

René Leicht

Charakteristika, Ressourcen und Probleme selbständiger Migranten

*Thesepapier Fachtagung „Small Business und Lokale Ökonomie“,
PROFI Mannheim 21.04.2005*

Lokale und Ethnische Ökonomie

Zwar ist die wirtschaftliche Entwicklung von Gemeinden in zunehmendem Maße den globalen Rahmenbedingungen unterworfen, sie wird aber noch immer auch durch lokale Strukturen und endogene Potenziale bestimmt. Welche spezifisch eigenen Kräfte „am Ort“ gestärkt werden sollen ist manchmal strittig: Auf der einen Seite erscheint es für die Kommunen sinnvoll, auf die Unterstützung und Ansiedlung moderner Unternehmen in zukunftsträchtigen Branchen zu setzen und sich durch eine Politik regionaler Cluster im Standortwettbewerb zu profilieren. So ergibt sich – nicht immer, aber häufig – eine Ausrichtung der Wirtschaftsförderung auf weltmarktorientierte, konkurrenzfähige und zumeist große Unternehmen. Selbst wenn sich Cluster auf ein Netzwerk moderner kleiner Unternehmen beziehen, bilden hochqualifizierte Arbeitnehmer und innovative Gründer die Stützen. Dies ist aber eine Minderheit. Auf der anderen Seite verlangen funktionierende Städte ein lebendiges Kleingewerbe, das nicht nur die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs, sondern auch mit Jobs für Menschen mit mittlerer und auch geringer Qualifikation erlaubt. Kleinbetriebe in Handwerk, Handel und haushaltsnahen Dienstleistungen stellen das Gros der traditionellen lokalen Ökonomie. Sie beklagen vielerorts, dass sie im Modernisierungsprozess politisch kaum noch wahrgenommen werden.

Allerdings werden die Steuerungsaufgaben von großen Städten auch komplexer. Sie sind mit diversen Teilökonomien und mit Problemen sozialer Stabilität und Ungleichheit konfrontiert. Insbesondere benachteiligte Quartiere mit oftmals hohem Migrantenanteil entwickeln eine Eigendynamik, die in vielerlei Hinsicht von der ökonomischen Entwicklung in der Mehrheitsgesellschaft abgekoppelt scheint. Hier kommt nun ein weiteres Element kleinbetrieblicher und lokaler Ökonomie ins Spiel, das bei den einen Hoffnung auf stärkere Teilhabe und bei anderen Befürchtungen vor einer weiteren Segregation erweckt: Immer mehr Menschen mit Migrationshintergrund gründen ein eigenes Unternehmen, so dass mittlerweile auch in Deutschland von einer „ethnischen Ökonomie“ gesprochen wird. Mit ihrem Aufkommen entstand nicht nur eine neue, sondern (in den Augen vieler) sprichwörtlich „fremde“ Unternehmenswelt, über deren Bedeutung und Funktionsweise bislang nur wenig bekannt ist. Ethnische Ökonomien umfassen selbständige Migranten und ihr enges betriebliches und meist familiäres Umfeld. Ihr Beitrag zur lokalen Ökonomie und Stadtentwicklung sowie ggf. zur wirtschaftlichen Integration ist stark davon abhängig, welche Charakteristika, welche Ressourcen und welche Probleme selbständige Migranten aufweisen.¹

Folien Seite 1-2 (Anhang)

¹ Die nachfolgenden Thesen beruhen auf einer Auswahl an Befunden verschiedener am ifm Mannheim durchgeführter Forschungsprojekte und hierbei vor allem auf Daten der amtlichen und halbamtlichen Statistik (v.a. Mikrozensus, Gewerbesteuererhebungen) sowie eigener Erhebungen. Auf die gesamtwirtschaftlichen Leistungspotenziale der ethnischen Ökonomie in Deutschland (darunter z.B. Beschäftigungs- und Ausbildungsbeitrag, erwirtschafteter Umsatz usw.), die vom ifm Mannheim im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums ermittelt wurden, kann hier nicht eingegangen werden. Auch eine derzeit noch laufende Untersuchung zum Qualifizierungsbedarf türkischer Existenzgründer in Mannheim, im Auftrag des Deutsch-Türkischen Wirtschaftszentrums (dtw), kann hier nicht verwendet werden. Diese Ergebnisse werden andernorts vorgestellt.

