



Selbständig integriert?

Studie zum Gründungsverhalten von Frauen mit
Zuwanderungsgeschichte in Nordrhein-Westfalen

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.Nordrhein-Westfalen .de
www.mgffi.Nordrhein-Westfalen .de

Ansprechpartnerin

Andrea Göhlich
Referat Chancengleichheit in der Wirtschaft
Telefon 0211 8618-4571
andrea.goehlich@mgffi.Nordrhein-Westfalen .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

Gestaltung

flowconcept, Agentur für Kommunikation, Detmold

Druck

Druckerei Peter Pomp GmbH, Bottrop

© 2009/MGFFI 1101

Die Druckfassung kann bestellt werden:

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

Nordrhein-Westfalen direkt

* 9 Cent pro Minute aus dem deutschen Festnetz –

Mobilfunkpreise können abweichen

Bitte die Veröffentlichungsnummer **1101** angeben.

Die in der Studie vertretenen Positionen müssen nicht in jedem Fall der
Auffassung der Landesregierung entsprechen.



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 Unternehmenslandschaft 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 die 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.

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)

I. Untersuchungsgrundlagen

1.	Hintergrund und Fragestellungen	9
1.1	Ausgangssituation: Aufstieg aus „doppelter Ungleichheit“?	9
1.2	Projektziele und Vorgehensweise	11
2.	Gründungen und unternehmerische Aktivitäten von Frauen und Migranten: Zum Stand der Forschung	14
2.1	Umfang und Ursachen der Unterrepräsentation selbständiger Frauen	15
2.2	Entstehung, Entwicklung und Bedeutung von Migrantenselbständigkeit	17
2.3	Unternehmerisches Engagement von Migrantinnen	21
3.	Daten, Untersuchungsdesign und Methoden	25
3.1	Anforderungen an Daten und Untersuchungsdesign	25
3.2	Daten der amtlichen Statistik	26
3.3	Eigene Erhebungen	27
3.4	Begriffsbestimmungen	30

II. Sekundärdatenanalysen: Struktur und Entwicklung im Überblick

4.	Migrantinnen in Bevölkerung und Erwerbssystem: Ausgangsposition für Selbständigkeit	32
4.1	Entwicklung und Struktur der Zuwanderung	32
4.2	Arbeitsmarktposition der untersuchten Herkunftsgruppen	33
5.	Gründungsaktivität und Bedeutung beruflicher Selbständigkeit von Migrantinnen	36
5.1	Gründungsaktivitäten von Migrantinnen und Migranten in Nordrhein-Westfalen und Deutschland	36
	5.1.1 Absolute Bedeutung der Gründungen und ihre Dynamik	37
	5.1.2 Intensität der Gründungsaktivitäten und Schließungen	40
5.2	Entwicklung ausländischer Selbständigkeit in Nordrhein-Westfalen und Deutschland	43
5.3	Gesamtbedeutung selbständiger Frauen und Männer mit „Zuwanderungsgeschichte“	48
	5.3.1 Unternehmerisches Engagement von Eingebürgerten	48
	5.3.2 Selbständige türkischer, italienischer, polnischer und russischer Herkunft	51
5.4	Bewertung der Gründungsaktivitäten im Kontext rechtlicher Rahmenbedingungen	53

III. Qualitative Befunde: Expertinnen, Szenarien und Meinungen

Pro KMU Universität Siegen

6.	„Mein Traum war mein konkretes Ziel“: Zuwanderinnen und ihre Unternehmen	57
6.1	Charakteristika der Fallstudien: Motivationen, Unternehmensgründung und -entwicklung	57
6.2	Einflüsse auf Gründungswege und Unternehmensentwicklung	65
	6.2.1 Kulturelle Einbettung	65
	6.2.2 Familiäre und soziale Einbettung	66
	6.2.3 Selbstbild als Unternehmerin / „ausländische“ Unternehmerin	70

IV. Qualitative Befunde: Befragung selbständiger Migrantinnen in Nordrhein-Westfalen

Institut für Mittelstandsforschung (ifm) Universität Mannheim

7.	Kurzprofil selbständiger Migrantinnen in Nordrhein-Westfalen : Ausgewählte Charakteristika der Gründerinnen-Stichprobe	73
7.1	Migrationsstatus der Gründerinnen und Unternehmerinnen	73
7.2	Branchenorientierung	79

Pfade der Integration: Zwischen Prekarität und sozialem Aufstieg

8.	Individuelle Ressourcen, Kulturation und soziale Platzierung	84
8.1	Zentrale Basis der Integration: Bildung und Wissen	84
8.2	Erfahrungswissen (Arbeits-, Branchen- und Selbständigkeitserfahrung)	90
8.3	Aufenthaltsdauer und Institutionenwissen	96
8.4	Sprachkenntnisse	99
9.	Jenseits von Nische und Enklave? Identifikation, soziale Interaktion und Orientierung in der Mehrheitsgesellschaft?	101
9.1	Bleibeabsicht in Deutschland	102
9.2	Soziale Kontakte zu Deutschen	105
9.3	Eigen- und interethnische Kunden- und Geschäftsbeziehungen	107
10.	Gründungsmotive: Zur Rolle von Push- und Pull-Faktoren	114
10.1	Situation vor der Gründung	115
10.2	Gründungsmotive	117
10.3	Motivlage und Unternehmerintertypen (Faktorenanalyse)	134
11.	Arbeitspensum, Einkommen und Zufriedenheit	136
11.1	Arbeitsvolumen	137
1.2	Persönliches Einkommen	139
11.3	Zufriedenheit und „Zugehörigkeitsgefühl“	142

Der schwierige Weg zum eigenen Unternehmen

12.	Gründungshemmnisse aus Sicht der Gründer/innen	147
12.1	Gründungsfinanzierung und ihre Probleme	147
12.2	Rechtliche und institutionelle Hürden	152
12.3	Kognitive und physische Hürden	155
12.4	Herkunftsbedingte Benachteiligung	158
12.5	Zusammenfassende Betrachtung (Faktorenanalyse)	159
13.	Vereinbarkeit von Familie und beruflicher Selbständigkeit	160
13.1	Haushaltsstruktur und Familienarbeit	161
13.2	Familie: Stütze oder Hemmnis?	165
14.	Gründungsvorbereitung und Unterstützungsbedarf	168
14.1	Businessplan: Bereitschaft zur systematischen Gründungsplanung	169
14.2	Grundsätzliche Einstellung zur Wissensaneignung	171
14.3	Formen und Inanspruchnahme von Gründungsberatung	173
14.4	Beurteilung der Gründungsberatung aus Sicht der Gründer/innen	179
14.5	Ursachen der Beratungsabstinenz	181
14.6	Wunsch nach professioneller und spezifischer Beratung	188
14.7	Determinanten des Beratungsbedarfs: Eine Gesamtsicht	194

15. Förderliche und hinderliche persönliche Faktoren aus strukturanalytischer Sicht	196
15.1 Einfluss von Migrationserfahrung und staatsbürgerlichem Status	197
15.2 Einfluss individueller Ressourcen: Bildung und Wissen	201
15.3 Einfluss von Familie: Zur Bedeutung von Lebenspartner und Kindern	202

Betriebliche Charakteristika, Strategien und Erfolg

16. Betriebsstrukturen und Beschäftigungspotenziale	204
16.1 Sozialer Kontext der Unternehmensentwicklung und -führung	205
16.2 Alter und Größe der Unternehmen	207
16.3 Bedeutung co-ethnischer Beschäftigung	212
16.4 Arbeitsplätze für Frauen	215
16.5 Ausbildungsbeitrag	217
17. Ethnische Strategien?	225
17.1 Markt und Wettbewerb	227
17.2 Mut, Risikobereitschaft und Ethnizität	234
17.3 Unternehmerischer Erfolg: Subjektive und objektive Faktoren	239

V. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

18. Zusammenfassung	245
A. Ausgangssituation, Ziele und Methoden der Untersuchung	245
B. Ausgewählte zentrale Ergebnisse im Überblick	246
C. Fazit im Kontext förder- und integrationspolitischer Fragestellungen	250
▪ Chancen, Entwicklung und Bedeutung der Gründungsaktivitäten	250
▪ Förderliche und weniger förderliche Faktoren	254
▪ Gründungshemmnisse und -hürden	256
▪ Gründungsvorbereitung, Beratungs- und Unterstützungsbedarf	257
▪ Pfade zur strukturellen Integration	259
▪	
19. Handlungsbedarf und -empfehlungen	261
A. Grundsätzliche Erfordernisse auf allen Handlungsebenen	262
B. Handlungsfelder und mögliche Maßnahmen	263

Anhang	271
Tabellen und Grafiken	272
Literaturliste	287

I. Untersuchungsgrundlagen

1. Hintergrund und Fragestellung

1.1 Ausgangssituation: Aufstieg aus „doppelter Ungleichheit“?

Nordrhein-Westfalen besitzt bei 4,2 Millionen Frauen und Männern mit „Zuwanderungsgeschichte“ eine im Ländervergleich besonders hohe kulturelle Vielfalt, die auch entsprechend viele Chancen bietet. Aber hinsichtlich der zu bewältigenden Integrationsaufgaben steht das Land gleichzeitig vor großen Herausforderungen. Eines der Spannungsfelder, in welchen sich Chancen und Herausforderungen sowohl auf der gesellschaftlichen als auch auf der individuellen Ebene spürbar begegnen, ist das der beruflichen Selbständigkeit: Die Gründung eines eigenen Unternehmens bietet einerseits die Möglichkeit, ökonomische Eigenständigkeit und ggf. auch sozialen Aufstieg zu erlangen, was die Option auf eine gleichberechtigte Teilhabe in der Wirtschaft und Gesellschaft prinzipiell erhöht. Immerhin entwickeln Zugewanderte ein im Vergleich zu Einheimischen höheres Maß an Gründungsaktivität. Andererseits ist die strukturelle Integration von unternehmerisch ambitionierten Migrantinnen und Migranten überdurchschnittlich häufig durch ein Verharren am subsistenzwirtschaftlichen Rand oder 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 nicht nur die Förderung von Gründungen, sondern auch die Lenkung in Richtung nachhaltiger Existenz zu einer Frage von Unterstützung und Beratung und damit zu einem Bestandteil von Integrationsmaßnahmen wird.

Von besonderer Bedeutung ist – auch in der Gründungsförderung und Existenzsicherung – die Chancengleichheit von Frauen und Männern. Diskrepanzen im Zugang zur beruflichen Selbständigkeit zeigen sich nicht nur in Bezug auf die ethnische Herkunft, sondern weit mehr noch durch die soziale Konstruktion von Geschlecht. Eine (noch unzureichend erforschte) Kombination aus Rollenzuschreibung, Ressourcendefiziten und institutionellen Hürden trägt dazu bei, dass Frauen seit jeher weit seltener als Männer ein Unternehmen gründen und führen.¹ Mit besonderem Blick auf Migrantinnen geht der Mainstream der Literatur daher davon aus, dass sich die durch Herkunft und Geschlecht bedingten Ungleichheiten überlagern und damit potenzieren.² Dies mag eine hohe Zahl an Frauen – sowohl derzeit als auch in naher Zukunft – berühren: Denn immerhin besitzen in Nordrhein-Westfalen über zwei Millionen Frauen/Mädchen und damit 22 Prozent der weiblichen Bevölkerung einen Migrationshintergrund. Dieser Anteil ist weit höher als in der Bundesrepublik insgesamt. Vor diesem Hintergrund liegt nahe, dass hier nicht nur ein großes Potenzial an Erwerbspersonen sondern auch an solchen Frauen ruht, die den Schritt in die berufliche Selbständigkeit erwägen oder auch tatsächlich wagen könnten. Unbekannt wird bleiben, wie viele dies in der Vergangenheit erfolglos versuchten. Aber von Interesse ist an dieser Stelle vor allem, wie die Chancen für Migrantinnen in Nordrhein-Westfalen stehen, ein eigenes Unternehmen zu gründen und sich auf dem Markt zu behaupten.

