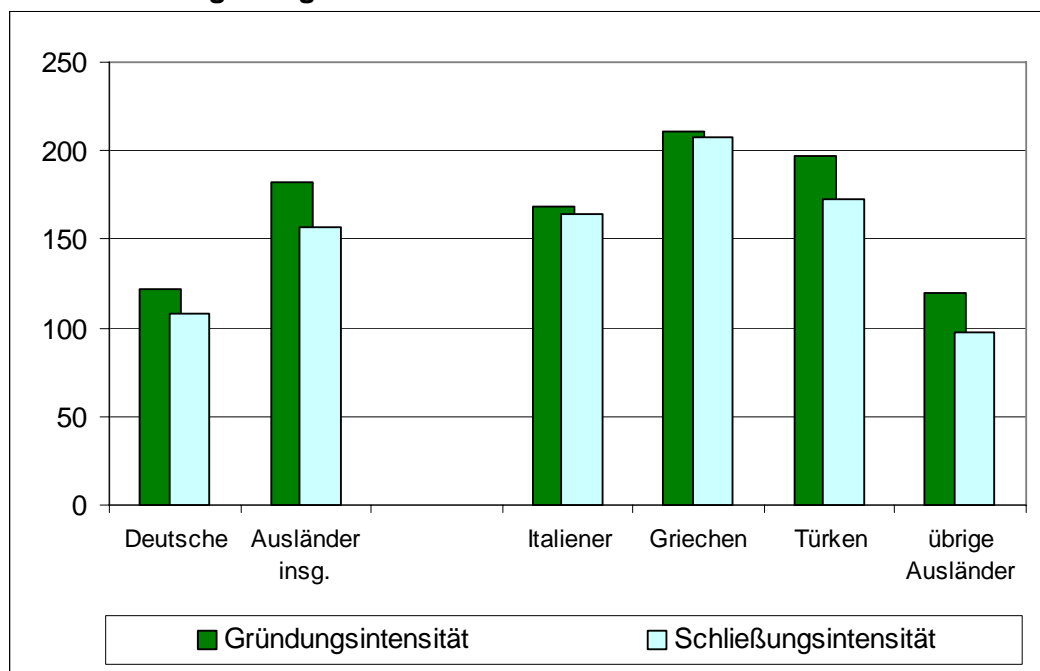
Starke Fluktuation im Gründungs- und Schließungsgeschehen

■ *Ausländer partizipieren überdurchschnittlich an Gründungen, aber auch an Schließungen*

Werden jeweils die unterschiedlichen Populationsgrößen berücksichtigt, dann nehmen die Griechen auch bei den Gründungsquoten eine Spitzenposition ein: Während auf 10.000 deutsche Erwerbspersonen rund 122 Gründungen kommen, sind es bei den Griechen 211, bei den Türken 197 und bei den Italienern 169. Das heißt, die hier untersuchten Ausländergruppen wagen viel häufiger als Deutsche den Schritt in die Selbständigkeit.

Allerdings wird der Anstieg der Selbständigenzahlen von Ausländern von starken Fluktuationen begleitet, denn die überproportional hohe Zahl an Markteintritten geht auch mit einer relativ höheren Zahl an Austritten einher. Während Türken und Italiener in jüngerer Zeit einen Gründungsüberschuss erzielten, hielten sich bei den Griechen Gründungen und Schließungen die Waage. Ursächlich hierfür dürfte insbesondere der negative Wanderungssaldo sein.

Gründungen und Schließungen pro 10.000 Erwerbspersonen nach Staatsangehörigkeit



Quellen: Statistisches Bundesamt (Gewerbeanzeigenstatistik, Mikrozensus 2002) Berechnungen ifm Universität Mannheim

Migranten unterscheiden sich in Gründungsformen und -strategien

Deutsche und ausländische Gründer unterscheiden sich nicht nur in der Gründungsaktivität und in der Bestandsfestigkeit der Unternehmen, sondern auch in den Gründungsformen und -strategien.

■ *Gründungen von Ausländern sind stärker auf den Haupterwerb ausgerichtet*

Die hohe Fluktuation im Unternehmensbestand ist nicht darauf zurückzuführen, dass mit den von Migranten initiierten Gründungen vermehrt solche Betriebe ins Leben gerufen werden, die eher „nebenbei“ geführt werden. Im Gegenteil: Ihre Gründungen sind viel eher als bei Deutschen von der Absicht – und vielleicht auch von der Notwendigkeit – begleitet, mit dem Aufbau eines Unternehmens den Lebensunterhalt zu sichern. Das zeigt sich an den gegenüber Deutschen geringeren Anteilen an Nebenerwerbsgründungen sowie an höheren Anteilen von Betriebsgründungen, die entweder noch einen weiteren Arbeitsplatz schaffen sollen oder auch in das Handelsregister eingetragen werden.

■ *Ein Viertel der Existenzgründungen sind Betriebsübernahmen - zumeist von Landsleuten*

Durch die starke Konzentration auf Gastgewerbe und Handel beruht rund ein Viertel der von Ausländern initiierten Existenzgründungen auf der Übernahme eines bestehenden Betriebes, wobei co-ethnische Beziehungen eine große Rolle spielen: In rund zwei Dritteln bis zu drei Vierteln der Fälle wird das Unternehmen von einer Person der gleichen ethnischen Herkunft übernommen. Während jedes zweite von einem Deutschen übernommene Unternehmen von den Eltern stammt, ist dies bei Ausländern eher selten der Fall. Sie übernehmen die Unternehmen zumeist von fremden Personen.

Eher geringe Bedeutung von Nischenmärkten und Kunden gleicher Herkunft

Die Entwicklungschancen ethnischer Ökonomien stehen in engem Zusammenhang mit den Märkten auf denen sich Selbständige bewegen. Die Ursprünge ethnischer Ökonomien werden häufig mit „Nischenökonomien“ und „Ethnomarketing“ in Verbindung gebracht, soweit sich die Marktaktivitäten an der spezifischen Nachfrage nach Produkten und Diensten orientieren, die von Selbständigen einheimischer Herkunft nicht angeboten werden. Die aus solchen Nischen resultierenden Chancen sind heutzutage jedoch zu hinterfragen. Die Abhängigkeit von der Kaufkraft der eigenen Ethnie kann sich zur Mobilitätsfalle entwickeln. Aber auch der „break out“ zum offenen Markt, bzw. zu einem erweiterten Kundenkreis, schützt nicht vor wachsender innerethnischer Konkurrenz, die häufig ein lokales Überangebot hervorbringt. Vor diesem Hintergrund interessierte, auf welche Raumstrukturen, Branchen und Kunden sich ausländischstämmige Selbständige konzentrieren.

■ *Griechen und Türken sind eher in Städten, Italiener eher in mittelgroßen Gemeinden aktiv*

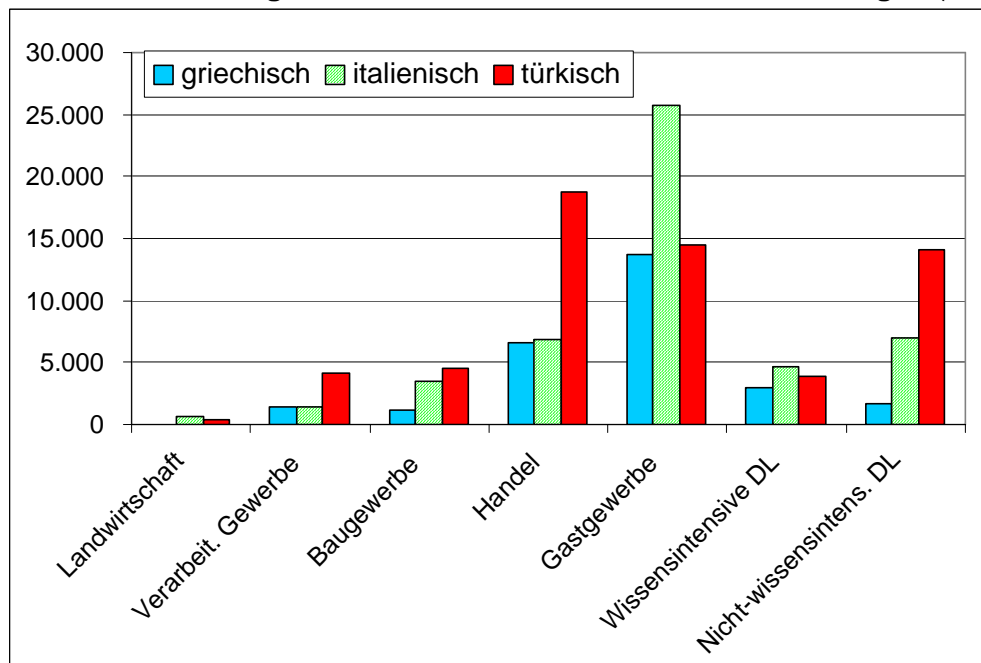
Griechisch- und türkischstämmige Selbständige führen ihre Unternehmen weit häufiger als Deutsche und Italiener in den größeren Städten und Ballungsgebieten, in denen ihre Landsleute auch ansonsten stärker vertreten sind. Da die türkische Wohnbevölkerung eine noch vergleichsweise stärkere sozialräumliche Segregation aufweist, finden sich auch Selbständige mit größerer Wahrscheinlichkeit in den dicht besiedelten Gebieten (was allerdings nicht unbedingt bedeutet, dass hier ihre Chancen größer sind). Demgegenüber kommt die räumliche Verteilung der italienischen Selbständigen der deutschen am nächsten. Sie orientieren sich viel stärker an den Wohnstrukturen und den

Konsumbedürfnissen der Mehrheitsgesellschaft. Die italienischen Gastronomieangebote können auf eine lange Tradition und hohe Akzeptanz in der deutschen Bevölkerung bauen. Soweit sich Griechen und Türken selbständig machen, suchen sie viel eher die Stadt als Absatzmarkt. Allerdings ist auch hier im Zeitverlauf eine zunehmende räumliche Dekonzentration zu vermerken. So etablieren sich bspw. mehr Döner- und Gyros-Imbissbuden auch in kleineren Gemeinden.