Entwicklung und Bedeutung ausländischer Selbständiger

Dem Mikrozensus zufolge hat sich die Zahl selbständiger Ausländer in Deutschland seit 1991 um zwei Drittel erhöht und liegt derzeit bei nicht ganz 300 Tausend. Die größte Dynamik weisen Türken auf, deren Selbständigenzahl sich seitdem verdoppelt hat. Aber auch die der Italiener ist um die Hälfte gestiegen. Die Zahl der griechischen Unternehmensinhaber ging in den letzten Jahren leicht zurück, während diejenige aus den Ländern außerhalb Europas eher zunimmt.

Trotz allem ist unter Migranten insgesamt die Wahrscheinlichkeit noch immer etwas geringer als unter Deutschen, dass sie ein eigenes Unternehmen führen, was sich in einer (insbesondere in Baden-Württemberg) durchschnittlich niedrigeren Selbständigenquote zeigt. Je nach Ethnie variiert diese jedoch stark: Erwerbstätige Griechen und Italiener bringen unter ihresgleichen prozentual mehr Selbständige hervor als bspw. Türken oder Bürger aus den Ländern des ehemaligen Jugoslawien.

Die Gesamtzahlen werden natürlich vor allem durch die Stärke einzelner Bevölkerungsgruppen und deren Erwerbsbeteiligung geprägt. Legt man (wie in amtlichen Daten bisher üblich) nur die Staatsangehörigkeit zugrunde, stellen die Italiener mit 45.000 die größte Selbständigengruppe. Wird jedoch die Zahl der Eingebürgerten, d.h. der Migrationshintergrund mit berücksichtigt, kann derzeit von gut über 60.000 türkischstämmigen Selbständigen ausgegangen werden. Rund die Hälfte aller ausländischen Selbständigen gehören keinem EU-Staat zu, obwohl für diese Gruppe die Voraussetzungen zur Gründung eines Unternehmens weniger günstig sind.

Folien Seite 3 (Anhang)

Charakteristika der Migrantenökonomie

Ein wesentliches Charakteristikum ethnischer Ökonomie ist – folgt man der angloamerikanischen Literatur – ein hohes Maß an sektoraler und räumlicher Konzentration gepaart mit innerethnischer Solidarität. Zwar verlief die Migration in Deutschland in anderen Bahnen und die Situation der ehemaligen „Gastarbeiter“ und der nachrückenden Generationen war in geringerem Maße als in den USA von sozialer Ausgrenzung und räumlicher Segregation begleitet. Doch mit Blick auf bestimmte Quartiere in deutschen Großstädten entsteht zumindest der Eindruck, dass Enklaven und Nischen auch hierzulande für die Entwicklung ethnischer Ökonomien entscheidend sind. Dies ist jedoch, wie nachfolgend erläutert, weniger der Fall als oftmals angenommen.

Die Chancen selbständiger Migranten stehen in engem Zusammenhang mit den Märkten auf denen sie sich bewegen. Ihre unternehmerischen Aktivitäten werden häufig mit „Ethnomarketing“ in Verbindung gebracht, soweit sie sich an der spezifischen Nachfrage nach Produkten und Diensten orientieren, die von Deutschen nicht angeboten werden. Die aus solchen Nischen resultierenden Chancen sind heutzutage jedoch zu hinterfragen, denn die Abhängigkeit von der Kaufkraft der eigenen Ethnie kann sich zur Mobilitätsfalle entwickeln. Aber auch der „break out“ zu einem erweiterten Kundenkreis schützt nicht vor wachsender innerethnischer Konkurrenz, die häufig ein lokales Überangebot hervorbringt. Auf welche Branchen, Raumstrukturen und Kunden konzentrieren sich ausländische Selbständige?

