

# Ergebnisübersicht / Handout für die Pressekonferenz

Mannheim, 9. März 2012



Studie im Auftrag des Ministeriums für Finanzen und Wirtschaft

## **Bedeutung, Triebkräfte und Leistungen von Migrantenunternehmen in Baden-Württemberg**

**Dr. René Leicht**  
Forschungsbereichs- und Projektleiter

**Prof. Dr. Michael Woywode**  
Direktor des ifm

Tel. 0621-181-2788  
leicht@ifm.uni-mannheim.de

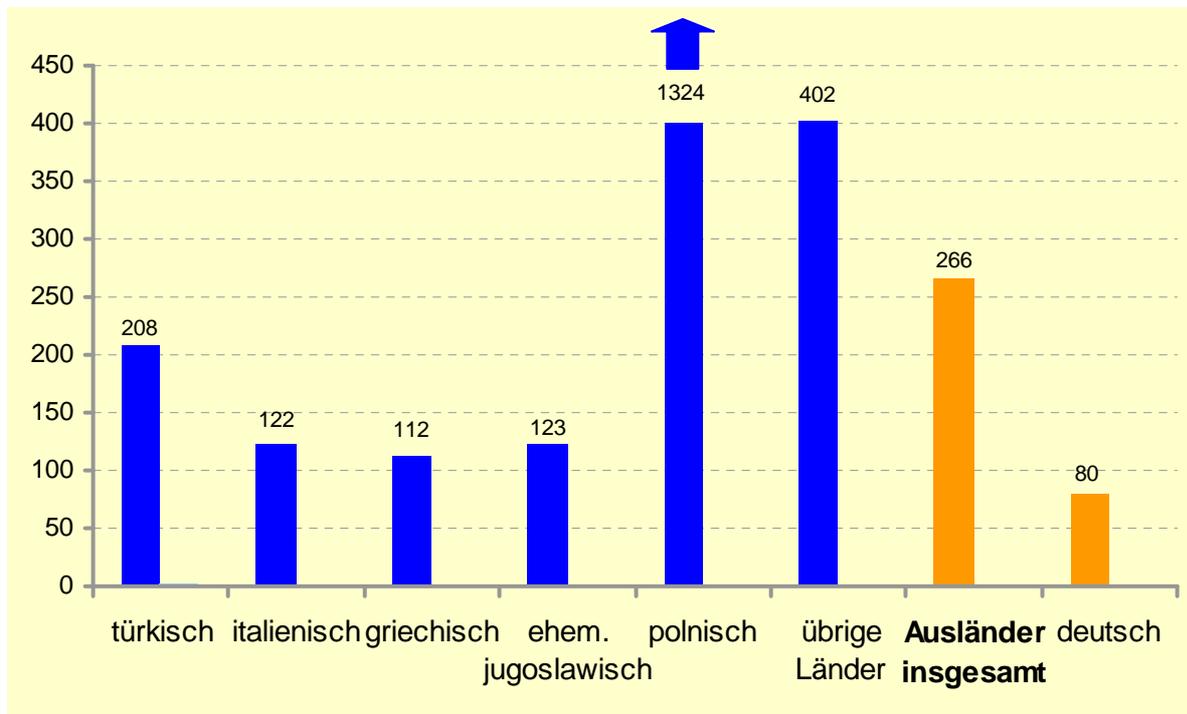
woywode@ifm.uni-mannheim.de

## Ausgewählte zentrale Ergebnisse des Forschungsprojekts

### Migranten sind unternehmerisch aktiver als Einheimische

Jede dritte Existenzgründung in Baden-Württemberg erfolgt durch eine Person mit ausländischen Wurzeln. Ausländer weisen zudem eine höhere Gründungsneigung auf als Deutsche. Unter 10.000 deutschen Erwerbspersonen entschließen sich 80 zu einer Gründung. Bei Ausländern liegt der adäquate Wert bei 266.