■ *Gastronomie-Fixierung steht für kulturelle Kompetenz und wirtschaftliche Probleme*

Jeweils über die Hälfte aller griechisch- und italienischstämmigen Selbständigen betätigen sich als Gastronomen. Jeder zehnte Gaststättenbetrieb in Deutschland ist ein „Italiener“! Hier kann zwar von einer „ökonomischen Nische“ in dem Sinne gesprochen werden, dass das Angebot auf dem Einsatz und der Wirkung spezifisch kultureller Ressourcen beruht und die Konsumenten den Italienern und Griechen einen produkt- und dienstleistungsbezogenen Kompetenzvorsprung vor anderen Anbietern einräumen. Von einem geschützten Markt kann in Anbetracht der Konkurrenz aber dennoch nicht ausgegangen werden. Unter den türkischen Selbständigen nimmt das Gastgewerbe zwar bisher nur einen Anteil von einem Viertel ein, allerdings nimmt dieser zu. Letztlich spiegelt die Dominanz von Gastgewerbe – und vom Handel – eine sektorale Ausrichtung wider, die ein hohes Risiko, eine hohe Arbeitsmotivation und Leistungsbereitschaft erfordert, da es sich um sehr wettbewerbs- und arbeitsintensive Bereiche handelt, in welchen gleichzeitig eine hohe Fluktuation durch Marktein- und -austritte herrscht.

Zahl und Verteilung der Betriebsinhaber nach Wirtschaftszweigen (Schätzung)



Quellen: ifm-Primärerhebung „Ethnische Ökonomie“ 2004, Mikrozensus 2000 und 2003; Berechnungen ifm Universität Mannheim

■ *Gewandelte Arbeits- und Lebensformen induzieren Nachfrage nach „ethnischem Fast-Food“*

Die gewandelten Arbeits- und Lebensformen – etwa die wachsende Unstetigkeit von Arbeitszeiten, die Zunahme von Singlehaushalten und der Rollenwandel der Geschlechter begünstigen den Trend zu preiswertem und schnell verfügbarem Essen. Hiervon profitieren die italienischen und vor allem die türkischen Imbissanbieter. Schätzungs-

weise 9 von 10 türkischen Gastronomieangeboten entfallen auf den Fast-Food-Bereich. Dies sind etwa 12.000 bis 13.000 Betriebe. Zwar ist davon auszugehen, dass die Nachfrage nach fast-food bzw. Schnellimbissangeboten auch in den nächsten Jahren eher zunehmen wird. Eine solche Monostruktur kann sich dennoch als riskant erweisen.

■ ***Migranten in Handel und Gastgewerbe sichern eine wohnortnahe Versorgung***

Aus der Perspektive der Migrantenbetriebe kann die starke Orientierung auf die wettbewerbs- und arbeitsintensiven und zugleich risikoreichen Segmente des Handels und des Gastgewerbes als ein Manko gewertet werden. Anders sieht dies aus, wenn man diese Anstrengungen unter volkswirtschaftlichen, aber vor allem unter sozialen Gesichtspunkten bewertet. Dann wird klar, dass Migranten an vielen Stellen, wo deutsche Betriebsinhaber ihren Tante-Emma-Laden aufgegeben haben, einspringen und eine dezentrale und wohnortnahe Versorgung sichern helfen.

■ ***Türken haben heterogenere Branchenstruktur aber weniger „wissensintensive“ Dienste***

Mit Blick auf die gesamte sektorale Struktur türkischen Unternehmertums lässt sich eine im Vergleich zu Griechen und Italienern etwas heterogenere Branchenorientierung konstatieren, die allerdings immer noch deutlich von derjenigen der deutschen Selbständigen abweicht. Türkischstämmige Selbständige konzentrieren sich stärker auf den Handel. Hier ist ein Drittel tätig. An zweiter Stelle folgen die eher personen- und haushaltsorientierten Routinedienstleistungen. Generell lässt sich bei allen drei nichtdeutschen Ethnien eine beachtliche Unterrepräsentation bei unternehmensnahen und freiberuflichen Dienstleistungen feststellen: Während rund ein Viertel aller deutschen Selbständigen in diesen Dienstleistungsbereichen tätig ist, sind es nur 6 % bei den türkischen sowie jeweils nicht ganz 10 % bei den griechischen und italienischen Unternehmern.

■ ***Unternehmensnahe und freiberufliche Dienstleistungen werden eher von Migranten mit deutschem Pass ausgeübt***

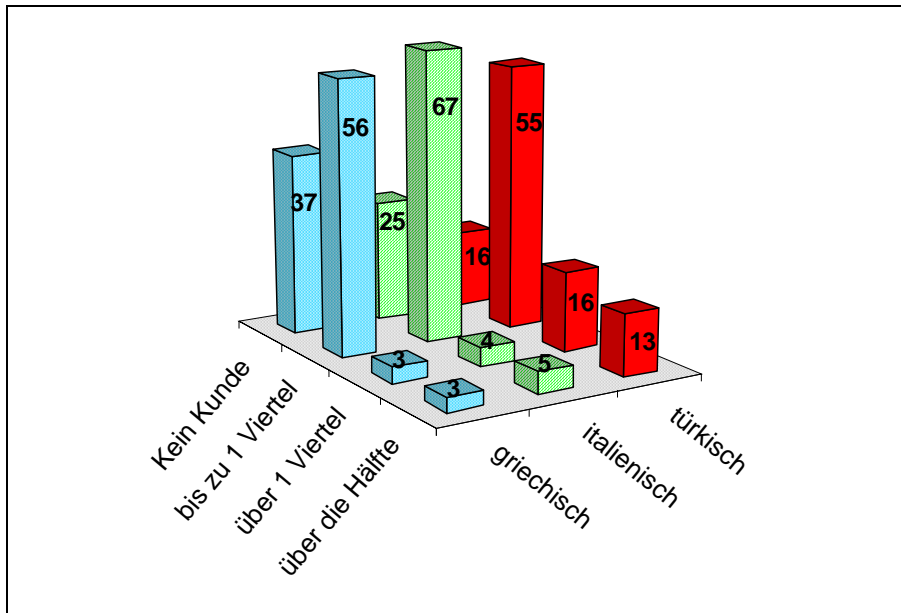
Die Orientierung auf eher personen- und haushaltsorientierte Dienstleistungen korreliert offenbar stärker mit der Staatsangehörigkeit und weniger mit der ethnischen Zugehörigkeit. So sind die Eingebürgerten bzw. die deutschen Selbständigen ausländischer Herkunft in der Tendenz häufiger in den unternehmensnahen und freiberuflichen Dienstleistungen und verhältnismäßig weniger im Gastronomiebereich tätig. Dies wiederum korrespondiert mit der Feststellung, dass die formal stärker Integrierten auch ein deutlich höheres Qualifikationsniveau aufweisen und daher auch Zugangsbeschränkungen zu bestimmten Segmenten viel eher überwinden können.

■ ***Als Kunden haben Landsleute eine geringe (aber bei Türken eine etwas höhere) Bedeutung***

Der angloamerikanischen Forschung zufolge, ist ein wesentliches Funktionselement ethnischer Ökonomien darin zu sehen, dass sie ihr Kundenpotenzial in hohem Maße aus der jeweils eigenen Ethnie schöpfen. Unsere Befunde können dies für Deutschland nicht bestätigen. Unter den selbständigen Migranten in Deutschland überwiegt die Zahl derer, bei denen weniger als ein Viertel der Kunden die selbe Herkunft aufweist. Die Kaufkraft der Landsleute hat für ausländischstämmige Selbständige in Deutschland eine eher geringe Bedeutung; wobei "ethnische Kolonien" bei der Entwicklung der Märkte schon von jeher eine vergleichsweise untergeordnete Rolle spielten. Wenn heute ein Teil derer, die einst als sog. „Gastarbeiter“ nach Deutschland kamen, selbständig erwerbstätig ist, dann erfolgte der Schritt dahin – zumindest bei den Griechen und Italie-

nern – zumeist bereits in einer sozialräumlich angepassten Situation, die eine Orientierung auf die einheimische Kundschaft erforderte. In der türkischen Gemeinschaft ist dies wenigstens teilweise anders, denn immerhin bei etwa jedem sechsten türkischen Unternehmer besteht der Kundenstamm zu einem Viertel bis maximal zur Hälfte aus Türken. Und bei jedem achten türkischen Betriebsinhaber setzt sich die Kundschaft sogar zu mehr als der Hälfte aus den Angehörigen der gleichen Ethnie zusammen.

Anteil von Unternehmen mit Kunden gleicher ethnischer Herkunft (%)



Quelle: ifm-Primärerhebung „Ethnische Ökonomie“ 2004, Berechnungen ifm Universität Mannheim

■ *Gesellschaftliche Partizipation von Türken produziert intermediäre Positionen und Dienste*

Entgegen manchen Erwartungen sind es vor allem die türkischstämmigen Deutschen, die zu einem noch höheren Anteil Türken als Kunden haben. Dies ist dadurch erklärbar, dass die eingebürgerten türkischstämmigen Unternehmer weniger häufig in den „traditionellen“ Sektoren, wie im Gastgewerbe oder im Handel, tätig sind. Während in diesen Branchen eine größere Abhängigkeit von einer ethnisch unspezifischen (Lauf-) Kundschaft besteht, ist die Nachfrage der Ko-Ethnie im Feld der „sonstigen“ Dienstleistungen größer. Hierzu zählt bspw. die Nachfrage nach Unternehmens-, Steuer- und Rechtsberatung sowie Kreditvermittlungen oder Dolmetscherdiensten und ähnliche nicht routinemäßig erbrachten Leistungen, die Türken in größerem Umfang als die anderen Ethnien von ihren Landsleuten erstellen lassen. Bei fast der Hälfte aller im Bereich der wissensintensiven Dienstleistungen tätigen türkischen Unternehmen besteht der Kundenstamm zu 50% bis 100% aus Türken.

Der bei diesen Dienstleistungen hohe Anteil an „ko-ethnischen“ Kunden beruht auf einer gewissen Eigendynamik im Zusammenspiel von gesellschaftlichem und Nachfragewandel: Je stärker die Zahl türkischer Geschäftsleute wächst und je mehr sich die in Deutschland lebenden Türken am gesellschaftlichen Leben aktiv beteiligen, desto größer wird der Bedarf an wirtschaftsnahen und kompetenten Diensten. Hier bieten sich Marktchancen für höher gebildete – und teils auch besser integrierte – türkischstämmige Anbieter, die in der Rolle als „Intermediäre“ auftreten und in eine Position rücken, in welcher sie ihre Institutionen- und Sprachkenntnisse und ihre kulturelle Kompetenz zum Einsatz bringen können.

Selbständige Migranten im Handwerk unterrepräsentiert

Vielen Migranten fehlt es auch an den qualifikatorischen und formalen Voraussetzungen, um in andere Tätigkeitsfelder vorzudringen. Dies betrifft auch den Zugang zum Handwerk, wengleich die Novellierung der Handwerksordnung hier Erleichterungen schuf. Die 38.000 selbständigen Handwerker mit Migrationshintergrund stellen ungefähr 4,5 % aller in Deutschland registrierten Handwerksbetriebe. Die meisten sind dem handwerksähnlichen Gewerbe zuzuordnen. Unter den italienischen Handwerksbetrieben kann nur ein Viertel der Inhaber einen Meistertitel vorweisen, unter denjenigen mit türkischer Führung nur ein Fünftel und bei den Griechen ist es lediglich jeder Zehnte.