1. Jeweils über die Hälfte aller griechischen und italienischen Selbständigen sind in der Gastronomie tätig. Hier kann zwar von einer „Nische“ in dem Sinne gesprochen werden, dass das Angebot auf dem Einsatz und der Wirkung spezifisch kultureller Ressourcen beruht, d.h. die Gaststättenbesucher den Italienern und Griechen einen produktbezogenen Kompetenzvorsprung vor anderen Anbietern einräumen. Von einem geschützten Markt kann in Anbetracht der Konkurrenz aber dennoch nicht ausgegangen werden. Unter den türkischstämmigen Selbständigen nimmt das Gastgewerbe zwar bisher nur einen Anteil von einem Viertel ein, allerdings nimmt dieser zu. Die türkischen Unternehmer haben ihren Schwerpunkt im Handel und in den sonstigen persönlichen Dienstleistungen.

2. Insgesamt betrachtet spiegelt die Dominanz von Gastgewerbe – und vom Handel – eine sektorale Ausrichtung wider, die ein hohes Risiko, eine hohe Arbeitsmotivation und Leistungsbereitschaft erfordert, da es sich um sehr wettbewerbs- und arbeitsintensive Bereiche handelt, in welchen gleichzeitig eine hohe Fluktuation durch Marktein- und -austritte herrscht.

Folien Seite 4 (Anhang)

3. Zwar weist die türkische Wohnbevölkerung eine vergleichsweise stärkere sozialräumliche Segregation auf, doch gründet nur etwa jeder zweite türkische Unternehmer in einer Stadt mit über 100.000 Einwohner und nur jeder Vierte in Metropolen mit mehr als 500.000 Einwohner. Dennoch führen türkische (und auch griechische) Selbständige ihre Unternehmen weit häufiger als Deutsche und Italiener in Ballungsgebieten. Letztere gründen überwiegend in kleineren und mittelgroßen Gemeinden. D.h. italienische Selbständige orientieren sich viel stärker an den Wohnstrukturen und den Konsumbedürfnissen der Mehrheitsgesellschaft. Allerdings ist auch bei türkischen Selbständigen im Zeitverlauf eine räumliche Dekonzentration zu beobachten.

4. Annahmen dahingehend, dass die Unternehmen von Migranten ihr Kundenpotenzial wesentlich aus der jeweils eigenen Ethnie schöpfen, können nicht bestätigt werden. Unter den selbständigen Migranten in Deutschland überwiegt die Zahl derer, bei denen weniger als ein Viertel der Kunden die selbe Herkunft aufweist. Die Kaufkraft der Landsleute hat für ausländischstämmige Selbständige in Deutschland eine eher geringe Bedeutung; wobei "ethnische Kolonien" bei der Entwicklung der Märkte schon von jeher eine vergleichsweise untergeordnete Rolle spielten. In der türkischen Gemeinschaft ist dies wenigstens teilweise anders. Zwar überwiegt auch hier der Anteil nicht-türkischer Kunden, doch bei jedem achten türkischen Betriebsinhaber setzt sich die Kundschaft zu mehr als der Hälfte aus den Angehörigen der gleichen Ethnie zusammen.

Folien Seite 5 (Anhang)

Ressourcen und innerethnische Solidarität

Die Entstehung und Entwicklung ethnischen Unternehmertums wird aber nicht nur von der Nachfrage-seite sondern häufig aus der Sicht des Angebots an unternehmerischen Talenten betrachtet. Wohl haben Erklärungsansätze, die das unternehmerische Wirken auf die Kultur und Sozialisationsbedingungen in den Herkunftsländern zurückführen an Bedeutung verloren, doch mag gerade die Auseinandersetzung mit den schwierigen Rahmenbedingungen des Ankunftslandes zur Aktivierung spezifisch ethnischer Ressourcen führen. Dazu gehört bspw. der Rückgriff auf Netzwerke und auf die Ressourcen und Arbeitskraft der Familie. Nach wie vor sind aber für unternehmerischen Erfolg vor allem die individuellen Ressourcen entscheidend, wozu ausreichende Bildung und Berufserfahrung zählen. Welche Ausstattung kommt hier bei Migranten zum Einsatz?