Abb. 1: Gründungen pro 10.000 Erwerbspersonen in Baden-Württemberg



Quelle: Studie „Migrantenunternehmen“ ifm Universität Mannheim (Gewerbeanzeigenstatistik)

### Unternehmen von Migranten sind aber auch stärker gefährdet

Die hohen Gründungszahlen werden von hohen Schließungszahlen begleitet. Das Risiko zu scheitern ist bei Migranten um fast das Dreifache höher als bei Einheimischen. So entsteht eine starke Fluktuation aus Markteintritten und Austritten. Aber im Saldo wächst bei vielen Herkunftsgruppen über die Jahre ein „Überschuss“ an jungen Unternehmen.

Die „Absturzgefahr“ ist vor allem abhängig von der Branche (Wettbewerbsintensität) und den Bildungsressourcen. Darüber hinaus mangelt es vielen Migranten aber auch an gründungsspezifischem Know how.

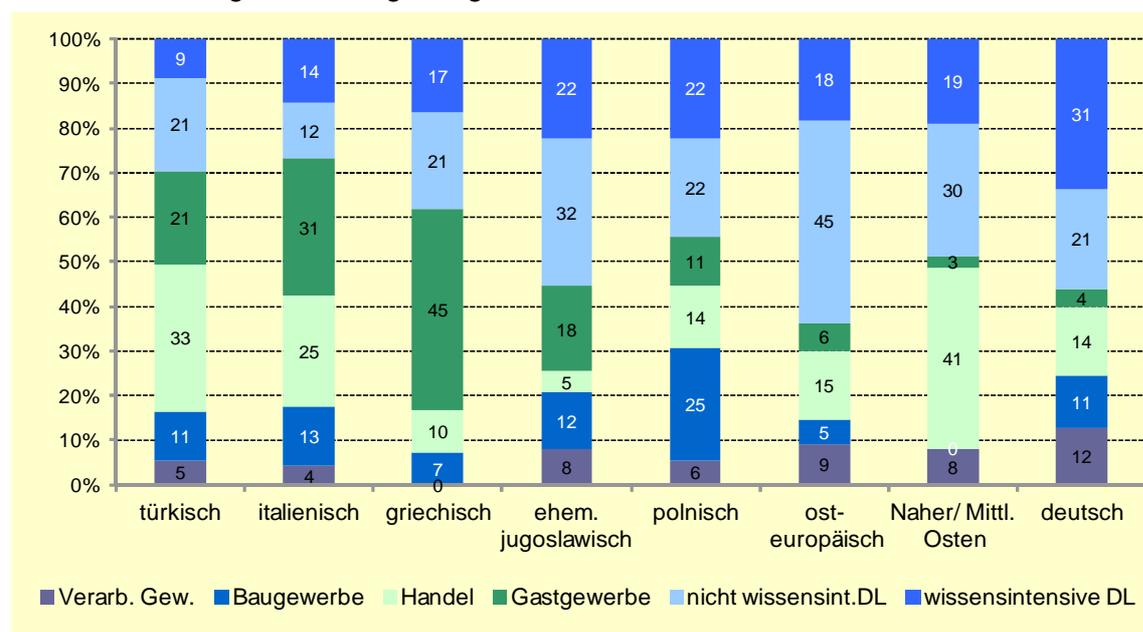
## Profil von Migrantenselbständigkeit wird zunehmend heterogener

Die ethnische Zusammensetzung selbständiger Migranten hat sich in den letzten beiden Jahrzehnten gravierend verändert. Ursachen sind gewandelte Migrationsströme, vor allem die Öffnung in Osteuropa. Die zuvor stark durch ehemalige Gastarbeiter und ihre Nachfahren geprägten klassischen Segmente der Migrantenökonomie verlieren an Bedeutung. Dieser Effekt beruht eher auf der Struktur neuer Zuwanderung und weniger auf dem Potenzial der zweiten Generation.