Allerdings ist bislang 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. Ohne den Ausführungen in Kapitel 2 zum Stand der Forschung vorzugreifen kann zum besseren Verständnis der Zielsetzungen der Untersuchung folgendes zusammengefasst werden:

1. Bislang ließ sich auf Grundlage einer dürftigen Datenbasis kaum mehr als nur vermuten, dass sich für Migrantinnen die Ausgangsbedingungen für den Schritt in die Selbständigkeit ungleich schwieriger gestalten als dies ohnehin bei Frauen oder auch Migranten insgesamt beobachtbar ist. Diese skeptische Sicht und die These von der „doppelten Ungleichheit“³ wird zunächst dadurch gestützt, dass eine erfolgreiche Gründung vor allem Ressourcen verschiedenster Art erfordert. Doch gerade diesbezüglich sind zugewanderte Frauen besonders benachteiligt, da sie in geringerem Maße mit Sprachkenntnissen, Arbeitserfahrung und mit Ersparnissen ausgestattet sind.⁴ Ein zweiter Strang an noch ungesicherten Argumenten rekurriert auf die oftmals tief verankerten Vorurteile und Vorbehalte. Demzufolge wäre davon auszugehen, dass Migrantinnen

¹ Leicht/ Welter 2004; Leicht/ Lauxen-Ulbrich 2005; Tonoyan et al. 2006.

² Siehe im Folgenden Kapitel 2.

³ Auch ohne Bezug auf die Unternehmerinnenrolle sieht Westphal (2006) Migrantinnen sogar in einer „Dreifachunterdrückung als Frau, Arbeiterin und Ausländerin“ (2006; S. 7).

⁴ Hettlage et al. 2007.

mehr noch als einheimische Frauen auf Hürden im Umgang mit Behörden, Banken, Geschäftspartnern oder Kunden stoßen, was ihren Marktauftritt zusätzlich erschwert. Doch soweit dies gelingt – so sieht es ein dritter Argumentationsstrang – würden sie entweder häufig in den Schatten ihrer Männer bzw. in den Bereich familienwirtschaftlicher Aktivitäten gedrängt oder andernfalls mit Unvereinbarkeitsproblemen und sozialen Kosten konfrontiert.⁵

2. Ganz andere Perspektiven zeichnen demgegenüber Befunde, denen zufolge die von Migrantinnen im Gesellschafts- und Arbeitsleben erfahrenen Ungleichheiten zu verstärkten Versuchen führen, sich durch den Aufbau einer eigenen wirtschaftlichen Existenz aus etwaigen Abhängigkeitsverhältnissen zu befreien.⁶ In der optimistischeren Sicht würde der Mangel an Erwerbserfahrung durch die gegenüber männlichen Migranten relativ bessere Ausstattung mit formalen Bildungsressourcen kompensiert. Nicht zuletzt lässt sich Migrantinnen der jüngeren Generation eine durchschnittlich stärkere Bildungsorientierung als ihren männlichen Pendanten attestieren.⁷ In diesem Zusammenhang wird häufig auch vermutet, dass sich Migrantinnen in vergleichsweise geringerem Maße auf die weniger aussichtsreichen ethnischen Nischen konzentrieren und in der Selbständigkeit eher „eigene“ bzw. migrantenuntypische Wege gehen.⁸ Ein zentraler Antrieb für die Entscheidung von Frauen auf eigene Rechnung zu arbeiten dürfte insbesondere aus einer unterprivilegierten Arbeitsmarktposition resultieren. Zumindest wird ein Teil von Migrantenselbständigkeit – sowohl von Frauen als auch von Männern – mit der Flucht aus der Arbeitslosigkeit und insofern weniger mit kulturell induzierten Motiven in Zusammenhang gebracht.⁹ Aber auch eine „Ökonomie der Not“ ändert kaum etwas an der Einschätzung, dass Selbständigkeit unter Umständen auch zu besserem Einkommen, höherem Ansehen und (zumindest struktureller) Integration führen kann.¹⁰

3. All diese Argumente, sei es in Bezug auf Ressourcen, Märkte oder Benachteiligungen und Push- und Pullfaktoren, spiegeln auch insgesamt die seit langem international geführte Debatte um die Entstehung „ethnischer Ökonomien“ wider.¹¹ Während sich der Großteil dieser Arbeiten auf die Frage konzentriert, ob die Triebkräfte der Entwicklung von Migrantenselbständigkeit eher angebots- oder nachfrageseitige Ursachen¹² haben, wurde die Reihe an institutionellen Einflussfaktoren nahezu vernachlässigt.¹³ Dies mag auch daran liegen, dass sowohl die rechtlichen Rahmenbedingungen des Zugangs zur Selbständigkeit als auch die darauf orientierten Förder- und Beratungseinrichtungen im internationalen Raum eine teils geringere Rolle als hierzulande spielen. In Deutschland insgesamt, und in Nordrhein-Westfalen im Besonderen, hat sich seit geraumer Zeit eine starke und regional differenzierte Beratungsinfrastruktur (in jüngerer Zeit in Gestalt der STARTERCENTER NRW) etabliert. Dies bedeutet aber auch, dass eine Beurteilung der Chancen und Hemmnisse von Migrantinnen bei der Unternehmensgründung mit daran zu messen sind, inwieweit die Angebote der Förderinstitutionen akzeptiert und angenommen werden. Eine an den Bedürfnissen der Migrantinnen orientierte Gestaltung von Beratungsangeboten ist der Dreh- und Angelpunkt der meisten anwendungsorientierten Forschungsprojekte, wobei neuere Ansätze vor allem eine Abkehr von der Orientierung an der „Norm vom Normalunternehmer“ und statt dessen ein Diversity-Konzept verlangen.¹⁴

4. Ingesamtwirtschaftlicher Sicht interessieren jedoch nicht nur die Chancen und Hemmnisse von Migrantinnen bei der Gründung eines Unternehmens. Seit langem rücken in der Zuwanderungs- und Integrationsdebatte die betrieblichen Leistungen dieser Unternehmen in den Mittelpunkt. Eine für das Bundeswirtschaftsministerium durchgeführte Untersuchung des ifm Mannheim¹⁵ kommt zu dem Ergebnis, dass die von Migrantinnen und Migranten geführten Betriebe in gesamtwirtschaftlicher Sicht ein enormes Leistungspotenzial, insbesondere bei der Schaffung von Arbeitsplätzen, besitzen. Auch der Integrationsbericht der Landesregierung von Nordrhein-Westfalen betont, dass Zuwandererselbständigkeit „erheblich zur Dynamik der deutschen und nordrhein-westfälischen Volkswirtschaft“ beiträgt.¹⁶ In welchem Umfang hieran Frauen mit Migrationshintergrund beteiligt sind, war bislang vollkommen ungeklärt. Die Bedeutung der unternehmerischen Leistungen von

⁵ Apitzsch/ Kontos 2003; Hettlage 2005; Kontos 2008.

⁶ Einige anschauliche Beispiele auch in: „Erfolgreich arbeiten mit zwei Kulturen. Zuwanderinnen und ihre Unternehmen“ (MGFFI 2007) sowie in Kapitel 6.

⁷ Boos-Nünning/ Karakasoglu 2006.

⁸ Hillmann 1998; Pearce 2005; Hayen/ Unterberg 2008.

⁹ Loeffelholz et al. 1994; Constant 2004; Leicht/ Leiß 2006.

¹⁰ Goldberg/ Sen 1997; Leicht et al. 2005.

¹¹ Vgl. vor allem Portes 1995; Waldinger et al. 1990; Light 2004.

¹² In der Reihe angebotsseitiger Faktoren wurde weniger auf Bildungsressourcen als vielmehr auf soziokulturelle Eigenheiten abgehoben. Mit nachfrageseitigen Faktoren wird v.a. die Bedeutung ethnischer Märkte betont.

¹³ Zur Kritik siehe auch Kloosterman/ Rath 2001

¹⁴ Bührmann et al. 2008; Jasper et al. 2008.

¹⁵ Leicht et al. 2005.

¹⁶ MGFFI 2008, S. 135.

Migrantinnen wird jedoch über den Beitrag zur „Selbstbeschäftigung“ hinaus auch daran gemessen werden, in welchem Umfang ihre Betriebe zur Ausbildung und Beschäftigung anderer sowie zur Wertschöpfung insgesamt beitragen.

5. Mit Blick auf die Grundvoraussetzungen für dieses Leistungs- und Integrationspotenzial steigen die Erwartungen. Denn die Basis für den Erfolg scheint in gewisser Hinsicht schon gelegt: Zumindest stand bereits vor dieser Studie fest, dass die Zahl der selbständigen ausländischen Frauen deutschlandweit prozentual stärker als die der deutschen Frauen wächst.¹⁷ Die Zahl selbständiger Ausländerinnen hat sich im Zeitraum von 15 Jahren in etwa verdoppelt.¹⁸ Dennoch bestand kein Anlass zum Jubel, denn der stärkere Anstieg ist teils auf das niedrige Ausgangsniveau sowie auf die unter Frauen steigende Erwerbsbeteiligung zurückzuführen. Unterm Strich ist festzuhalten, dass die Selbständigenquote von Frauen (ob mit oder ohne deutschen Pass) nur halb so hoch wie die der Männer ist. Hier dürfte also interessieren, ob die den Zugang zur Selbständigkeit bestimmenden Faktoren geschlechtsspezifisch unterschiedliche Wirkung haben.

6. Beiallem ist hinzuzufügen, dass die bisherigen Untersuchungsbefunde schon allein deshalb in teils unterschiedliche Richtungen weisen, weil die starke Heterogenität in der Zusammensetzung von Migrantenselbständigkeit oftmals unterschätzt und die nationale Herkunft im Einzelnen zu selten berücksichtigt wird. Insgesamt mangelt es in Deutschland an Studien, die auf einer Differenzierung nach gruppenspezifischen Ressourcen, Gelegenheiten und Restriktionen beruhen. Hinzu kommt, dass sich die Ressourcenausstattung selbst innerhalb einzelner Gruppen stark unterscheiden kann, wenn zudem nach dem Zeitpunkt der Zuwanderung oder auch nach Eingebürgerten und Ausländern unterschieden wird.