1. Die verfügbaren Humanressourcen lassen sich kaum über einen Kamm scheren, da das Qualifikationsniveau der einzelnen Ethnien große Unterschiede aufweist. Mit Blick auf die zwei am stärksten vertretenen Nationalitäten, Türken und Italiener, kann jedoch festgehalten werden, dass Selbständige zwar besser gebildet sind als abhängig Beschäftigte, doch weitaus schlechter als Deutsche oder andere Nordeuropäer. So können unter den deutschen Selbständigen lediglich 4% keinen Berufsabschluss vorweisen, während dies bei Italienern und Türken bei jedem Dritten der Fall ist. Entsprechend gering ist auch der Anteil an akademisch gebildeten Selbständigen. Die Abschlüsse sind natürlich auch im Zusammenhang mit den besetzten Branchen und den benötigten Kenntnissen zu sehen.

2. Eine gute Schul- und Berufsausbildung ist jedoch nicht die einzige erfolgsrelevante Ressource. Mindestens genauso wichtig ist eine ausreichende Branchenerfahrung, die ggf. den Mangel an formaler Qualifikation kompensieren kann. Generell gilt jedoch, dass eine gegenüber Deutschen prozentual weitaus höhere Zahl an Migranten gänzlich ohne Branchenerfahrung ein Unternehmen gründet. Hier mag besonders erschrecken, dass über 40% aller türkischstämmigen Gründer/innen zuvor weder in der selben noch in einer ähnlichen Branche gearbeitet haben.

3. Wenn möglich, werden die Defizite in der Ressourcenausstattung durch einen hohen Arbeitseinsatz wettgemacht. Hier wirkt die Konzentration auf Handel und Gastgewerbe erschwerend, da es sich um Bereiche mit zwar relativ niedrigen Zugangshürden aber dadurch gleichzeitig hoher Wettbewerbsintensität handelt. Je nach Ethnie liegen die Wochenarbeitszeiten somit im Schnitt zwischen 3 bis 6 Stunden über denjenigen von deutschen Selbständigen.

4. Migrantenunternehmen greifen bei der Rekrutierung von Arbeitskräften in starkem Maße auf die eigenen Landsleute, und darunter auch auf die Familie zurück. Im Durchschnitt gehört in den von Ausländischstämmigen geführten Unternehmen in etwa jede/jeder zweite Beschäftigte zur Familie. Im Gegensatz zu den von Deutschen geführten Unternehmen nimmt in der Migrantenökonomie auch die Zahl der unentgeltlich mithelfenden Familienmitglieder tendenziell zu.

5. Innerethnische Solidarität geht aber über den Kreis der Familie hinaus: Bei Vier von Fünf Beschäftigten in türkischen Unternehmen handelt es sich um Türken. In ähnlicher Größe zeigt sich auch in der griechischen Gemeinschaft ein starker Bezug zur eigenen Ethnie. In den italienischen Betrieben liegt der Anteil an beschäftigten Landsleuten bei etwas mehr als zwei Dritteln. Diese hohen Werte werden jedoch stark durch die kleinbetriebliche und die Branchenstruktur der ethnischen Ökonomie geprägt. Mit zunehmender Betriebsgröße sowie auch mit höheren kognitiven Anforderungen nimmt der Anteil an co-ethnischen Beschäftigten deutlich ab.

Einschränkend ist zu resümieren, dass viele der zugeschriebenen Ressourcen nicht allein auf kultur- und herkunftsspezifische Faktoren (Ethnizität) zurückzuführen, sondern als typische Merkmale eines stark durch Handel und Gastgewerbe geprägten traditionellen Mittelstands zu sehen sind.

Folien Seite 6 (Anhang)

Probleme in der Gründungsphase und Bestandsfähigkeit

Die unzureichende Ausstattung mit formaler Qualifikation und der oft erkennbare Eifer, sich mit viel Mut aber wenig Erfahrung in ein unternehmerisches Abenteuer zu stürzen, geraten an sich schon zum Problem. Die Zahl der Betriebsschließungen ist entsprechend hoch. Andererseits ist die (trotz Fluktuationen) wachsende Migrantenökonomie längst auch ein Hoffnungsträger der Integrations- und Beschäftigungspolitik, da das Leistungspotenzial zu einem unverzichtbaren Faktor bei der Bewältigung von Arbeitsmarkt- und Stadtentwicklungsproblemen wurde. Ein Anliegen von Politik und Wirtschaftsförderung ist dementsprechend, hier beratend und unterstützend einzugreifen. Allerdings ist über die Probleme in der Gründungsphase und bezüglich der Bestandsfähigkeit der Unternehmen noch relativ wenig bekannt.