Die „neuen Selbständigen“ bedienen häufiger andere Märkte, weil sie auch andere Fähigkeiten und Ideen besitzen. Über alle Ethnien hinweg betrachtet sind Migranten bspw. im Baugewerbe zwischenzeitlich genauso stark wie die Einheimischen. Fast ein Viertel (24%) aller Migrantenunternehmen ist in den modernen wissensintensiven Dienstleistungen zu finden. Im Gastgewerbe und Handel sind insgesamt noch 29% tätig, aber mit weiter abnehmender Tendenz.

Allerdings zeigen sich je nach Herkunftsgruppe sehr große Unterschiede in der Branchenorientierung. Die Selbständigen aus den ehemaligen Anwerbeländern befinden sich in einem nachholenden Modernisierungsprozess (Abbildung 2), während die Osteuropäer, aber auch Nordeuropäer, Asiaten und andere Gruppen aus entfernten Drittstaaten (nicht abgebildet) häufiger hochprofessionelle unternehmerische Aktivitäten verfolgen. Aber auch die größte Gruppe, die der türkischstämmigen Unternehmer(innen), ist breiter aufgestellt als vielfach angenommen und wird nicht etwa von „Döner“ dominiert.

Abb. 2: Verteilung selbständiger Migranten auf Wirtschaftsbereiche in Baden-Württemberg



Quelle: Studie „Migrantenunternehmen“ ifm Universität Mannheim (Mikrozensus)

## Jede sechste unternehmerisch tätige Person im Land hat einen Migrationshintergrund

Da nicht alle Gründerinnen und Gründer nachhaltig Erfolg haben fällt der Anteil von Migranten im Selbständigenbestand geringer aus. Bei einer Zahl von 94.000 selbständigen Migranten im Land, besitzt jede sechste unternehmerisch aktive Person in Ba-Wü einen Migrationshintergrund (17%). 54.000 sind Ausländer, d.h. zwei Fünftel (42%) haben einen deutschen Pass.

Frauen sind als Selbständige zwar unterrepräsentiert, aber nicht stärker als bei den Einheimischen: Der Frauenanteil beträgt 32% im Vergleich zu 30%.

## In Baden-Württemberg haben „ehemalige Gastarbeiter“ noch überdurchschnittliches Gewicht unter den Selbständigen

Die zahlenmäßig größte Gruppe stellen im Südwesten die Selbständigen aus der Türkei (16.000) gefolgt von den Italienern und ehemaligen Jugoslawen (je 10.000). Die Selbständigen aus den ehemaligen Anwerbeländern sind im Vergleich zur Struktur auf Bundesebene überproportional vertreten, was auch auf die Bevölkerungsstrukturen zurückzuführen ist. Mittel- und Osteuropäer sowie auch Selbständige aus den „übrigen Ländern“ sind in Ba-Wü vergleichsweise seltener vertreten. Im Land mangelt es noch an „neuen“ Selbständigen aus „neuen“ Ländern.

Tab 1: Erwerbspositionen / Selbständige nach Herkunftsgruppen

Herkunft	Erwerbspersonen in 1.000			Selbständigenquote (%)	
	insgesamt	Erwerbstätige	Selbständige	Ba-Wü	Deutschland
Deutsch ohne MH*	4.222	4.072	458	11	11
Migranten zusammen	1 403	1 284	94	7	10
türkisch	227	199	16	8	9
italienisch	134	123	10	8	12
griechisch	50	46	(<5)	(7)	14
ehem. jugoslawisch	176	163	10	6	9
polnisch	86	80	6	8	12
osteuropäisch	324	299	12	4	5
Naher/Mittlerer Osten	132	118	6	5	8
Übrige Länder	274	256	30	12	16

Quelle: Studie „Migrantenunternehmen“ ifm Universität Mannheim (Mikrozensus)

Die Ermessensspielräume bei der Anwendung von § 21 Aufenth.G müssen stärker genutzt werden. Die direkte Zuwanderung von „neuen Selbständigen“ spielt schon deswegen bei der Umsetzung von

unternehmerischen Ideen eine große Rolle, weil die zweite Generation nicht die Bedeutung hat, die ihr oftmals zugeschrieben wird. Die in Deutschland Geborenen mit Migrationshintergrund stellen nur einen Anteil von 16% an allen Selbständigen. Eine eigene Migrationserfahrung ist eine Triebfeder für Unternehmertum.