Da der Anteil von selbständigen Migranten unter allen Selbständigen 7,6 %, der unter den Handwerksbetrieben aber weniger als 5% beträgt, ist von einem noch großen „Nachholpotenzial“ auszugehen – insbesondere auch deswegen, weil Ausländer unter den abhängig Beschäftigten des Handwerks überproportional vertreten sind. Das heißt im Handwerk bietet sich den ausländischen Beschäftigten ein Reservoir an Existenzgründungsmöglichkeiten, das zum einen durch die novellierte Handwerksordnung und zum anderen dadurch ausgeschöpft werden kann, wenn die Migranten einen erfolgreicheren Weg durch die Berufsbildungsinstanzen, insbesondere zur Qualifikation als Meister finden.

Migrantenunternehmer erbringen beachtlichen Beschäftigungsbeitrag

Fast jede Diskussion um die Bedeutung der ethnischen Ökonomie in Deutschland wird natürlich von der Frage flankiert, wie viele Arbeitsplätze selbständige Migranten mit ihren Unternehmen schaffen.

■ *Die weitaus meisten Unternehmen beschäftigen nur eine bis maximal vier Person(en)*

Rund die Hälfte aller türkischen Unternehmer in Deutschland haben – von unbezahlt mithelfenden Familienangehörigen abgesehen – keine weiteren Beschäftigten. Bei den italienischen Unternehmern ist dies demgegenüber nur bei einem Drittel der Fall.

Aber selbst wenn nur diejenigen Unternehmen betrachtet werden, die auch Beschäftigte aufweisen, ist die ethnische Ökonomie äußerst kleinbetrieblich strukturiert: Je nach Ethnie haben zwischen 60 % und 65% der „Beschäftigungsbetriebe“ weniger als vier Mitarbeiter auf der Gehaltsliste. Durchschnittlich arbeiten in Unternehmen italienischstämmiger Arbeitgeber 4,8 Mitarbeiter, in türkischen Unternehmen sind es 4,3 und in den griechischen 4,0 Beschäftigten. Deutsche Betriebe sind durchschnittlich etwa doppelt so groß.

■ *Türkische Unternehmen schaffen am meisten Arbeitsplätze, dicht gefolgt von italienischen*

Hochgerechnet auf die Gesamtwirtschaft entfallen auf „türkische“ Unternehmen 260.000 Arbeitsplätze, auf „italienische“ 240.000 Arbeitsplätze und auf „griechische“ Unternehmen 109.000 Arbeitsplätze. Analog zu den Unterschieden in der sektoralen Zusammensetzung der Unternehmen der drei Ethnien, liegen auch die Beschäftigungsschwerpunkte auf jeweils unterschiedlichen Gebieten. Weit über die Hälfte aller von griechischen Unternehmen geschaffenen Arbeitsplätze sind im Gastgewerbe angesiedelt. Die „Beschäftigungshoheit“ im Gastgewerbe halten jedoch die Italiener, die dort rund 133.000 Arbeitsplätze stellen. Wie schon bei der sektoralen Struktur des Unternehmensbestandes festgestellt, ist auch in Bezug auf die sektorale Beschäftigungsstruktur zu konstatieren, dass die Branchenstruktur bei den Türken weit weniger „monoton“ ist als die Struktur bei den Griechen und Italienern.

Übersicht zu den betrieblichen und gesamtwirtschaftlichen Leistungspotenzialen ausländischstämmiger Selbständigkeit in Deutschland

Ausgewählte Merkmale	Herkunft		
	griechisch	italienisch	türkisch
Sektoraler Schwerpunkt	Gastgewerbe (50%) Handel (24%)	Gastgewerbe (52%) „sonstige“ DL (23%)	Handel (32%) „sonstige“ DL (29%)
Durchschnittliche Unternehmensgröße	4,0 Besch.	4,8 Besch.	4,3 Besch.
Beschäftigungsbeitrag			
Arbeitgeberbetriebe	56%	67%	49%
Arbeitsplätze insgesamt	109.000	240.000	260.000
Ausbildungsbeitrag			
Ausbildungsbetriebe	6%	9%	15%
Durchschn. Azubizahl	1,8	2,1	1,7
Ausbildungsplätze	1.800	6.500	7.500
Umsätze in €	9,3 Mrd.	15,1 Mrd.	24,7 Mrd.

Quellen: ifm-Primärerhebung „Ethnische Ökonomie“ 2004; Statistisches Bundesamt (Mikrozensus), Berechnungen ifm Universität Mannheim

■ *Unternehmen von Migranten insgesamt stellen 3% bis 4% aller Arbeitsplätze in Deutschland*

Zusammengenommen ergibt sich eine Summe von über 600.000 Arbeitsplätzen, die allein von griechisch-, italienisch- und türkischstämmigen Unternehmern eingerichtet wurden. Da diese Selbständigen aber nicht einmal die Hälfte aller ausländischstämmigen Selbständigen insgesamt stellen, liegt das Gesamtvolumen der durch Migranten geschaffenen Arbeitsplätze weit höher. Je nachdem wie die Beschäftigungsintensität der Gruppe der „Übrigen“ eingeschätzt wird, ist mit zusätzlichen 340.000 bis 780.000 Arbeitsplätzen in den nicht berücksichtigten Migrantenbetrieben zu rechnen. Insgesamt bieten die ausländischstämmigen Selbständigen – je nach Modell – für 2,7 % bis 3,9 % aller Beschäftigten in Deutschland einen Arbeitsplatz.

■ *Beschäftigungsbeitrag deutscher Betriebe geht zurück, der von Migranten wächst*

Während sich das Arbeitsplatzvolumen in den von Deutschen geführten Unternehmen im Saldo zwischen Frühjahr 2003 und 2004 um nicht ganz ein Prozent reduziert hat, ergibt sich bei allen drei untersuchten ethnischen Unternehmergruppen (im gleichen Beobachtungszeitraum) ein leichter Beschäftigungszuwachs.

Ausbildungsleistungen und -potenziale

Vor dem Hintergrund der schwierigen Situation ausländischer Jugendlicher auf dem Lehrstellenmarkt richtet sich das Augenmerk verstärkt auf die Potenziale der von Ausländern geführten Betriebe. Sie können einen Beitrag zur Kompensierung der akuten Ausbildungsplatznot von ausländischen Jugendlichen leisten und eine Brückenfunktion

¹ Eine unsichere Größe bei der Gesamtberechnung ist der Beschäftigungsbeitrag der „übrigen“, d.h. der nicht untersuchten Ausländergruppen, deren Arbeitgeberzahl aber bekannt ist (Mikrozensus). Ein pessimistisches Schätzmodell geht davon aus, dass deren durchschnittlicher Beschäftigungsbeitrag geringer als derjenige von griechischen Unternehmern (als Gruppe mit niedrigstem Beitrag) ist. Ein optimistisches Schätzmodell geht von einem Beitrag aus, wie er sich im Mittel aus den Leistungen aller drei untersuchten Ethnien ergibt.

zwischen den deutschen Bildungsinstitutionen und den jugendlichen Migranten einnehmen, was letztlich auch zu einer stärkeren Bildungsmotivation und -beteiligung beitragen kann.

■ *Nur wenige Migrantenbetriebe bilden aus; die türkischen aber relativ häufiger*

Erwartungsgemäß ist der Anteil der auszubildenden an allen Migrantenbetrieben jedoch deutlich geringer als der entsprechende Anteil bei den deutschen Betrieben. Die türkischstämmigen Unternehmen weisen mit einer Ausbildungsbetriebsquote von 15 % noch den vergleichsweise höchsten Anteil auf, während sie bei den italienischstämmigen bei 9 % und bei den griechischstämmigen nur bei 6 % liegt. Diese Gesamtergebnisse werden allerdings stark durch die teils höhere Ausbildungsbeteiligung der Unternehmen von Eingebürgerten beeinflusst. Offenbar wächst mit der Integrationsbereitschaft der Unternehmensinhaber auch deren Ausbildungsbereitschaft.

■ *Falls Migrantenbetriebe ausbilden, liegen die Auszubildenden-Zahlen nicht weit zurück*

Migrantenbetriebe, die sich zur Ausbildung von Nachwuchs entschlossen haben, erbringen durchaus vergleichbare Ausbildungsleistungen wie deutsche Betriebe, wenn man die durchschnittliche Zahl der Auszubildenden zugrunde legt. Während auf einen von einem Deutschen geführten Ausbildungsbetrieb durchschnittlich 2,4 Auszubildende kommen, sind es bei einem italienischen Ausbildungsbetrieb 2,1, bei den griechischen und türkischen Betrieben im Durchschnitt 1,8 bzw. 1,7. Rechnet man die Zahl der Ausbildungsplätze hoch, dann stellen die türkischen Betriebe rund 7.500, die italienischen 6.500 und die griechischen Unternehmen in Deutschland insgesamt rund 1.800 Ausbildungsplätze.

Erwirtschaftete Umsätze

Welche gesamtwirtschaftliche Bedeutung der ethnischen Ökonomie in Deutschland zukommt, kann auch an den Lieferungen und Leistungen gemessen werden, für welche die erwirtschafteten Umsätze als Kenngröße dienen. Nur zwischen 3 und 8 % der Unternehmen von Griechen, Italienern und Türken erwirtschaften im Jahr 2003 einen Umsatz von mehr als 1 Mio. €, während jeweils um die 60 % auf weniger als 100.000 € kamen. Dies ist im Vergleich zu den deutschen Unternehmen in der Stichprobe ein hoher Anteil an Unternehmen mit kleinen Umsatzzahlen, da lediglich ein Drittel der von Deutschen geführten Unternehmen weniger als 100.000 € im Jahr 2003 erzielte.

Werden die erzielten Umsätze hochgerechnet, kommen die auch zahlenmäßig überlegenen Unternehmen der türkischstämmigen Inhaber auf einen Gesamtumsatz von ca. 25 Mrd. €, die „italienischen“ auf 15 Mrd. € und die „griechischen“ Unternehmen auf 9 Mrd. €.