1. Insgesamt sieht jede/r vierte Gründer/in in der Kapitalbeschaffung ein Problem, was sich kaum von Deutschen unterscheidet. Dies ist aber in Zusammenhang damit zu sehen, dass Migranten wesentlich häufiger auf familieneigenes Kapital zurückgreifen.

2. Andererseits ist unter Deutschen die Zahl derer, die in den Genuss von staatlichen Fördermitteln kommen, in etwa dreimal so hoch wie bei Migranten. Dieser Umstand dürfte vor allem auf mangelnde Informationen zurückzuführen sein.

3. Das Fehlen kaufmännischer Kenntnisse wird von nicht ganz einem Viertel als Problem benannt. Dies ist aber eine Selbsteinschätzung, d.h. die Zahl könnte in Wirklichkeit noch höher liegen.

4. Dazu passt, dass nicht einmal die Hälfte aller ausländischen Gründer einen schriftlichen Plan für ihr Vorhaben ausgearbeitet hat.

5. Zwar hat weniger als die Hälfte aller Migranten vor der Gründung eine Beratung in Anspruch genommen. Dennoch hätte sich weit über ein Drittel der Unternehmer in der Gründungsphase mehr professionelle Beratung gewünscht. Das ist allerdings eine Erkenntnis, die sich bei vielen erst nach der Gründung einstellt. (Wobei zu berücksichtigen ist, dass die bereits gescheiterten Existenzen gar nicht mehr befragt werden konnten.)

Dies sind Problemfelder, die einer weitergehenden Untersuchung bedürfen, insbesondere was die Implikationen im Hinblick auf den Qualifizierungsbedarf betrifft. Ein erster Ansatz hierzu wird derzeit mit einer Befragung von türkischen Existenzgründern in Mannheim (im Auftrag des dtw) unternommen, deren Ergebnisse noch ausstehen.

Folien Seite 7 (Anhang)

Fazit

Die ausgewählten Befunde zeigen: Migrantenselbständigkeit wächst und ist ein ernstzunehmender Faktor lokaler Ökonomie. Von „Nische“ kann kaum noch gesprochen werden. Doch die hohe sektorale und teils räumliche Konzentration sowie die Defizite in den individuellen Ressourcen sind problematisch. So bewegen sich die Akteure in der Beratungs- und Förderlandschaft in einem schwierigen Terrain mit großem Handlungs- und Informationsbedarf. Zum einen ist unbestritten, dass das Gründungspotenzial unter Migranten besser ausgeschöpft und deren Weg in die berufliche Selbständigkeit erleichtert werden muss. Dieses Interesse besteht nicht nur in der Wirtschafts- sondern vor allem in der Arbeitsmarkt- und Integrationspolitik. Zum anderen ist nicht zu übersehen, dass dieser Weg oftmals mit erheblichen Risiken behaftet ist, und eine hohe Zahl gescheiterter Existenzen ein weder sozial noch volkswirtschaftlich erwünschtes Ergebnis darstellen würde. Daher darf trotz mancher Beratungsresistenz bei den Betroffenen nicht an der Notwendigkeit von Unterstützungs- und Qualifizierungsmaßnahmen gezweifelt werden. Notfalls muss auch von einer Gründung abgeraten werden.