Abschließend zu dieser Übersicht sei der Vollständigkeit halber noch erwähnt, dass sich mehr oder weniger parallel zum hier vorgestellten Forschungsprojekt zwei weitere Projekte mit zugewanderten Gründerinnen befassen.¹⁹ Allerdings unterscheiden sie sich sowohl in der thematischen Fokussierung als auch im regionalen Bezug, aber insbesondere in der angewandten Methodik sowie in der Auswahl und Reichweite der untersuchten Zielgruppen. Die Unterschiedlichkeit der Ansätze – und teils der Ergebnisse – kann als Bereicherung angesehen werden, da hierdurch die Debatte lebendiger und das öffentliche Echo eher noch breiter wird.

1.2 Projektziele und Vorgehensweise

Die Ziele der Untersuchung lassen sich bereits aus der zuvor beschriebenen Ausgangssituation und dem damit einhergehenden Problemaufriss erkennen. Pointierter und detaillierter formuliert soll die Untersuchung Aufschluss darüber geben,

- welche Bedeutung den Gründungen und unternehmerischen Aktivitäten von Frauen mit Migrationshintergrund in Nordrhein-Westfalen in quantitativer Hinsicht zukommt, ferner wie sich deren Zahl im Zeitverlauf entwickelt hat und welche Herkunftsgruppen hier maßgeblich sind,
- wie hoch die Fluktuation aus Gründungen und Schließungen ist bzw. wie nachhaltig der Unternehmensstart der Frauen einzelner Nationalitäten ist,
- auf welchen Märkten sich selbständige Migrantinnen bewegen, inwieweit sie Zugang zu modernen und wissensbasierten Dienstleistungen finden und wie sich der Kreis ihrer Kunden – auch im Vergleich mit anderen Marktteilnehmer/innen – zusammensetzt,
- welche qualitativen Merkmale und Eigenschaften die Gründerinnen und Unternehmerinnen aufweisen, insbesondere mit welchen individuellen Ressourcen (u.a. Bildung, Arbeitserfahrung, Sprachkenntnisse usw.) sie ausgestattet sind,
- welche Push- und Pull-Faktoren bzw. welche Motive, kulturellen und persönlichen Dispositionen und Gelegenheitsstrukturen dem Schritt in die Selbständigkeit zugrunde liegen; vor allem auch welche Bedeutung hierbei Arbeitslosigkeit und Benachteiligungen im Erwerbsleben sowie ggf. auch Familienverantwortung haben,

¹⁷ Leicht/ Leiß 2006.

¹⁸ Ebenda, S. 40. Bis zum Jahr 2005 standen im Mikrozensus nur Zahlen für Ausländer/innen und nicht auch für Deutsche mit Migrationshintergrund zur Verfügung.

¹⁹ Hayen/ Unterberg (Evers & Jung 2008) „Gründungspotentiale und -hemmnisse von Migrantinnen in der Region Hannover“ im Auftrag der Hannoverimpuls GmbH und ein vom BMBF gefördertes Verbundprojekt „Unternehmensgründungen durch Migrantinnen“ der Universitäten Dortmund und Münster, Unique GmbH Berlin, gaus GmbH Dortmund und Zentrum für Türkeistudien, Essen.

- welches die förderlichen und hemmenden Faktoren für Migrantinnen im Gründungsprozess sind, welche Unterstützungsleistungen von familiärer und institutioneller Seite kommen und welche Strategien, Bedarfe und Probleme (z.B. Kapitalzugang) sie formulieren,
- wie die betrieblichen Leistungspotentiale einzuschätzen sind, insbesondere ob und wie viele Arbeitsplätze am Unternehmen hängen, welche Umsatzstärke und Erträge sie aufweisen und ob die Betriebe eine Ausbildungsbefähigung und -bereitschaft aufweisen.

Diesen und den im Folgenden im Detail beschriebenen Fragen (vgl. auch Kapitel 2 zum Stand der Forschung) geht die vorliegende Studie nach.

Auswahl der zu untersuchenden Zielgruppen

Mit Blick auf den Untersuchungsgegenstand stehen mehrere Zielgruppen im Fokus. So werden nicht nur Frauen mit und ohne Zuwanderungsgeschichte, sondern genauso die Männer als Referenzgruppe hinzugezogen und neben den Selbständigen teils auch abhängig Beschäftigte vergleichend betrachtet. Notwendig war aber insbesondere eine weitere Differenzierung der Gruppe selbständiger Migrantinnen und Migranten.

Naheliegender ist, dass hier die (derzeitigen und künftigen) Potenziale an Gründer/innen der in Nordrhein-Westfalen bevölkerungsstärksten Migrantengruppen ausgewählt wurden. An deren Spitze stehen die aus der Türkei mit über 868.000, aus Polen mit 187.000, aus Italien mit 180.000 und aus der Russischen Föderation mit 144.000.²⁰ Wie sich die Geschlechter aufteilen, ist in Abb. 1.1 zu sehen. Der Frauenanteil ist unter den osteuropäischen Gruppen wesentlich höher. Die Gruppengröße war jedoch nicht das allein ausschlaggebende Kriterium für die Auswahl:

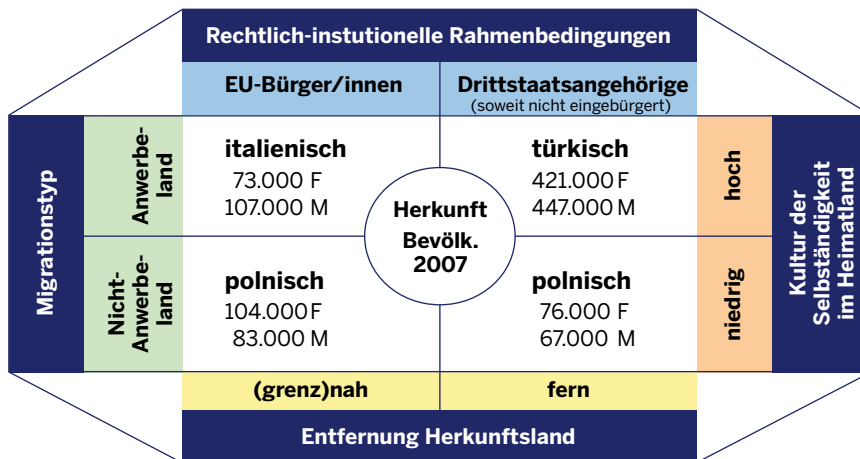
Ein leitendes Prinzip in der Vorgehensweise bestand zudem darin, die je nach ethnischer Herkunft unterschiedlichen Ausgangsbedingungen für den Schritt in die Selbständigkeit zu berücksichtigen. Gleichzeitig war jedoch klar, dass die Vielzahl an kulturellen Herkunftsgruppen keinen angemessenen Platz in einer Untersuchung finden kann, die einerseits Untersuchungseinheiten (Ethnien) voneinander abgrenzen muss und andererseits auf eine ausreichende Fallzahl an Beobachtungen innerhalb der Einheiten angewiesen ist. Ohnehin erscheint es sinnvoll, die Untersuchungsgruppen so zu bestimmen, dass die Erkenntnisse in einen Zusammenhang mit den divergierenden Optionen und Hürden gebracht werden können. Unterschiede in den Ausgangsbedingungen ergeben sich – wie im Folgenden noch dargelegt – etwa aus den Zuwanderungsphasen und -motiven sowie v.a. aus den für die Gruppen geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen. Ob eine Migrantin oder ein Migrant aus den ehemaligen Anwerbestaaten oder aus den Ländern Osteuropas kommt hat erhebliche Konsequenzen für die Ausstattung mit den aus dem Herkunftsland „mitgebrachten“ oder in Deutschland erworbenen Ressourcen (Differenzen bzgl. Bildung, Selbständigentradition, Aufenthaltsdauer, Sprachkenntnisse usw.). Vor allem jedoch sind die Zuwanderinnen unterschiedlichen institutionellen Regulierungen unterworfen, die über das Recht der freien Niederlassung und damit über die Möglichkeit zur Ausübung einer selbständigen Erwerbsarbeit entscheiden.²¹ Dieses Recht steht (mit wenigen Ausnahmen) nur den EU-Bürgern zu, weshalb bei der Zielgruppenauswahl vorrangig auch zwischen Unions- und Drittstaatsangehörigen unterschieden wurde.

Die genannten Differenzierungskriterien harmonisieren ideal mit den bevölkerungsstarken vier Zielgruppen: Italiener/innen und Pol(inn)en, die zwar EU-Bürger, aber zum einen ehemalige Gastarbeiter oder deren Nachfahren und zum anderen Angehörige der neuen Mitgliedstaaten sind. Ferner Türk(inn)en und Russ(inn)en, die beide nicht der EU zugehören und sich zum anderen jedoch durch ihren Migrationstyp (Nicht-/Anwerbestaat) unterscheiden. Dieses Auswahlmuster ist anhand einer Vierfeldertafel in Abb. 1.1 dargestellt.

²⁰Hier einschließlich der eingebürgerten Deutschen mit früherer Staatsangehörigkeit dieser Länder, wobei mit diesen Zahlen im Gegensatz zu unserer Untersuchung die Spätaussiedler/innen vorerst noch ausgeklammert sind.

²¹Die Niederlassungsfreiheit für EU-Angehörige umfasst die „Ausübung selbständiger Erwerbstätigkeiten“ (Art. 43 EGV) soweit auch die landesspezifischen Qualifikationsanforderungen erfüllt sind (Art. 47 Abs. 1.2).

Abb. 1.1: Stärke und Ausgangsbedingungen der ausgewählten Herkunftsgruppen*) in Nordrhein-Westfalen



*) ohne Aussiedler/innen

Quelle: Eigene Darstellung; Zahlen aus: Statistisches Bundesamt, Fachserie 1, Reihe 2.2 Migration in Deutschland 2007

Zu allem kommt hinzu, dass sich die neuen und die alten EU-Bürger auch in ihrem Rückgriff auf eine „heimatliche“ Selbständigentradition sowie darin unterscheiden, dass sich die Italiener/innen im Gegensatz zu den Polinnen bzw. Polen hier in Deutschland auch als Arbeitnehmer und nicht nur als Selbständige in Deutschland niederlassen können.²² D.h., die Gelegenheitsstrukturen sind jeweils anders. Ferner ist die Art bzw. die Dauer der Zu- und Abwanderung teils von der Entfernung des Herkunftslandes abhängig, da eine selbständige Erwerbsarbeit u.U. auch temporär ausgeübt werden kann, wie das Beispiel pendelnder Pol(inn)en zeigt.

Das in der Abbildung dargestellte Zuordnungsmuster wird natürlich dann teilweise aufgehoben, wenn es sich um Migrantinnen oder Migranten handelt, welche zwischenzeitlich die deutsche Staatsangehörigkeit angenommen haben (v.a. Eingebürgerte) bzw. aufgrund ihres Zuwanderungsstatus zu den (hier nicht ausgewiesenen) Aussiedler/innen zählen. In diesen Fällen reduzieren sich die Statusunterschiede in Bezug auf die rechtlichen Ausgangsbedingungen. In Bezug auf den kulturellen Hintergrund, die Wanderungsmotive und teils auch den Zuwanderungszeitpunkt bleiben allerdings u.U. Diskrepanzen bestehen. So blicken bspw. Türkinnen auch dann, wenn sie eingebürgert sind, zumeist auf eine andere Selbständigentradition zurück als etwa die aus der ehemaligen Sowjetunion zugewanderten Russlanddeutschen.