Hoher persönlicher Arbeitseinsatz

Die Unternehmen von Selbständigen mit Migrationshintergrund sind nicht nur durchschnittlich kleiner, sie sind auch häufiger noch in einer Aufbauphase und ihre Entwicklung ist naturgemäß weniger durch Familientradition und Vererbung bestimmt. Dies bedeutet, dass vieles von dem was in den Migrantenunternehmen erwirtschaftet wird, auf einem besonders hohen persönlichen Arbeitseinsatz und Leistungsvermögen der Inhaber beruht. Erschwerend kommt hinzu, dass sich Migranten vorwiegend im Gastgewerbe und Handel und mithin in Branchen betätigen, die zwar relativ niedrige Zugangshürden aber dadurch gleichzeitig eine hohe Wettbewerbsintensität aufweisen. Die Wochenarbeitszeiten von Migranten liegen im Schnitt zwischen 3 bis 6 Stunden über

denjenigen von deutschen Selbständigen. Am höchsten ist der Arbeitseinsatz selbständiger Italiener, von denen rund 38 % die Marke von 60 Wochenstunden überschreiten.

Zunahme an selbständigen Frauen von geringem Ausgangsniveau

Die Bedeutung von Migrantinnen in der ethnischen Ökonomie wird insbesondere von zwei Grundlinien beeinflusst: Zum einen sind nicht nur Migrantinnen, sondern Frauen generell in der beruflichen Selbständigkeit unterrepräsentiert bzw. gründen immer noch weit seltener als Männer ein Unternehmen. Zum anderen ist aber auch zu beobachten, dass sich seit etwa zwei Jahrzehnten die Zahl selbständiger Frauen stärker als die von Männern erhöht hat, was allerdings auch ein Resultat zunehmender Erwerbsbeteiligung ist.

Diskrepanzen ergeben sich bereits hinsichtlich der Ausgangsbedingungen für den Zutritt zur beruflichen Selbständigkeit, da insbesondere unter den italienischen und türkischen Erwerbstätigen die Frauenanteile weit geringer als bei deutschen Erwerbstätigen sind. Dies hat zur Folge, dass auch die Frauenanteile in den jeweiligen Selbständigengruppen nochmals weit geringer als bei den Deutschen ausfallen: Während unter den deutschen Selbständigen bereits lediglich 29 % weiblichen Geschlechts sind, sind dies bei den griechischen Selbständigen nur 24 % und bei den italienischen und türkischen Selbständigen 20 % bzw. 19 %. Die Selbständigenquoten von Frauen betragen bei allen drei Ethnien ziemlich genau die Hälfte derjenigen der Männer, wobei die Griechinnen noch am besten abschneiden: Immerhin ist fast jede zehnte in Deutschland erwerbstätige Griechin beruflich selbständig tätig. Unter den türkischen erwerbstätigen Frauen ist das nur bei jeder 30ten der Fall (Mikrozensus).

Ethnische Beschäftigung und innerethnische Solidarität

Ethnische Ökonomien werden – analog den nordamerikanischen Erfahrungen – häufig auch dadurch charakterisiert, dass sie ein enges Geflecht aus ethnischem Unternehmertum und ethnischer Beschäftigung in einem stark durch Landsleute geprägten Umfeld bilden, welches auch noch einen Großteil der Kundschaft stellt. In Deutschland ist ein Zusammentreffen dieser konstituierenden Elemente in der Reinform nur in seltenen Fällen bzw. wenigen Stadtteilen zu beobachten. Allerdings kann die Rekrutierung von Mitarbeitern aus dem Kreis der eigenen Ethnie und insbesondere auch die Beschäftigung von Familienmitgliedern auch hierzulande durchaus als ein Charakteristikum ethnischer Ökonomie bezeichnet werden. Ethnische Beschäftigung hängt jedoch weniger als vielfach angenommen mit „Tradition“ und „Solidarität“, sondern eher mit der übermäßigen Zuwendung zu den arbeitsintensiven Branchen einerseits und der Ferne zu den „wissensintensiven“ Branchen andererseits zusammen.

■ Zahl der unentgeltlich Mithelfenden sinkt bei Deutschen und steigt bei Ausländern

Netzwerke und Beziehungen eröffnen häufig die Möglichkeit, aus dem Kreis der Familie einen kostengünstigen Pool an Arbeitskräften aufzubauen, der ggf. auch einen flexiblen Personaleinsatz erlaubt. Während bei den deutschen Selbständigen die Zahl der unentgeltlich mithelfenden Familienmitglieder schon seit langer Zeit beständig zurückging, hat sich bei den Migranten die Zahl der Mithelfenden seit Anfang der 90er Jahre von 14.000 auf nunmehr 29.000 verdoppelt (Mikrozensus).

■ Migranten beschäftigen wesentlich mehr Familienmitglieder als die Deutschen

Die Anteile der insgesamt mithelfenden Familienmitglieder liegt bei allen drei nicht-deutschen Ethnien wesentlich höher als bei den Deutschen. Im Durchschnitt gehört in

den von Ausländischstämmigen geführten Unternehmen in etwa jede/jeder zweite Beschäftigte zur Familie. Dieser hohe Anteil ist natürlich auch auf die überdurchschnittlich hohe Zahl an Kleinbetrieben im Gastgewerbe und im Handel in der ethnischen Ökonomie zurückzuführen. Im Bereich der unternehmensnahen und freiberuflichen Dienstleistungen und in den Unternehmen, in denen der Inhaber einem akademischen Beruf nachgeht, ist die Zahl der beschäftigten Familienmitglieder demgegenüber weit unterdurchschnittlich.

■ *Vier Fünftel der von türkischen Arbeitgebern beschäftigten Mitarbeiter sind Türken*

Bei vier Fünfteln der Beschäftigten in türkischen Unternehmen handelt es sich um Türken. In ähnlicher Größe zeigt sich auch in der griechischen Gemeinschaft ein starker Bezug zur eigenen Ethnie. In den italienischen Betrieben liegt der Anteil an beschäftigten Landsleuten bei etwas mehr als zwei Dritteln. Diese hohen Werte werden jedoch stark durch die kleinbetriebliche und die Branchenstruktur der ethnischen Ökonomie geprägt. Mit zunehmender Betriebsgröße sowie auch mit höheren kognitiven Anforderungen nimmt der hohe Anteil an co-ethnischen Beschäftigten deutlich ab. In den freiberuflichen Dienstleistungen liegt er jeweils deutlich niedriger.

■ *Sektorale, wettbewerbsbedingte und kulturelle Einflüsse spielen zusammen*

Der hohe Anteil von Beschäftigten der gleichen Ethnie lässt sich unter anderem darauf zurückführen, dass mit der Beschäftigung von Landsleuten auch ein Stück „Kultur“ transportiert wird. So würde es zum Beispiel Gäste wundern, wenn in einer Pizzeria deutsche Beschäftigte bedienen. Bei den türkischen Unternehmen finden sich hohe Anteile an Beschäftigten gleicher Herkunft insbesondere im Handel und Gastgewerbe. Dieser Sektor ist durch einen intensiven Wettbewerb gekennzeichnet, dem durch die ggf. kostengünstigere Beschäftigung von türkischen Mitarbeitern eher stand gehalten wird. Aufgrund der hohen Arbeitslosigkeit in dieser Ethnie und dem hohen Anteil ungelerner Arbeitssuchender werden die im Handel ungünstigen Arbeitsbedingungen (vergleichsweise lange Arbeitszeiten und geringe Löhne) von den ausländischen Beschäftigten eher als von den einheimischen Bewerbern akzeptiert. Aber natürlich ist auch dieser Zusammenhang nicht rein wirtschaftlicher Natur, sondern dürfte auch ein Stück weit mit den kulturellen Anforderungen und Gepflogenheiten erklärbar sein.

Durchschnittlicher Anteil der Beschäftigten gleicher Herkunft nach Wirtschaftsbereichen (nur Unternehmen mit Beschäftigten)

Wirtschaftszweige	Herkunft		
	griechisch	italienisch	türkisch
	<i>Anteil in % (Mittelwerte)</i>		
Verarbeitendes Gewerbe (+Landwirtsch.)	56,7*	62,0	73,3
Baugewerbe	62,9*	25,1	72,3
Handel	68,9	65,0	84,3
Gastgewerbe	85,1	78,0	88,5
wissensintensive Dienstleistungen.	40,2	33,3*	62,1
nichtwissensintensive Dienstleistungen	85,0	54,0	71,6
Insgesamt	80,3	71,0	81,7

*) Wert beruht auf geringen Fallzahlen

Quelle: ifm-Primärerhebung „Ethnische Ökonomie“ 2004, Berechnungen ifm Universität Mannheim

5. Bestimmungsfaktoren ethnischen Unternehmertums

Zur Identifizierung der Bestimmungsfaktoren ethnischen Unternehmertums wurde ein mehrdimensionaler Analyserahmen gewählt, der den Bogen von den eher personen- bzw. angebotsorientierten bis zu den eher umfeld- bzw. nachfrageorientierten Forschungsansätzen spannt. Dabei standen Einflussfaktoren, die sich aus der ethnischen Herkunft, sprich: aus kultur- und sozialisationstheoretischen Überlegungen ergeben, im Mittelpunkt der Untersuchung. Dies ist schon deswegen erforderlich, da mit Blick auf Push- und Pullfaktoren ein Untersuchungskonzept in den Vordergrund rückt, welches die Perspektive von Individuen einnimmt und nach den auslösenden Momenten bzw. Motiven für die Entscheidung zur Gründung eines Unternehmens fragt.

