



Selbständig integriert?

Studie zum Gründungsverhalten von Frauen mit
Zuwanderungsgeschichte in Nordrhein-Westfalen

Kurzfassung

Kinder

Jugend

Familie

Frauen

Senioren

Generationen

Integration

Internationales

IMPRESSUM

Herausgeber

Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und
Integration des Landes Nordrhein-Westfalen
Referat Öffentlichkeitsarbeit
Horionplatz 1, D - 40213 Düsseldorf
Telefon 0211 8618-50
info@mgffi.nrw.de
www.mgffi.nrw.de

Ansprechpartnerin

Andrea Göhlich
Referat Chancengleichheit in der Wirtschaft
Telefon 0211 8618 4571
andrea.goehlich@mgffi.nrw.de

Projektleitung

Dr. René Leicht
Institut für Mittelstandsforschung (ifm)
Universität Mannheim

in Kooperation mit

Prof. Dr. Friederike Weiter
vormals: PRO KMU Universität Siegen
derzeit: Jönköping International Business School

Druck

Druckerei Peter Pomp GmbH, Bottrop

© 2009/MGFFI 1102

Die Druckfassung kann bestellt werden:

- im Internet: www.mgffi.nrw.de/publikationen
- telefonisch: 01803 100110

C@II-NRW (9 Cent/Min.)*

* (aus dem Festnetz der Deutschen Telekom AG)

Bitte die Veröffentlichungsnummer **1102** angeben.



Vorwort

Zwei Millionen Frauen, fast ein Viertel aller Frauen in Nordrhein-Westfalen, haben eine Zuwanderungsgeschichte. 40.000 von ihnen sind selbständig. Sie tragen so zur Vielfalt der Unternehmen bei, schaffen Arbeitsplätze und leisten einen wichtigen Beitrag zur Integration in unserem Land. Für die Zuwanderinnen selbst ist der Schritt in die Selbständigkeit oft verbunden mit gesellschaftlicher Anerkennung und sozialem Aufstieg.

Bislang war jedoch nur wenig bekannt über das Gründungsverhalten von Frauen mit Zuwanderungsgeschichte und ihre Unternehmen. Wo liegen ihre unternehmerischen Potenziale, Ressourcen und Motive? Welche besonderen Hürden müssen Zuwanderinnen auf dem Weg in die Selbständigkeit nehmen? Welche Chancen haben sie auf dem Markt? Wie können sie ihre spezifischen Kenntnisse, etwa die Mehrsprachigkeit, nutzen? Und welche Bedeutung haben die Gründungen von Frauen mit Zuwanderungsgeschichte für die Gesellschaft insgesamt?

Mit der Studie „Selbständig integriert?“ ist es dem Institut für Mittelstandsforschung Mannheim gelungen, solche Facetten der Selbständigkeit von zugewanderten Frauen umfassend zu beleuchten. Zwar stehen Unternehmerinnen aus Nordrhein-Westfalen im Vordergrund, doch zahlreiche Ergebnisse lassen sich auch auf andere Länder übertragen. Die Studie kann so von allen Akteurinnen und Akteuren des Gründungsgeschehens in Deutschland genutzt werden.

Die Untersuchung ist als Lang- oder als Kurzfassung erhältlich. Beide Fassungen zeigen Wege auf, wie Frauen mit Zuwanderungsgeschichte bei der Umsetzung ihrer unternehmerischen Pläne unterstützt werden können. Ich würde mich sehr freuen, wenn die Studie dazu beitrüge, die Rahmenbedingungen für das unternehmerische Engagement von Frauen mit Zuwanderungsgeschichte weiter zu verbessern.

Denn diese Frauen leisten einen ganz wichtigen Beitrag für unser Land, nicht nur für die Wirtschaft und als Arbeitgeberinnen, sondern auch als Vorbilder für die Integration. Wir müssen sie in ihrem Engagement darum nach Kräften unterstützen.

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Armin Laschet'. The signature is fluid and cursive.

Armin Laschet

Minister für Generationen, Familie, Frauen
und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen

Selbständig integriert?

Studie zum Gründungsverhalten von Frauen mit Zuwanderungsgeschichte in Nordrhein-Westfalen

Die Studie wurde erstellt vom Institut für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim.

Projektleitung

Dr. René Leicht
Institut für Mittelstandsforschung (ifm)
Universität Mannheim
0621/181-2788
www.ifm.uni-mannheim.de
leicht@ifm.uni-mannheim.de

in Kooperation mit

Prof. Dr. Friederike Weiter
vormals: PRO KMU Universität Siegen
derzeit: Jönköping International Business School

Autorinnen und Autoren:

René Leicht, Robert Strohmeyer, Markus Leiß, Ralf Philipp
Beratende Expertise: Jessica Di Bella, Joana Tur Castelló,
Garnet Kasperk, Lena Werner, Marina Pan
Mitarbeit: Marc Langhauser, Ralph Stegmüller, Julia
Rerich, Rike Schweizer, Marieke Volkert
(ifm Universität Mannheim)

Friederike Welter, Susanne Kolb
(PRO KMU Universität Siegen)

Vorwort der Projektleitung

Seit Jahren wächst die Zahl der Frauen mit Zuwanderungsgeschichte, die sich in Nordrhein-Westfalen unternehmerisch engagieren. Daher hat sich das Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen (MGFFI) entschieden, eine vom Institut für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim (in Kooperation mit ProKMU der Universität Siegen) durchgeführte Untersuchung zu fördern. Die Studie befasst sich intensiv mit der Bedeutung sowie mit den Chancen und Hemmnissen von Gründerinnen mit Migrationshintergrund in Nordrhein-Westfalen. Wir danken dem Ministerium für das Engagement.

Die Kurzfassung der Studie umfasst zwei verschiedene Stufen: Zunächst erfolgt (nach einem Rückblick auf die Untersuchungsziele) eine spiegelstrichartige Zusammenstellung der wichtigsten Ergebnisse. Anschließend werden ausgewählte Befunde im Kontext der übergeordneten förder- und integrationspolitischen Fragestellungen aufgegriffen. Dies berührt unter anderem die Stärke der Gründungsaktivitäten von Migrantinnen und die hierfür verantwortlichen Triebkräfte sowie die Gründungsberatung und vor allem solche Faktoren, die mehr Licht in das Zusammenspiel zwischen beruflicher Selbständigkeit und den Chancen einer strukturellen bzw. sozialen Integration bringen können. In dieser auf bestimmte Themen fokussierenden Zusammenfassung können natürlich nicht sämtliche Ergebnisse der Studie berücksichtigt werden. Diesbezüglich wird auf die Langfassung unserer Untersuchung verwiesen.

René Leicht

Institut für Mittelstandsforschung
der Universität Mannheim

A. Ausgangssituation, Ziele und Methoden der Untersuchung

Selbständigkeit und Integration

Ein Viertel der Bevölkerung Nordrhein-Westfalens besitzt eine „Zuwanderungsgeschichte“, weshalb das Land auch gleichzeitig eine hohe kulturelle Vielfalt aufweist, mit der entsprechend viele Chancen für Wirtschaft und Gesellschaft, aber auch Herausforderungen im Hinblick auf die soziale und ökonomische Integration dieser Menschen verbunden sind. Eines der Spannungsfelder, in welchem sich Chancen und Herausforderungen begegnen, ist das der beruflichen Selbständigkeit.

Die Gründung eines eigenen Unternehmens bietet einerseits die Möglichkeit, ökonomische Eigenständigkeit und sozialen Aufstieg zu erlangen, was die Option auf eine gleichberechtigte Teilhabe an den Institutionen der Mehrheitsgesellschaft und am Arbeitsmarkt prinzipiell erhöht. Immerhin entwickeln Zugewanderte ein im Vergleich zu Einheimischen höheres Maß an Gründungsaktivitäten. Andererseits ist die strukturelle Integration von unternehmerisch ambitionierten Migrantinnen und Migranten überdurchschnittlich häufig durch das Scheitern am Markt bedroht. Daher liegt ihre – am Bestand gemessene – Selbständigenquote derzeit noch unter der von „Einheimischen“. Bei manchen Gruppen sogar beträchtlich.

Dies weist darauf hin, dass sowohl die Förderung von Gründungen als auch die Sicherung der Nachhaltigkeit eine Frage von Unterstützung und Beratung ist. Hierauf gerichtete Hilfestellungen sind daher auch ein Bestandteil von Integrationsmaßnahmen.

Selbständigkeit von Frauen mit Migrationshintergrund

Diskrepanzen im Zugang zur beruflichen Selbständigkeit zeigen sich nicht nur in Bezug auf die ethnische Herkunft, sondern genauso in Bezug auf das Geschlecht. Eine Kombination aus Rollenzuschreibung, Ressourcendefiziten und institutionellen Hürden trägt dazu bei, dass Frauen seit jeher weit seltener als Männer ein Unternehmen gründen und führen. Mit Blick auf Migrantinnen ist davon auszugehen, dass sich hier herkunfts- und geschlechtsspezifische Ungleichheiten überlagern. Rund zwei Millionen Frauen und damit 22 Prozent der weiblichen Bevölkerung in Nordrhein-Westfalen haben eine Zuwanderungsgeschichte. Dieser Anteil ist weit höher als in der Bundesrepublik insgesamt. Die gegenüber den Männern ungleichen Strukturen legen nahe, dass hier nicht nur ein großes unausgeschöpftes Potenzial an Erwerbspersonen, sondern auch an solchen Frauen ruht,

die den Schritt in die berufliche Selbständigkeit erwägen oder auch tatsächlich wagen könnten.

Bislang war jedoch kaum etwas über die unternehmerischen Potenziale, Ressourcen und Motive und noch weniger über die spezifischen Hemmnisse sowie Probleme von Gründerinnen und Unternehmerinnen mit Migrationshintergrund bekannt. Die Untersuchung soll Licht in dieses Dunkel bringen. Von besonderem Interesse war daher,

- wie die Chancen für Migrantinnen in Nordrhein-Westfalen stehen, ein eigenes Unternehmen zu gründen und sich auf dem Markt zu behaupten, d.h. auch, welche quantitative und qualitative Bedeutung die Gründungsaktivitäten von Migrantinnen haben,
- welche Faktoren den Schritt in die berufliche Selbständigkeit befördern,
- welche Hürden und Hemmnisse dieser Entscheidung aus subjektiver Sicht der Gründerinnen und zudem mit Blick auf strukturelle Gegebenheiten entgegenstehen,
- in welchem Umfang die Gründerinnen vor diesem Hintergrund Beratung in Anspruch nehmen und woran es liegt, wenn sie sich gegenüber Unterstützung eher resistent verhalten sowie
- welche Implikationen die Gründung und Führung eines Unternehmens für die soziale und ökonomische Platzierung von Migrantinnen birgt – und welche Bedeutung berufliche Selbständigkeit somit in integrationspolitischer Sicht hat.

Diese Befunde bilden die Grundlage zur Ableitung von Handlungsempfehlungen. Letztlich soll das Gründungspotenzial von Zuwanderinnen und ihre Erfolgchancen durch geeignete Maßnahmen gestärkt und ihre betrieblichen Leistungspotenziale nachhaltig gesichert werden.

Verwendete Daten und Methoden

Für die empirischen Analysen wurden verschiedene Daten zusammengeführt und genutzt:

- Mikrozensusdaten (Aggregat- sowie Mikrodaten aus dem Scientific Use File)
- Daten der Gewerbeanzeigenstatistik
- Daten einer eigenen Erhebung unter insgesamt über 1.100 selbständigen Frauen und Männern türkischer, italienischer, polnischer, russischer und deutscher Herkunft.

Es wurden sowohl deskriptive als auch multivariate Analysen durchgeführt.

B. Ausgewählte zentrale Ergebnisse im Überblick

Bislang führen selbständige Frauen mit Zuwanderungsgeschichte in der öffentlichen Wahrnehmung eher ein Schattendasein. Zu unrecht! Denn immer mehr Gründerinnen in Nordrhein-Westfalen sind ausländischer Herkunft, wodurch sich auch ihre wirtschaftliche und soziale Bedeutung erhöht. Unternehmerinnen mit Migrationshintergrund erfüllen nicht zuletzt am Arbeitsmarkt eine wichtige Funktion und verbessern durch ihr Engagement das Maß struktureller Integration. Dennoch zeichnet sich ab, dass die Gründungsneigungen und -potenziale von Migrantinnen noch zu wenig genutzt werden. Ihre unternehmerische Präsenz könnte verbessert werden, wenn es gelingt, die selbständigkeitsfördernden Ressourcen (darunter v.a. Bildung und Erfahrungswissen) zu stärken, die Hürden auf dem Weg in die berufliche Selbständigkeit zu verringern sowie ihren Erfolg zu sichern.

Die Studie beleuchtet exemplarisch und vergleichend die Situation von Frauen und Männern türkischer, italienischer, polnischer und russischer sowie deutscher Herkunft. Folgende Ergebnisse sind hervorzuheben:

■ **Dynamische Entwicklung von Gründerinnen mit Zuwanderungsgeschichte**

Mittlerweile hat jede vierte Gründerin in Nordrhein-Westfalen ausländische Wurzeln. Die Gründungsquote (Verhältnis von Gründungs- zur Erwerbspersonenzahl) unter allen Migrantinnen ist dreimal so hoch wie bei den deutschen Frauen, wobei mit Blick auf einzelne Herkunftsgruppen auch starke Unterschiede in der Gründungsneigung bestehen.

■ **Selbständigenbestand steigt, wird aber durch gescheiterte Existenzen gebremst**

Die „Gründungsprojekte“ schlagen sich nicht in adäquater Weise im Unternehmensbestand nieder, da ein großer Teil der Frauen mit ihrem Vorhaben scheitert. Aber dennoch hat sich der Bestand an selbständigen ausländischen Frauen in Nordrhein-Westfalen in den letzten 10 Jahren um fast die Hälfte erhöht und damit prozentual doppelt so stark wie bei den Männern. Verglichen mit der bundesweiten Entwicklung besteht nach oben jedoch noch etwas „Luft“.

■ **40.000 Unternehmerinnen in Nordrhein-Westfalen haben eine Zuwanderungsgeschichte**

Insgesamt arbeiten in Nordrhein-Westfalen rund 40.000 selbständige Frauen mit Zuwanderungsgeschichte. Das entspricht 6% aller erwerbstätigen Migrantinnen (Selbständigenquote). 18.000 von ihnen haben mittlerweile einen deutschen Pass. Die stärkste Gruppe bilden seit kurzer Zeit (2008) die polnischstämmigen Frauen (rund 8.000) – noch vor den türkischstämmigen (ca. 6.000). Danach folgen in der Gruppenstärke die Frauen aus der russischen Föderation und Italien.