Empirisch-methodisches Vorgehen

Auf die in vorliegender Untersuchung verwendeten Daten und die dabei angewandten Methoden der Erhebung und Analyse wird ausführlich in Kapitel 3 eingegangen, weshalb an dieser Stelle nur überblicksartig auf das Untersuchungsdesign eingegangen werden kann.

Die Studie beruht auf einem Methodenmix, der insgesamt drei Schritte umfasst: 1. eine Sekundärdatenanalyse, 2. eine Expertinnen- bzw. Expertenbefragung und 3. vor allem eine Befragung von Gründerinnen und Unternehmerinnen.

Sekundärdaten-Analyse: Die Datenlage in Bezug auf Migrantenselbständigkeit ist äußerst dürftig. Zur Einschätzung der Makrostrukturen konnten jedoch folgende amtliche Statistiken herangezogen werden: Der Mikrozensus (Sozioökonomische Informationen über selbständige MigrantInnen) sowohl auf Aggregatdaten als auch auf Mikrodatenbasis. Damit standen Daten aus der bedeutendsten amtlichen Repräsentativstatistik zur Verfügung, die allerdings dennoch nicht ausreichend Indikatoren für die Untersuchung bot und daher Ergänzungen erforderte (siehe unten). Eine Basis zur Beurteilung des Gründungs- und Schließungsgeschehens bildete die Gewerbeanzeigenstatistik.²³

²²Auf die besonderen Bedingungen der Niederlassung und der Regelung der Freizügigkeit für Mitglieder der neuen EU-Staaten bzw. für Polinnen und Polen wird an anderer Stelle noch eingegangen.

²³Wegen Veränderungen bei der Förderung von Gründungen aus der Arbeitslosigkeit (Abschaffung von Ich-AG und Überbrückungsgeld), wurde auf die ursprünglich vorgesehene Auswertung von BA-Statistiken verzichtet.

ExpertInnenbefragung: Zur Generierung von Arbeitshypothesen, aber auch zur besseren Interpretation der quantitativ ausgerichteten Analysen, sowie zur Ableitung von praxisnahen Handlungsempfehlungen wurden von ProKMU der Universität Siegen Gespräche mit 14 ausgewählten Gründerinnen sowie mit sieben Beratungsinstitutionen geführt.

Primärerhebung: Zentrale Basis der Untersuchung bildet eine Befragung von Gründerinnen und selbständigen Frauen mit Migrationshintergrund (sowie zusätzlich einer Kontrollgruppe von Männern und „einheimischen“ Frauen) durch eine CATI-Erhebung (Computer Added Telefoninterviews). Hier wurden insgesamt 1.118 Interviews in einer Verteilung auf die o.g. vier Herkunftsgruppen (je zur Hälfte Frauen und Männer) sowie einer Referenzgruppe von Deutschen (ohne Migrationshintergrund) durchgeführt. Ergänzt wurde die Stichprobe teilweise durch den Nordrhein-Westfalen-bezogenen Teil einer bundesweiten Befragung (Pool-Datensatz).

2. Gründungen und unternehmerische Aktivitäten von Frauen und Migranten insgesamt: Zum Stand der Forschung

Der Untersuchungsgegenstand liegt im Schnittpunkt zweier Forschungsbereiche, die beide lange Zeit ein Schattendasein führten. Frauen sind als Unternehmerinnen in der Forschungsliteratur über Jahrzehnte unsichtbar geblieben,²⁴ wenngleich die Zahl der Untersuchungen neuerdings etwas angestiegen ist. Ähnliches gilt auch für das Interesse an den unternehmerischen Aktivitäten von Migranten, die zunächst nur in den anglo-amerikanischen, d.h., „klassischen“ Einwanderungsländern Aufmerksamkeit erregten.²⁵ Auch dies scheint sich zu ändern, da die Zuwanderung in den europäischen Ländern schon längst nicht mehr in die großen Fabriken, sondern in ein breites Feld an erwerbswirtschaftlichen Tätigkeiten führt. Doch die in der Forschung lang geübte Zurückhaltung in diesen Feldern mag erklären, weshalb dann konsequenterweise auch das unternehmerische Engagement von Frauen mit Migrationshintergrund nur wenig Beachtung fand. Allerdings mangelt es nicht an Versuchen, Parallelen zwischen Migranten- und Frauenselbständigkeit zu ziehen, da sich beide Gruppen häufig ähnlichen Hürden und Vorbehalten gegenüber sehen.²⁶

Um die Antwort hierauf vorwegzunehmen: Es gibt voraussichtlich Gemeinsamkeiten aber auch bedeutende Unterschiede in der Relevanz bestimmter förderlicher oder hemmender Faktoren. Aber ohnehin sind viele der Determinanten der Struktur und Entwicklung von Selbständigkeit natürlich sowohl für beide Geschlechter als auch für Personen mit und ohne Zuwanderungsgeschichte von Bedeutung. D.h., hinsichtlich der eher allgemeinen Frage, wie und warum sich Menschen beruflich selbständig machen gilt generell, dass zum einen „Personen“ eine individuelle Entscheidung treffen müssen und zum anderen „strukturelle Bedingungen“ bzw. das Mikro- oder Makroumfeld die Entscheidungsfindung beeinflussen. Personen- und angebotsorientierte Erklärungsversuche verweisen eher auf das soziale und kulturelle Kapital bestimmter Menschen und Bevölkerungsgruppen und deren Werte, Interessen und vor allem Fertigkeiten, von denen angenommen wird, dass sie unternehmerische Aktivitäten befördern. Demgegenüber konzentrieren sich nachfrageorientierte Ansätze eher auf die Gelegenheitsstrukturen, insbesondere auf institutionelle, branchenspezifische und technisch-organisatorische Bedingungen und Veränderungen.²⁷

Das heißt, bereits hierüber werden sich die Gruppenspezifika in den Determinanten von Selbständigkeit bemerkbar machen. Denn die Gründungsaktivitäten von Frauen und Männern und genauso die von Migranten und Personen deutscher Herkunft werden von teils unterschiedlichen Motiven, Ressourcen, Gelegenheiten und Restriktionen beeinflusst.²⁸ Wobei mit Blick auf Frauen als wichtigste Faktorenbündel zur Erklärung des ungleichen unternehmerischen Engagements die Unterschiede in der Ausstattung mit spezifischem Humankapital, die berufliche Segregation sowie die mit „Familienverantwortung“ verbundenen Faktoren hervorgehoben werden.²⁹ Dagegen werden bei der Bestimmung von Migrantenselbständigkeit insgesamt – weit mehr noch als in der Genderperspektive – die Besonderheiten der Wirkung von sozialem Kapital und von institutionellen Rahmenbedingungen ins Spiel gebracht.

²⁴ Delmar/ Holmquist 2004; Bruin et al. 2006.

²⁵ Zur späten wissenschaftlichen „Entdeckung“ von Migrantenselbständigkeit in Europa vgl. auch Kloosterman/ Rath 2003.

²⁶ Daher dürfte es nicht verwundern, dass selbst manche Förderinstitution auf internationaler Ebene die Begriffe „women & minority entrepreneurs“ zusammenpackt.

²⁷ Ziegler/ Hinz 1992; Welter 2000; Leicht/ Luber 2002.

²⁸ Müller/ Arum 2003; Minniti et al. 2005.

²⁹ McManus 2001; Lohmann 2004; Leicht / Welter 2004; Strohmeyer / Tonoyan 2005; Tonoyan et al. 2007a.

Um den Zugang zum Thema differenzierter zu gestalten und die Frage nach den förderlichen und hinderlichen Faktoren der Entwicklung von selbständigen Migrantinnen von mehreren Seiten zu beleuchten, befassen wir uns im Folgenden zunächst skizzenartig mit dem Einflussfaktor „Geschlecht“ (Kapitel 2.1) und anschließend mit der Wirkung „ethnischer Herkunft“ (Kapitel 2.2) in einer eher generellen Sicht. Erst abschließend widmen wir uns explizit bisherigen Befunden zu den Triebkräften und Hemmnissen, aber auch den sozialen Wirkungen der Gründungsaktivitäten von Migrantinnen und zur Bedeutung ihrer Unternehmen (Kapitel 2.3).

2.1 Umfang und Ursachen der Unterrepräsentation selbständiger Frauen

Die „Geschichte“ von Frauenselbständigkeit ist je nach Perspektive immer eine schlechte und eine gute Nachricht wert. Mit Blick auf den Anteil an allen Selbständigen als auch auf die Selbständigenquote³⁰ ist zu konstatieren, dass Frauen seit jeher weit unterrepräsentiert sind. Grob betrachtet gründen und führen Frauen hierzulande (wie auch in vielen anderen Ländern) nur in etwa halb so häufig ein Unternehmen wie die Männer.³¹ Und dies ist nicht nur auf Defizite in der Gründungsplanung und -umsetzung, sondern bereits auf Geschlechterunterschiede in den Neigungen, Absichten und wahrgenommenen Möglichkeiten (Potenzialen) zurückzuführen.³² Die erfreuliche Nachricht ist, dass die Zahl selbständiger Frauen seit geraumer Zeit stärker als die von Männern wächst. Während sich in Deutschland die Zahl weiblicher Selbständiger seit Anfang der 90er Jahre (allerdings von vergleichsweise niedrigem Niveau) um rund zwei Drittel erhöhte, wuchs die der Männer nur um ein Viertel.³³ Es ist nun kaum zu entscheiden, welche der beiden Botschaften die wichtigere ist. Generell werden in der Debatte um den Stand und die Entwicklung der unternehmerischen Aktivitäten von Frauen allerdings weniger die förderlichen sondern eher die hinderlichen Faktoren diskutiert.

Charakteristika und Performance-Unterschiede

Bei allem ist zu berücksichtigen, dass bei der Suche nach den Determinanten nicht nur die Frage des Zugangs in die Selbständigkeit, sondern auch die nach dem Erfolg erörtert wird. Frauen und Männer unterscheiden sich nicht nur in der Gründungsneigung sondern – wenn sie denn gründen – auch in der Überlebenswahrscheinlichkeit sowie in den Charakteristika und der Performance ihrer Unternehmen. Die bislang durchgeführten Studien kommen mehrheitlich zu dem Ergebnis, dass die von Frauen geführten Betriebe zumindest im Aggregat geringere Überlebenschancen als Männerbetriebe aufweisen,³⁴ wobei für die Situation in Deutschland eher wenig Befunde vorliegen.³⁵ Allerdings verringern sich die Erfolgsunterschiede, wenn Personen mit ähnlichem Bildungsstand und Erfahrungswissen oder auch in vergleichbaren Branchen betrachtet werden.³⁶ Weitestgehend unbestritten ist ferner der Umstand, dass Frauen in der Regel vergleichsweise jüngere, kleinere und zumeist auch umsatzschwächere Betriebe führen.³⁷ Das heißt, ihre Wachstumsabsichten scheinen weniger stark ausgeprägt als bei Männern,³⁸ weshalb sie sich auch überproportional häufig in Form eines Ein-Personen-Unternehmens sowie im Zu- und Nebenerwerb betätigen. Im Vergleich zu ihren männlichen Pendanten sind sie zudem eher im Bereich persönlicher Dienstleistungen und seltener in technologieintensiven Bereichen aktiv.⁴⁰

Triebkräfte und förderliche Faktoren für Frauenselbständigkeit

Was aber hat in jüngerer Zeit zum Anwachsen der Zahl selbständiger Frauen in Deutschland (bzw. auch in Nordrhein-Westfalen) geführt? Der geschilderte „take off“ ist zu einem gewissen Teil auch auf die höhere Erwerbsneigung von Frauen zurückzuführen, wodurch sich ein Zustrom auf den Arbeitsmarkt insgesamt und dabei gleichzeitig in unterschiedliche berufliche Stellungen ergibt. Entscheidend ist aber nicht nur die Erwerbs- sondern auch die Bildungsbeteiligung: Der Gründungsboom unter Frauen in Deutschland war größtenteils ein Boom an Akademikerinnen.⁴¹ Strohmeyer (2007) zufolge verringert sich bei ausschließlicher

³⁰ Anteil an allen erwerbstätigen Frauen.