Pull-Faktoren entsprechen auch bei Migranten den klassischen Motiven

■ *Anreize haben als Motive deutlich höheren Stellenwert als Zwänge*

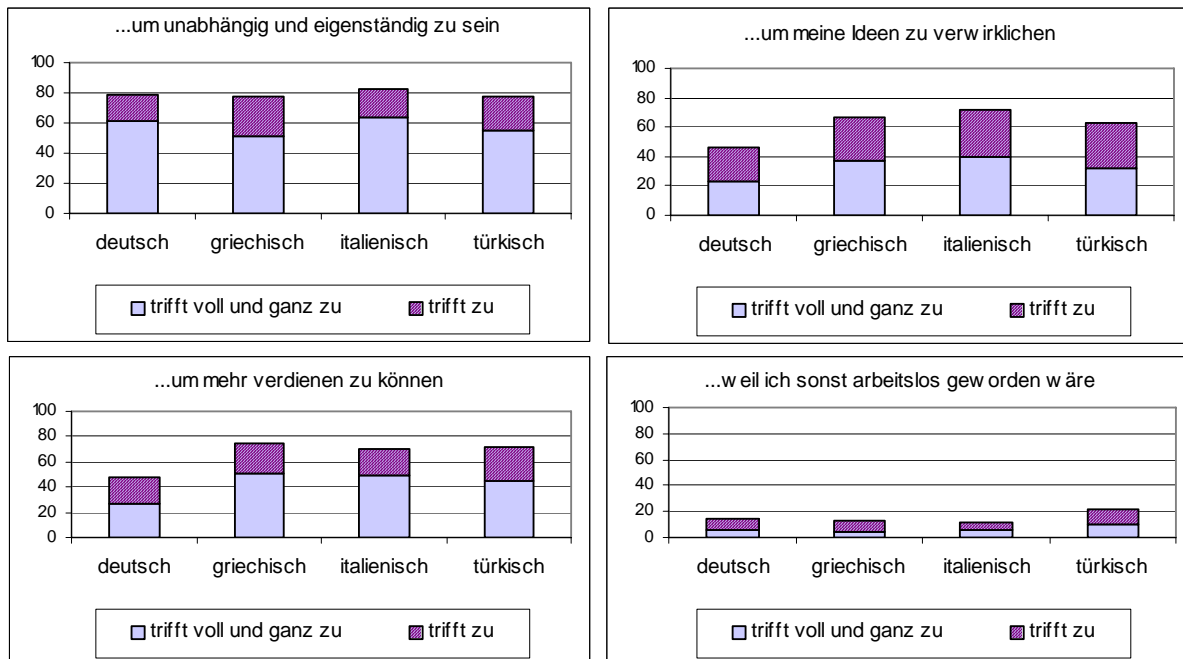
Werden die Unternehmer direkt nach den Motiven für die Gründung ihres Unternehmens befragt, überwiegen eindeutig die sog. Pull-Faktoren. Über alle Ethnien und einzelnen Faktoren hinweg betrachtet, werden Motive, die in das Spektrum von persönlichen Einstellungen und Wunschvorstellungen fallen – je nach Motiv – von rund einem Viertel bis zu drei Vierteln der Befragten genannt (z.B. Wunsch nach Unabhängigkeit oder nach Flexibilität in der Arbeitsgestaltung). Demgegenüber werden Motive, die aufgrund von Benachteiligungen und Notlagen in der abhängigen Beschäftigung als Push-Faktoren für die Unternehmensgründung interpretiert werden können, von maximal einem Fünftel der ehemaligen Arbeitnehmer als entscheidend bejaht. Allerdings liegt unter denjenigen, die zuvor arbeitslos waren, der Anteil derer, die sich zur Gründung gezwungen sahen deutlich höher.

■ *Für die meisten Gründer spielen mehrere Motive gleichzeitig eine Rolle*

Auch wenn die Anreize stärker hervortreten, ist zu beachten, dass ein großer Teil der Gründer im Rückblick dennoch sowohl Pull- als auch Push-Faktoren gleichzeitig geltend macht. Lediglich zwei Fünftel aller Gründer gaben an, dass sie maßgeblich entweder nur durch Push-Faktoren oder nur durch Pull-Faktoren zur Gründung motiviert worden seien.

Mit dem Motiv „unabhängig und eigenständig zu sein“ sowie mit dem Wunsch, die „eigenen Qualifikationen besser verwerten zu können“ stehen bei den Befragten zwei Gründungsmotive an vorderster Stelle, denen auch ansonsten in der Gründungsforschung hohe Bedeutung zugeschrieben wird. Bei allen untersuchten Ethnien gaben zwischen drei Viertel bis vier Fünftel der Befragten diese Motive als maßgeblich an. Diesbezüglich unterscheiden sich Deutsche und Türkisch- sowie Griechischstämmige kaum. Nur die Gründer italienischer Herkunft ordneten diesen Motiven eine noch leicht höhere Bedeutung zu.

Stärke einzelner Motive für die Aufnahme einer selbständigen Tätigkeit (Auswahl)



Quelle: ifm-Primärerhebung „Ethnische Ökonomie“ 2004, Berechnungen ifm Universität Mannheim

Mit Blick auf die meisten Pull-Faktoren ist festzustellen, dass die ausländischstämmigen Gründer Anreize eine höhere Bedeutung zumessen als deutsche Gründer. Die Motivbeurteilungen variieren zwar auch zwischen den nichtdeutschen Ethnien, doch gibt es generell einen deutlicheren Abstand zu den deutschen Selbständigen. Während bspw. drei Viertel aller italienischstämmigen Gründer die Umsetzung einer Idee als Gründungsmotiv für mitentscheidend hielten, ist dies bei deutschen Gründern nicht einmal bei der Hälfte der Fall. Während drei Viertel aller türkischstämmigen und griechischstämmigen Befragten ihr Unternehmen gründeten, um mehr verdienen zu können, spielt dies nur bei knapp der Hälfte aller deutschen Gründer eine Rolle.

Bedeutung kultureller Einflussfaktoren oft überschätzt

Ein zentraler Gesichtspunkt ist natürlich die Frage, inwieweit ethnische bzw. kulturelle Ressourcen die Gründungsmotivation beflügeln – wenn nicht gar die Entscheidung sogar auslösen. Für den Einfluss sogenannter „*orthodoxer Ethnizität*“ – das heißt dafür, dass sich die in den Herkunftsländern geprägten Verhaltensmuster und kulturellen Eigenheiten im unternehmerischen Verhalten hierzulande niederschlagen – wurden in der Untersuchung kaum Anhaltspunkte gefunden. Wenn überhaupt kulturelle Einflüsse eine Rolle spielen, dann kommen sie in Form von „*reaktiver Ethnizität*“, das heißt durch die Auseinandersetzung mit der Situation im Ankunftsland, zum Tragen. Dafür spricht schon, dass sehr viele Migranten schon lange Zeit vor der Gründung (im Durchschnitt 15 Jahre) hier in Deutschland lebten oder aber sogar hier geboren sind.

■ Nur eine Minderheit hatte Gründungsabsicht schon längere Zeit im Sinn

Im zeitlichen Entwicklungsmuster des Gründungsprozesses, vom ersten Aufkommen der Idee bis zur Umsetzung, gibt es kaum Unterschiede zwischen den einzelnen Ethnien – und dabei auch nicht zur Gruppe der Deutschen. Bei einem Drittel lagen zwischen dem Gründungszeitpunkt und dem ersten Aufflammen eines dahingehenden Wunsches mehr als vier Jahre. Ein weiteres Drittel aller Unternehmer datiert den Zeitpunkt für die

Entstehung des Wunsches sich selbständig zu machen auf höchstens ein Jahr vor der tatsächlichen Gründung.

■ *Nur einer von acht Zugewanderten entwickelte den Gründungswunsch im Heimatland*

Sollten die Primärsozialisation und die im Herkunftsland geprägten Verhaltensmuster für eine unternehmerische Karriere von entscheidender Bedeutung sein, wäre davon auszugehen, dass sich der Wunsch nach einer selbständigen Tätigkeit nicht nur längerfristig, sondern auch häufig bereits im Heimatland entwickelt hat. Dies kann allerdings nur für einen geringen Teil aller Fälle bestätigt werden. Von den tatsächlich Zugewanderten hatte lediglich jeder achte Befragte den Gründungswunsch bereits im Herkunftsland entwickelt. Auch hier zeigen sich kaum Unterschiede zwischen den ethnischen Gruppen.

■ *Generationszugehörigkeit zeigt keine signifikanten Effekte*

Ein weiterer Befund, der eine transferierte Kultur der Selbständigkeit wenig plausibel erscheinen lässt, ergibt sich aus dem Umstand, dass sich die Selbständigkeitsneigung von Migranten der ersten und zweiten Generation nicht signifikant unterscheidet. Zwar liegt die Selbständigenquote unter den Ausländern der ersten Generation tendenziell etwas höher, doch ist dies auch ein Ergebnis des Alters und der Erfahrung. Unter Kontrolle dieser Variablen verschwindet der Generationeneffekt.

Push-Faktoren: Arbeitslosigkeit und Benachteiligungen am Arbeitsplatz

Die These von der „Ökonomie der Not“ impliziert, dass die Gründe für die Aufnahme einer selbständigen Tätigkeit nicht als Schritt zur Selbstverwirklichung, sondern viel eher als eine Reaktion auf Benachteiligungen am Arbeitsmarkt, auf Unzufriedenheit am Arbeitsplatz oder auf existierende bzw. drohende Arbeitslosigkeit zu sehen ist. In Anbetracht einer hohen Zahl an Erwerbslosen unter den Angehörigen der drei Untersuchungsgruppen, aber vor allem unter den Türken, spricht einiges für die Wirkung von Push-Faktoren. Die Befunde zeigen deutlich, dass die Situation am Arbeitsmarkt – vor allem bei den türkischstämmigen Gründern – keine unbedeutende Rolle beim Schritt in die Selbständigkeit spielt und dass auch bei anderen Gruppen die dahin führenden „Zwänge“ nicht nur auf erfahrener Arbeitslosigkeit, sondern auch auf Angst vor Arbeitslosigkeit sowie auf Unzufriedenheit beruhen.

■ *Knapp ein Fünftel der türkischstämmigen Gründer kommt aus der Nichterwerbstätigkeit*

Von allen griechisch- und italienischstämmigen Selbständigen haben etwas mehr als drei Viertel (77 % bzw. 79 %) ihr Unternehmen aus der abhängigen Beschäftigung heraus gegründet, bei den türkischstämmigen sind dies mit 73 % etwas weniger. Unter türkischstämmigen Selbständigen fällt ein relativ hoher Sockel von fast einem Fünftel der Befragten auf, die zuvor weder abhängig noch selbständig erwerbstätig waren. Darunter fallen nicht nur diejenigen, die definitiv aus der Arbeitslosigkeit gegründet haben (5 %) bzw. aus anderen Gründen dem Arbeitsmarkt nicht zur Verfügung standen (weitere 5 %), sondern auch solche, die direkt nach dem Abschluss einer Schule, einer Ausbildung oder eines Studiums den Schritt in die Selbständigkeit wagten (7 %). Der geringe Anteil der Befragten, die angaben, direkt vor der Gründung arbeitslos gewesen zu sein, widerspricht zunächst der Annahme, dass sich Ausländer häufig aus wirtschaftlicher Not beruflich selbständig machen.

■ *Fast jeder sechste türkische Selbständige gründete wegen drohender Arbeitslosigkeit*

Zu berücksichtigen sind aber auch diejenigen, die aus Furcht vor dem Arbeitsplatzverlust in die Selbständigkeit gehen. Dieser Anteil ist sogar höher als derjenige der zuvor tatsächlich Arbeitslosen. Unter den zuvor abhängig beschäftigten Türken war dies bei über einem Fünftel (22%) der Fall und unter allen türkischen Selbständigen bei fast einem Sechstel. Dieser Anteil liegt höher als bei den Deutschen (17%), aber auch höher als bei Griechen (18%) oder Italienern (11%).