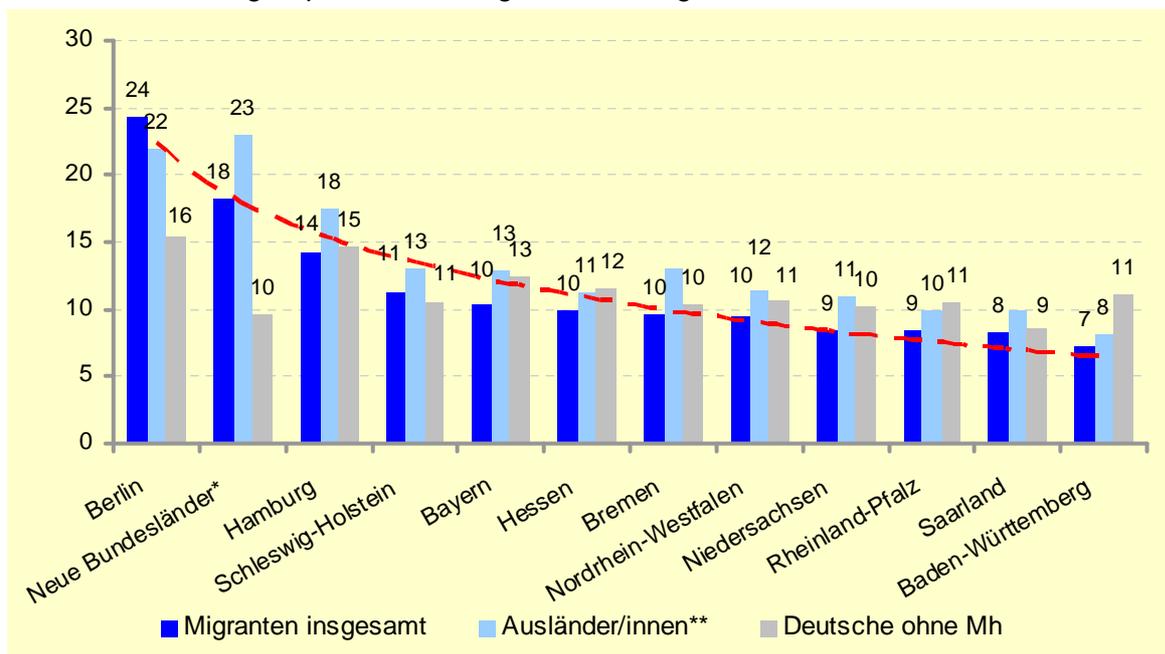
### Im bundesweiten Vergleich hat das Land ein geringes Niveau an Migrantenselbständigkeit

Die Zahl selbständiger Migranten in Ba-Wü ist in den letzten 20 Jahren um 128% gestiegen (die der deutschen Selbständigen um 20%).

Aber dennoch:

Baden-Württemberg ist bundesweit unter den Flächenstaaten zwar das Land mit dem höchsten Anteil an Migranten, aber in Bezug auf die Selbständigenquoten von Migranten bildet Baden-Württemberg mit 7,3% das Schlusslicht (Abb. 3). Gleiches gilt für Stuttgart in Bezug auf die Großstädte (nicht abgebildet). Am unternehmerischen Klima kann es kaum liegen, denn die Einheimischen machen sich zu 11,2% selbständig.

Abb. 3: Selbständigenquoten nach Migrationshintergrund und Bundesländern



Quelle: Studie „Migrantenunternehmen“ ifm Universität Mannheim (Mikrozensus)

Die günstigere Situation am Arbeitsmarkt in Baden-Württemberg erklärt nur einen Teil des geringeren Niveaus an Migrantenselbständigkeit. Der Anteil an „Push-Gründungen“ ist nicht wesentlich kleiner als bundesweit und gleichzeitig gibt es Anzeichen, dass im Südwesten das Wechselspiel von Angebot (unternehmerische Talente) und Nachfrage (Märkte, Chancen) schwächer ausgeprägt ist.