■ **Geschlechterdiskrepanz bleibt und ist bei Migrantinnen nur teilweise stärker**

Seit jeher gründen und führen Frauen seltener ein Unternehmen als Männer. Die Ungleichheit der Geschlechter ist unter Migrant(inn)en nicht grundsätzlich anders. Da sich die Ethnien aber hinsichtlich ihrer Ressourcen und Chancen unterscheiden, variieren auch die Frauenanteile unter den Selbständigen der jeweiligen Gruppe. Während bei den Gründern und Gründerinnen aus den ehemaligen Anwerbeländern die Frauen stark in der Minderheit sind, liegen die Frauenanteile unter den Selbständigen aus Osteuropa deutlich höher. Unter den türkischstämmigen Selbständigen ist nur jede fünfte Person eine Frau, doch unter den Russischstämmigen ist es jede zweite. Die Frauenanteile unter den deutschen Selbständigen liegen „dazwischen“.

■ **Die Selbständigen der zweiten Generation lassen noch auf sich warten**

Zumindest unter den Angehörigen der ehemaligen „Gastarbeiter“ wächst der Anteil der in Deutschland Aufgewachsenen. Doch die häufig geäußerte Erwartung, aus der zweiten Generation würde sich eine neue Avantgarde von Selbständigen entwickeln, erfüllen sich derzeit noch nicht: In allen Gruppen und bei beiden Geschlechtern wird der Selbständigenbestand durch selbst Zugewanderte dominiert. Unter ihren Nachfahren ist – wie multivariate Analysen zeigen – auch die Gründungsneigung keinesfalls größer als in der ersten Generation.

■ **Haushalts- und personenbezogene Dienstleistungen überwiegen**

Weit stärker als Männer bieten selbständige Migrantinnen haushalts- und personenbezogene Dienste an. Je nach ethnischer Zugehörigkeit arbeiten sie allerdings in ganz unterschiedlichen Branchen: Während sich italienische Frauen übermäßig auf das Gastgewerbe konzentrieren, sind türkischstämmige Frauen sehr viel breiter

aufgestellt. Gemeinsam ist ihnen jedoch, dass traditionelle bzw. distributive Serviceleistungen überwiegen. Im Vergleich hierzu sind die Frauen aus Polen, ähnlich wie die aus Russland, häufiger in wissensintensiven und v.a. kurativen und kulturellen Diensten engagiert. Aber auch hier kommen noch in beachtlichem Umfang einfachere Tätigkeiten, z.B. in der Körperpflege, hinzu.

■ **Bildungsdefizite eher bei den Migrantinnen aus den Anwerbeländern**

Die Branche und letztlich die „Qualität“ der Tätigkeiten wird i.d.R. durch das Bildungsniveau bestimmt. Die Migrantinnen türkischer und italienischer Herkunft besitzen jedoch zu einem hohen Anteil überhaupt keine Berufsausbildung, wobei die Türkinnen diesbezüglich immerhin besser als ihre männlichen Pendanten abschneiden. Die Frauen aus Polen und Russland hingegen haben zwar häufig ein Studium im Herkunftsland absolviert, jedoch nicht selten mit einem Abschluss, der in Deutschland keine adäquate Anerkennung und Verwertung findet. Sie weichen daher häufig auf ausbildungsadäquate Selbstständigkeitsfelder aus.

■ **Bildung und Wissen sind zentrale Ressourcen für unternehmerisches Engagement**

Die Bildungsdefizite und die verhältnismäßig starke Orientierung auf einfache Dienstleistungen sollten nicht darüber hinwegtäuschen, dass Humankapital und Wissen dennoch genauso für Migrantinnen unentbehrliche und zentrale Ressourcen zur erfolgreichen Ausübung einer selbständigen Tätigkeit sind. Im Vergleich zu Frauen ohne berufliche Bildung liegen die Selbstständigkeitschancen von Akademikerinnen türkischer oder osteuropäischer Herkunft um etwa das 5-fache höher. Nur bei Italienerinnen zeigt sich kein signifikanter Zusammenhang.

■ **Gründungsmotive reichen von „Selbstverwirklichung“ bis zur „Ökonomie der Not“**

Unter denjenigen, die tatsächlich gründeten, lässt sich eine große Bandbreite an Motiven finden. Push- und Pullfaktoren kommen oftmals gleichzeitig zur Wirkung. Aus subjektiver Sicht werden weit häufiger die Anreize, wie etwa der Wunsch nach Selbstverwirklichung, Unabhängigkeit und höherem Verdienst sowie der nach einer adäquaten Qualifikationsverwertung, genannt. Allerdings wurde – je nach Herkunft – ein Viertel bis ein Drittel aller Migrantinnen durch die Not am Arbeitsmarkt in die Selbständigkeit getrieben. Die aus einer prekären Situation „geborenen“ Gründungen machen zwar bei den Frauen keinen merklich höheren Anteil als bei den Männern aus, doch dürfte dies auch darauf zurückzuführen sein, dass die Erwerbsbeteiligung der Geschlechter teilweise unterschiedlich ist.

■ **Familienverantwortung und Unternehmensgründung harmonieren nicht überall**

Nicht einmal die Hälfte der deutschen Unternehmerinnen lebt mit Kindern im Haushalt. Doch bei Migrantinnen ist dies bei über zwei Dritteln der Fall. Dennoch gelingt es nicht in allen Herkunftsgruppen das Problem der Vereinbarkeit von Beruf und Familie durch Selbständigkeit zu lösen. Bei türkischstämmigen Frauen lässt das Vorhandensein von Kindern mit höherer Wahrscheinlichkeit als in anderen Gruppen eine berufliche Selbständigkeit zu. Demgegenüber fühlen sich russischstämmige Frauen durch Familienverantwortung eher gehindert.

■ **Die Gründungsfinanzierung wird durch den Zugang zu Fremdkapital erschwert**

Nur etwa jede dritte Migrantin finanzierte ihre Gründung mit Hilfe der Bank. Sieht man von den Italienerinnen ab, wird Frauen mit Zuwanderungsgeschichte häufiger als Einheimischen ein Bankkredit verwehrt. Mit am stärksten betroffen sind neu Zugewanderte sowie Frauen aus Polen und der russischen Förderregion, von denen rund die Hälfte eine Absage erfuhr.

■ **Migrantinnen spüren mehr strukturelle und persönliche Hindernisse als Deutsche**

Eine Faktorenanalyse unter Einbezug verschiedenster Arten von Gründungshemmnissen zeigt, dass Frauen mit Zuwanderungsgeschichte wesentlich stärker als Einheimische sowohl mit der Überwindung struktureller (z.B. Bürokratie, Gesetze) als auch persönlicher Hindernisse (z.B. psychische Belastung, fehlende kaufmännische Kenntnisse) zu kämpfen haben.

■ **Öffentliche Angebote der Gründungsberatung werden zu wenig angenommen**

Je nach Gruppe haben nur zwischen zwei und drei Fünftel der Frauen überhaupt irgendeine Form der Gründungsberatung in Anspruch genommen. Konzentriert man sich auf die öffentlichen Angebote, sinkt das Niveau weiter. Von den türkisch- und italienischstämmigen Gründerinnen suchte nur jede vierte bis fünfte eine öffentliche Beratungseinrichtung auf. Insgesamt betrachtet sind die Unterschiede zu den Deutschen eher gering. Doch mit Blick auf die letzten Jahre zeigt sich, dass die steigende Zahl der Angebote die Einheimischen eher als die Migrantinnen erreicht. Zwar partizipieren Frauen aus Osteuropa etwas stärker, sie werden aber auch häufiger bei der Beantragung von Fördergeldern zur obligatorischen Beratung gelenkt.

■ Wunsch nach spezifischer Beratung bei türkischstämmigen Frauen am höchsten

Der geringen Teilnahme an Beratung steht der Wunsch nach professionelleren Angeboten gegenüber, welche rund die Hälfte der Befragten vermisst. Gruppenspezifische Angebote wünschen sich vor allem die türkischstämmigen Frauen, die weit stärker als die Gründerinnen anderer Ethnien besonderen Wert auf eine Beratung in der Muttersprache oder auf eine Beratung für und durch Frauen legen.

■ Neuzuwanderung aus Osteuropa verändert das Profil selbständiger Migrantinnen

Insgesamt ist zu konstatieren, dass sich in jüngerer Zeit das Niveau – und damit auch die Integrationswirkung – von Selbständigkeit tendenziell verbessert. Dieser Trend wird durch die Zuwanderung der besser gebildeten Frauen aus Osteuropa verstärkt.

■ Unternehmerische Betätigung erhöht Arbeitsmarktintegration

Die Gründung eines eigenen Unternehmens kann aus der Arbeitslosigkeit führen oder auch davor bewahren. Rechnet man sonstige unsichere Arbeitsmarktpositionen hinzu, dann hat sich fast ein Drittel der türkisch- und polnischstämmigen und über ein Viertel der russischstämmigen Frauen in die Selbständigkeit „gerettet“. Damit gehen aber auch staatliche Existenzgründungshilfen für Arbeitslose einher, woran deutsche Frauen sogar etwas stärker partizipierten.

■ Selbständigkeit birgt Chancen für den sozialen Aufstieg

Integration erfordert die möglichst chancengleiche Teilhabe an den zentralen Bereichen des sozialen und wirtschaftlichen Lebens. Hierzu zählt auch der Zugang zu unternehmerischer Selbständigkeit. Inwieweit der Schritt in die Selbständigkeit mit sozialem Aufstieg und einer besseren gesellschaftlichen Platzierung verbunden ist, hängt vor allem von der „Qualität“ des unternehmerischen Engagements ab. Diesbezüglich ist festzuhalten, dass Migrantinnen in der Selbständigkeit ein höheres Netto-Einkommen als in der abhängigen Beschäftigung erzielen. Dies ist in allen Gruppen der Fall. Darüber hinaus sind selbständige Migrantinnen auch in der Regel deutlich besser gebildet als abhängig beschäftigte Migrantinnen, wenngleich hier unter den Selbständigen der einzelnen Herkunftsgruppen markante Niveauunterschiede bestehen.

■ Ethnische Nischen und Beziehungen spielen vergleichsweise geringe Rolle

Sowohl in Bezug auf die Kunden- als auch auf sonstige Geschäftskontakte besitzen die co-ethnischen Beziehungen zu Landsleuten (und damit auch ethnische Nischen) eine vergleichsweise geringe Bedeutung. Die meisten selbständigen Migrantinnen orientieren sich auf den sogenannten „offenen Markt“. Am häufigsten spielen binnenethnische Beziehungen bei den Frauen aus Russland eine Rolle, doch zu einem geringeren Teil als bei den Männern.

■ Frauenunternehmen sind zwar kleiner, beschäftigen aber (relativ) mehr Frauen und Azubis

Bekanntlich sind die von Frauen geführten Unternehmen kleiner als diejenigen der Männer. Dies ist auch in der Migrantenökonomie der Fall. Frauen arbeiten häufiger solo bzw. ohne Beschäftigte. Und soweit sie welche haben, ist die durchschnittliche Arbeitsplatzzahl kleiner; allerdings nicht kleiner als in den Unternehmen deutscher Frauen. Hinzu kommt: Zwei Drittel bis drei Viertel der Beschäftigten sind Frauen, was teils auch durch die Branchenzugehörigkeit erklärbar ist. Eine Ausnahme stellen in dieser Hinsicht die Unternehmen der Italienerinnen dar. Vor allem aber zeigen die von Frauen geführten Unternehmen eine stärkere Ausbildungsbereitschaft als die männlichen Pendanten. Insbesondere die türkischstämmigen Frauen zeichnen sich durch hohes Ausbildungsengagement aus.

■ Beschäftigung von Landsleuten und Familienangehörigen ist kein „Frauenphänomen“

Es dürfte nicht verwundern, dass die Unternehmen von Migrantinnen häufig Landsleute und Familienangehörige beschäftigen. Eine solche Zusammensetzung ist weniger bei osteuropäischen, aber häufiger bei türkisch- und italienischstämmigen Frauen zu beobachten. Es ist jedoch kein typisches Phänomen in Frauenbetrieben, da es viel eher die von Männern geführten Unternehmen sind, die bei der Personalrekrutierung auf ihre Landsleute und Familie setzen.

C. Fazit im Kontext förder- und integrationspolitischer Fragen

Nachfolgendes Fazit muss sich in Anbetracht der Fülle an Erkenntnissen notwendigerweise auf die Kommentierung einiger weniger ausgewählter Befunde beschränken. Da sich das „öffentliche“ Interesse vor allem auf die förder- und integrationspolitischen Implikationen richtet, stehen diese Fragestellungen hier im Vordergrund.

Chancen, Entwicklung und Bedeutung der Gründungsaktivitäten

Spezifika einzelner Herkunftsgruppen

Ein Fokus der Untersuchung liegt auf den Determinanten des Gründungsverhaltens von Frauen italienischer, türkischer, polnischer und russischer Herkunft und ihren jeweiligen Gruppenspezifika, die sich

- zum einen hinsichtlich der rechtlich-institutionellen Ausgangsbedingungen (Herkunft aus EU oder Drittstaat / ehemaligem Anwerbeland oder Osteuropa) und ihren Ressourcen für den Schritt in die Selbständigkeit (Bildung, Selbständigenkultur, Aufenthaltsdauer, Erwerbsverhalten usw.) enorm unterscheiden und
- die zum anderen gleichzeitig die bevölkerungsstärksten Gruppen in Nordrhein-Westfalen stellen.

Chancenstruktur und Ausgangsposition von Migrantinnen

Die Chancen zur Gründung eines eigenen Unternehmens werden – neben den genannten institutionellen Ausgangsbedingungen – vor allem durch die Chancenstrukturen und die hierfür passenden Ressourcen bestimmt. D.h. über die Möglichkeit eines Wechsels in die berufliche Selbständigkeit entscheidet nicht zuletzt die Ausgangsposition von Migrantinnen auf dem Arbeitsmarkt, denn Erwerbsorientierung und Arbeitserfahrung zählen mit zum wichtigsten Gründungsgepäck.

Allein hier schon zeigen sich mit Blick auf die Untersuchungsgruppen folgende Probleme und Unterschiede:

- Über alle Herkunftsgruppen hinweg ist die Erwerbsbeteiligung von Frauen niedriger als die der Männer, was generell die Gründungschancen mindert. Am stärksten fällt die Geschlechterdiskrepanz mit Blick auf die Türkinnen und Türken sowie die Russinnen und Russen ohne einen deutschen Pass aus. Hier ist die Erwerbsquote von Frauen nur halb so hoch wie die der Männer.

- Die Erwerbsquoten von eingebürgerten Frauen und Aussiedlerinnen liegen über denen von Ausländerinnen. Die Erwerbsbeteiligung von eingebürgerten Italienerinnen und von polnischen Frauen ist sogar höher als die der Frauen deutscher Herkunft.
- Die von der Erwerbserfahrung ausgehenden Chancen zur Aufnahme unternehmerischer Aktivitäten sind für Migrantinnen in Nordrhein-Westfalen schlechter als in Deutschland insgesamt, da die Erwerbsquoten sämtlich unterhalb des Bundesdurchschnitts liegen.
- Die Arbeitslosenquote ausländischer Frauen in Nordrhein-Westfalen ist fast dreimal so hoch wie die deutscher Frauen. Und obwohl die Osteuropäerinnen eine relativ starke Erwerbsorientierung zeigen, bleibt ihnen der Arbeitsmarktzugang in hohem Maße erschwert.