■ *Unzufriedenheit und Benachteiligungen am Arbeitsplatz sind mitentscheidend*

Empfundene Benachteiligungen sowie Unzufriedenheiten mit der Situation am Arbeitsplatz waren für die ausländischstämmigen Selbständigen in etwa genauso häufig ein Gründungsmotiv wie die drohende Arbeitslosigkeit. Überdurchschnittlich häufig wurde dieses Motiv von den türkischstämmigen Selbständigen genannt.

Zwischen Push und Pull: Der Wunsch nach sozialem Aufstieg

Die sich insgesamt ergebende Dominanz von Pull-Faktoren als Gründungsmotive erscheint weniger eindeutig, wenn einzelne Motive dahingehend beleuchtet werden, inwieweit sie mit empfundener Unzufriedenheit oder Benachteiligung eher in indirekter Weise in Verbindung stehen. Der Wunsch nach einer Veränderung des Status Quo scheint insbesondere bei den Türken eine höhere Bedeutung als in anderen Gruppen zu haben. Sie verweisen deutlich häufiger als andere auf das Motiv und die Möglichkeit in der Selbständigkeit „mehr verdienen zu können“ oder „ein höheres Ansehen zu erlangen“. Unsere Untersuchungsbefunde zeigen, dass beiden genannten Wünschen durchaus Erfolg beschieden ist. Selbständigkeit bietet eine gute Ausgangsbasis für sozialen Aufstieg und darüber dann auch Mittel, um die ökonomische Integration zu erhöhen:

■ *Schritt in die Selbständigkeit kann Einkommenserwartung erhöhen*

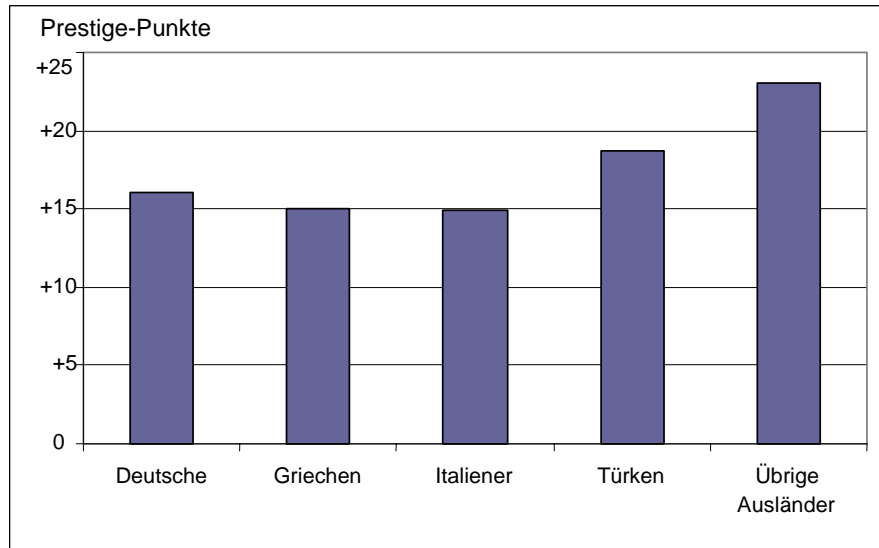
Um die Chancen und Potenziale beruflicher Selbständigkeit umfassend beurteilen zu können, müssen Vergleiche mit der Situation von abhängig Beschäftigten der jeweils gleichen Ethnie gezogen werden. Hier zeigt sich, dass Selbständige jeweils deutlich höhere persönliche Nettoeinkommen erzielen als ihre Pendants in der abhängigen Beschäftigung. Dies gilt für alle ethnischen Gruppen. So betrachtet wird die wachsende Zahl an selbständigen Migranten nicht von einer zunehmenden ökonomischen Marginalisierung begleitet. Daraus kann allerdings nicht abgelesen werden, dass der Wechsel in die berufliche Selbständigkeit vollkommen auf „freiwilligen Stücken“ beruht, sondern die Einkommensunterschiede können lediglich als Option auf eine Besserstellung gewertet werden. Soweit sich dies im Umfeld von Migranten als allgemeiner Tatbestand manifestiert, gehen von einer höheren Einkommenserwartung wiederum auch „Pull-Signale“ aus.

■ *Selbständigkeit bedeutet in den meisten Fällen ein Prestigegewinn*

Es sind jedoch nicht nur die materiellen Anreize, die sich als Beweggründe für den Schritt in die Selbständigkeit identifizieren lassen. Anhand einer Prestigeskala konnte aufgezeigt werden, dass die von Selbständigen ausgeübten Berufe bei allen Ethnien einen höheren Prestigewert besitzen als die der abhängig Beschäftigten. Den gegenüber einem Arbeitnehmerstatus höchsten Prestigegewinn erzielen allerdings die „übrigen“ bzw. die hier nicht im Mittelpunkt stehenden selbständigen Ausländer. Aber bereits auf Platz zwei folgen die Selbständigen türkischer Herkunft, deren Prestigeniveau (relativ

betrachtet) noch deutlicher als das von Deutschen, Griechen und Italienern über dem ihrer abhängig beschäftigten Landsleute liegt.

Prestigedifferenz zwischen Selbständigen und den abhängig beschäftigten Landsleuten (Magnitude Prestige Skala)



Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus); Berechnungen ifm Universität Mannheim

Grundlegender Bestimmungsfaktor: Bildung und Wissen

Die Frage nach den relevanten Einflussfaktoren für den Schritt in die Selbständigkeit kann nicht nur anhand von subjektiven Aussagen derjenigen beantwortet werden, die bereits ein Unternehmen gegründet haben und rückblickend die zugrundeliegenden Motive nennen. Da es viele Migranten gar nicht erst schaffen, diesen Schritt zu vollziehen, musste der Analyserahmen um diejenigen erweitert werden, die in einer abhängigen Beschäftigung verbleiben. In dieser Perspektive konnten sowohl durch Strukturvergleiche als auch durch multivariate Analysen weitere Einflussfaktoren identifiziert werden.

Von grundsätzlicher Bedeutung für die Zugangschancen zur beruflichen Selbständigkeit sind die individuellen bzw. die Humankapitalressourcen. Generell wird dem Faktor „Bildung“ ein starker, wenn nicht gar der stärkste Einfluss auf die Chancen sozialer Mobilität und darauf beigemessen, ob jemand in selbständiger oder abhängiger Beschäftigung beruflich tätig ist. Zwar gilt dies als Standardbefund in der Gründungsforschung, doch werden mit Blick auf Migranten Zweifel gehegt, ob Humankapital hier die gleiche Wirkung erzielt. Immerhin ist die Zahl ausländischer Selbständiger in Deutschland gestiegen, obwohl Ausländer weit schlechter ausgebildet sind. Hinzu kommt, dass das Bildungsniveau von Griechen, Italienern und Türken im Durchschnitt nicht nur bei den abhängig Beschäftigten, sondern auch unter Selbständigen weit niedriger als das der Deutschen ist. So können zwischen 35 bis 40% keinen Berufsabschluss aufweisen! Nicht nur der Anteil an Meistern und Technikern, sondern auch der an akademisch ausgebildeten Unternehmern ist deutlich geringer als bei Deutschen. In der politischen Perspektive ist daher die Frage von Relevanz, ob Bildungsinitiativen dann überhaupt einen Effekt auf die Gründungsneigung und -fähigkeit von Migranten haben:

■ *Mit zunehmender formaler Bildung steigen auch die Selbständigenquoten*

Die Untersuchungsergebnisse belegen auch bei Migranten einen überaus starken Einfluss der Humanressourcen. Zumindest in der Tendenz steigt bei allen Gruppen mit zunehmendem Bildungsabschluss auch die Selbständigenquote, wobei das Fehlen eines Abschlusses einen merklich negativen Einfluss und ein Hochschulabschluss einen deutlich positiven Einfluss nimmt. Dieser Zusammenhang mit der Höhe der Abschlüsse verläuft bei Deutschen und bei den übrigen Ausländern allerdings linearer als bei den Angehörigen der anderen drei Untersuchungsgruppen. So weisen bspw. Griechen bereits mit einem Hauptschul- und Lehrabschluss nicht nur eine höhere Selbständigenquote als diejenigen ohne Abschluss, sondern auch als diejenigen mit akademischem Abschluss auf. Aber genauso ist festzuhalten, dass die Selbständigenquote von Türken mit Hochschulabschluss dreimal höher als im Durchschnitt liegt.

Selbständigenquote nach vorhandenem Qualifikationsniveau für ausgewählte Nationalitäten

Qualifikationsniveau	Deutsche	Griechen	Italiener	Türken	übrige Ausländer
	Selbständigenquote				
Max. Hauptschulabschluss	5,4	9,5	7,9	3,7	2,4
Hauptschule und Lehre	9,7	20,7	12,2	6,8	6,2
Mittlere Reife und Lehre	8,5	15,3	12,9	6,1	8,0
Abitur und Lehre	10,6	11,4	21,7	6,0	11,0
FH- / Universitätsabschluss	17,0	17,6	22,4	15,6	19,9

Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrofile 2000); Berechnungen ifm Universität Mannheim

■ *Einfluss von Bildung bleibt auch unter Kontrolle weiterer Faktoren beständig*

Soweit ein Grieche oder Italiener im Gastgewerbe oder ein Türke im Handel beschäftigt ist, erhöht dies ebenfalls die Wahrscheinlichkeit, dass er (oder sie) sich selbständig macht. Dies war aber auch aufgrund der beobachteten sektoralen Strukturen zu erwarten und kann z.B. auch erklären, weshalb bei Griechen schon ein Hauptschul-/Lehrabschluss zu einer hohen Selbständigenquote führt. Insofern lassen sich auch in der multivariaten Betrachtung mehrere gleichzeitig wirkende Einflussfaktoren als signifikant identifizieren. All dies mindert nicht die Bestimmungskraft einer guten Schul- und Berufsausbildung, denn auch unter Kontrolle weiterer Faktoren erweist sich Bildung als einflussstark. Vor allem lässt sich festhalten, dass ein Hochschulabschluss bei Migranten die gleiche Wirkung wie bei Deutschen erzielt.

■ *Kaufmännische und rechtliche Kenntnisse fehlen unter Migranten häufiger*

Während „nur“ ein Zehntel der deutschen Gründer/innen bekennt, dass ihm/ihr bei der Gründung die notwendigen kaufmännischen Kenntnisse fehlten, wird dies bei den griechischstämmigen Gründern von jedem Fünften und von den türkischstämmigen von fast jedem vierten Gründer als Defizit eingeräumt. Ähnliches lässt sich auch in Bezug auf die Kenntnis der rechtlichen Situation bei der Gründung feststellen. Auch diesbezüglich sind es wiederum vor allem die Türken, die hier ein Manko bekennen.