## **Wissen ist auch für Migranten wichtigste Ressource für Selbständigkeit**

Insgesamt betrachtet sind selbständige Migranten zwar besser gebildet als ihre abhängig beschäftigten Pendanten, aber durchschnittlich schlechter als die einheimischen Selbständigen. Nur etwas mehr als die Hälfte der Angehörigen ehemaliger Anwerbeländer hat einen beruflichen Abschluss und nur rund 7% einen Hochschulabschluss.

Letzteres ist bei den Mittel- und Osteuropäern bei rund 22% der Fall.

Die geringere formale Bildung „ehemaliger Gastarbeiter“ und die vergleichsweise stärkere Konzentration auf einfache Tätigkeiten führt oftmals zu Fehlinterpretationen: Dies bedeutet nicht, dass Bildung in der Migrantenökonomie von geringerer Bedeutung wäre. Im Gegenteil: Auch unter Kontrolle von Alter, Geschlecht und anderen Einflussfaktoren wird ersichtlich, dass sich besser gebildete Migranten mit weit höherer Wahrscheinlichkeit unternehmerisch betätigen.

## **Bedeutung „ethno-kultureller“ Ressourcen wird überschätzt**

Die ifm-Untersuchung tritt empirisch der Vorstellung entgegen, die starken Gründungsaktivitäten von Migranten wären durch herkunftsbedingte kulturelle Eigenheiten hervorgerufen. Die Auseinandersetzung mit den strukturellen Bedingungen in Deutschland und die hierzulande hohe Bedeutung von Wissen sind weit maßgeblicher. Daher ist auch nur etwa jeder sechste Selbständige der Meinung, dass die Herkunftskultur für die Geschäftstätigkeit maßgeblich ist.

Ethnische Ressourcen und soziales Kapital können Schwächen in der Ausstattung mit individuellen Ressourcen nur teilweise kompensieren. Auch für Migranten hat Bildung und spezifisches Humankapital hohe Relevanz für die Nachhaltigkeit ihrer Unternehmen.

Erfolgreich sind vor allem selbständige Migranten, die (inter)kulturelle Kompetenzen mit fachlichen Kompetenzen kombinieren.

## **Formen transnationaler und temporärer Selbständigkeit werden wachsen**

Veränderungen in den Charakteristika von Migrantenselbständigkeit zeigen sich nicht nur in Bezug auf die Branchenzugehörigkeit. Die Globalisierung, der europäische Integrationsprozess und die sich wandelnden Regulierungen führen zu zeitlich begrenzten Formen von Selbständigkeit sowie zu „Wanderselbständigkeit“, wie das Beispiel polnischer Zuwanderer zeigt.

Das Land und die Kommunen sind bei der Wirtschaftsentwicklung auf die selbständigen Wissensarbeiter angewiesen, weil sie Impulse für eine Internationalisierung der Regionen „im Kleinen“ setzen.

## **Auch kleine Migrantenbetriebe tragen zur außenwirtschaftlichen Verflechtung des Landes bei**

Migrantenunternehmen pflegen häufig grenzüberschreitende Netzwerkbeziehungen, wodurch auch soziale und ethnische Ressourcen eine Internationalisierung erleben. Es ist aber nicht nur so, dass Migrantenunternehmen importieren und hierzulande verkaufen. Insbesondere die Unternehmen der aus Mittel- und Osteuropa stammenden Zuwanderer weisen eine überdurchschnittliche Exportrate auf, da sich dort lohnende Märkte eröffnen, die von Deutschland erschlossen werden. Der Anteil des im Ausland erzielten Umsatzes liegt unter polnischen und osteuropäischen Unternehmern bei 21% bzw. 14% aber bei deutschen (Kleinbetrieben) nur bei 5%.