³¹ Arum/ Müller 2004; Lohmann/ Luber 2004; Leicht/ Lauxen-Ulbrich 2005.

³² Lehnert 2003; Welter 2004; Minniti et al. 2005; Tonoyan et al. 2007a; Brixly et al. 2008.

³³ Im früheren Bundesgebiet liegen die Zuwachsraten bei beiden Geschlechtern etwas geringer. Dies ist auch in NRW der Fall. Vgl. Leicht, R. (2007) Startmesse Essen sowie Kapitel 4.

³⁴ Boden/ Nucci 2000; Arum/ Müller 2004; Allen et al. 2007.

³⁵ Jungbauer-Gans 1993; Kay 2003; Fehrenbach 2004; Lohmann/ Luber 2004; Tonoyan/ Strohmeyer 2006.

³⁶ Jungbauer-Gans 1993; Kalleberg/ Leicht 1991; Watson 2003.

³⁷ Du Rietz/ Henrekson 2000; Backes-Gellner et al. 2003; Fehrenbach 2004.

³⁸ Strohmeyer/ Tonoyan 2004; Welter 2004.

³⁹ Piorkowsky 2005; Leicht/ Philipp 2007.

⁴⁰ Carter 2000; Lauxen-Ulbrich/ Leicht 2004; Tonoyan et al. 2007a; Metzger et al. 2008.

⁴¹ Strohmeyer 2004.

Blick auf die Hochqualifizierten die Geschlechterdiskrepanz im Zugang zur Selbständigkeit. Ohnehin zählt bekanntlich Humankapital, und darunter formale Bildung, mit zu den entscheidenden Determinanten sowohl bei der Entwicklung von Gründungspotenzialen als auch einer erfolgreichen Gründung.⁴² In Bezug zum vorliegenden Thema ist hier von Interesse, dass der Faktor „Bildung“ bei Frauen offenbar einen vergleichsweise stärkeren Pull-Effekt in Richtung unternehmerischer Betätigung bewirkt.⁴³ Verständlich wird dies bspw. dann, wenn die im Studium erworbene Qualifikation in der Selbständigkeit eine bessere Verwertung als in einem Angestelltenverhältnis erfährt.⁴⁴ So betrachtet bestehen hier gewisse Gründungsanreize aber gleichzeitig auch -zwänge. Letzteres gilt vor allem für den Druck, der sich aus Arbeitslosigkeit ergibt.⁴⁵ Allerdings lassen sich bspw. kaum Belege für die Annahme finden, dass Frauen mehr als Männer aus der Arbeitslosigkeit in die Selbständigkeit getrieben würden.⁴⁶ Auf die Frage, inwieweit Familienverantwortung und der damit verbundene Wunsch nach autonomen und flexiblen Arbeitsformen, die Gründungsneigung von Frauen erhöht, wird nachfolgend eingegangen.

Ressourcendefizite als hinderliche Faktoren und Ursachen des „gender gap“

In Anbetracht der Geschlechterdiskrepanz im Gründungsgeschehen interessieren natürlich vor allem die hinderlichen Faktoren. Hier werden neben den institutionellen Umfeldbedingungen (siehe im Folgenden) im Wesentlichen die im Vergleich zu Männern ungünstigeren Chancen im Zugang und der Nutzung von Ressourcen sowie in der Wahrnehmung und Ausschöpfung von sich bietenden Gelegenheiten in Betracht gezogen. So lassen sich Unterschiede in den Neigungen und im Zugang zu Selbständigkeit zum Beispiel auf Unterschiede in der Ausstattung mit spezifischem Humankapital, finanziellem und sozialem Kapital zurückführen.⁴⁷ Frauen und Männer unterscheiden sich zwar (zumindest in jüngeren Kohorten) kaum noch in Bezug auf formale Bildung, wohl aber in punkto Berufs-, Branchen und Führungserfahrung.⁴⁸ Diskrepanzen im Erfahrungswissen lassen sich vor allem mit diskontinuierlichen Erwerbsverläufen sowie mit Benachteiligungen am Arbeitsmarkt begründen. Ökonomisches Kapital ist allein schon deswegen rar, weil die Arbeitseinkommen von Frauen in der abhängigen Beschäftigung zu geringeren Ersparnissen führen.⁴⁹ Da Frauen aber i.d.R. „kleiner“ gründen scheint auch ihr Kapitalbedarf geringer.⁵⁰ In Deutschland gibt es allerdings kaum empirisch fundierte Studien, die sich mit dem Zugang von Gründerinnen zu Fremdkapital befassen, weshalb die berichteten Diskriminierungen bei Banken eher auf Einschätzungen beruhen.⁵¹ Die Bedeutung von sozialem Kapital für unternehmerische Aktivitäten ist unstrittig, allerdings besteht Unsicherheit, inwieweit sich Frauen und Männer in ihrem Zugriff auf selbständigkeitsrelevante Netzwerke unterscheiden.⁵² Dagegen herrscht weitestgehend Einigkeit, dass Töchter geringere Chancen als Söhne haben, einen elterlichen Betrieb zu übernehmen.⁵³

Berufliche Segregation, Rollenbilder, Einstellungen und institutionelle Einflussfaktoren

Ressourcen und Gelegenheiten für den Schritt in die Selbständigkeit werden aber indirekt auch durch die Art und Weise ihrer Wahrnehmung, durch gesellschaftlich geprägte Rollenbilder und hierüber auch durch die geschlechtsspezifische Arbeitsteilung und die berufliche Segregation beeinflusst. Da der erlernte und ausgeübte Beruf oftmals entscheidend dafür ist, welche Gelegenheiten sich für die Ausübung einer selbständigen Tätigkeit bieten, lässt sich auch die unterschiedliche Gründungsstärke teils daraus erklären, dass Frauen in ihrer Berufswahl noch immer eher auf typische Frauenberufe zurückgreifen, die im Vergleich zu Männerberufen weniger Gelegenheiten für den Schritt in die Selbständigkeit bieten.⁵⁴ Die geschlechtsspezifische Segregation am Arbeitsmarkt hat sich als eine wesentliche Determinante bei der Erklärung der Unterrepräsentation von Frauen in der Selbständigkeit erwiesen,⁵⁵ wobei der Effekt mit Blick auf Akademikerinnen und ihre Studienfachwahl eher verschwindet.⁵⁶

⁴²Brüderl et al. 1996; Arum/ Müller 2004; Brixly et al. 2008.

⁴³Strohmeier 2004; Leicht/ Lauxen-Ulbrich 2005.

⁴⁴Strohmeier 2004.

⁴⁵Bögenhold/ Staber 1991; Sternberg et al. 2007; Strohmeier 2007.

⁴⁶z. B. Niefert/ Tchouvakhina 2005.

⁴⁷Unter vielen in Bezug auf Deutschland: Jungbauer-Gans 1993; Döbler 1998; Tonoyan/ Strohmeier 2004.

⁴⁸Strohmeier 2004; Lauxen-Ulbrich/ Leicht 2004; Konsortium Bildungsberichterstattung 2006 (v.a. S.29); Allen et al. 2008.

⁴⁹BMFSFJ 1991; Cornelißen 2005.

⁵⁰Sternberg et al. 2004.

⁵¹Welter 2003. In Bezug auf High-Tech-Gründungen kommen Metzger et al.(2008) zu dem Ergebnis, dass Frauen keine höheren Barrieren in der Kapitalbeschaffung haben.

⁵²Jungbauer-Gans 2000; Greene et al. 2003. Eine Übersicht findet sich in Welter/ Trettin 2006.

⁵³ifm 2000; Arum/ Müller 2004.

⁵⁴McManus 2001; Delmar/ Holmquist 2004.

⁵⁵Dies gilt für Deutschland (Leicht/ Lauxen-Ulbrich 2005) sowie auch für Beobachtungen auf internationaler Ebene (Strohmeier/ Tonoyan 2005).

⁵⁶Strohmeier 2007.

Darüber hinaus werden in Bezug auf die Frage, warum sich Frauen seltener selbständig machen, aus psychologischer und verhaltenswissenschaftlicher Sicht vor allem Einstellungen und Charaktereigenschaften („traits“) sowie die hierfür verantwortlichen institutionellen Umfeldbedingungen zur Sprache gebracht. Die Suche nach den selbständigkeitsrelevanten persönlichen Merkmalen, die Menschen zu unternehmerischen Leistungen motivieren und befähigen (z.B. Leistungsorientierung, Risikobereitschaft oder Eigeninitiative), hat in der Entrepreneurship-Forschung zwar lange Tradition,⁵⁷ aber geschlechtsspezifische Unterschiede wurden eher ignoriert. Die Bereitschaft zur Übernahme von Risiken gilt – nicht zuletzt im Zusammenhang mit Fragen kultureller Prägung – als ein konstituierendes Element unternehmerischen Handelns, wobei Frauen hier eher ein zurückhaltend behutsames Vorgehen zugeschrieben wird. Wagner (2007) kommt zu dem Ergebnis, dass die geringere Risikoneigung von Frauen wesentlich die Geschlechterdiskrepanz im Gründungsgeschehen erklärt. Eine ganz andere Sicht auf die Verhaltensweisen ergibt sich im Kontext von Untersuchungen, die sich mit der institutionellen Einbettung von Unternehmertum befassen, da informelle Institutionen, und hier kulturelle Leitbilder als gesellschaftlich erwünschte Verhaltensregeln, auch die Wahrnehmung von Gründungschancen bestimmen.⁵⁸ Verschiedene Untersuchungen zum männlich dominierten Unternehmer(innen)bild⁵⁹ gehen daher der Frage nach, inwieweit diese Stereotypen sowie die Diskrepanz zwischen Selbstbild und vermitteltem Fremdbild die Identifikation von Frauen mit unternehmerischem Engagement erschweren.⁶⁰

Familienbezogene Aspekte

Die Diskussion um den Einfluss familiärer Verpflichtungen wird hier separiert betrachtet, weil bislang noch ungeklärt blieb, ob die den Frauen zugeschriebene Familienverantwortung eher ein Antrieb oder ein Hindernis für die Gründung und Führung eines Unternehmens ist. McManus (2001) weist darauf hin, dass familienbezogene Aspekte sowohl die langanhaltende Unterrepräsentation von Frauen in der beruflichen Selbständigkeit erklären können als auch den dargestellten Boom. Denn einerseits vermindert Familienarbeit die Möglichkeiten des Erwerbs gründungsrelevanter Ressourcen bzw. sie verkürzen 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, wenngleich dies ggf. mit Teilzeitselbständigkeit oder auch Formen randständiger Selbständigkeit verbunden ist.⁶¹ Die Implikationen scheinen wesentlich davon abhängig, ob der Eintritt in die Selbständigkeit oder deren Ausübung betrachtet wird. Während sich junge Kinder im Haushalt bzw. familiäre Verpflichtungen für das Unternehmerinnendasein als weniger hinderlich erweisen,⁶² stehen sie in der Phase davor, d.h., im Gründungsprozess (zumindest mit Blick auf die in Deutschland geltenden Rahmenbedingungen), offenbar eher „im Weg“.⁶³

2.2 Entstehung, Entwicklung und Bedeutung von Migrantenselbständigkeit

Welche Debatte ging der vorliegenden Untersuchung auf wissenschaftlicher Ebene voraus? Was ist bisher über Migrantenselbständigkeit in Deutschland bzw. in Nordrhein-Westfalen bekannt und in welchem Zusammenhang stehen die Gründungsaktivitäten von Migrantinnen und Migranten mit der Integration in Wirtschaft und Gesellschaft?