Stärke der Gründungsaktivitäten in einzelnen Herkunftsgruppen

Der Umfang und die Stärke der Gründungsaktivitäten von Migrantinnen und Migranten sind unter zweierlei Perspektiven zu beurteilen: Zum einen anhand ihrer absoluten Bedeutung, die Auskunft über den wirtschaftlichen Beitrag gibt. Und zum anderen anhand der Gründungsinintensität, die über die Gründungsneigung der Individuen in diesen Gruppen informiert. Über die Gründungsfähigkeit sagen die Daten noch nichts, da diese eher mit Blick auf den Selbständigenbestand zu bemessen ist (siehe im Folgenden).

Aussagen zu den Gründungsaktivitäten und -neigungen lässt die Gewerbemeldestatistik zu¹. Mit Blick auf den zahlen- und anteilmäßigen Umfang an Gründungen zeigt sich folgendes Bild.

- Obwohl die Ausländerinnen insgesamt lediglich knapp über 10% aller weiblichen Erwerbspersonen in Nordrhein-Westfalen stellen, entfällt auf sie fast ein Viertel (24%) aller von Frauen gemeldeten Gründungen. Dies ist aber teilweise auch ein „Polinnen-Effekt“:
- Unter den Ausländer/innen erfolgen die zahlen- und anteilmäßig meisten Gründungen in Nordrhein-Westfalen durch Polinnen und Polen. Im Jahr 2008 hatten (wie bereits 2007) 6% aller Existenzgründerinnen und 8% aller Gründer in Nordrhein-Westfalen einen polnischen Pass. Dies entspricht einem Viertel aller Gründungen von ausländischen Frauen und einem Drittel bei den Männern. Die Anteile von Türkinnen am gesamten Gründungsgeschehen sind demgegenüber nur etwa halb so hoch wie bei den Polinnen. Gründungen durch Italienerinnen und Russinnen fallen demgegenüber weniger ins Gewicht.

¹ Hier allerdings nur entlang der Staatsangehörigkeit und nicht in Bezug auf den Migrationshintergrund.

- Diese Werte dürfen nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Frauen italienischer und polnischer, aber v.a. diejenigen türkischer Herkunft, in geringem Maße an den Gründungsaktivitäten ihrer eigenen Ethnie partizipieren. Das heißt, bei den genannten Herkunftsgruppen handelt es sich, wie auch bei den Deutschen, um eine stark männerdominierte Gründerwelt.

Neben der absoluten Stärke an Gründungsaktivitäten interessiert aber vor allem auch die Frage, wie stark die unternehmerische Neigung in den einzelnen Herkunftsgruppen ist. Zur Bemessung der Gründungsintensität bzw. -quote wurde die über das Jahr erzielte Zahl der Gründungen in einer Gruppe ins Verhältnis zu der Zahl an Erwerbspersonen gesetzt.

- Ausländer/innen zeigen eine vergleichsweise starke Neigung zu unternehmerischen Aktivitäten. Die Gründungsquote unter den ausländischen Frauen liegt (ähnlich wie auch bei den Männern) dreimal so hoch wie bei den deutschen Frauen.
- Die Russinnen induzieren zwar eine geringe Zahl an Gründungen, doch im Verhältnis zur Erwerbspopulation betrachtet, ist ihre Gründungsneigung fast genauso hoch wie die der Italienerinnen (was bei den russischen Männern nicht zu beobachten ist). Dies überrascht, weil den Osteuropäern im Allgemeinen eine geringere Selbständigenkultur als Migranten aus den Mittelmeerländern zugeschrieben wird. Allerdings schlägt sich diese hohe Gründungsneigung von Russinnen derzeit noch nicht entsprechend im Selbständigenbestand nieder.
- Die extrem hohe Zahl und Quote an polnischen Gründerinnen ist ein Ausnahmefall, der unter anderem durch arbeitsmarktrechtliche Restriktionen hervorgerufen wird. Voraussichtlich zwingt die Übergangsregelung in der Arbeitnehmerfreizügigkeit viele Polen zu Formen von Subunternehmertum und Scheinselbständigkeit, vor allem im Baugewerbe (Männer) und im Pflegebereich (Frauen). Es kann zudem davon ausgegangen werden, dass es sich zu einer sehr großen Zahl um sog. „transnationale Selbständige“ bzw. um adhoc-Zuwanderer/innen handelt, die in Nordrhein-Westfalen wohl als Gewerbetreibende, aber nicht als Einwohner/innen gemeldet sind (was sich dann auch in einer höheren Gründungsquote niederschlägt).
- Die starke Gründungsneigung unter ausländischen Frauen wird durch den Umstand konterkariert, dass die Quote an Schließungen und Pleiten mehr als doppelt so hoch wie bei deutschen Frauen ist. Dies weist auf eine hohe Fluktuation aus Marktein- und -austritten hin, die auch einen enormen Verlust an Ressourcen bedeuten.
- Je nach konjunktureller Lage ist zu erwarten, dass sich die Quote an Betriebsschließungen über die Jahre verändert. Die Strukturen zum Zeitpunkt 2007 und 2008 zeigen jedoch, dass in allen Herkunftsgruppen

eine hohe Gründungszahl eine hohe Schließungsquote nach sich zieht. Vor diesem Hintergrund wird klar, dass neben der Gründungsberatung auch eine begleitende Unterstützung zur Existenzsicherung von Nöten ist.

Dynamik im Selbständigenbestand: Die unternehmerisch aktiven Migrantinnen

Zwischen Gründungsabsichten, Gründungsaktivitäten und einer erfolgreichen Unternehmensentwicklung liegen oftmals Welten, weshalb sich das Gründungsgeschehen nicht in adäquatem Maße auch im Selbständigenbestand widerspiegelt. Dennoch hat sich die Zahl der Selbständigen in den letzten Jahren stark nach oben entwickelt:

- Zwischen 1998 und 2008 hat sich in Nordrhein-Westfalen die Zahl selbständiger ausländischer² Frauen um fast die Hälfte (+47%) erhöht und ist damit zumindest prozentual stärker gewachsen als die der Männer (+17%). Diese höhere Zuwachsrate ist aber teils auf das geringere Ausgangsniveau zurückzuführen. Absolut ist die Zahl selbständiger Ausländerinnen seitdem „nur“ um 7.000 angestiegen und die der Männer um 8.000.
- Die Dynamik der geschilderten Entwicklung fällt allerdings hinter die der bundesweiten zurück: Deutschlandweit stieg die Zahl selbständiger Ausländerinnen seit Mitte der 90er Jahre etwas stärker als in Nordrhein-Westfalen.

Ausländische und eingebürgerte selbständige Frauen

In Nordrhein-Westfalen sind 22.000 Ausländerinnen unternehmerisch aktiv (Jahr 2008). Größer wird die Zahl selbständiger Migrantinnen, wenn die 18.000 deutschen Frauen mit Migrationshintergrund einbezogen werden. Insgesamt betrachtet haben damit 40.000 bzw. 17% der 240.000 selbständigen Frauen in Nordrhein-Westfalen eine Zuwanderungsgeschichte.

- Fast sämtliche sozioökonomischen Analysen und Indikatoren zeigen, dass Ausländer/innen in Nordrhein-Westfalen und auch in Deutschland insgesamt schlechter positioniert sind als die Deutschen mit Migrationshintergrund bzw. die Eingebürgerten. Da mag es überraschen, dass die Selbständigenquote unter den Zugewanderten mit deutschem Pass (über alle Ethnien hinweg betrachtet) niedriger als unter

² Die längerfristige Entwicklung kann nur mit Blick auf die Zahl von ausländischen Selbständigen aufgezeigt werden, da im Mikrozensus erst ab dem Jahr 2005 auch Deutsche mit Migrationshintergrund erfasst wurden.

den Ausländern ausfällt. Dies liegt teilweise am geringeren unternehmerischen Engagement von Aus-siedler/innen, aber auch daran, dass viele EU-Bürger/innen keinen Anlass sehen, sich einbürgern zu lassen.

- Differenzierter betrachtet, zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen einzelnen Ethnien. Während sich die Deutschen mit türkischem Migrationshintergrund häufiger selbständig machen als die mit türkischem Pass, ist dies bei den Polinnen und Polen gerade umgekehrt. Dies ist unter anderem auch darauf zurückzuführen, dass die neu zugewanderten Osteuropäerinnen zwar eine bessere Bildung aber keinen deutschen Pass besitzen.

Herkunftsspezifisch unterschiedliche Präsenz in beruflicher Selbständigkeit

Von noch größerer Bedeutung als die Unterschiede, die sich im Hinblick auf den staatsbürgerlichen Status ergeben, ist das herkunftsspezifisch unterschiedliche Niveau in der Neigung zur beruflichen Selbständigkeit. Werden Ausländerinnen und Deutsche mit Migrationshintergrund zusammengenommen, zeigt sich folgendes Bild:

- Gemessen an den Selbständigenquoten sind die Frauen aus Italien, Polen und Russland etwas häufiger unternehmerisch tätig als die aus der Türkei. In Anbetracht des zahlenmäßig immer noch geringen Niveaus (und der demzufolge geringen statistischen Signifikanz) dürfen die Unterschiede aber nicht überbewertet werden. Allerdings werden diese auf Bundesebene dann doch stärker ersichtlich: Hier liegen die Selbständigenquoten der Frauen aus Italien und Polen deutlich vor denen aus der Türkei und Russland.
- Die Selbständigkeitsneigung von italienischstämmigen Frauen ist zudem höher als die der deutschen Frauen, während insbesondere die Selbständigenquote türkischstämmiger Frauen noch starken Aufholbedarf signalisiert. Deren höhere Gründungsintensität schlägt sich (auch aufgrund der Schließungsrate) nicht entsprechend im Selbständigenbestand nieder.

Die Geschlechterungleichheit im Zugang und in der Ausübung beruflicher Selbständigkeit ist ein nationalitätenübergreifendes Phänomen. Allerdings mit unterschiedlichen Ausprägungen:

- Der „gender gap“ fällt unter Migrant(inn)en, aber insbesondere unter den Ausländer/innen insgesamt (alle Nationalitäten) etwas geringer aus als unter den Deutschen. Dies mag die verbreitete Sichtweise, Migrantinnen würden sich unternehmerisch stärker zurückhalten, in Frage stellen.

- Allerdings bestehen innerhalb der Herkunftsgruppen dann doch sehr markante Unterschiede. Während unter den selbständigen Migranten aus den ehemaligen „Gastarbeiterländern“ Frauen stark in der Minderheit sind, weisen die osteuropäischen Gruppen etwas höhere Frauenanteile auf. Besonders bemerkenswert ist die Tatsache, dass unter den Selbständigen aus der russischen Föderation jede zweite Person eine Frau ist.

Branchenzugehörigkeit

Maßgeblich sind jedoch nicht nur quantitative, sondern auch qualitative Aspekte. Einige Charakteristika des unternehmerischen Wirkens von Migrantinnen und Migranten stehen in engem Zusammenhang mit der Besetzung einzelner Wirtschaftssektoren bzw. Branchen. Mit Blick auf die Geschlechter und die ethnische Herkunft sind zwei Muster hervorzuheben:

- Ähnlich wie bei den einheimischen Selbständigen gilt grundsätzlich auch für Migrantinnen bzw. Migranten, dass sich die Frauen weniger als die Männer auf produzierende und dafür stärker auf dienstleistende Tätigkeiten konzentrieren. Doch diese geschlechtertypische sektorale Verteilung scheint bei den Zugewanderten noch deutlicher ausgeprägt.
- Im Vergleich der Herkunftsgruppen ist festzuhalten, dass die Unternehmerinnen türkischer und italienischer Herkunft vorwiegend in den traditionellen Bereichen Handel und Gastgewerbe sowie in den personennahen einfachen Dienstleistungen (z.B. Friseurinnen und Schneiderinnen) tätig sind, während diejenigen aus Polen und Russland (neben den personenbezogenen Routinediensten) zu einem höheren Anteil auch wissensintensive Tätigkeiten verfolgen. Sie sind besonders stark im Gesundheitswesen, aber auch in kulturellen Berufen engagiert.

Förderliche Ressourcen, Triebkräfte und persönliche Rahmenbedingungen

Prinzipiell interessieren in Anbetracht der anhaltenden Unterrepräsentation von Frauen in der beruflichen Selbständigkeit sowohl die förderlichen als auch die hinderlichen Faktoren. Die niedrigere Selbständigenquote zeigt jedoch, dass die Hemmnisse und Hürden auf dem Weg zu einem eigenen Unternehmen offenbar größeren Einfluss haben, wohingegen die Triebkräfte und förderlichen Faktoren für Frauenselbständigkeit nicht die notwendige Wirkung entfalten können. Da aber Frauen mit Migrationshintergrund – wie wir gesehen haben – nicht in gleichem Maße, sondern je nach ethnischer Herkunft in sehr unterschiedlichem Umfang selbständig sind, kommen außerdem migrantenspezifische Determinanten ins Spiel.

Bedeutung von Bildung, Wissen und Erfahrung

Während sich die Gründungsforschung darin einig ist, dass Humanressourcen, und darunter vor allem formale Bildung, zu den entscheidenden Determinanten für den Gründungsschritt und den erfolgreichen Verbleib in der Selbständigkeit zählen, wurde teils bezweifelt, ob dies auch für Migrantinnen und Migranten gilt, da sie häufig in Branchen mit geringen Qualifikationsanforderungen gründen. Dennoch ist Bildung auch unter Migrant(inn)en eine zentrale Triebfeder für Selbständigkeit, wenngleich sich rein zahlenmäßig(!) immer noch mehr Migrant(inn)en mit geringeren Qualifikationen selbständig machen.