## **Migrantenunternehmen schaffen immer mehr Arbeitsplätze**

Zwar führen Migranten durchschnittlich kleinere Unternehmen mit weniger Beschäftigten. Die Differenz ist allerdings auf den „Etablierungsvorsprung“ deutscher Unternehmen zurückzuführen, denn innerhalb des kleinbetrieblichen Bereichs weisen Migrantenbetriebe sogar eine höhere Beschäftigungsintensität auf, da sie vor allem in arbeitsintensiven Branchen tätig sind.

Insgesamt stellen die baden-württembergischen Migrantenunternehmen eine Viertel Million Arbeitsplätze. Dies bedeutet, dass etwa jeder siebte bis achte Beschäftigte im Bereich der mittelständischen Einzelunternehmen einen Arbeitgeber mit ausländischen Wurzeln hat.

Würde die Selbständigkeitsneigung von baden-württembergischen Migranten das Bundesniveau erreichen, könnte hierdurch ein Potenzial von schätzungsweise 100.000 zusätzlichen Arbeitsplätzen geschaffen werden.

## **Die Ausbildungsbeteiligung von Migrantenbetrieben nimmt partiell zu**

Das Ausbildungsengagement in Migrantenunternehmen erreicht noch nicht das Niveau von Unternehmen deutscher Inhaber, aber vieles spricht für einen langsamen Aufholprozess. Die Ausbildungsbeteiligung der Selbständigen aus der Türkei und dem ehemaligen Jugoslawien ist mit 21% am höchsten und liegt nur noch 6%-Punkte unter der von Deutschen.

Teilweise sind für bestehende Defizite auch Branchen- und Größeneffekte, aber genauso fehlendes Wissen verantwortlich. Erfreulich ist die höhere Ausbildungsbereitschaft von Neugründungen sowie von Migrantenunternehmen in Regionen, in denen Ausbildungsprojekte durchgeführt wurden.

## **Die Ausbildungsintensität ist mindestens so hoch wie bei deutschen Betrieben, Migranten erreichen aber mehr Benachteiligte**

Wenn Migranten Ausbildungsplätze stellen, dann ist ihre Ausbildungsintensität – gemessen an der Zahl ihrer Beschäftigten – in etwa genauso hoch wie in deutschen Betrieben und bei manchen Ethnien sogar höher. Von integrationspolitischer Bedeutung ist zudem, dass Migrantenbetriebe in überproportionalem Maße sog. „benachteiligte“ Jugendliche (v.a. Hauptschüler und Jugendliche mit Migrationshintergrund) ausbilden.

## **Gesellschaftliche Integration und unternehmerischer Erfolg gehen parallel**

Migranten, welche die deutsche Sprache gut beherrschen, sich einbürgern ließen und die sich an einem offenen bzw. nicht-ethnischen Markt orientieren weisen einen signifikant höheren unternehmerischen Erfolg auf.

Insgesamt betrachtet befindet sich die Mehrheit migrantischer Unternehmen in einem „offenen Markt“, d.h. Landsleute sind als Kunden weniger bedeutend als vielfach angenommen. Allerdings profitieren manche wissensintensive Dienstleister (Rechtsanwälte, Steuerberater, Ärzte usw.) von einer co-ethnischen Nachfrage, da sie interkulturelle Kompetenzen besitzen.

## **Auch Migranten stoßen auf Probleme bei der Kreditbeschaffung, die Familienunterstützung wird teils überschätzt**

Gründungshemmnisse ergeben sich häufig aus dem Mangel an Fremdkapital, da Bankkredite tendenziell schwieriger zu erhalten sind. Dies ist nur teilweise darauf zurückzuführen, dass Migranten in risikobehafteten Branchen gründen. Kürzere Aufenthaltszeiten, insbesondere unter Osteuropäern, führen offenbar zu geringerer Kreditwürdigkeit. Die Ressourcen der Familie können hier nur begrenzt kompensieren.