Die „Vorgeschichte“ und ihre Implikationen

Bislang liegen nur wenige empirisch fundierte Untersuchungen zur Bedeutung und zu den Determinanten von Migrantenselbständigkeit⁶⁴ in Deutschland insgesamt und noch weniger speziell zur Situation in Nordrhein-Westfalen vor. Die ersten in den 80er und 90er Jahren v.a. von Berliner Forschern oder vom Zentrum für Türkeistudien in Essen durchgeführten Arbeiten⁶⁵ standen bereits unter dem Eindruck einer nachlassenden Massenproduktion, veränderter Arbeitsmärkte und einer sich langsam (sowohl in der sozialen als auch ethni-

⁵⁷Vgl. v.a. McClelland 1987; Klandt 1986.

⁵⁸North 1990; Welter/ Achtenhagen 2006.

⁵⁹Welter (MGFFI) 2006; Bührmann et al. 2006 und Bührmann et al. 2007. Diese Frage prägt auch das eingangs erwähnte Projekt „Unternehmensgründungen durch Migrantinnen“.

⁶⁰Bührmann/ Hansen 2006; Kay et al. 2006; Welter/ Achtenhagen 2006; Schmeink/ Schötteleindreier 2006; Werner et al. 2007.

⁶¹Lohmann 2004; Tonoyan et al. 2007b.

⁶²Lombard 2001; Leicht/ Lauxen-Ulbrich 2005.

⁶³Strohmeier 2007.

⁶⁴Das Wort „Migrantenselbständigkeit“ wurde hier in maskuliner Form belassen, weil auch die meisten Untersuchungen – ohne explizite Nennung – eher das unternehmerische Verhalten von Männern widerspiegeln.

⁶⁵Blaschke/ Ersöz 1986 und 1987; Goldberg/ Sen 1992 und 1997.

schen Zusammensetzung) wandelnden Migrantenstruktur. In dieser Lage wurde – so ein häufig verwendetes Motto – mancher „Gastarbeiter zum Unternehmer“. Die meisten Studien befassten sich schwerpunktmäßig mit dem Gründungsgeschehen in der türkischen Community. Italiener und Griechen erzielten zwar höhere Selbständigenquoten als die Türken, aber in der Literatur dennoch geringe Aufmerksamkeit.⁶⁶ Der Fokus auf die bevölkerungsmäßig stark wachsenden türkischstämmigen Migranten erschien verständlich und zunächst auch berechtigt, da sich diese Gruppe in vielerlei Hinsicht (soziale Struktur, wohnräumliche Konzentration, Religion usw.) von anderen unterschied. Doch die Prominenz einer solchen Blickrichtung blieb möglicherweise nicht ganz ohne Folgen für die Einschätzung der Entstehungsbedingungen der Migrantenökonomie in Nordrhein-Westfalen und Deutschland insgesamt.⁶⁷ Denn im Gegensatz zur Situation in den angloamerikanischen Metropolen war die wachsende Zahl an kleinen Unternehmen u.E. weniger ein Produkt von Enklaven und von co-ethnischen Beziehungen. Diesen Verdacht mag man aber gewinnen, wenn man sich zu sehr auf das Beispiel der türkischen Ökonomie und ihren „break out“ zu einem offenen Markt konzentriert (der hier nicht bestritten wird).⁶⁸ Doch die nicht erst heute, sondern eigentlich schon immer stärker auf deutsche Kundschaft orientierten italienischen, griechischen und jugoslawischen Gastwirte und Händler boten sich hierfür kaum als Referenzen an. Hier ergibt sich eher ein anderes Problem. Da sich die Angehörigen dieser Gruppen stärker als die türkische Community in einer durch Einzelhandel und Gastronomie geprägten ökonomischen Nische bewegen, sind sie auch gleichzeitig einem starken Konkurrenzdruck unterworfen, was kleine Existenzgründer dauerhaft gefährdet.⁶⁹

Doch mittlerweile stellt sich eine ganz andere Frage: Welche Geschäfte betreiben eigentlich diejenigen, die nicht zu den ehemaligen Gastarbeitern und deren Nachfahren zählen? Wendet man den Blick auf das Geschehen in jüngerer Zeit, ist zu konstatieren, dass sich mit der wachsenden Zuwanderung aus Osteuropa und den Staaten der ehemaligen Sowjetunion die Triebkräfte und Strukturen von Migrantenselbständigkeit stark verändert haben.

Bisherige Erkenntnisse zur Entwicklung und Bedeutung einzelner Gruppen

Ohne auf die im Folgenden dargestellten Analysen näher einzugehen, lässt sich zusammenfassend bereits aus der bisherigen Befundlage festhalten, dass die höchste Zahl an jährlichen Neugründungen in Deutschland und Nordrhein-Westfalen mittlerweile auf die Zuwanderer/innen aus Polen entfällt. Zwar ist ein Teil dieser Gewerbeanmeldungen voraussichtlich auf Scheinselbständigkeit und „Wanderarbeit“ zurückzuführen,⁷⁰ aber allein schon die Tatsache, dass ihr Gründungsaufkommen derzeit doppelt so hoch wie das der Türk(inn)en ist, zeugt von enormen Strukturveränderungen gegenüber dem Geschehen in früheren Jahren. Allerdings geht die Gründungsneigung – wie bei nahezu allen Ausländergruppen – mit gleichzeitig hohen Betriebschließungen bzw. Fluktuationen und auch Auswanderung einher.⁷¹ Der Selbständigenbestand weist denn auch ein teils anderes Bild auf: Deutschlandweit liegen hier die türkischstämmigen Selbständigen mit einer Zahl von 79.000 weiterhin an der Spitze, gefolgt von denen polnischer und italienischer Herkunft mit 50.000 bzw. 48.000.⁷² Allerdings ist hinzuzufügen, dass vor dem Hintergrund der Wanderungsströme insgesamt auch der Anteil der türkischstämmigen an allen Selbständigen in den letzten 10 Jahren auf nunmehr 13% zurückgegangen ist.⁷³ Absolut betrachtet ist die Zahl türkischstämmiger Selbständiger, wie auch die in vielen anderen Herkunftsgruppen, dennoch enorm gestiegen. Sie hat sich seit Anfang der 90er Jahre verdoppelt. Unter den wichtigsten Migrantengruppen liegt der prozentuale Zuwachs an Selbständigen fast durchweg über dem von Selbständigen deutscher Herkunft. Einen (auch für Migranten) überdurchschnittlichen prozentualen Zuwachs weisen die Gründer/innen aus einigen asiatischen Ländern und vor allem die aus Osteuropa bzw. Polen auf.

Da hierfür jedoch auch immer die Zuwanderung und auch die Entwicklung der ansässigen Bevölkerungsgruppen mit verantwortlich ist, muss die Gründungsneigung und -fähigkeit anhand der Selbständigenquote beurteilt werden. Sieht man von einigen kleineren Herkunftsgruppen ab, wird diesbezüglich die Rangliste schon seit langem durch die Griechen angeführt, wobei zudem die Italiener inzwischen von den Polen überholt wurden.

⁶⁶ Neben den bereits genannten auch Pütz 2000 und 2003; Fischer 2001; Constant et al. 2003. Ausnahmen diesbezüglich blieben (bis zu dieser Zeit) die Untersuchungen von Loeffelholz et al. 1994 und Özcan/ Seifert 2000.

⁶⁷ Dies zeigt sich zumindest durch die Resonanz in der internationalen Literatur, die vorwiegend anhand des Beispiels der Türken die Kernelemente ethnischer Ökonomien auch in Deutschland identifiziert. Vgl. z.B. Waldinger et al. 1990; Kloosterman/ Rath 2001; Light 2004.

⁶⁸ Pütz 2000.

⁶⁹ Leicht et al. 2005 und 2006; Fertala 2006.

⁷⁰ John 2007; Novicka 2007; Werner 2009 sowie Kapitel 5.4.

⁷¹ Leicht et al. 2005 und 2006; Fertala 2006; John 2007.

⁷² Leicht/ Langhauser 2009 sowie Kapitel 5.3.

⁷³ Dies gilt für Ausländer wie auch auf Eingebürgerte. 1997 betrug der Anteil 16% und ein Jahr davor 17%.

Die Migranten aus der Türkei liegen dagegen auf einem eher mittleren Platz.⁷⁴ Bei der Messung und Bewertung von Migrantenselbständigkeit wird im übrigen oftmals übersehen, dass inzwischen ein beachtlicher Teil auch aus den nordeuropäischen und dabei insbesondere auch aus den unmittelbaren Anrainerstaaten (v.a. aus den Niederlanden und Österreich) kommt.

Erklärungsansätze für das unternehmerische Verhalten von Migranten

Welche Faktoren tragen zu den überproportional gestiegenen Gründungsaktivitäten von Personen mit Zuwanderungsgeschichte bei? Neuere theoretische Ansätze zur Erklärung von „ethnischem Unternehmertum“ wurden – sieht man von den „Klassikern“ der deutschen Soziologie ab⁷⁵ – hierzulande kaum entwickelt. International betrachtet bewegen sich die Versuche, die unternehmerischen Aktivitäten von Migranten zu erklären, in einem Spannungsfeld von angebots- und nachfrageorientierter Sicht. Doch in der sog. „Ethnic Entrepreneurship-Forschung“ standen angebotsseitig weniger die individuellen Ressourcen bzw. das Humankapital der Akteure⁷⁶ im Vordergrund als vielmehr die mit sozialem und kulturellem Kapital verbundenen Gruppencharakteristika bestimmter Ethnien.⁷⁷ Hierzu mögen Familienbande oder Netzwerkbeziehungen genauso wie ethnische Solidarität oder die Beschäftigung von Landsleuten zählen. Zwar war ein Teil der Forschung noch mit der Frage befasst, inwieweit die unternehmerischen Neigungen bestimmter Gruppen auf mit der Zuwanderung „importierten“ kulturellen Prädispositionen und Traditionen beruhen.⁷⁸ Doch „kulturelle“ Deutungen in einer singulären orthodoxen Form spielen heute eine untergeordnete Rolle, vor allem wenn sie dazu neigen, die im Ankunftsland situativ wirkenden Faktoren auszuklammern und zudem ethnische Eigenheiten allen anderen unternehmerischen Fähigkeiten überzuordnen.