- Mit der vermehrten Zuwanderung aus Osteuropa haben sich die Ausgangsbedingungen teils verändert, da diese Gruppen über eine durchschnittlich höhere Bildung als die Angehörigen der ehemaligen Anwerbeländer verfügen. Unter den Unternehmerinnen ragen die Osteuropäerinnen mit höheren Qualifikationen heraus. Mehr als die Hälfte der selbständigen Frauen aus Polen oder Russland haben studiert. Dies ist bei den Unternehmerinnen türkischer oder italienischer Herkunft nur bei etwa jeder Zehnten der Fall.
- Ein Problem für die Osteuropäerinnen zeigt sich allerdings darin, dass der im Heimatland erzielte Studienabschluss in vielen Fällen nicht mit deutschen Hochschulabschlüssen vergleichbar ist, weshalb oftmals Nachqualifizierungen oder mühsame Anerkennungsverfahren notwendig werden. Führt dies zu keinem Erfolg, versuchen es die osteuropäischen Frauen unter Umständen mit einer Arbeit „auf eigene Rechnung“; zumindest dann, wenn hier nicht – wie etwa in den Freien Berufen – ebenfalls Zertifikate erforderlich sind.
- Probleme bestehen jedoch vor allem auf der „anderen Seite“ des Qualifikationsspektrums: Die Zahl der Unternehmerinnen ohne beruflichen Abschluss ist bei Frauen aus dem Osten gering. Hingegen kann rund ein Viertel der türkischstämmigen und die Hälfte der italienischstämmigen selbständigen Frauen keinen Berufsabschluss aufweisen. Der Anteil der Ungelernten ist jedoch geringer als bei den Männern.
- Zur Bewertung des Einflusses von Bildung müssen allerdings zusätzlich die Qualifikationen derer betrachtet werden, die sich nicht selbständig gemacht haben bzw. machen konnten. Aus multivariaten Analysen (Mikrozensusdaten und unter Berücksichtigung weiterer Determinanten) ergibt sich, dass die Höhe der beruflichen Qualifikation den Zugang in die Selbständigkeit in zentraler Weise bestimmt. Und dies teils stärker als bei den Deutschen: Die Wahrscheinlichkeit, dass sich eine türkischstämmige Frau mit einem Hochschulabschluss selbständig macht, ist gegenüber einer Frau derselben Gruppe ohne Berufsabschluss bereits um das 3,7-fache höher. Doch bei Frauen osteuropäischer Herkunft beträgt

diese Wahrscheinlichkeit sogar das 5 bis 6-fache. Bei Italienerinnen zeigt sich allerdings kein signifikanter Einfluss.

- Aus denselben Analysen lässt sich mit Blick auf die Geschlechterfrage erkennen: Bei Frauen (türkisch, osteuropäisch) hat formale Bildung einen höheren Einfluss auf die Chance des Zugangs zur Selbständigkeit als bei den Männern der jeweils gleichen Herkunftsgruppe.
- Ein eher hinderlicher Faktor ist der zumindest bei türkisch- und italienischstämmigen Frauen (und Männern) ersichtliche Mangel an Arbeits- und Branchenerfahrung. Dies liegt teils am jüngeren Alter der Gründer/innen, aber auch an der geringen Zeit, die sie in einer Branche beschäftigt waren. In zwei Fünftel der Fälle liegt sogar gar keine Erfahrung vor, weil der Wechsel in die Selbständigkeit ein Schritt in gänzlich neues Neuland war.
- Als förderlich erweist sich hingegen ein höheres Maß an Selbständigkeitserfahrung, da sich Migrantinnen weniger als deutsche Frauen durch ein Scheitern entmutigen lassen und es weit häufiger ein zweites Mal versuchen. Der Anteil der „Wiederholungsgründerinnen“ ist fast dreimal so hoch, allerdings dennoch geringer als bei den männlichen Gründern.

Einfluss von Push- und Pullfaktoren

Die Entscheidung für eine beruflich selbständige Erwerbstätigkeit wird nicht nur durch die verfügbaren Ressourcen, sondern genauso durch andere persönliche Eigenschaften und Neigungen, aber auch durch bestimmte Gelegenheiten oder Zwänge bestimmt. Die persönlichen Motive lassen sich in einem breiten Spektrum von Push- und Pullfaktoren verorten, wobei zu beachten ist, dass sich die Motivlage auch auf der Ebene einzelner Personen oftmals aus einem ganzen Bündel an Faktoren zusammensetzt.

- An vorderster Stelle stehen die Anreize, wie sie durch den Wunsch nach Unabhängigkeit, nach flexibler Arbeitsgestaltung, nach höherem Verdienst und nach einer besseren Qualifikationsverwertung zum Ausdruck kommen. Diesen Motiven wird von einer überwältigenden Zahl der Befragten Bedeutung beigemessen, wobei die Unterschiede zwischen den Ethnien und Geschlechtern eher in den Hintergrund treten. Im Vergleich hierzu sehen die Migrantinnen in den sogenannten „kulturellen“ Faktoren, so etwa in den aus dem Herkunftsland „mitgebrachten“ Werten, kein so wichtiges Gründungsmotiv. Eine Ausnahme bilden die Türkischstämmigen, von denen jede zweite Frau der Meinung ist, dass sie quasi „Kraft ihrer Herkunft“ über Fähigkeiten verfügt, die andere nicht besitzen. Dies ist bei den Osteuropäerinnen sehr selten der Fall.

- Die Aussicht auf eine Verbesserung des Ansehens und des Einkommens hat – je nach Ethnie – ein Viertel bis zwei Drittel der Migrantinnen in die Selbständigkeit getrieben. Unter Kontrolle von Alter und Bildung zeigt sich im multivariaten Modell, dass für Migrantinnen und Migranten die Aussicht auf eine Stuserhöhung ein wesentlich stärkerer Anreiz für eine unternehmerische Tätigkeit als für die Deutschen ist, wobei auch hier wieder die türkischstämmigen Frauen eine Spitzenposition einnehmen.
- In der Reihe von Zwängen, die den Schritt in die Selbständigkeit forcieren, steht zumeist die drohende oder bereits durchlaufene Arbeitslosigkeit und etwas weniger eine etwaige Benachteiligung am Arbeitsplatz im Vordergrund. Bildet man einen Gesamtindikator für solche Gründungsmotive, die sich aus einer prekären Arbeitsmarktsituation entwickeln, dann wurde ein Viertel bis ein Drittel der Migrantinnen eher „zwangsweise“ in die Selbständigkeit geführt. Wird auch hier nach Alter und Bildung kontrolliert, dann kommt dieser Zwang bei Türkinnen fast doppelt so häufig wie bei den deutschen Frauen ins Spiel.
- Unternimmt man den Versuch, anhand der Gründungsmotive (und einer Faktorenanalyse) bestimmte Unternehmerintertypen zu identifizieren, dann sind grob betrachtet vier Typen zu erkennen: „Markteroberinnen“, „Selbstverwirklicherinnen“, „Unzufriedene“ und „Notgründerinnen“. Während sich unter den türkischstämmigen Frauen alle vier Typen finden, überwiegt mit Blick auf die Anreizfaktoren bei den Frauen aus Italien nur der erstgenannte und bei denen aus Polen und Russland der Selbstverwirklichungstyp. Der Typus der Notgründerin kommt jedoch bei allen Migrantinnengruppen vergleichsweise häufig vor.

Rolle der Selbständigen aus der zweiten Generation

In der Diskussion um die zunehmende Bedeutung von Migrantenselbständigkeit wird nicht selten der Eindruck erweckt, das Phänomen ginge mit einer vermehrten Gründungsneigung von Menschen der zweiten Generation bzw. von denen einher, die in Deutschland geboren oder zumindest aufgewachsen sind. Zwar gibt es zahlreiche Einzelbeispiele für „junge Karrieren“, aber in der Gesamtsicht wird das unternehmerische Engagement noch immer stark von den in persona zugewanderten Migrantinnen und Migranten bestimmt.

- Im Gegensatz zur zwischenzeitlichen Bedeutung der zweiten Generation unter den Erwerbspersonen insgesamt fallen die in Deutschland geborenen Nachfahren der einstigen Zuwanderer mit Blick auf die Selbständigkeit weniger als erwartet ins Gewicht. Unter den beiden hier betrachteten ehemaligen „Gastarbeiternationalitäten“ macht die zweite Gene-
- ration lediglich rund ein Fünftel aller Selbständigen aus. Dieser Anteil erhöht sich zwar, wenn die zweite Generation auf alle „Bildungsinländer“ erweitert wird, doch bleibt er dennoch geringerer als unter allen Erwerbspersonen.
- Es ist aber dennoch unverkennbar, dass die zweite Generation nicht nur insgesamt, sondern auch unter den Selbständigen über vergleichsweise bessere individuelle Ressourcen verfügt. Dies gilt zumindest für den Grad der formalen Bildung.
 - Andererseits erfordert der Weg in die berufliche Selbständigkeit in der Regel Erfahrung und daher ein gewisses Mindestalter, weshalb angenommen werden könnte, dass die Jüngeren bzw. die der zweiten Generation Zugehörigen sogar mit geringerer Wahrscheinlichkeit ein Unternehmen gründen. Doch unter Kontrolle des Lebensalters (logistische Regression) lassen sich keine richtungsweisenden signifikanten Effekte durch die Generationszugehörigkeit erkennen. Das unternehmerische Engagement wird weniger durch die Frage bestimmt, ob eine Person im Herkunftsland oder in Deutschland aufgewachsen ist, sondern welche Bildung sie besitzt.

Einfluss von „Familienverantwortung“ und das Vereinbarkeitsproblem

Soweit es Migrantinnen betrifft, lagen bislang zum Einfluss von Familie und ihrer Vereinbarkeit mit dem Beruf noch keine Erkenntnisse vor. Familienarbeit begrenzt einerseits die Möglichkeiten des Erwerbs gründungsrelevanter Ressourcen bzw. sie verkürzt das für die unternehmerische Tätigkeit notwendige Zeitbudget. Andererseits eröffnet die Gründung eines eigenen Unternehmens unter Umständen auch Chancen, Familien- und Erwerbsarbeit durch eine räumlich und zeitlich flexible Arbeitsgestaltung unter einen Hut zu bekommen. Wie also wirkt „Familienverantwortung“ im Kontext verschiedener Kulturen?

- Hier dürfte möglicherweise erstaunen, dass der Faktor „Kinder im Haushalt“ bei den Frauen mit türkischer Herkunft einen größeren Schub in Richtung Selbständigkeit auslöst, als dies bei den Frauen ohne Migrationshintergrund der Fall ist. Bei den türkischen Männern zeigt sich diesbezüglich kein Effekt.
- Unter den osteuropäischen Frauen hat der Kinderfaktor dagegen (je nach Alter der Kinder) einen negativen Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit selbständig zu sein. Allerdings geben russischstämmige Frauen auch zu einem weit geringeren Anteil als deutsche Frauen an, dass sie Selbständigkeit mit familiären Verpflichtungen vereinbaren könnten.

Gründungshemmnisse und -hürden

Frauen besitzen im Zugang zu beruflicher Selbständigkeit in vielfacher Hinsicht eine schlechtere Ausgangsposition, die vor allem mit Ressourcendefiziten und Rollenzuschreibungen im Zusammenhang stehen. Darüber hinaus interessieren hier aber insbesondere die zusätzlichen Wirkungen, die sich aus der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Ethnie ergeben. Dies schlägt sich häufig in institutionellen Hürden und Gründungshemmnissen nieder.

Finanzierung des Gründungsvorhabens

Eine zentrale Voraussetzung für den Unternehmensstart ist eine ausreichende Finanzierung und damit der Zugang zu Fremdkapital. Diesbezüglich lassen sich folgende Beobachtungen machen:

- Migrantinnen gründen ihr Unternehmen weit häufiger als ihre männlichen Pendanten ganz ohne oder mit sehr geringem Startkapital. Im Schnitt setzen 40% bis 50% weniger als 5000 € ein, was teils auch auf einen Brancheneffekt bzw. auf den hohen Anteil personenbezogener Dienstleistungen mit geringem Kapitalbedarf rückführbar ist.
- Zur Gründungsfinanzierung greift rund die Hälfte auf familiäre Beziehungsnetzwerke zurück. Im Geschlechtervergleich zeigt sich, dass Frauen (mit Ausnahme der Italienerinnen) häufiger auf informelle Finanzierungsquellen, d.h. auf Familienangehörige, zurückgreifen als Männer der gleichen Ethnie. Informelle Quellen stellen i.d.R. die wichtigste Form der Gründungsfinanzierung dar. Dies ist jedoch nicht nur bei Migrantinnen, sondern auch bei den autochthonen Frauen der Fall.
- Nur etwa jede dritte Migrantin finanzierte ihr Gründungsvorhaben mit Hilfe eines Bankkredits. Allerdings spiegeln sich in diesen Zahlen nur jene wider, denen ein Kredit bewilligt wurde. Der Gesamtblick zeigt, dass vielen Migrantinnen ein Kredit verwehrt wurde, und dies auch weit häufiger als den Gründerinnen deutscher Herkunft. Am stärksten benachteiligt sind Frauen aus Russland, dicht gefolgt von den polnisch- und türkischstämmigen, von denen fast jede Zweite auf einen Kredit verzichten musste. Schwierigkeiten haben insbesondere Frauen, die erst in jüngerer Zeit zugewandert sind.
- Eine Benachteiligung bei der Kreditbeschaffung ist allerdings kein geschlechts- sondern zuvorderst ein herkunftsspezifisches Phänomen. D.h. Männer der jeweils gleichen Ethnie stoßen auf dieselben Schwierigkeiten.

Strukturell und persönlich bedingte Gründungshemmnisse

Darüber hinaus kommt bei der Gründung ein ganzes Bündel an weiteren Hemmnissen zum Tragen. Mittels mehrdimensionaler Analysen wurde ein Ursachenmuster identifiziert, anhand dessen sich die herkunftsspezifischen Differenzen und Gemeinsamkeiten und gleichzeitig auch geschlechterspezifische Unterschiede in Bezug auf die empfundenen Hindernisse erkennen lassen:

- Migrantinnen sehen im Vergleich zu den Gründerinnen deutscher Herkunft wesentlich stärkere Probleme bei der Überwindung struktureller Hindernisse: Dies zeigt eine Faktorenanalyse und betrifft (neben den Finanzierungsproblemen) den allgemeinen bürokratischen Aufwand sowie aber auch die fehlenden Kenntnisse bzgl. der formalen und gesetzlichen Anforderungen bei der Gründung eines Unternehmens.
- Im Vergleich hierzu zeigen die persönlichen Faktoren eine problematischere Wirkung. Sie erschweren die Gründungsvorhaben von Migrantinnen viel eher als bei Männern oder bringen sie auch ganz zum Scheitern: Hier macht sich insbesondere das Fehlen kaufmännischer Kenntnisse bemerkbar, was die Gründerinnen auch selbst als besonders hohes Risiko erachten. Möglicherweise gestehen Frauen diese Defizite auch eher ein als Männer. Hinzu kommen aber genauso physische und psychische Belastungen, die eine Gründung erschweren und durch die oftmals auch das familiäre Umfeld in Mitleidenschaft gezogen wird.

Gründungsvorbereitung, Beratungs- und Unterstützungsbedarf

Untersuchungen zeigen, dass Planungsleistungen den Erfolg von Gründungen spürbar erhöhen. Ein Feld, in welchem öffentliche Institutionen intervenieren und die Entwicklung von Gründungsaktivitäten und Unternehmen unterstützen können, ist das der Gründungsvorbereitung, die vor allem Information und Beratung erfordert.

Businessplan

Fragt man zunächst danach, in welcher Weise sich die Gründer/innen durch systematische Planung vorbereiten, ergibt sich folgendes Bild:

- Hinsichtlich der Gründungsvorbereitung durch einen schriftlich fixierten Businessplan wird eine Zweiteilung der weiblichen Untersuchungspopulation ersichtlich: Während Russinnen und Polinnen mindestens genauso häufig einen Businessplan erstellt

haben wie deutsche Frauen (bis zu bzw. über der Hälfte), schneiden Türkinnen und Italienerinnen in dieser Hinsicht deutlich schlechter ab (ein Viertel bis zu einem Drittel).