Charakteristika, Ressourcen und Probleme selbständiger Migranten

René Leicht

Institut für Mittelstandsforschung
Universität Mannheim

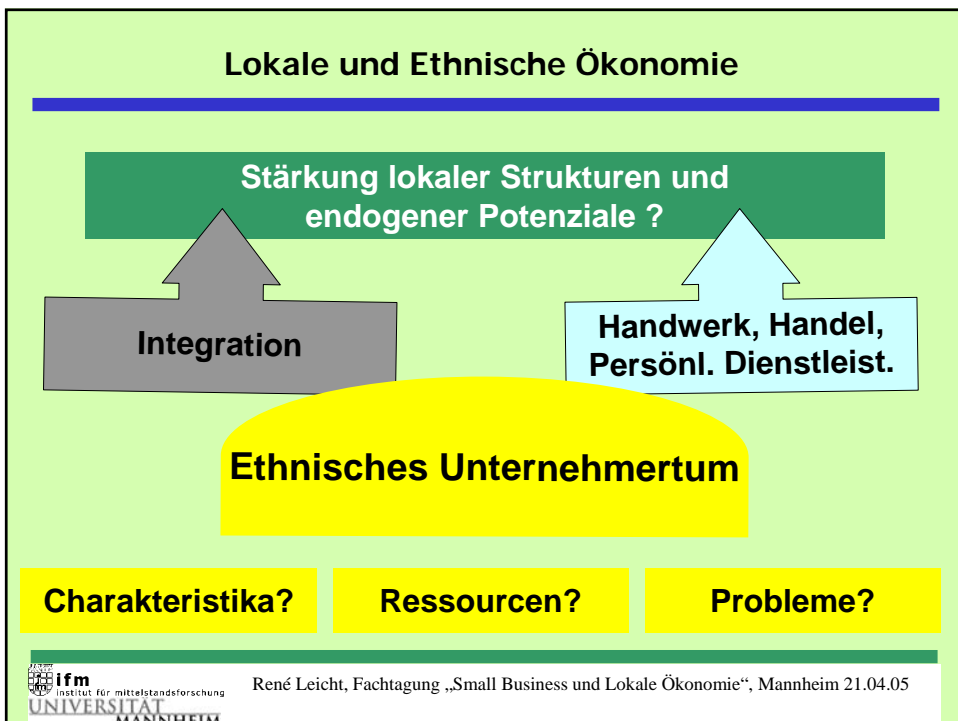
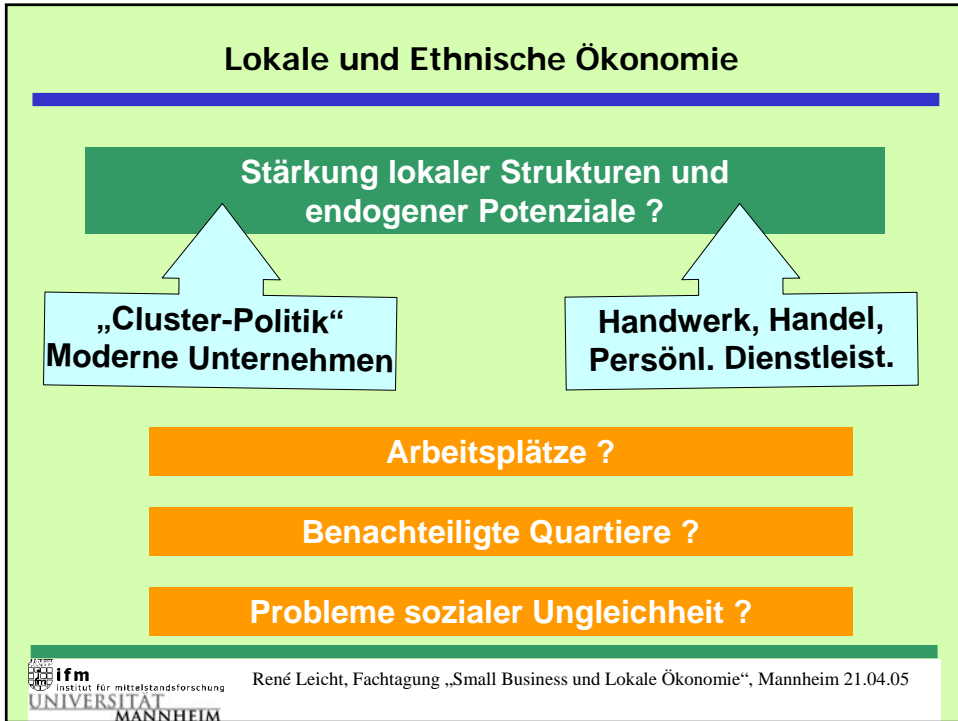
Lokale und Ethnische Ökonomie