Zwischenzeitlich herrscht weitestgehend Einigkeit, dass für den Schritt zur beruflichen Selbständigkeit zwar Ressourcen verschiedenster Art, aber genauso strukturelle Faktoren, wie etwa der Absatz- und der Arbeitsmarkt von Bedeutung sind.⁷⁹ Dies heißt auch: Migranten entwickeln diverse Strategien um ihre spezifischen Fähigkeiten und Ressourcen in einem für sie adäquaten Umfeld einzusetzen. Bis heute übt sich das Gros der Ethnic Entrepreneurship-Forschung an dem von Waldinger, Aldrich und Ward (1990) entworfenen Interaktionsansatz, der das interaktive Zusammenspiel von ethnischen Ressourcen und Gelegenheitsstrukturen betont. Das Mehrebenenmodell ist allerdings komplex und empirisch kaum zu evaluieren.⁸⁰ In einer Kritik und Weiterführung verweisen Kloosterman und Rath (2001) zudem auf die soziale „Einbettung“ der unternehmerischen Aktivitäten in das lokale politisch-institutionelle Umfeld und unterstreichen stärker als zuvor die Bedeutung rechtlicher Rahmenbedingungen. Letztere bestimmen nicht nur den Umfang von Migrantenselbständigkeit sondern auch die zugrundeliegenden Charakteristika, was für Deutschland besondere Implikationen birgt.

Balance zwischen ökonomischer Marginalität und struktureller Integration

Stärker als auf internationaler Ebene ist die Diskussion um die Ursachen und die Bedeutung von Migrantenselbständigkeit in Deutschland mit der Frage verbunden, welche Integrationswirkung von ihr ausgeht, da sich Migranten mit der Gründung eines eigenen Unternehmens u.U. die Möglichkeit zum sozialen Aufstieg bietet. Hier steht also die Frage im Vordergrund, inwieweit es (ggf.) sozial benachteiligten Minderheiten gelingt, aus ihrer Not eine Tugend zu machen. Oberflächlich betrachtet ließe sich der Anstieg der Selbständigenzahlen unter Migranten als Ausdruck zunehmender struktureller Integration in die Aufnahmegesellschaft interpretieren, zumindest für diejenigen Gruppen, die in der beruflichen Selbständigkeit bislang unterrepräsentiert waren. Andererseits könnte das selbe Phänomen auch als ein Ergebnis zunehmender Marginalisierung gewertet werden, falls die Gründung eines Unternehmens die soziale Position nicht verbessert sondern verschlechtert. D.h., als Indikatoren zur Einschätzung der Integrationswirkung beruflicher Selbständigkeit kann nicht nur deren quantitative Entwicklung sondern es müssen zudem die Motive vor der Gründung sowie die soziale und ökonomische Lage danach bewertet werden.

⁷⁴ Leicht/ Langhauser 2009.

⁷⁵ Schon Max Weber (1904) und Werner Sombart (1911) beschrieben den Einfluss religiöser Werthaltungen auf das unternehmerische Verhalten bestimmter Gruppen und Georg Simmel (1908) den Einfluss von Fremdheit und Migrationserfahrung. Erst durch die Untersuchungen von Light (1972) und Bonacich (1973) wurde der Fokus auf das unternehmerische Verhalten von Migranten in den modernen Industrieländern gelenkt.

⁷⁶ Sanders/ Nee 1996; Bates 1997; Marger 2001 sowie allgemein auch vorhergehender Abschnitt. Für Deutschland: Constant et al. 2003; Zimmermann/ Hinte 2005; Fertala 2006.

⁷⁷ Bonacich 1973; Light 1984; Portes 1995.

⁷⁸ Bonacich/ Modell 1980, Wilson/ Portes 1980 oder auch später noch Basu/ Altinary 2002. Einige Forscher, wie Light oder Portes, rückten jedoch im Verlauf der Zeit von „klassischen Formen“ kultureller Ansätze ab.

⁷⁹ Clark/ Drinkwater 2000; Light/ Gold 2000.

⁸⁰ Siehe auch die Kritik von Light und Rosenstein 1995.

Gründungsmotive lassen sich danach unterscheiden, ob die Akteure eher von positiven Anreizen oder von Zwängen geleitet werden. Demnach ist der Schritt in die berufliche Selbständigkeit entweder als Selbstverwirklichung (pull) oder als Ökonomie der Not (push) zu deuten. Erstgenanntes meint, dass der Wunsch nach Autonomie, Unabhängigkeit und Entscheidungsfreiheit überwiegt.⁸¹ Im Gegensatz dazu impliziert die These von der Ökonomie der Not, dass die Gründe für die Aufnahme einer selbständigen Tätigkeit viel eher als Reaktion auf Arbeitslosigkeit oder auf eine Bedrohungen des Arbeitsplatzes zu sehen sind, wobei auch Unzufriedenheit mit der Situation am Arbeitsplatz oder mit der Entlohnung eine Rolle spielen. Nicht selten treten Push- und Pullfaktoren aber gemeinsam auf. Die Gründungsforschung ist sich darin einig, dass für den Schritt in die Selbständigkeit kaum ein einzelnes Motiv sondern immer eher ein Bündel an Beweggründen verantwortlich ist.⁸²

Zwänge resultieren im Wesentlichen aus den Bedingungen und ggf. Benachteiligungen am Arbeitsmarkt. Migranten, und darunter vor allem die ohne deutschen Pass, sind überdurchschnittlich häufig arbeitslos. Dies gilt nicht nur, aber besonders für Nordrhein-Westfalen.⁸³ Dennoch ist strittig, in welchem Umfang Migranten durch erfahrene oder drohende Arbeitslosigkeit die Flucht in die Selbständigkeit antreten. Fasst man die in verschiedenen Phasen und durch verschiedene Studien gefällten Urteile zusammen, ergibt sich selbst dann ein recht gegensätzliches Bild, wenn jeweils die gleiche Ethnie betrachtet wird.⁸⁴ Unstrittig ist dagegen, dass noch bis vor kurzem das Instrument der „Ich-AG“ und vergleichbarer BA-Maßnahmen die Zahl der Gründungen aus der Arbeitslosigkeit erhöhten.⁸⁵ Inwiefern Migranten eher in stärkerem oder geringerem Maße „unternehmerisch“ auf Arbeitsmarktprobleme reagieren, ist zum einen eine Frage der Inanspruchnahme und Information über die Förderinstrumente und zum anderen auch von der Herkunft und vom Bildungsstand abhängig. Leicht und Leiß (2006) kommen anhand von multivariaten Mikrozensusanalysen zu dem Ergebnis, dass es diesbezüglich erhebliche Unterschiede zwischen den Nationalitäten gibt und zudem auch die Bessergebildeten mit höherer Wahrscheinlichkeit aus der Arbeitslosigkeit gründen, weil sie einen stärkeren Antrieb zur Verwertung ihrer Qualifikation besitzen. Aber dennoch fällt natürlich die Zahl der Notgründungen unter den Geringqualifizierten in absoluten Werten stärker ins Gewicht. Diese erfahren u.U. eine doppelte Benachteiligung, wenn sie nicht nur am Arbeitsmarkt, sondern auch in punkto Humankapital im Hintertreffen sind und daher die Flucht in die Selbständigkeit in marginalen Positionen endet. Es liegt nahe, dass sich insbesondere gering Qualifizierte auf Branchen mit geringen Zutrittsbarrieren und Anforderungen, wie den Handel und das Gastgewerbe, orientieren, während sich die Selbständigen der Mehrheitsgesellschaft um die modernen Dienstleistungen mit höheren Verdienstmöglichkeiten gruppieren.

Dies weist darauf hin: Jenseits der Motivlage ist natürlich auch das Ergebnis einer Gründung für die Integrationswirkung von Belang. Nicht selten ist ein hohes Maß an Selbstausbeutung erforderlich, um in den wettbewerbs- und arbeitsintensiven Branchen überleben zu können.⁸⁶ Eine geringe Marktfähigkeit bzw. hohe Sterbequoten sind eher Indizien für prekäre Lagen. Aber auch das Verharren oder gar der Rückzug in eine ethnische Nische sowie ein Übermaß an innerethnischen (Kunden-)Beziehungen vermag als Rückzug in eine „Parallelwelt“ gewertet werden. Zur sozialen Integration im Sinne einer umfassenden Teilhabe trägt vor allem das erzielte Einkommen bei. Nach Befunden des IZA verdienen die in Deutschland selbständigen Einwanderer in etwa das Doppelte der abhängig Beschäftigten.⁸⁷ Auch Özcan und Seifert (2000 und 2003) stellen eine im Vergleich zu abhängig Beschäftigten eher günstigere Einkommensstruktur fest und kommen daher zu dem Ergebnis, dass die steigende Zahl selbständiger Migranten als ein Zeichen für deren allmähliche Integration zu werten ist. Dieser Befund steht durchaus im Einklang mit einigen international erzielten Einschätzungen.⁸⁸

Selbständigkeit wird zudem als Zeichen der Bleibeabsicht und dafür gewertet, dass sich die sozialen und wirtschaftlichen Interessen von Migranten zunehmend vom Herkunftsland auf das Aufnahmeland verlagern.⁸⁹

⁸¹ Bögenhold/ Staber 1994.

⁸² Welter/ Rosenblatt 1998.

⁸³ RWI 2001; Seifert 2001 und 2007a+b; MGFFI 2006.

⁸⁴ Nach Pütz (2003: 29) werden „Arbeitslosigkeit und Benachteiligung im Arbeitsleben vom Großteil der Unternehmer türkischer Herkunft als ausschlaggebend für ihre Betriebsgründung benannt.“ Ähnlich äußert sich Şen (2002: 61), der bei drohender bzw. eingetretener Arbeitslosigkeit „ein wichtiges Moment für die Selbständigkeit“ insbesondere bei Türken bzw. Nicht-EU Bürgern aufgrund der rechtlichen Ausgangslage sieht. Dagegen kommen Hillmann und Rudolph (1997) anhand einer Befragung türkischer Unternehmer im Nahrungsmittelsektor zu dem Ergebnis, dass Arbeitslosigkeit als Gründungsmotiv kaum im Vordergrund stand.

⁸⁵ Reize 2004; May-Strobl et al. 2005.

⁸⁶ Özcan 2002; Leicht et al. 2004.

⁸⁷ Constant/ Zimmermann 2004; Zimmermann/ Hinte 2005.

⁸⁸ z.B. Bates 1999.

⁸⁹ Sauer 2004.

Unter Umständen tragen Selbständige auch zum gegenseitigen Verständnis und zur Transkulturalität bei: Insbesondere Händler und Gastronomen können sich als Vermittler zwischen Migranten und Einheimischen und letztlich zwischen verschiedenen kulturellen Welten verstehen.⁹⁰ In die Liste der integrationsfördernden Faktoren können natürlich auch die Leistungen für Wachstum und Arbeitsmarkt, so etwa der Beschäftigungsbeitrag von Migrantenbetrieben, aufgenommen werden. Diesem Aspekt wird in der öffentlichen Debatte große Aufmerksamkeit gewidmet.