- Berücksichtigt man den Einfluss von Drittfaktoren, ist festzustellen, dass die Frage, ob Migrant(inn)en einen Businessplan erstellen, nicht vom Geschlecht und auch weniger als erwartet von der ethnischen Herkunft bestimmt wird, sondern vor allem vom Niveau der formalen Bildung und von ihrem Kreditbedarf.

Inanspruchnahme von Gründungsberatung und ihre Hindernisse

Beratung kann durch verschiedene Institutionen oder auch im privaten Rahmen erfolgen, womit aber ggf. ihre Wirkung schwankt. Ein vielerorts erkanntes Problem ist, dass sich Migrantinnen und Migranten häufiger distanzieren gegenüber öffentlichen Beratungseinrichtungen und der Aneignung externen Wissens zeigen.

- Die Befragungsergebnisse lassen eine teilweise mangelhafte Gründungsvorbereitung von Migrantinnen erkennen. Mehr als die Hälfte der türkisch- und italienischstämmigen Gründerinnen nimmt weder öffentliche noch private Beratungsleistungen in Anspruch. Bei Frauen polnischer oder russischer Herkunft liegt der Anteil an beratungsabstinenten Gründerinnen zwar etwas niedriger, was aber teils darauf zurückzuführen ist, dass viele dieser Frauen Fördermaßnahmen nutzen und daher auch „obligatorisch“ eine adäquate Institution im Beratungsumfeld aufsuchen müssen.
- Dennoch ist der Zuspruch zu öffentlichen Beratungsangeboten vergleichsweise gering: Von den türkischen und italienischen Migrantinnen suchte weniger als jede vierte Gründerin eine öffentliche Beratungseinrichtung auf. Aber auch bei den russischen und polnischen Frauen waren dies nur wenige mehr.
- Konzentriert man sich auf die in jüngerer Zeit erfolgten Gründungen (seit 2000), so ist festzustellen, dass Migrantinnen und Migranten in geringerem Umfang als Deutsche öffentliche Beratung in Anspruch nehmen. Bei Frauen fällt diese Diskrepanz allerdings etwas geringer aus als bei den Männern aus. Das derzeitige Gefälle in der Beratungsbereitschaft von Frauen mit und ohne Zuwanderungsgeschichte ist nicht zuletzt darauf zurückzuführen, dass die steigende Zahl einschlägiger Angebote den Einheimischen offenbar stärker als den Migrantinnen entgegenkommt.

Eine politische Initiative zur Erhöhung der Inanspruchnahme von Beratung erfordert Kenntnisse darüber, was die Ursachen für die „Beratungsferne“ sind.

- Die Beratungsresistenz beruht teils auf der Überzeugung, über das kognitive Rüstzeug selbst zu verfügen. Etwa jede zweite Migrantin, die sich nicht beraten ließ, sieht keine Notwendigkeit, die eigenen Kenntnisse durch andere Personen zu komplettieren. Unter Frauen aus der russischen Förderaktion liegt dieser Anteil etwas niedriger.
- Der Zugang zu Beratungseinrichtungen setzt zunächst auch Wissen über deren Existenz voraus. Migrantinnen geben aber häufig an, nicht über die entsprechenden Angebote informiert gewesen zu sein. Auf Frauen türkischer Herkunft trifft dies fast viermal so häufig zu wie auf deutsche Frauen.
- Darüber hinaus haben über 40% der türkischstämmigen Unternehmerinnen keine Beratung in Anspruch genommen, weil es ihrer Meinung nach keine für sie passende Beratung gibt und sie zudem davon ausgingen, dass der Berater ihre Probleme nicht versteht. Dieses Hindernis spielt bei anderen Migrantengruppen eine geringere Rolle.

Anforderungen an die Beratung aus Sicht der Gründerinnen

Der Zugang zu Beratung kann u. U. durch attraktivere und zielgenauere Angebote erhöht werden, weshalb die Gründer/innen nach ihren Wünschen hinsichtlich der Gestaltung der Beratungsangebote gefragt wurden. Dabei interessierten sowohl die Vorstellungen derer, die sich bereits beraten ließen, als auch derjenigen, die bisher nicht auf externes Wissen zurückgegriffen haben.

- Ein bemerkenswert hoher Anteil an Migrantinnen und Migranten wünscht sich professionellere Formen der Gründungsberatung. Dieses Verlangen ist bei Migrantinnen deutlich stärker ausgeprägt als bei Gründerinnen ohne Migrationshintergrund.
- Die Seriosität dieser Forderung wird dadurch gestützt, dass Frauen, die bereits Beratung in Anspruch genommen und daher Erfahrung gesammelt haben, sich im stärkeren Umfang professionellere Beratung wünschen als die noch nicht Beratenen. Diese Anforderung mag ein Hinweis auf die Unzulänglichkeit der bisherigen Angebote sein, gleichzeitig aber auch die Einsicht in persönliche Defizite widerspiegeln.
- Die größte Dringlichkeit besitzt dieser Wunsch bei türkischstämmigen Frauen, von denen sich im Durchschnitt (Beratene und Nicht-Beratene zusammengefasst) etwa 60% professionelle Angebote wünschen. Unter polnischen und russischen Migrantinnen ist dies durchschnittlich etwa bei der Hälfte der Fall. Demgegenüber äußern sich die Italienerinnen hier eher verhalten.
- Symptomatisch für das Verlangen nach professionellerer Beratung ist der Wunsch nach Berater/innen, die selbst schon ein Unternehmen gegründet und

Praxiserfahrung haben. Dies ist durchschnittlich für weit mehr als die Hälfte aller Befragten ein wichtiger Punkt.

- Am häufigsten wird eine Beratung in Bezug auf betriebswirtschaftliche Probleme sowie in Finanzierungsfragen nachgefragt; letzteres insbesondere bei Türkinnen. Aber auch in rechtlichen Fragen, dem Umgang mit Ämtern und Behörden sowie in Marketingstrategien hätten sich viele Migrantinnen mehr professionelle Beratung gewünscht.
- Neben inhaltlichen bzw. themenbezogenen Aspekten kommt zudem die Frage der Zielgruppenorientierung ins Spiel: Sieht man von den Frauen türkischer Herkunft ab, so sind es auch hier wieder eher die Gründerinnen mit Beratungserfahrung, die sich stärker als die Nicht-Beratenen migrantenspezifische Angebote wünschen.
- Je nach Gruppe wünscht sich zwischen einem Viertel und der Hälfte der Gründerinnen eine auf Migrant(inn)en spezialisierte Beratungsstelle. Am stärksten ist dies bei Frauen türkischer Herkunft der Fall, wobei dies hier insbesondere auf diejenigen zutrifft, die bisher noch an keiner Beratung teilgenommen haben. Ein auf Migrantinnen orientiertes Angebot könnte daher möglicherweise eine bisher nicht erreichte Gruppe erschließen.
- Die Frauen mit türkischem Hintergrund sind auch viel stärker als diejenigen anderer Gruppen an einer frauenspezifischen Beratung interessiert (über die Hälfte gegenüber jeweils rund einem Viertel).
- Werden die Determinanten der Bereitschaft zum Besuch einer öffentlichen Beratungsstelle mittels einer multivariaten Analyse bestimmt, zeigt sich, dass der Wille zur Informationsbeschaffung vor allem durch den Kreditbedarf, indirekt durch die Teilnahme an Förderprogrammen sowie durch einen Schulabschluss im Inland positiv beeinflusst wird. Bildung ist auch hier maßgeblich, denn die Bereitschaft zur Aneignung von Wissen setzt das Wissen um die Bedeutung von Wissen voraus.

Pfade zur sozialen und strukturellen Integration

Die Diskussion um die Ursachen und die Bedeutung von Migrantenselbständigkeit in Deutschland ist mit der Frage verbunden, welche Integrationswirkung von ihr ausgeht, da sich Migrantinnen und Migranten mit der Gründung eines eigenen Unternehmens u.U. die Möglichkeit zum sozialen Aufstieg und zur Verbesserung ihrer ökonomischen Lage bietet. Andererseits wird insbesondere bei Gründungen aus der Not (so etwa aus der Arbeitslosigkeit) der Verdacht geäußert, Selbständige mit Zuwanderungsgeschichte würden mit ihren Unternehmen eher am subsistenzwirtschaftlichen Rand verharren. Nicht selten auch wird davon ausgegangen, dass der Weg in die Selbständigkeit in eine Mobilitätsfalle führt.

Unsere Ergebnisse belegen eher die erstgenannte These, nach welcher sich Migrantinnen durch den Schritt in die Selbständigkeit vermehrt Optionen für eine bessere soziale und ökonomische Platzierung bieten.

Verbessertes Einkommen und höherer Status

Ein zentraler Faktor, der auch über die Partizipation am gesellschaftlichen Wohlstand entscheidet, ist das in der Selbständigkeit erzielte Einkommen und hierbei die Frage, ob der Schritt in die Selbständigkeit mit einer Besserstellung gegenüber einer abhängigen Beschäftigung verbunden ist. Hier zeigt sich:

- Frauen wie auch Männer mit und ohne Migrationshintergrund erwirtschaften in der Selbständigkeit ein durchschnittlich höheres monatliches Netto-Einkommen als in einer Arbeitnehmerposition. Dies ist eine wichtige Botschaft bei der Bemessung der Integrationswirkung. Die Differenz der durchschnittlichen Einkommen aus der Selbständigen- und Arbeitnehmer-tätigkeit schwankt je nach ethnischer Herkunft. Bemerkenswert ist, dass dieser Differenzwert bei den Frauen mit Migrationshintergrund etwas höher als bei den deutschen Frauen ist.
- Diese Struktur spiegelt im Übrigen auch den subjektiven Eindruck der Gründerinnen wider: Der Aussage, dass man in der Selbständigkeit mehr als in einer abhängigen Beschäftigung verdienen würde, widersprach nur zwischen einem Fünftel (Türkinnen und Russinnen) und einem Drittel (Italienerinnen und Polinnen). Bei den deutschen Frauen ist dies bei der Hälfte der Fall.
- Die türkisch- und italienischstämmigen Frauen erwirtschaften zwar weniger als die Frauen deutscher Herkunft, doch erzielen die Osteuropäerinnen höhere Einkommen. Allerdings liegt der Mittelwert für das monatliche Nettoeinkommen von Männern deutscher Herkunft – was nicht verwundert – am höchsten.
- Vor diesem Hintergrund dürfte der mit Blick auf das Gründungsmotiv relativ häufig genannte Wunsch einer „Statusverbesserung“ (siehe oben) auch eine gewisse Berechtigung haben. Allerdings verbessern die Frauen (und Männer) türkischer und italienischer Herkunft vor allem auch deswegen ihren Verdienst, weil sie eine entsprechend hohe Arbeitsleistung erbringen. Dies ist natürlich auch im Zusammenhang mit ihrer Überrepräsentation im arbeitsintensiven Handel und Gastgewerbe zu sehen. In vielen Fällen erscheint daher der Verdacht nicht unbegründet, dass die „Freiheit der Selbständigkeit“ (und der relative Wohlstand) auf einem hohen Maß an Selbstaussbeutung beruht.

Besser gebildet als die Nicht-Selbständigen

Eine gute Bildung und berufliche Qualifikation erhöhen deutlich die Erfolgchancen von Gründungen bzw. das Überleben am Markt. Die Ergebnisse weisen keinesfalls darauf hin, dass das Feld der Migrantenselbständigkeit ein Sammelbecken für Geringqualifizierte ist. Im Gegenteil:

- Selbständige verfügen (wie indirekt bereits festgestellt) i.d.R. über eine höhere Bildung und berufliche Qualifikation als die abhängig Beschäftigten. Dies gilt für alle Herkunftsgruppen und für Frauen und Männer in fast gleichem Maße.
- Es sind vor allem die Frauen, die über eine höhere Qualifikation verfügen und diese besser als die Männer und besser als in einer abhängigen Beschäftigung für ein unternehmerisches Engagement verwerten können. Dies gilt insbesondere für die Frauen türkischer Herkunft. Sie haben zwar weniger häufig als die Polinnen und Russinnen einen akademischen Abschluss vorzuweisen, soweit dies jedoch der Fall ist, können sie diesen eher mit einer bildungsadäquaten selbständigen Tätigkeit verbinden als ihre männlichen Pendants.
- Dieses Geschlechterverhältnis gilt v.a. für die Angehörigen der zweiten Generation.
- Je nachdem, wie man die im Herkunftsland erzielten Studienabschlüsse bewertet, kommt zumindest das Bildungsniveau der aus Polen und Russland stammenden Selbständigen demjenigen der Deutschen nahe.

Arbeitsmarktintegration durch Selbstbeschäftigung und Beschäftigung anderer

Der Zugang zu Arbeit ist ein gewichtiger Integrationsindikator. Selbständige schaffen zuallererst einen Arbeitsplatz für sich selbst und bei entsprechendem Erfolg möglicherweise auch für andere. Dennoch ist die Integrationswirkung in manchen Fällen umstritten, denn der Schritt in die Selbständigkeit kann u.U. auch als eine Flucht aus der Arbeitslosigkeit und mithin als Ergebnis von Prekarität verstanden werden. Allerdings wird auf diesem Wege die Arbeitsmarktintegration insgesamt erhöht.

- Ein Viertel bis fast ein Drittel der türkischstämmigen Frauen hat ihr Unternehmen aus der Nicht-Erwerbstätigkeit gegründet. Dabei ist zu beachten, dass es sich hier nicht nur um direkte Übergänge aus der Arbeitslosigkeit, sondern auch aus anderen Formen einer Nicht-Beschäftigung (Hausfrau, Ausbildung usw.) handelt.
- Etwa ein Viertel der Polinnen und Russinnen hat sich selbständig gemacht, weil sie keine feste Anstellung bei einem Arbeitgeber finden konnten.

Wächst das Unternehmen, tragen Selbständige nicht nur zur eigenen, sondern auch zur Arbeitsmarktintegration anderer bei. Diesbezüglich sind unter den betrieblichen Leistungspotenzialen selbständiger Migrantinnen zwei gesellschaftlich wichtige Beiträge zu erwähnen:

- Gemessen an der durchschnittlichen Zahl der geschaffenen Arbeitsplätze ist der Beschäftigungsbeitrag selbständiger Migrantinnen mit demjenigen der deutschen Unternehmerinnen durchaus vergleichbar. Vor dem Hintergrund der hohen Arbeitslosigkeit unter Ausländern ist von Bedeutung, dass in Migrantenunternehmen überproportional viele Landsleute einen Arbeitsplatz finden. Hinzu kommt, dass Frauenunternehmen in hohem Maße auch Frauen bzw. Migrantinnen beschäftigen.
- Zwar ist die Ausbildungsfähigkeit und -bereitschaft von Migrantenunternehmen insgesamt betrachtet noch immer geringer als die der deutschen, doch zeigen sich erstaunliche Geschlechterdifferenzen: In fast allen Herkunftsgruppen liegt die Ausbildungsquote in den von Frauen geführten Unternehmen höher als bei den Männern. Dies gilt zumindest für Nordrhein-Westfalen. Insbesondere die türkischstämmigen Frauen weisen ein überdurchschnittlich starkes Ausbildungsengagement auf. Unter (multivariater) Kontrolle weiterer Einflussfaktoren bilden Frauen türkischer Herkunft in etwa dreimal so häufig aus als die Männer.