## **Die Hürden im Zugang zu Beratungsstellen sind noch immer zu hoch**

In Förderbereichen in denen eine Gründungsberatung „zwingend“ vorgesehen ist, wird Beratung – wie unter deutschen Gründern – tendenziell öfter in Anspruch genommen. Migranten sehen sich aber dennoch mit hohen Hürden im Zugang zu öffentlichen Beratungsstellen konfrontiert, insbesondere zu den Angeboten der Kammern, da es zu wenig zielgruppenspezifische und interkulturelle Konzepte gibt.

Bei weiterführenden Fragen stehen Ihnen die Autoren gerne zur Verfügung:  
Kontakt:  
Dr. René Leicht 0621-181-2788  
leicht@ifm.uni-mannheim.de

## Handlungsempfehlungen

Politischer Handlungsbedarf ergibt sich auf verschiedenen Ebenen, aber vor allem im Hinblick auf die Notwendigkeit, die boomende Migrantenökonomie auch nachhaltig zu gestalten und in **qualitativer** Hinsicht zu stärken. Da das unternehmerische Potenzial von Migranten in Baden-Württemberg jedoch auch in **quantitativer** Sicht nur unterdurchschnittlich ausgeschöpft ist, sind genauso Initiativen zur Erhöhung der Gründungsaktivitäten gefragt. Dieser Handlungsbedarf ist vor dem Hintergrund des gesamtwirtschaftlichen aber auch integrationspolitischen Nutzens zu sehen, welchen unternehmerisch aktive Migranten erbringen. Der ökonomische und gesellschaftliche Ertrag fällt umso größer aus, je stärker der Beschäftigungs- und Ausbildungsbeitrag von Migrantenunternehmen ist.

Handlungsempfehlungen, die sich aus der vom Institut für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim erstellten Studie ableiten lassen, richten sich zum einen direkt an die **Landesregierung** und zum anderen aber auch an die Förderinstitutionen auf **regionaler Ebene**.

Sie betreffen (erstens) Maßnahmen zur **Förderung von Existenzgründungen und zur Existenzsicherung** von Unternehmen durch **Information und Beratung** sowie (zweitens) Initiativen zur **Sensibilisierung** der Beratungsinstitutionen und Verbesserung der **interkulturellen Kommunikation**. Hinzu kommen (drittens) Vorschläge zur **Minimierung der Gründungshemmnisse**, etwa beim Marktzugang oder beim Finanzierungsbedarf. Darüber hinaus geht es (viertens) auch um eine verbesserte **Ausschöpfung und Aktivierung der Gründungspotenziale**, was nicht allein durch direkte wirtschaftspolitische, sondern eher indirekt durch bildungspolitische Initiativen zu erreichen ist.

## Erläuterungen

**Begriffe** (weitestgehend in Anlehnung an die amtliche Statistik):

„*Selbständige*“ = Personen, die ein Unternehmen eigenverantwortlich leiten.

„*Selbständige mit Migrationshintergrund*“ =

1. *Ausländer*, die entweder zugewandert oder in Deutschland geboren sind
2. *Deutsche mit Migrationshintergrund*, wozu vor allem Eingebürgerte (und Spätaussiedler) sowie deren Kinder zählen; ferner Kinder ausländischer Eltern, die bei der Geburt die deutsche Staatsangehörigkeit erhalten haben.

## Daten

Die Analysen beruhen zum einen auf der Aufbereitung und Auswertung amtlicher Daten (v.a. Mikrozensus und Gewerbemeldungen) und zum anderen auf einer eigenen Befragung von über 1.200 Unternehmen mit Inhabern verschiedener ethnischer Herkunft.

Die gesamte Studie des ifm steht unter folgendem link zum Download bereit:

[www.mfw.baden-wuerttemberg.de](http://www.mfw.baden-wuerttemberg.de) sowie  
[www.ifm.uni-mannheim.de](http://www.ifm.uni-mannheim.de)