Wirtschaftliche Entwicklung von Kommunen

Globale + nationale
Rahmenbedingungen

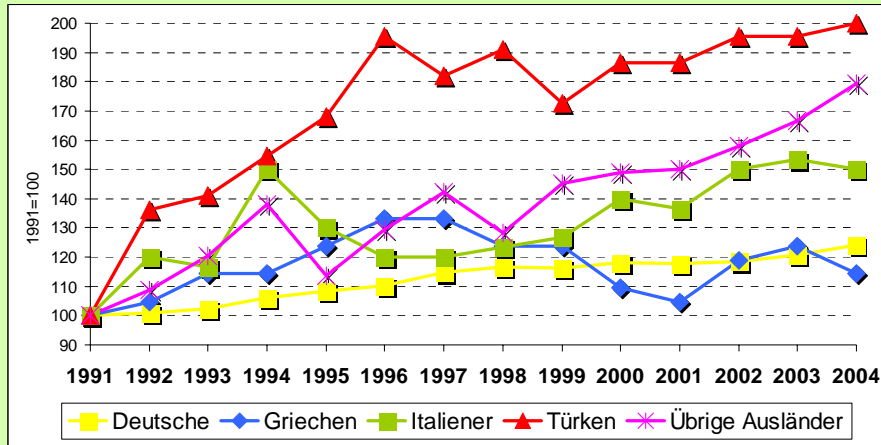
Lokale Strukturen
endogene Potenziale

?

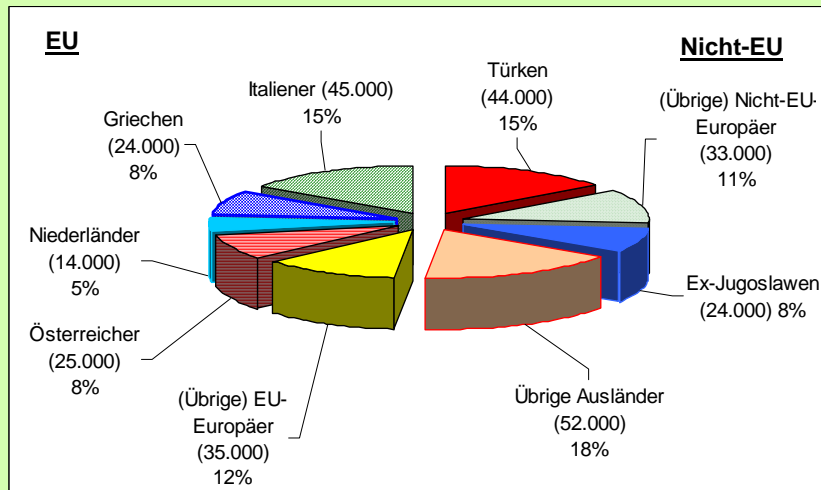


Entwicklung und Bedeutung ausländischer Selbständigkeit

Index der Entwicklung selbständiger Ausländer nach Nationalitäten
(1991=100)



Entwicklung und Bedeutung ausländischer Selbständigkeit



Charakteristika der Migrantenökonomie

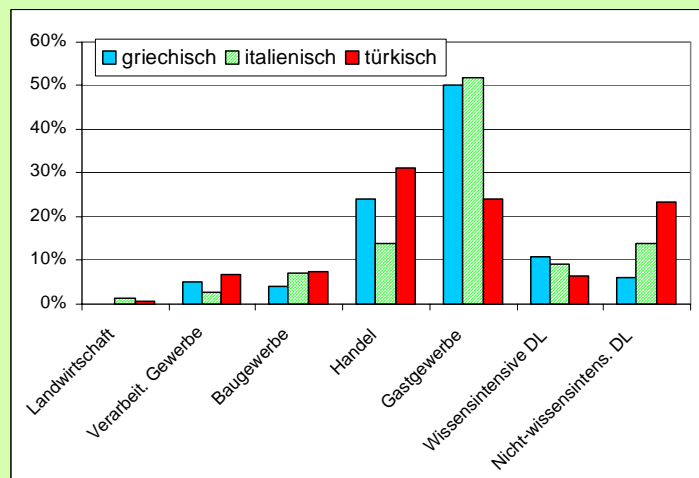
➔ klassische Charakteristika ?