Identifikation, soziale Interaktion und Einbettung

Ein Teil der englischsprachigen Ethnic Entrepreneurship-Forschung geht von einem eher schwachen Integrationswillen selbständiger Migranten und einer geringen Identifikation mit dem Aufnahmeland aus. Die Zugewanderten sind zum einen mit dem Verdacht konfrontiert, dass die aus dem unternehmerischen Engagement erzielten Erträge vorrangig einer Rückkehr ins Heimatland dienen („sojourning mentality thesis“). Zum anderen wird einem beachtlichen Teil eine ethnische Nischenstrategie und hierbei eine Abschottung von der Mehrheitsgesellschaft unterstellt („enclave theory“). In unserer Untersuchung in Nordrhein-Westfalen zeigt sich insgesamt betrachtet eher das Gegenteil, wobei allerdings auch bemerkenswerte Unterschiede zwischen den einzelnen Ethnien zu beobachten sind.

- Migrantinnen und Migranten, die hierzulande ein Unternehmen gründen, äußern zu einem höheren Anteil als die Arbeitnehmer/innen ihrer Ethnie die Absicht, auch lebenslang in Deutschland verweilen zu wollen. D.h. durch den Schritt in die Selbständigkeit verlagert sich nicht nur das wirtschaftliche sondern auch das soziale Leben vom Herkunfts- in das Aufnahmeland. Eine gewisse „Zerrissenheit“ demonstrieren

allerdings die Italiener/innen, von denen über die Hälfte maximal bis zur Rente in Deutschland verweilen möchte.

- Ein uneinheitliches Bild zeigt sich in Bezug auf den Nexus von Einbürgerungswillen und unternehmerischer Aktivität: Selbständige Frauen und Männer türkischer Herkunft sind häufiger eingebürgert als die Arbeitnehmer/innen ihrer Ethnie, während dies bspw. bei den Zuwanderer/innen aus Polen eher umgekehrt ist (siehe hierzu weiter oben).
- Rund zwei Drittel der selbständigen Frauen türkischer oder italienischer Herkunft haben in ihrer Freizeit „täglich“ oder „mehrmals die Woche“ Kontakt zu Deutschen. Dies sind Werte, die über diejenigen in vergleichbaren Befragungen von Arbeitnehmerinnen liegen. Selbständige Frauen aus Polen und Russland haben noch weit häufiger Freizeitkontakte zu den Einheimischen; und dies obwohl sie eine durchschnittlich geringere Aufenthaltszeit in Deutschland vorweisen können.
- Das unternehmerische Wirken von Migrantinnen und Migranten ist auch im beruflichen bzw. geschäftlichen Bereich nur zu einem geringen Teil durch binnenethnische Beziehungen, sondern viel eher durch eine Öffnung zum „heimischen“ Markt geprägt: Zum einen sind es nur wenige Selbständige, deren Kundenstruktur mehrheitlich Landsleute aufweist. Dies ist bei den selbständigen Frauen russischer Herkunft (ein Viertel) am häufigsten und am zweithäufigsten bei denen türkischer Herkunft (über ein Zehntel) der Fall. Unter den Männern liegen die Anteile teilweise etwas höher. Zum zweiten sind unter den Selbständigen auch diejenigen in der Minderheit, für die co-ethnische Kontakte zu Geschäftspartner/innen eine größere Bedeutung besitzen.

D. Handlungsbedarf und -empfehlungen

Die Befunde dienen dazu, sowohl die Probleme und den Handlungsbedarf zu identifizieren als auch diesbezüglich Lösungsvorschläge für die Ministerien und politischen Institutionen zu entwickeln. Allerdings müssen sich die Handlungsempfehlungen gleichzeitig als kompatibel mit den in der Praxis vorzufindenden Bedingungen und Erfahrungen erweisen, wenn es um die Umsetzung einzelner Maßnahmen geht. Ohnehin beruhen Handlungsempfehlungen vernünftigerweise auf einer möglichst breiten Palette an Erkenntnissen. Aus diesen Gründen erscheint es angebracht, den nachfolgend dargestellten Handlungsbedarf und die daraus entwickelten Empfehlungen mit all denjenigen Institutionen bzw. Verbänden, Kammern, Verwaltungen und Projekten zu diskutieren, die sich derzeit mit den Migranten und Frauen betreffenden Fragen der Gründungs-, Wirtschafts- und Integrationspolitik befassen oder befassen sollten.

Zunächst werden einige grundsätzliche Erwägungen und Erfordernisse vorgestellt, von denen die Empfehlungen geleitet werden. Dem folgt eine kurze Zusammenstellung der Probleme und Herausforderungen, aus denen sich der Interventions- und Handlungsbedarf ableiten lässt. Darauf aufbauend werden die empfohlenen Maßnahmen im Einzelnen dargelegt.

D1. Grundsätzliche Erfordernisse auf allen Handlungsebenen

Die Handlungsempfehlungen werden von einigen aus den Forschungsbefunden resultierenden „Querschnittszielen“ geleitet, die u.E. auf sämtlichen Handlungsebenen (politische Institutionen, kommunale Verwaltungen, Förderinstitutionen, Beratungsstellen etc.) Berücksichtigung finden sollten. Diese grundsätzlichen Erfordernisse haben eher bewusstseinsbildenden Charakter und sind daher als Prämissen sowohl in der Politik- und Maßnahmengestaltung als auch mit Blick auf „good practice“ im Umgang mit Gründerinnen und Selbständigen mit Migrationshintergrund zu verstehen.

- (1) Arbeitsmarkt- und Integrationsprobleme lassen sich nicht länger nur durch herkömmliche Instrumente lösen, die vornehmlich auf eine Ausweitung abhängiger Beschäftigungsverhältnisse zielen. Durch den Wandel in der Organisation von Unternehmen und Arbeit steigt die Zahl an beruflich Selbständigen und zudem der Anteil an Menschen, die sich mindestens einmal im Leben mit einer Gründungsentscheidung befassen (und sei es nur vorübergehend). Gleichzeitig erweitert die wachsende Individualisierung, Informatisierung und Dezentralisierung das Spektrum unternehmerischer Betätigungsformen, weshalb auch nur noch eine kleine Minderheit der Gründerinnen und Gründer dem idealtypischen Unternehmerbild entspricht. Förder- und Beratungseinrichtungen müssen sich daher mit veränderten Wirklichkeiten, d.h. mit einer höheren Diversität unternehmerischer Aktivitäten und Formen auseinandersetzen. Die unternehmerische Vielfalt wird durch Frauen- und Migrantenselbständigkeit wesentlich erhöht.
- (2) Das allorts stärker eingeforderte unternehmerische Engagement kann nur gedeihen, wenn das gesamte Erwerbspotenzial ausgeschöpft wird. Dies erfordert eine höhere Beteiligung von Frauen mit Migrationshintergrund, was nur gelingen kann, wenn sich auch die Förderinstitutionen mit den bislang eher unbekannteren Determinanten von Migrantenselbständigkeit befassen.
- (3) Erforderlich ist eine Regionen und Institutionen übergreifende Politik- und Beratungspraxis, die eine Stereotypisierung und Etikettierung nach Geschlechtern vermeidet und nicht nur vergegenwärtigt, son-

dern in aktiver Weise signalisiert, dass die von Frauen gegründeten und geführten Unternehmen nicht per se von geringerer Güte und daher nicht weniger förderungswürdig sind. Das unternehmerische Engagement von Frauen wird von anderen Ressourcen, Gelegenheiten und Restriktionen als bei Männern geleitet. Unter gleichen Ausgangsbedingungen – und letztlich durch den Abbau spezifischer Hemmnisse – reduzieren sich die Geschlechterdiskrepanzen beträchtlich.

- (4) Eine geschlechter- und herkunftssensible Förderpolitik verlangt neben dem Bekenntnis zur Chancengleichheit vor allem Ungleichheit beseitigende Maßnahmen. Einige diesbezüglich relevante Handlungsfelder sind der Gründungs- und Wirtschaftspolitik vorgelagert. Sie liegen im Bereich gesellschaftlicher Sozialisation und dabei vor allem im bildungs-, familien- und integrationspolitischen Feld. Eine lenkende Wirkung kommt dabei insbesondere solchen Maßnahmen zu, die das Ausmaß beruflicher Segregation reduzieren, indem sich bspw. junge Frauen auch für die von Männern dominierten Berufe entscheiden. Die Ausübung frauentypischer Berufe verringert die Gründungschancen enorm.
- (5) Ungleichheitsstrukturen sind jedoch nicht allein ein der Gründung vorgelagertes Phänomen. In der konkreten Fördersituation wird Gleichstellung oftmals als „Gleichbehandlung“ und „Rücksichtnahme auf Frauen bzw. Migrantinnen“ missverstanden und wenig realisiert, dass die Standardangebote durch die Leitbilder einer männlich dominierten Unternehmerwelt geprägt sind und „bloße Rücksichtnahme“ Frauen (und Migrantinnen im Besonderen) zur Ausnahme im Fördergeschehen deklassiert. Dieses Problem kann nur durch Beratungsformen mit hoher Kompetenz in Gender- und interkulturellen Fragen gelöst werden.
- (6) Die Heterogenität von Migrantenselbständigkeit hat sich – nicht zuletzt durch die Öffnung in Osteuropa – enorm erhöht; mit allen Folgen für die Frage nach der Bedeutung von individuellen Ressourcen und institutionellen Hürden. Vor diesem Hintergrund gewinnt das Für und Wider um die Gestaltung sogenannter „migrantenspezifischer“ Angebote eine neue Qualität, da sich die förder- und beratungspolitischen Institutionen nicht mehr mit der Frage des Zuschnitts auf Migranten insgesamt, sondern mit den herkunftsspezifischen Bedingungen, d.h. mit einzelnen Ethnien auseinandersetzen müssen. Gründerinnen mit Migrationshintergrund „an sich“ bilden keine „Zielgruppe“ im kommunikationswissenschaftlichen Sinn, da Zielgruppen durch gemeinsame Bedarfe gekennzeichnet und adressierbar sind. Dieser Umstand erfordert eine Neuausrichtung der Debatte um Zielgruppenpolitik.
- (7) Eine zielgruppenorientierte Gestaltung von öffentlichen Unterstützungsangeboten ist aber dennoch nur in Teilen realisierbar und erfolgsversprechend, da dies erstens die Organisationsfähigkeit mancher In-

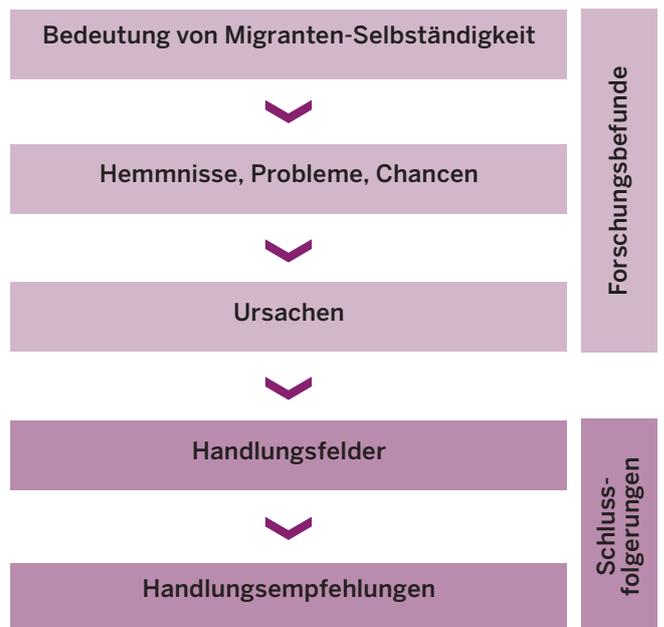
stitutionen überfordert, zweitens eine „Ethnisierung“ nicht von allen Herkunftsgruppen aufgrund möglicher Stigmatisierung gewünscht wird, und drittens ein dauerhafter Ausschluss von den Regelinstitutionen die Gefahr von Mobilitätsfallen verstärkt.

Diese eher grundsätzlichen Erwägungen bilden gewissermaßen das Portfolio für die Entwicklung der Handlungsempfehlungen im Einzelnen.

D2. Handlungsfelder und mögliche Maßnahmen

Jegliche Handlungsempfehlung steht in unmittelbarem Zusammenhang mit den Gesamtzielen der vorliegenden Studie, in deren handlungsorientiertem Teil die Frage im Mittelpunkt steht, in welcher Weise die Gründungs- und unternehmerischen Aktivitäten von Frauen mit Zuwanderungsgeschichte erhöht und zu entsprechendem Erfolg geführt werden können. Dieses Ziel ist mit der Hoffnung verbunden, dass der Schritt in die Selbständigkeit gleichzeitig die Chancen von Migrantinnen zur Integration in Gesellschaft und Arbeitsmarkt erhöht.

Dem folgend ergeben sich die einzelnen Handlungsfelder aus der Analyse der quantitativen und qualitativen Bedeutung der Gründungsaktivitäten von Migrantinnen (auch im Hinblick auf Integrationsfragen), aus den damit einhergehenden Problemen und Chancen sowie aus den jeweils zugrundeliegenden Ursachen.



In dieser Perspektive sind mit Blick auf die Forschungsbefunde folgende Handlungsfelder und hierauf bezogene einzelne Maßnahmen herauszustellen:

1. Gründungspotenziale und -voraussetzungen

Zwar ist sich die Gründungsforschung einig, dass eine generelle Erhöhung der unternehmerischen Aktivitäten nur durch eine frühzeitige, d.h. bis in die Sozialisation zurückreichende, Stärkung der Selbständigkeitsneigungen und -fähigkeiten hervorgerufen werden kann, doch lässt dies in Bezug auf Geschlecht und ethnische Herkunft ganz unterschiedliche Schlussfolgerungen zu. Die Ursachen der Geschlechterdiskrepanz (gender gap) im Gründungspotenzial liegen bei Menschen mit und ohne Migrationshintergrund auf vergleichbarer Ebene, weshalb dann auch die Handlungserfordernisse in etwa dieselben sind. Adäquate Maßnahmen können daher dem frauen- und genderpolitischen Instrumentenkasten entnommen werden. Demgegenüber sind die Anstrengungen zur Verringerung ethnischer Diskrepanzen im Gründungspotenzial mit anderen Ausgangsbedingungen konfrontiert: Die Untersuchungsergebnisse zeigen, dass die Gründungsquoten von Migrantinnen nicht etwa unterhalb, sondern sogar über denjenigen der einheimischen Frauen liegen. Allerdings wird das Gründungs-geschehen unter den Zugewanderten zum einen durch hohe Schließungsraten konterkariert und ist zum anderen teilweise branchenspezifisch stark segregiert.