Förderliche und hinderliche Einflüsse durch Familie und Institutionen

Der Umstand, dass mit einer Unternehmerbefragung nur die bereits am Markt Aktiven und nicht auch jene befragt werden können, die versucht hatten, ein Unternehmen zu gründen, erweist sich in fast allen Gründerstudien als misslich. Das gilt auch für die vorliegende Studie, bspw. bei der Identifizierung von förderlichen oder hinderlichen Faktoren. Die Einschätzungen der befragten Unternehmer vermitteln aber ein Bild davon, welche Begleitumstände und Umfeldfaktoren sich für das Gründungsvorhaben als unterstützend oder hemmend erwiesen.

■ *Finanzielle und tatkräftige Hilfe für Gründung kommt relativ häufig von der Familie*

Es ist nachvollziehbar, dass vor allem Zuwanderer nur über geringe persönlich angesparte Mittel zur Finanzierung ihres Gründungsvorhabens verfügen, weshalb sie auch etwas häufiger als Deutsche Fremdkapital in Anspruch nehmen müssen. Der Umfang jedoch, in welchem auf Bankkredite zurückgegriffen wird, ist je nach Ethnie unterschiedlich: Während Griechen häufiger als Deutsche einen Bankkredit aufnehmen, ist dies bei Türken wesentlich seltener der Fall. Gravierend sind die Unterschiede zu den deutschen Selbständigen vor allem in Bezug auf die von der Familie oder der Verwandtschaft bereitgestellten Mittel. So erhält jeder dritte bis vierte Migrant finanzielle Unterstützung aus dem familiären Umfeld, dagegen trifft dies bei Deutschen nur auf jeden Zehnten zu. Auf der anderen Seite jedoch ist unter Deutschen die Zahl derer, die in den Genuss von staatlichen Fördermitteln kommen, in etwa dreimal so hoch wie bei Migranten. Dieser Umstand dürfte vor allem auf fehlende Informationen zurückzuführen sein.

Ähnlich familienbezogen sind die Unterstützungsleistungen auch im Hinblick auf nichtmaterielle bzw. „tatkräftige“ Mithilfe. Im Ethnienvergleich wird das Bild dadurch verzerrt, dass Deutsche, die den elterlichen Betrieb übernommen haben auch eher mit Unterstützung der Eltern rechnen können. Werden daher nur Neugründer betrachtet, dann ist unter den Griechen und Türken (ohne deutschen Pass) der Anteil derer, denen mit Tatkraft von Eltern oder Geschwistern in der Gründungsphase geholfen wurde, fast doppelt so hoch wie bei den Deutschen.

■ *Weit über ein Drittel hätte sich bei der Gründung mehr professionelle Beratung gewünscht*

Eine auch auf Dauer erfolgreiche Gründung erfordert eine gute Vorbereitung und dabei insbesondere eine detaillierte Planung und ggf. auch die Inanspruchnahme professioneller Hilfe. Dies gilt umso mehr, wenn etwa ein Kredit oder Fördermittel beantragt werden sollen. Insofern ist es schon erstaunlich, dass in allen Gruppen nicht einmal die Hälfte aller Gründer einen schriftlichen Plan ausgearbeitet oder Beratung in Anspruch genommen hat. Bei Ausländern ist dies in noch etwas geringerem Maße als bei den Deutschen der Fall. Soweit die Unterstützung von „außen“ gesucht wurde, handelt es sich weniger um die Hilfe von öffentlichen Beratungsstellen, bspw. für Migranten, oder von Kammern und Banken, sondern zu rund zwei Dritteln um die Beratung durch Unternehmens-, Rechts- oder Steuerberater. Das heißt, in der Regel wird eine sehr individuelle und fallbezogene Beratung gesucht – und hier gibt es kaum Unterschiede zwischen den Angehörigen einzelner Gruppen. Besonders auffällig erscheint, dass sich weit über ein Drittel der Unternehmer in der Gründungssituation mehr professionelle Beratung gewünscht hätte. Unter den türkischstämmigen Gründern sind dies sogar 43%.

6. Handlungsfelder

Die Untersuchung verdeutlicht dass die ethnische Ökonomie in Deutschland einen gewichtigen Wirtschaftsfaktor darstellt, dessen Bedeutung und Leistungsfähigkeit noch weiter zunehmen dürfte. Dennoch besteht dringender Handlungsbedarf hinsichtlich der Unterstützung ethnischen Unternehmertums, da es an vielen Stellen Defizite oder Unzulänglichkeiten gibt, die dazu führen könnten, dass der Gründerboom unter Migranten mittelfristig wieder abebbt. Zu den Defiziten und verbesserungswürdigen Tatbeständen und den sich daraus ergebenden Handlungsfeldern und -bedarfen zählen:

- ▶ das *unzureichende Qualifikationsniveau* unter Migranten insgesamt, was in der Wissensgesellschaft zum einen ein weiteres Anwachsen der Selbständigenzahlen auf Dauer eher unwahrscheinlicher macht und zum anderen insbesondere den Zutritt zu den höherwertigen Dienstleistungen sowie zu den institutionell regulierten Berufen erschwert.
- ▶ die *niedrige Selbständigenquote von Türken*, die auf ein noch unausgeschöpftes Potenzial verweist. Sie liegt trotz einer Zunahme in den letzten Jahren noch immer weit unter der von Deutschen, Griechen und Italienern.
- ▶ das *hohe Niveau an Unternehmensschließungen*. Konsequenterweise wächst mit den Gründungszahlen auch die Zahl der Marktaustritte durch Bereinigungsverfahren. Allerdings verursachen hohe Fluktuationen auch individuelle und volkswirtschaftliche Kosten, die es durch eine Förderung der Bestandsfähigkeit der gegründeten Unternehmen zu vermeiden gilt.
- ▶ die noch immer übermäßig *starke Orientierung von Gründungen auf Ballungsräume*, obwohl in den letzten Jahren die Markchancen von Migranten viel eher in den weniger dicht besiedelten Gebieten gewachsen sind.
- ▶ die *Monotonie in der Branchenstruktur* griechischstämmiger und italienischstämmiger Selbständiger. Ein Unternehmensbestand, der sich zu über der Hälfte aus Gaststättenbetrieben zusammensetzt ist auf Dauer nicht mehr expansionsfähig. Denn im Gaststättenbereich zeigen sich Marktsättigungserscheinungen.
- ▶ die *geringe Präsenz in den freiberuflichen und unternehmensnahen Dienstleistungen* – v.a. auch von türkischstämmigen Selbständigen. Diese Wirtschaftssegmente weisen jedoch große Wachstumspotenziale für die berufliche Selbständigkeit auf.
- ▶ die *geringe Präsenz von Migrantenbetrieben im Handwerk*. Obwohl gerade im Handwerk der Beschäftigtenstamm stark durch Ausländer besetzt ist, schlägt sich dies nicht adäquat in beruflichen Karrieren bzw. Meisterprüflingen nieder, die dann eigene Handwerksbetriebe gründen könnten. Hier dürfte aber die Novellierung der Handwerksordnung mittelfristig greifen.
- ▶ der *geringe Ausbildungsbeitrag* von griechischen, italienischen und türkischen Unternehmen. Insbesondere unter den Betrieben der Migranten ohne deutschen Pass finden sich wenig Ausbildungsbetriebe. Da aber andererseits vor allem ausländische Jugendliche eine geringe Ausbildungsmotivation und -beteiligung aufweisen, hätte eine höhere Ausbildungsbereitschaft in Migrantenbetrieben einen entsprechenden Signalcharakter.
- ▶ die *geringen Anteile von Frauen* unter den italienischen und türkischen Selbständigen, die noch weit unterhalb des ohnehin schon bei Deutschen niedrigen Anteilwertes liegen.

- ▶ das vielfach *planungs- und beratungsresistente Verhalten*, das sich durch die geringe Bereitschaft zeigt, tragfähige Geschäftskonzepte auch schriftlich zu entwickeln. Dadurch entfallen oftmals die Grundlagen für eine professionelle Beratung.
- ▶ die teils *geringe Nutzung von und Informiertheit über Fördermöglichkeiten*, die sich bspw. darin zeigt, dass staatliche Mittel in weit geringerem Maß in Anspruch genommen werden als von Deutschen.
- ▶ die *unzureichende statistische Erfassung* von Umfang, Struktur und Entwicklung von Migrantenselbständigkeit mittels amtlicher Erhebungstechniken.

Grundsätzliches

Die gegenwärtige Debatte in der an Migranten orientierten Beratungs- und Förderlandschaft zeigt, dass sich die Akteure in einem Spannungsfeld verschiedener Zielsetzungen und Anforderungen bewegen. Denn zum einen ist unbestritten, dass das Gründungspotenzial unter Migranten noch besser ausgeschöpft und deren Weg in die berufliche Selbständigkeit erleichtert werden muss. Dieses Interesse besteht nicht nur in der Wirtschafts- sondern auch in der Integrationspolitik. Zum anderen darf nicht übersehen werden, dass dieser Weg oftmals mit erheblichen individuellen Risiken behaftet ist, und eine hohe Zahl gescheiterter Existenzen ein weder sozial noch volkswirtschaftlich erwünschtes Ergebnis darstellen würde und integrationspolitisch sogar kontraproduktiv wäre. Handlungsempfehlungen sind letztlich sowohl dem Ziel der Stärkung der wirtschaftlichen Dynamik als auch dem Prinzip der Nachhaltigkeit von Maßnahmen verpflichtet. Daher ist es unvermeidlich, dass in der konkreten Ausgestaltung von Fördermaßnahmen auch Zielkonflikte auftreten, die eine Abwägung einzelner Schritte verlangen. Insbesondere jedoch benötigen viele Gestaltungsansätze einen langen Atem, da eine erfolgreiche Gründungsförderpolitik auf adäquate Humanressourcen sowie auch auf verstärkte Integrationsbemühungen und gesellschaftliche Toleranz angewiesen ist. Diesbezüglich sollen die in dieser Untersuchung ermittelten Befunde eine solide – und vor allem auch quantitativ abgesicherte – Basis für die politische Ausgestaltung und Feinabstimmung bieten.