- Kleinbetriebliches Milieu
- sektorale Konzentration
- räumliche Konzentration
- innerethnische Solidarität
- patriarchalisch

➔ ... und in Deutschland ?

Charakteristika der Migrantenökonomie

Sektorale Konzentration



Charakteristika der Migrantenökonomie

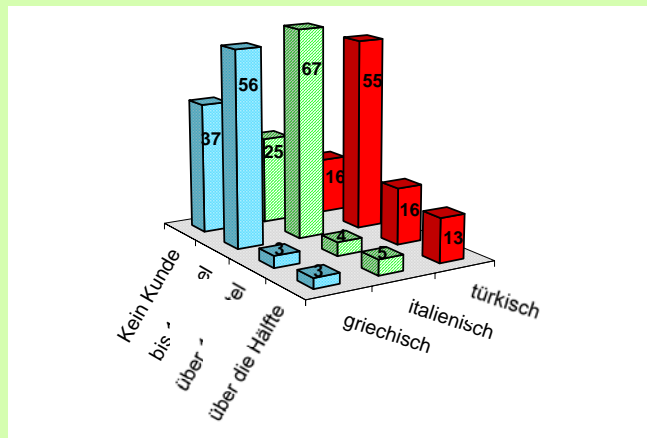
Räumliche Konzentration

Einwohner Gemeindegroßen klassen	Deutsche	Griechen	Italiener	Türken	übrige Ausländer
	in %				
bis zu 20.000	43,1	10,7	30,2	18,6	26,9
20.000-100.000	27,9	33,0	37,4	26,7	20,5
100.000-500.000	15,1	22,3	15,6	28,0	20,0
über 500.000	13,9	34,0	16,8	26,7	32,7
Insgesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

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

Charakteristika der Migrantenökonomie

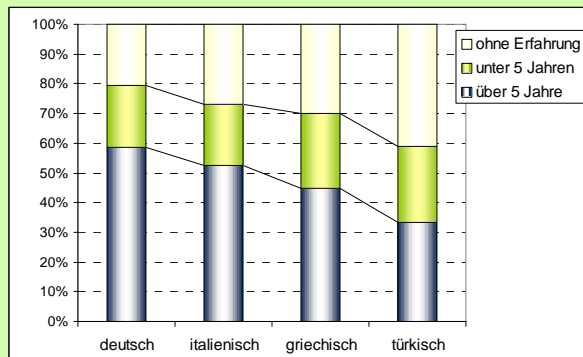
Kunden der eigenen Ethnie



Ressourcen und innerethnische Solidarität

Individuelle Ressourcen

- ➔ **Formale Qualifikation: ~ 1/3 ohne Berufsabschluss**
- ➔ **geringe Branchenerfahrung**



Ressourcen und innerethnische Solidarität

Gruppenressourcen

- ➔ **jede/r zweite Beschäftigte gehört zur Familie**
- ➔ **Zahl unentgeltlich mitarbeitender Familienangehöriger wächst**
- ➔ **rund 4/5 der Beschäftigten sind Landsleute**
- ➔ **teilweise Branchen- und Betriebsgrößeneffekt**

Probleme

- ➔ **Generell: Problem unzureichender Selbsteinschätzung**
- ➔ **Fehlen kaufmännischer Kenntnisse**
- ➔ **kein Businessplan**
- ➔ **wenig Information über Fördermöglichkeiten**

Fazit

- ➔ **Ethnische Ökonomie hat starke Dynamik**
- ➔ **ernstzunehmender Faktor lokaler Ökonomie**
- ➔ **kaum noch „Nischenökonomie“**
- ➔ **hohe Wettbewerbs- und Arbeitsintensität mit allen damit verbundenen Risiken**
- ➔ **starke Gruppenressourcen**
- ➔ **schwache individuelle Ressourcen**
- ➔ **Beraten: Ja! Fördern: Ja! (Aber nicht jede/n und alles)**
- ➔ **Steuerung in Ansiedlungspolitik erforderlich: räumliche Dekonzentration**
- ➔ **auf Seiten der Forschungs- und Beratungsinstitutionen noch wenig Wissen über Spezifika unternehmerischen Verhaltens: Motivlagen, Qualifizierungsbedarf, Strategien**