▣ Dies lässt den Schluss zu, dass die zu beseitigenden Defizite (zumindest herkunfts- und nicht geschlechterbezogen betrachtet) weniger quantitativer als vielmehr qualitativer Natur sind. D.h., das Handlungsfeld zur Verbesserung der Gründungsvoraussetzungen unter Migrantinnen berührt nicht nur die Frage, ob Frauen mit Migrationshintergrund im Verlauf ihrer (Berufs-)Biographie adäquate Gründungsneigungen und -fähigkeiten entwickeln, sondern vor allem welche sie entwickeln. Das Handlungsfeld liegt daher im Schnittpunkt von erzie-hungs-, bildungs- und familienpolitischen Zielsetzungen.

Hierauf bezogene Handlungsempfehlungen / Maßnahmen im Einzelnen

Nahezu sämtliche Maßnahmen, die dazu beitragen, die Gründungsaktivitäten von Migrantinnen in ein breiter gefächertes Branchenspektrum zu lenken (und zudem in den modernen wissensintensiven Dienstleistungen zu stärken) sind eng mit der Bildungspolitik und daher mit Versuchen verknüpft, die Bildungsbeteiligung von Menschen bzw. Jugendlichen mit Zuwanderungsgeschichte generell zu erhöhen oder aber die im Ausland erzielten Berufsabschlüsse durch Weiterbildung aufzuwerten bzw. anzuerkennen. Auf beiden Ebenen finden sich bereits vorbildliche Maßnahmen und Projekte, bei deren Fortführung allerdings auch eine zumindest in Teilen sinnvolle Zielgruppenspezifizierung auf Migrantinnen bestimmter Herkunft überlegenswert ist. Eine dritte Ebene betrifft allgemeine Maßnahmen zur Verbesserung der Sprach-

kompetenzen. Das Beherrschen der deutschen Sprache und die damit verbundene Kommunikationsfähigkeit ist zwar eine zentrale Komponente der Gründungspotenziale, allerdings wird an dieser Stelle auf die bereits bekannten und verbreiteten Sprachförderangebote verwiesen (vgl. auch Aktionsplan Integration sowie Integrationsbericht des MGFFI). Eine vierte Ebene umfasst Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf, die den Arbeitsmarktzugang von Frauen insgesamt (d.h. mit und ohne Migrationshintergrund sowie in verschiedenen beruflichen Stellungen) verbessern. Auch diesbezüglich liegen Vorschläge und Projekte vor, denen allerdings eine Zuspitzung auf die Situation von Migrantinnen teils noch fehlt.

A. Im Fokus des an Sozialisationsfragen orientierten Maßnahmenstrangs (u.a. für Jugendliche) stehen vor allem Migrantinnen aus den ehemaligen Anwerbeländern, die sich (anders als die Osteuropäerinnen) stärker auf Einfachdienstleistungen und damit auf die weniger aussichtsreichen Unternehmens- und Branchensegmente konzentrieren. Zu den (nur teilweise in Gang gesetzten) Maßnahmen, die in einem nachvollziehbaren Zusammenhang mit entsprechenden Gründungspotenzialen und -fähigkeiten stehen, zählen

- Initiativen, die das **Berufswahlspektrum** von Schülerinnen und dabei auch von jugendlichen Migrantinnen erhöhen, wie z.B. der alljährlich bundesweit organisierte „Girls' Day – Mädchen-Zukunftstag“ oder das Projekt „Zukunft fördern. Vertiefte Berufsorientierung gestalten“ der Stiftung Partner für Schule Nordrhein-Westfalen. Die berufliche Segregation der Geschlechter ist für Frauen ein wesentlicher Hinderungsfaktor im Zugang zu Selbständigkeit, da „Männerberufe“ mehr Opportunitätsstrukturen bieten. Insbesondere Migrantenfamilien halten in der Berufsorientierung häufig an traditionellen Rollenmustern fest.
- **Schüler(innen)firmen**, die Jugendlichen Praxiswissen zur Erprobung von beruflicher Selbständigkeit oder allgemeine Kenntnisse über den betrieblichen Alltag vermitteln. Dazu gehören auch Wettbewerbe mit kulturübergreifenden Zielsetzungen, wie etwa der Unternehmenspreis 2009 „Wir Wollen: Wirtschaft für Schule in Nordrhein-Westfalen 2009“. Wünschenswert ist, die Nordrhein-Westfalen-Projekte, wie „GO to school“ oder JUNIOR mit noch stärkerer Zielgruppenorientierung auf Mädchen mit Migrationshintergrund fortzuführen. Ein Problem ist, dass vergleichbare Initiativen die Schulen mit höherem Migrantinnenanteil (Haupt- und Realschulen) in geringerem Maß erreichen.³

³ Vgl. z.B. die Evaluation von Krol (2004) zur Nutzung von „GO! to School“ und anderen Angeboten in Bezug auf verschiedene Schularten.

- Eine Zielgruppenorientierung verdienen auch Initiativen, die auf die **Zusammenarbeit** mit Betrieben setzen (siehe oben), wobei hier v.a. eine bewusst initiierte Beteiligung von **Unternehmen erfolgreicher Migrantinnen** aus Nordrhein-Westfalen erforderlich wäre.
- Ein derzeit vergleichsweise wenig genutztes Maßnahmenfeld ist die Vermittlung von ökonomischem Orientierungswissen im **Regelunterricht** (Wirtschafts-/Soziallehre) **über die Möglichkeiten beruflicher Selbständigkeit**. Da Migrant(inn)en im Primärbereich überrepräsentiert sind, bestehen insbesondere hier geeignete Ansatzmöglichkeiten.

B. Ein anderer Maßnahmenstrang betrifft Migrantinnen mit nichtanerkannten Qualifikationen (insbesondere Frauen aus Osteuropa), denen die Unternehmensgründung aufgrund institutioneller Regulierungen (Freie Berufe, Handwerk) erschwert wird. Diese Situation erfordert

- ein transparenteres und v.a. einheitlicheres Verfahren zur **Vergleichbarkeit und Anerkennung der Berufsbildungsabschlüsse**, insbesondere von akademischen Abschlüssen. Bisher liegt nur ein Leitfaden für Handwerksberufe (s. WHKT) sowie ein allgemeiner Ratgeber ohne Bezug auf Selbständigkeit (verschiedene Länder) vor.
- eine Intensivierung solcher **Weiterqualifizierungen**, die nicht nur die Arbeitsmarktchancen generell sondern auch den Zugang zu den selbständigkeitsrelevanten Berufen erhöhen. Das bislang von der Otto Benecke Stiftung angebotene Akademikerprogramm richtet sich viel eher an Bezieher/innen von Arbeitslosengeld.

2. Information und Gründungsberatung

Seit jeher zählen Information und Beratung zu den wichtigsten Instrumenten der Gründungsförderungspolitik. Die Reichweite und Effektivität der Gründungsberatung wird jedoch selten in Bezug auf die übergeordneten Zielsetzungen als vielmehr unter dem Gesichtspunkt der Güte und Effizienz der Beratungsleistungen debattiert. Da die Beratungsangebote i.d.R. allenfalls diejenigen erreichen, die sich bereits konkret mit dem Gedanken an eine Existenzgründung befassen, werden die sonstigen latent vorhandenen unternehmerischen Potenziale in eher geringem Maße ausgeschöpft. Die Gründungsberatung kann aber dennoch einen wichtigen Beitrag leisten, um die Sensibilisierten in ihrer Entscheidung zu beflügeln, zu stärken oder abzusichern. Soweit ihre Aufgabe aber gleichsam darin liegt (oder liegen sollte) von nichttragfähigen Gründungsvorhaben abzuraten, kommt den Beratungsstellen auch eine Art lenkende Funktion zu. Die Untersuchungsergebnisse weisen jedoch darauf hin,

dass die Beratungsangebote in vergleichsweise geringem Umfang wahrgenommen und angenommen werden, wobei hier ethnien-spezifische Unterschiede bestehen. Ferner lässt sich feststellen, dass die Resonanz auch von der Gestaltung und den Leistungen der Beratungsangebote abhängig ist. Hierzu zählt nicht nur der Bedarf an Fachwissen sondern auch an interkultureller Kompetenz. Die Frauen türkischer und italienischer Herkunft sind signifikant unzufriedener mit den Beratungsangeboten als deutsche Frauen.

■ Das Handlungsfeld „Gründungsberatung“ umfasst daher drei Aufgabengebiete: Erstens geht es darum, gründungswillige Migrantinnen von der Notwendigkeit der Aneignung von externem Wissen zu überzeugen (Partizipation an Beratung). Zweitens sind die Beratungsleistungen zu verbessern (Professionalität) und in diesem Zusammenhang ist drittens auch die zumindest in Teilen vorgebrachte Forderung zu sehen, die Angebote an den Interessen und Bedarfen bestimmter Gruppen auszurichten (Zielgruppenorientierung). Damit ist auch die eher grundlegende Frage angesprochen, welcher Handlungsbedarf vor dem Hintergrund der erst jüngst eingerichteten STARTERCENTER NRW besteht bzw. in welcher Weise diese Angebotsinfrastruktur im Hinblick auf den Bedarf von Migrantinnen ergänzt oder verbessert werden könnte.

Hierauf bezogene Handlungsempfehlungen / Maßnahmen im Einzelnen

Natürlich steht die Bereitschaft zur Teilnahme an der Gründungsberatung in engem Zusammenhang mit der Attraktivität des Angebots und daher mit der Professionalität und Zielgruppenorientierung. Aus diesem Grund ergeben sich Überschneidungen.

A. Wichtigste Voraussetzung zur Erhöhung der Beteiligungsteilnahme sind adäquate Informations- und Kommunikationsstrukturen zur Vermittlung der Angebote. Ihre Ausgestaltung ist besonders wichtig, da sie – im Unterschied zu den Formen der direkten persönlichen Beratung (s.u.) – eine weit stärker an individuellen und gruppenspezifischen Bedürfnissen orientierte Ansprache erlauben und dennoch in einem akzeptablen Organisations- und Kostenaufwand bleiben. Dies bedeutet:

- Aufbau und Gestaltung einer (wo erforderlich) mehrsprachigen **Internetseite im STARTERCENTER NRW** mit kurz gefassten Erstinformationen über Gründungsvoraussetzungen, Beratungswege und -stellen. Die Homepage soll im Gegensatz zu den Standard-Angeboten stärker graphisch (bzw. weniger textlastig) aufbereitet sein, jedoch persönliche Beratung nicht ersetzen, sondern zur Inanspruchnahme animieren. Sie kann mit weiteren Internetangeboten des Landes verlinkt werden.

- Als **Orientierungshilfen** in der Vorgründungsphase⁴ können Broschüren und Flyer dienen. Diese sollten übersichtlich gestaltet und nicht zu umfangreich sein (können bei Gruppen mit besonderem Bedarf ggf. in Muttersprache bereitgestellt werden und z.B. Checklisten enthalten). Die Orientierungshilfen vor der Gründung sollen den potenziellen Gründerinnen und Gründern Transparenz vermitteln und das Wissen, welche Unterstützungsangebote im weiteren Gründungsprozess relevant werden.
 - Durchführung niedrigschwelliger **Informationsveranstaltungen**, in denen sich Interessierte grundsätzlich informieren können, ohne zu viel „preisgeben“ zu müssen. In Regionen mit adäquater Populationsgröße bestimmter Ethnien, könnten solche Veranstaltungen auch in regelmäßigen Abständen durch MuttersprachlerInnen durchgeführt werden. Unseren Untersuchungsergebnissen zufolge würde dies speziell für türkische und italienische Gründerinnen Sinn machen.
 - In die Kommunikationsstruktur sollten die sonstigen **migrantennahen kommunalen Anlaufstellen** (z.B. Integrationsbeauftragte oder Ausländerbehörden etc.) nicht nur formal sondern auch inhaltlich **stärker eingebunden** sein (Verweis auf bzw. Weiterleitung zur Gründungsberatung; aber auch Kenntnisse über die damit einhergehenden Probleme). Vor allem sollte das Informationsnetzwerk nicht nur „außenorientiert“ agieren, sondern auch auf einen kontinuierlichen fachlichen Informationsaustausch zwischen den kommunalen Akteuren (darunter auch Kammern, Arbeitsagenturen usw.) angelegt sein.⁵
 - Stark motivierend sind Good Practice Beispiele und dabei die Vorstellung von erfolgreichen Gründerinnen (siehe MGFFI-Broschüre „Zuwanderinnen und ihre Unternehmen“).
- B.** Der institutionelle Aufbau der Gründungsberatung muss von dem Ziel getragen sein, das Prinzip der Dezentralität (Regionalisierung) und des „One-Stop-Shops“, institutionalisiert durch die STARTERCENTER NRW, aufrechtzuerhalten und dennoch auf dieser Grundlage ein bestimmtes Maß an Zielgruppenorientierung realisieren zu können.
- Idealerweise sollte sich eine „Zielgruppe“ nicht nur an der **Frage der ethnischen Zugehörigkeit**, sondern an weiteren Merkmalen, wie **Geschlecht**, Branche usw., bemessen. Eine letztendlich „fallspezifische“ oder „maßgeschneiderte Beratung“, bei welcher auf jede Klientin individuell eingegangen wird, hat allerdings ihre organisatorischen Grenzen (sowohl auf individueller Ebene der beratenden Person als auch auf institutioneller Ebene der Beratungsstellen). Dies bedeutet:
- Je nach **Organisationsfähigkeit** sollten die STARTERCENTER NRW entweder den Charakter von „Erst-Kontakt-Stellen“ haben, die ihr Klientel mit Grundinformationen ausstatten und dann ggf. an fach- und zielgruppenspezifisch kompetentere Beratungsstellen weiterleiten. Dies kann jedoch u.U. zur Unterminierung des One-Stop-Shop-Prinzips führen (Modell 1). Oder aber die STARTERCENTER NRW weisen eine **starke Binnendifferenzierung an Kompetenzen** auf und sind demzufolge in der Lage, die zielgruppen-spezifischen Anforderungen weitestgehend durch eigene Leistungen zu erfüllen (Modell 2).
 - Da die **Konstellation aus Vertrauen, Empathie und Kompetenz** das **wichtigste Instrumentarium** ist, um Migrantinnen zur stärkeren Inanspruchnahme von Beratungsdienstleistungen zu motivieren, und Vertrauen im Wesentlichen im unmittelbaren persönlichen Kontakt zu gewinnen ist, muss das erste Glied in der Kette der beratungs anbietenden Institutionen (Portalfunktion) bereits all diese Eigenschaften auf sich vereinen. Daher ist Modell 2 zu favorisieren.
 - Das heißt, die STARTERCENTER NRW müssen in die Lage versetzt werden, zielgruppenspezifische Gründungsberatung anzubieten, was die Rekrutierung von Berater/innen mit entsprechenden **interkulturellen und gendersensiblen Kompetenzen** erfordert.
 - Gründungsberatung muss **proaktiv** gestaltet sein, d.h. Beratungsstellen dürfen **keine passive** bzw. auf ihr Klientel wartende **Position** einnehmen. Wichtig sind **„Außendienst- und Stadteitarbeit“**, um Zutritt zu den Netzwerken potenzieller Interessenten und gleichzeitig adäquates Vertrauen zu erlangen.
 - Spezielle und turnusmäßig wiederkehrende **Sprech-tage für Migrant(inn)en** erhöhen den Bekanntheitsgrad zielgruppenorientierter Angebote sowie auch deren Effizienz und signalisieren, dass Migrantinnen eine gewünschte Zielgruppe darstellen.
 - Für die bisher von den STARTERCENTERn NRW kostenlos angebotene Erstberatung kann mittels **„Beratungsgutscheine“** geworben werden, da dies die Wertschätzung des Angebots wesentlich erhöht.