Einzelne Empfehlungen

Politische Instrumente und administrative Maßnahmen, die dazu geeignet sind, die empirisch aufgezeigten Unzulänglichkeiten und Defizite zu mindern, wurden an anderer Stelle von den Autoren dieser Untersuchung erörtert und können im Rahmen dieser Kurzfassung nur angerissen werden. Sie betreffen

▶ die Erleichterung der Zugangswege in die berufliche Selbständigkeit, vor allem für Höherqualifizierte durch Maßnahmen auf der Ebene

der Zuwanderungssteuerung:

Erforderlich ist eine Verringerung der Hürden für neu zuwandernde Existenzgründer, insbesondere aus den Nicht-EU-Staaten: Das neue Zuwanderungsgesetz sieht eine Aufenthaltserlaubnis zur Ausübung einer selbständigen Tätigkeit nur bei übergeordnetem wirtschaftlichen Interesse oder einem besonderen regionalen Bedürfnis vor. Die *Regel-fall-Voraussetzungen* (Investitionshöhe >1 Mill. €, Schaffung >10 Arbeitsplätzen) setzen zu *hohe Hürden und bedürfen der Abschwächung*. Zu befürchten ist ferner, dass die vorrangig mit der Aufenthaltsproblematik befassten Ausländerbehörden ökonomische

Effekte bei der Antragsbeurteilung nicht ausreichend würdigen, d.h. die zugrundeliegende Geschäftsidee sowie ggf. *Beiträge für Innovation und Forschung* als Ermessensnorm (§21, ZuWG) zu wenig berücksichtigen. Dies erfordert mehr *Transparenz in den Entscheidungsprozessen* und die *Reduzierung der Abhängigkeit von der Genehmigungspraxis örtlicher Ausländerbehörden* sowie auch die *Möglichkeit der Erteilung eines Daueraufenthaltsrechts* bei höherwertigen Gründungsprojekten.

der Arbeitsmarktsteuerung:

Der Arbeitsmarkt in Deutschland ist stark berufsfachlich strukturiert und die Zugänge in die Selbständigkeit sind durch Bildungszertifikate reguliert (z.B. Freie Berufe). Die *Vergleichbarkeit und daher Verwertbarkeit von im Ausland erzielten Berufsbildungsabschlüssen* (v.a. von Diplomen), muss daher verbessert und institutionell (Kammern) abgestimmt werden. Die notwendige Verringerung qualifikationsbezogener Hürden darf jedoch nicht zu einer generellen Absenkung der Leistungsanforderungen führen. Dies betrifft auch den Zutritt zum Handwerk. Die Novellierung der Handwerksordnung stellt eine begrüßenswerte Erleichterung für Klein Gründungen durch Migranten dar, jedoch ist eine *herkunftsspezifische Segmentierung des Handwerksmarktes*, bei welcher Migranten primär den Bereich niedrigqualifizierter Einfach Tätigkeiten abdecken, zu vermeiden. Da Ausländer bereits einen überproportionalen Anteil der abhängig Beschäftigten im Handwerk stellen, müssen daher zusätzlich zur „Altgesellenregelung“ Initiativen entwickelt werden, um den *Anteil an nicht-deutschen Meisterprüflingen* zu erhöhen.

► die Stärkung von Gründungen im freiberuflichen Bereich und der Bildungsbeteiligung von Migranten

Die starke Konzentration selbständiger Migranten auf arbeitsintensive Wirtschaftsbereiche birgt begrenzte Wachstumspotenziale, weshalb die Gründungsförderung stärker Aktivitäten in den *wissensintensiven freiberuflichen Dienstleistungen* hervorrufen sollte (etwa in Hochschulnähe). Die Unterrepräsentation von Migranten in den Freien Berufen ist jedoch insbesondere ein Ergebnis der geringen Zahl an Hochschulabsolventen, weshalb die Bildungsbeteiligung von Migranten generell erhöht werden muss. Unternehmerisches Handeln setzt aber auch die Fähigkeit zu Kommunikation, d.h. gute Sprachkenntnisse und „Institutionenwissen“ voraus. Daher spielen *Sprach- und Integrationskurse auch für die Gründungs- und Selbstständigkeitsförderung* eine entscheidende Rolle.

► die Erhöhung der Ausbildungsbereitschaft in Migrantenbetrieben

Die Aussetzung der Ausbilder-Eignungsverordnung und die überörtliche Vernetzung von Initiativen zur Erhöhung der Ausbildungsbereitschaft ausländischer Betriebsinhaber (z.B. durch KAUSA) sind geeignete Schritte zusätzliche Ausbildungsplätze, v.a. für jugendliche Migranten, zu schaffen. Wichtige Voraussetzung für die Gewinnung zusätzlicher Ausbildungsbetriebe ist die *verbindliche Zusammenarbeit auch von lokalen Akteuren* (v.a. Kommunen, Kammern, Verbände, Arbeitgeber, Gewerkschaften). Der gesamte Strauß an bisherigen Maßnahmen (Information, Beratung, Lehrstellenakquisitore, Verbundausbildung, Qualifizierung von Ausbildungsbetrieben usw.) sollte zusätzlich auf lokaler Ebene *gebündelt* und auf Einrichtungen übertragen werden, die *dauerhaft als Ansprechpartner* für die Betriebe fungieren. Dies erfordert adäquate *Finanzierungsstrukturen*. Zudem empfiehlt sich ein noch stärker *zielgruppenorientiertes* Vorgehen. Da es unter Migrantenbetrieben teils an einer Ausbildungskultur mangelt,

sollte die bereits in Modellprojekten erprobte Erhöhung der Ausbildungsbereitschaft durch den Einsatz von *Multiplikatoren und Musterbetrieben* fortgesetzt werden.

► die Verknüpfung der Gründungsförderung mit Raumentwicklungspolitik

Charakteristisch für die Entwicklung ethnischer Ökonomien ist die hohe räumliche und sektorale Konzentration, wobei sich v.a. im Handel und Gastgewerbe die Wettbewerbsintensität erhöht, was die Chancen nachhaltiger Entwicklung verringert. Gleichzeitig bieten sich für Migranten Märkte in weniger dicht besiedelten Gebieten und städtischen Vororten. Hier ziehen sich nicht nur deutsche Mittelständler sondern auch Handelsketten aus Rentabilitätsgründen zurück, während die Raumordnungspolitik versucht, wohnortnahe Händler für kleinere Ladenflächen zu gewinnen. Daher müssen *Gründungs- und Strukturförderungsprogramme verzahnt* und genutzt werden, um gründungswillige Migranten eher auf *unterversorgte Wohngebiete und weniger auf ethnische Enklaven* zu lenken.

► Verbesserungen des Informations- und Beratungsangebots

Ausländischstämmige Gründer und Gründungswillige sind nur unzureichend über Beratungs- und Fördermöglichkeiten informiert – wobei erschwerend hinzukommt, dass ein Teil von ihnen öffentliche Beratungsstellen weniger aktiv sucht. Migranten weisen vor der Gründung eine gewisse Beratungsscheu auf, wohingegen viele Selbständige zurückblickend bedauern, nicht mehr professionelle Beratung in Anspruch genommen zu haben. In Deutschland gibt es zwar eine Vielzahl an Gründerzentren, aber programmatisch sind sie relativ selten auf die *spezifischen Probleme von Migranten* orientiert.

Netz an dezentralen Informations- und Beratungsstellen ausbauen und verknüpfen

Die Gründungsberatung für Migranten wird bisher v.a. durch die Angebote der Kammern, RKW, KfW-Mittelstandsbank und anderen überregionalen Institutionen gestärkt. Jedoch suchen ausländischstämmige Gründer häufig den ortsnahen und persönlichen Kontakt mit einer vergleichsweise noch stärkeren individuellen und fallbezogenen Beratung. Dezentrale Beratungsstellen erfüllen als „Erstinstanzen“ eine wichtige Portal-Funktion bei der Vermittlung von Informationen über rechtliche Hürden, öffentliche Fördermittel und den Zugang zu Krediten. Daher sind Maßnahmen und Projekte zu fördern, die dazu geeignet sind *zusätzliche migrantenorientierte Beratungsstellen* in den Kommunen zu schaffen und das *Beratungsnetz engmaschiger als bisher* zu ziehen.

Aufbau niederschwelliger Beratung

Beratungsangebote müssen einen möglichst niederschweligen Charakter haben. Von daher empfiehlt es sich in den Beratungsstellen mehr Experten mit Migrationshintergrund hinzu zu ziehen.

Maßnahmen der Existenzsicherung der Gründungsförderung gleichstellen

Da Migrantenbetriebe eher als deutsche Betriebe von Schließungen bedroht sind und die Inhaber weit häufiger Defizite an kaufmännischen Kenntnissen aufweisen, muss die Gründungsförderung *eng mit Maßnahmen der Bestandssicherung verknüpft* werden. Bislang zielen sie eher auf die „Vorbereitung“ als auf eine die *gesamte Gründungsphase begleitende und auch den Bestand sichernde „Nachbereitung“* (Coaching).

Wert von Beratung besser vermitteln und ggf. mit Qualifizierung verbinden

Migranten suchen oftmals Beratung ohne adäquate Eigeninitiative zur Aneignung gründungsrelevanter Kenntnisse. *Beratungs- und Qualifizierungsmaßnahmen* sind daher

programmatisch *enger zu verzahnen* bzw. Beratungsleistungen in geeigneten Fällen auch an den Besuch von Kursen zu binden. Der Wert einer Beratung muss besser vermittelt werden. Dazu können bspw. *Beratungsgutscheine* von Kommunen, Kammern usw. ausgegeben werden.

Frauenspezifische Beratung

Die Geschlechterungleichheit in der beruflichen Selbständigkeit ist unter Migranten noch stärker ausgeprägt als insgesamt, weshalb die Migrantenberatungsstellen auch auf *frauenspezifische Fragen und Problemlagen* bei der Gründungsförderung vorbereitet sein müssen. In Deutschland existiert bereits ein Netz an frauenspezifischen Beratungsstellen, auf welchem bei der Entwicklung von auf Migrantinnen zielenden Angeboten aufgebaut werden sollte. Dies bietet die Möglichkeit spezifisch auf selbständige Migrantinnen ausgerichtete *Mentoring-Programme* zu entwickeln.

Nachhaltigkeit des Informations- und Beratungssystems sichern

Beratungsstellen haben oftmals lediglich temporären Charakter, weil es sich nicht selten um durch Sonderprogramme geförderte Projekte handelt, die dann keinen dauerhaften Beraterstamm besitzen. Dies führt zu einem Verlust an *Erfahrungswissen*. Daher sind Möglichkeiten zu prüfen, wie die Beratungsstellen *dauerhafter* als bisher in die Förderlandschaft einzugliedern sind.

Impressum	Herausgeber: Institut für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim (ifm)
Postanschrift:	68131 Mannheim; Telefon (0621) 181-2890; Fax (0621) 181-2892 E-Mail: Postmaster@mail.ifm.uni-mannheim.de World Wide Web: http://www.ifm.uni-mannheim.de
Projektleitung:	Dr. René Leicht