⁴ Besonders in der Vorgründungsphase ist die Hürde groß, sich direkt in Bezug auf ein Vorhaben beraten zu lassen. Erstens herrscht oft noch Unsicherheit auf Seiten der Gründerin bzw. des Gründers, ob und in welcher Form das Vorhaben tatsächlich realisiert werden soll. Zweitens lassen sich speziell Migrantinnen und Migranten in dieser frühen Phase von einer Inanspruchnahme von Beratungsangeboten abschrecken. Gründe dafür liegen v.a. im (auf individueller Ebene empfundenen) bürokratischen Aufwand und den Barrieren im Zugang zu Informationen.

⁵ Ein solcher Austausch kann durchaus auf informeller Ebene, bspw. im Rahmen von Veranstaltungen oder Messen, stattfinden. Im Kern geht es darum, vorhandene Informations- und Beratungsangebote bei Migrantinnen publik zu machen und deren Inanspruchnahme zu fördern. Migrantennahe Organisationen haben meist ein gutes Gespür, wo relevante Flyer auszulegen sind, bzw. bei welcher Veranstaltung die Präsenz eines Infostandes bspw. des STARTERCENTERs NRW sinnvoll erscheint.

C. Entscheidend ist ferner die inhaltlich programmatische Ausrichtung der Beratungsstellen. Angebote können sich nur dann auf dem Beratungsmarkt dauerhaft durchsetzen, wenn die fachliche Kompetenz der Einrichtung und ihrer Mitglieder zum Werbungsträger wird. Doch noch weit wichtiger ist natürlich die erfolgreiche Transformation von Wissen, d.h. der Lern- und Gründungserfolg der Beratenden.

- Beratung muss Defizite aufdecken, aber dennoch muss der Tenor der Beratungsführung die **Betonung von Stärken und Potenzialen** der Frauen / Migrantinnen sein und nicht die Bloßstellung oder Bevormundung der Beratungssuchenden.
- **Attraktivere Hilfen bei der Erstellung von Businessplänen** (direkter Zusammenhang mit Kreditvergabe von Banken): Die derzeitigen Angebote zur Unterstützung bei der Ausarbeitung eines Businessplans sind nicht ausreichend und selten auf den Bedarf und die Geschäftsziele von Migrantinnen eingestellt. Bei fehlenden (schriftlichen) Sprachkenntnissen ist der Aufwand für die Businessplanerstellung um ein Vielfaches höher. Ein gefördertes Vorgründungscoaching, das den Gründern bei der Erstellung hilfreich sein könnte, erfährt wegen dem zu leistenden Eigenanteil an Kosten geringe Akzeptanz.
- Mehr **berufsfach- und branchenspezifisch** ausgerichtete Beratung, da in jedem Markt und jeder Branche spezielle Umstände wirken: Diese Empfehlung geht einher mit der geforderten Binnendifferenzierung der Institutionen (s.o.). Diese Funktion kann allerdings nicht von den Erstberatungsstellen bzw. STARTERCENTERn NRW alleine übernommen werden, sondern muss in Kooperation mit anderen Institutionen (und evtl. mit Sprechtagen) erfolgen. Hier können auch **Mentoren** aus bestehenden Unternehmen weiterhelfen.
- Der Beratungsbedarf von Migrantinnen verlangt eine **systematische Erfassung, Dokumentation und Auswertung** im Kontext der persönlichen Charakteristika und Planungen, um Lücken im Angebot zu identifizieren und das Beratungsangebot kontinuierlich zu verbessern. Bisher gibt es noch kein regionenübergreifendes Verfahren, um hierzu adäquate Daten und entsprechendes Wissen für die Beratungspraxis zu generieren.

3. Gründungsfinanzierung

Die beste Beratung, das beste Wissen und die beste Gründungsidee können sich ggf. als wertlos erweisen, wenn zu ihrer Umsetzung kein (ausreichendes) Kapital zur Verfügung steht. Die Bildung von Eigenkapital sowie der Zugriff auf Fremdkapital stellen zentrale Voraussetzungen für einen erfolgreichen und nachhaltigen Unter-

nehmensstart dar. Unsere Befunde belegen, dass die Kreditbeschaffung (v.a. über Banken) ein wesentliches Hemmnis für gründungswillige Migrantinnen ist und ihnen der Zugang zu Fremdkapital wesentlich häufiger als den deutschen Pendants verwehrt bleibt. Die Untersuchung zeigt außerdem, dass bei türkischstämmigen Frauen der Bedarf an Wissen und Unterstützung bzgl. Finanzierungsfragen weitaus größer ist als bei einheimischen Frauen.

▶ Die Zahl und die Arrangements an Finanzierungshilfen für Gründer/innen hat sich in den letzten Jahren erhöht (z.B. Förderlotse der NRW.Bank; KfW-StartGeld; ERP-Kapital für Gründung; Mikrofinanzierung von Kleinstgründungen u.a. durch DMI usw.). Die Untersuchungsergebnisse lassen den Schluss zu, dass es weniger an der Breite finanzieller Unterstützungsangebote mangelt als vielmehr am Zugang für Migrant(inn)en. Dies betrifft drei oder ggf. sogar vier unterschiedliche Ebenen: Die Informiertheit von Migranten bzw. der Bekanntheitsgrad der Angebote, die Spezifika der Sicherheitsgewährung und der Rückzahlungsbedingungen bei Migrantengründungen, das Vorhandensein bzw. die Qualität von Businessplänen von Migranten sowie unter Umständen (nicht nachweisbare) Diskriminierungen. Daraus ergeben sich folgende Notwendigkeiten:

- Förder- und Kreditkonditionen sind komplex und verlangen von Migrantinnen ein hohes Maß an sehr detaillierten Kenntnissen und letztlich ein Verständnis, das (auch im Interesse der Abwägung des eigenen Risikos) teils nur mit **muttersprachlichen Informationen** vermittelt werden kann. Hier können die STARTERCENTER NRW mit einfachen Übersichten zum Thema Finanzierung (ggf. auch in verschiedenen Sprachen) einen ersten Informationsbedarf decken. Visualisierungen helfen Gründerinnen und Gründern mit Migrationshintergrund, den Finanzierungsprozess und die wichtigsten Schritte zu verinnerlichen.
- Schlüsselkriterien sind aus Sicht der Banken (falls die Bonitätsprüfung der Kreditvergabe nicht ohnehin entgegensteht) das Geschäftskonzept und der Finanzplan (s.o.). Immer mehr Banken prüfen den **Businessplan** bereits vor dem eigentlichen Finanzierungsgespräch. Investitionen seitens der Beratungseinrichtungen sollten darauf abzielen, Migrantinnen und Migranten bei der Businessplanerstellung behilflich zu sein bzw. sie zur Erstellung zu befähigen.
- Ausländische Banken könnten als Kooperationspartner für mögliche Modelle der Gründungsfinanzierung gewonnen werden.
- Migrantenselbstorganisationen könnten ggf. beim Aufbau eines eigenen Kreditfinanzierungssystems eine Rolle spielen. Hier wäre zu prüfen, ob einschlägige Erfahrungen aus dem Ausland übertragbar sind.

4. Existenzsicherung und Nachhaltigkeit

Die Unterrepräsentation von Migrantinnen in der Selbständigkeit (zumindest in Bezug auf einige Gruppen und im Vergleich zu den Männern) ist weniger ein Problem der mangelnden Gründungsbereitschaft und -fähigkeit, sondern vor allem auch ein Problem des Überlebens am Markt, was die hohen Schließungsraten belegen. Gründungserfolg ist vor allem eine Frage der Ausstattung mit selbständigkeitsrelevanten Humanressourcen, die sich wiederum auf die Bereitschaft zur gründlichen und nachhaltigen Unternehmensplanung sowie auf die strategischen Entscheidungen in der Unternehmensführung niederschlägt.

▣ Es sind daher im Wesentlichen zwei Felder, in welchen diesbezüglich dringender Handlungsbedarf besteht. Dies betrifft zum einen Maßnahmen, welche bereits in der Gründungsphase die Planung einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung unterstützen. Zum anderen bedarf es Begleitmaßnahmen für junge bzw. bereits am Markt aktive Unternehmen. Mit Maßnahmen zur Unterstützung bei der Businessplan-Erstellung sowie Coachingprogrammen wurden hier schon erste Schritte unternommen (z.B. Senior Coaching in NRW oder verschiedene Mentoring-Programme in einzelnen Kommunen). Aber auch hier mangelt es an zielgruppenspezifischen Angeboten (herkunfts- und geschlechterbezogen) und an der Partizipation durch Migrantinnen.

- Eine Hürde bei der Aneignung externen Wissens (neben dem Bildungsniveau) ist das Maß an Selbstüberschätzung der eigenen Kenntnisse und ein überzogenes Vertrauen in Prozesse des „learning by doing“. Das Phänomen der „overconfidence“ ist allerdings nicht allein bei Migrantinnen zu finden. Dieses Grundproblem kann durch öffentliche Maßnahmen kurzfristig schwer beeinflusst werden. Möglichkeiten ergeben sich lediglich dadurch, finanzielle und andere Unterstützung (weiterhin oder mehr noch) an die Beratungsteilnahme zu binden. Des Weiteren ist es möglich, durch gezielte Informationskampagnen, z.B. über Migrantenorganisationen, den Bedarf an Beratung zu wecken.
- Weiterbildungsangebote für Migrantinnen (wie etwa im Koordinierungsprojekt „Integration durch Qualifizierung“) müssen mit der Botschaft einhergehen, dass die Teilnahme an Qualifizierungsmaßnahmen keinen Defizitnachweis darstellt, sondern **statusbereichernd** wirkt. Insbesondere Gründerinnen aus bildungsferneren Schichten und solche mit geringer Berufserfahrung müssen mit solchen Angeboten erreicht werden.

- **Vorbilder** können sich öffentlich dazu **bekennen**, für die Entwicklung ihres (erfolgreichen) Unternehmens entsprechende Hilfe „von außen“ in Anspruch genommen zu haben.
- Coaching-Angebote müssen sich nicht unbedingt an einzelne Ethnien richten. Genauso wichtig und vielleicht auch erfolgreicher sind **branchenspezifische** Unterstützungsangebote, die ggf. in Kooperation mit den Verbänden (z.B. Einzelhandelsverband) organisiert werden können. Zudem sind bereits bestehende Coachingprogramme bei Migrantinnen oftmals nicht bekannt. Auch hier sind (wie bei der Gründungsberatung) Kooperationen mit anderen Institutionen erforderlich, um die vorhandenen Angebote bekannt zu machen.
- **Herkunftsspezifische Ausgangsbedingungen** für Coaching- und andere Begleitmaßnahmen sind zu berücksichtigen, da Migranten ihr Wissen und ihre kaufmännischen Kenntnisse aus anderen (teils länderspezifischen) Quellen beziehen.
- Die **Lebensumstände** von Migrantinnen und der Unternehmensalltag sollten **bei der Gestaltung von Weiterbildungsangeboten** entsprechend berücksichtigt werden (z.B. in Bezug auf Familienverpflichtungen, Öffnungszeiten usw.).

5. Institutionelle Rahmenbedingungen

Eine von der EU-Kommission geförderte Studie (IMES 2008) stellt fest, dass sich die politischen Maßnahmen zur Förderung von Migrantenunternehmen sehr selten mit dem institutionellen Umfeld und dessen Verbesserung befassen. Die Optimierung von Opportunitätsstrukturen ist jedoch ein zentraler Bestandteil politischer Maßnahmen, insbesondere auch im Bereich der kommunalen Wirtschaftspolitik.

- Notwendig ist die kritische Überprüfung und ggf. der Abbau von **bürokratischen und institutionellen Hürden im Gründungsprozess**, die von Migrantinnen oftmals stärker empfunden werden.
- **Abkehr von temporären Projekten** der Gründungsberatung: Viele Beratungsstellen sind vorübergehend über ESF-Mittel finanziert, beschäftigen keine speziell ausgebildeten Berater/innen und können nicht dauerhaft Kompetenzen aufbauen. Dies steht dem vielfach geäußerten Wunsch nach stärkerer Professionalisierung entgegen.
- Die **Zahl der Beratenen und der tatsächlich erfolgten Gründungen** darf **nicht alleiniger Maßstab** für den **Erfolg der Beratungsstellen** sein. Ein Abraten von einer Gründung wird dann zum Misserfolg der Beratungsstelle, weshalb die Berater/innen häufig vor einer solchen Empfehlung zurückschrecken.

- Die **Organisationskulturen in den Beratungsinstitutionen** (auch in Kammern und Verbänden) sollten den genannten Anforderungen (kulturelle Offenheit, interkulturelle und genderspezifische Kompetenz) durch entsprechende **landesweit organisierte Weiterbildungsangebote** für Berater/innen gerecht werden können.
- **Verringerung der Hürden für neu zugewanderte Selbständige.** Weitere Abschwächung der „Regelfall-Voraussetzungen“ (§21 AufenthG), die eine Zuwanderung von Gründungswilligen nur dann zulässt, wenn mindestens 5 Arbeitsplätze geschaffen und 250.000 € investiert werden. Die vorhandenen Ermessensspielräume sollten besser ausgeschöpft werden.

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Nordrhein-Westfalen herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerberinnen und -werbern oder Wahlhelferinnen und -helfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie auch für die Wahl der Mitglieder des Europäischen Parlaments.

Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung.

Eine Verwendung dieser Druckschrift durch Parteien oder sie unterstützende Organisationen ausschließlich zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder bleibt hiervon unberührt. Unabhängig davon, wann, auf welchem Wege und in welcher Anzahl diese Schrift der Empfängerin oder dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zu Gunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.



Ministerium für Generationen,
Familie, Frauen und Integration
des Landes Nordrhein-Westfalen

Horionplatz 1, 40213 Düsseldorf
Telefon: 0211 8618 - 50
info@mgffi.nrw.de
www.mgffi.nrw.de