2.3 Unternehmerisches Engagement von Migrantinnen

Es mag seltsam klingen, aber fast alle im internationalen Raum identifizierbaren Publikationen, die sich mit den unternehmerischen Aktivitäten von Migrantinnen befassen, haben eines gemeinsam: Die Beiträge eröffnen unisono mit der Anmerkung, dass es bislang kaum Forschungsarbeiten zum Thema gibt. In einem Überblick für das Handbook of research on ethnic entrepreneurship bilanziert Brettell (2007: 84) „only a handful of scholars have addressed the topic of immigrant women entrepreneurs.“ In diese Overtüre wollen wir hier nicht zusätzlich einstimmen, sondern darauf hinweisen, dass sich derzeit international und auch in Deutschland zumindest ein stärkeres Interesse an den Gründungspotenzialen und -hemmnissen von Migrantinnen⁹¹ entwickelt – wenngleich dies auch heißt, dass die Erkenntnisse und die darauf beruhenden Diskussionen erst ganz am Anfang stehen. Die Vernachlässigung von Gender-Aspekten in der Ethnic Entrepreneurship-Forschung führt Hillmann (1998) darauf zurück, dass sich die Migrantenökonomie anfangs fast ausschließlich aus Männern zusammensetzte und stark von unbezahlter Familienmithilfe profitierte und Frauen damals eher den „verdeckten“ Teil der Aktivitäten bildeten.

Insgesamt wird evident, auf welcher schmaler Datenbasis die bisherige Debatte beruht. Ein Teil der Arbeiten bedient sich ausgewählter Fallstudien und biographischen Methoden,⁹² die einerseits zu einem besseren Verständnis des Problems beitragen, dabei andererseits aber offen lassen müssen, welche Relevanz die Beobachtungen in Bezug auf die Grundgesamtheit besitzen. Aber selbst größere Stichproben haben für sich genommen oftmals den Nachteil, dass anhand von Querschnittsbetrachtungen kaum einzuschätzen ist, wie viele selbständige Migranten überhaupt am Markt sind und ob ihre Aktivitäten im Zeitverlauf zu- oder abnehmen oder auch wie bedeutend sie im Vergleich zu denen der Männer sind. Quantitative Einschätzungen sind in der (weltweit) durch qualitative Studien dominierten Literatur kaum zu finden. Eine Ausnahme bildet eine Studie auf Basis von US-Zensus-Daten. Pearce (2005) zufolge zählen die Betriebe von Immigrantinnen in den USA zu den am schnellsten wachsenden Gruppen und ihre Selbständigenquote liegt ein gutes Stück über derjenigen der „nativ born“. Diese Entwicklung geht allerdings auch mit verstärkten Anstrengungen von öffentlichen Einrichtungen bzw. mit der Implementierung von Programmen zur Gründungsförderung speziell von Immigrantinnen einher.⁹³

Bedeutung von selbständigen Migrantinnen in Deutschland

In Deutschland wurden – bis auf die genannten Ausnahmen – zwar kaum in gezielter Weise Untersuchungen über selbständige Migrantinnen durchgeführt, in manchen Fällen jedoch zumindest ein Exkurs auf Basis von Sekundärdatenanalysen vorgenommen. Eine vom ifm Mannheim für das Bundeswirtschaftsministerium sowie auch eine für das Bundesamt für Migration durchgeführte Mikrozensusanalyse weist auf ähnliche Entwicklungen hin, wie sie in den USA festzustellen waren: Die Zahl selbständiger Migrantinnen in Deutschland nahm – insgesamt betrachtet – seit den 90er Jahren in überproportionalem Maße zu.⁹⁴ Dieses Wachstum erfolgte allerdings auf niedrigem Niveau. Die Gründungsneigung von Migrantinnen ist (im Gesamtaggregat betrachtet) kaum höher als bei deutschen Frauen.⁹⁵ Auch unter Kontrolle von Bildung und Alter lässt sich in der Tendenz bei denen aus EU-Ländern eine ähnlich geringe Selbständigkeitsneigung ausmachen wie bei autochthonen Frauen.⁹⁶ Wie sehen die Befunde im Geschlechtervergleich aus? Im Rahmen einer ländervergleichenden Untersuchung in Dänemark und Deutschland kommen Constant und Schultz-Nielsen (2004) zu dem Ergebnis, dass sich

⁹⁰ ZfT 1989, von Loeffelholz et al. 1994.

⁹¹ Siehe die in Kapitel 1 erwähnten Projekte.

⁹² Kontos 1997; Struder 2001; Apitzsch 2003; Brettell 2007; Honnef 2007; Apitzsch/ Kontos 2003 und 2008.

⁹³ Constant 2004; Pearce 2005. Vgl. auch Informationen der Small Business Administration, USA.

⁹⁴ Leicht et al. 2004; Leicht/ Leiß 2006..

⁹⁵ Leicht/ Leiß 2006; S. 40.

⁹⁶ ebenda.

Migrantinnen in Deutschland mit drei mal geringerer Wahrscheinlichkeit als ihre männlichen Pendanten selbstständig machen. Leicht und Leiß (2006) stellen diesbezüglich etwas geringere Diskrepanzen fest. Eine auf Mikrozensusdaten beruhende bundesweite Untersuchung des ifm Mannheim zeigt auf, dass die geringe Zahl selbständiger Migrantinnen zu einem wesentlichen Teil auch das Ergebnis der geringen Erwerbsbeteiligung einzelner Herkunftsgruppen (v.a. von Türkinnen) ist.⁹⁷

Grundsätzlich lassen sich die bislang für Deutschland vorliegenden Studien zum Gründungspotenzial von Frauen mit Migrationshintergrund auch danach unterscheiden, ob sich hierbei der Fokus auf Frauen in verschiedenen Erwerbspositionen oder aber nur auf die bereits selbständigen richtet. Die meisten der Untersuchungen beruhen auf einem Design, welches sich ausschließlich aus Daten über Frauen speist, die ihr Unternehmen zum Befragungszeitpunkt bereits gegründet haben. Somit liegen kaum Informationen über diejenigen vor, die dies vergeblich versuchten.⁹⁸ Welche Implikationen dies birgt, lässt sich indirekt aus den Ergebnissen des DtA-Gründungsmonitors⁹⁹ entnehmen (die aber leider keine Differenzierung nach Geschlecht und einzelnen Nationalitäten erlauben). Demnach lag der Anteil unter denjenigen, die eine geplante Gründung nicht realisieren konnten, bei den Migranten mit 29% fast doppelt so hoch wie bei den Deutschen, wobei zusätzlich 42% der Migranten (aber nur 31% der Deutschen) ihr Vorhaben „verschoben“ haben.

Selbständigkeit als Weg zu Unabhängigkeit und sozialem Aufstieg?

Gibt es auf Grundlage bisheriger Untersuchungen bereits Anzeichen, dass der Weg in die Selbständigkeit ein Zeichen für Autonomiebestrebungen und für strukturelle Integration ist? Dies wirft zunächst auch die Frage nach den Gründungsmotiven auf. Unter den wenigen durchgeführten Studien ist die Motivlage einer der am häufigsten untersuchten Faktoren. Die bisherigen Befunde waren sich darin einig, dass der Wunsch nach Eigenständigkeit und Selbstverantwortung ein zentraler Antrieb für Migrantinnen ist, wobei darauf hinzuweisen wäre,¹⁰⁰ dass dieses Motiv genauso auch bei Frauen deutscher Herkunft an oberster Stelle steht.¹⁰¹ Ferner stellen Hayen und Unterberg (2008) in ihrer Befragung in Hannover fest, dass das Unabhängigkeitsstreben noch stärker bei männlichen Migranten beobachtbar ist. Dies entspricht in der Tendenz auch den Befunden aus der bundesweiten Befragung des ifm, wobei sich mit Blick auf Türk(inn)en keine Geschlechterunterschiede in diesem Punkt zeigen.¹⁰²

Strukturelle Integration wird vor allem durch die Position am Arbeitsmarkt beeinflusst. Die Befreiung aus der Arbeitslosigkeit ist nach den Ergebnissen der Hannoveraner Studie ein zentrales Gründungsmotiv, dem sich fast ein Drittel zuordnet, wobei kaum ein Geschlechterunterschied besteht.¹⁰³ Unsere eigene bundesweit durchgeführte ifm-Erhebung geht von einem etwas geringeren Anteil aus, was möglicherweise aber auch auf unterschiedliche Beobachtungsphasen zurückzuführen ist. Ein Großteil der Migranten insgesamt gründet auch nicht allein aus einer Position der Erwerbslosigkeit, da viele – insbesondere Frauen – noch gar nicht formal ins Erwerbsleben eingetaucht sind. Die Erwerbsbeteiligung von Migrantinnen ist je nach Herkunftsgruppe schwankend, aber auch in Nordrhein-Westfalen besonders niedrig.¹⁰⁴

Zur Frage, inwieweit der Weg in die Selbständigkeit zur sozialen und wirtschaftlichen Besserstellung führt, liegen bzgl. Frauen nur wenige Einschätzungen vor, zumal kaum für Deutschland. Anhand des Sozioökonomischen Panels kommt Constant (2004) zu der Einschätzung, dass die Hypothese, Selbständigkeit würde die sozioökonomische Position verbessern, nicht generell bestätigt werden könne, aber sie wäre eine Möglichkeit, um der Arbeitslosigkeit zu entrinnen und Beruf und Familie zu vereinbaren. Dieses Urteil widerspricht den zuvor erwähnten Ergebnissen von Özcan und Seifert.¹⁰⁵ Möglicherweise bestehen ohnehin starke Unterschiede hinsichtlich der Ausgangsposition und folglich auch der Aufstiegschancen einzelner Ethnien mit zudem unterschiedlichen Ressourcen. Bei all dem dürften Geschlechterdiskrepanzen zusätzlich Wirkung zeigen. Anhand einer explorativen Studie zur Situation von türkischen Migrantinnen bzw. Gründerinnen im Raum Berlin zieht Hillmann (1998)

⁹⁷ Leicht et al. 2005.

⁹⁸ Dies war einer der Gründe, weshalb wir die eigene Primärerhebung durch Mikrozensusanalysen ergänzten. Siehe Kapitel 3.

⁹⁹ DtA 2003.

¹⁰⁰ Dies ist das Ergebnis einer Befragung von türkischen Gründerinnen im Berliner Nahrungsmittelgewerbe (Hillmann/ Rudolph 1997) sowie auch mit Blick auf die von türkisch-, italienisch- und griechischstämmigen in einer bundesweiten und branchenübergreifenden Sicht (Leicht et al. 2004).

¹⁰¹ Leicht et al. 2005.

¹⁰² Leicht et al. 2005.

¹⁰³ Hayen/ Unterberg 2008.

¹⁰⁴ Siehe Kapitel 4.

¹⁰⁵ Die Analyse von Özcan/ Seifert (2000 und 2003) ist ohne Geschlechterdifferenzierung und daher in Kap. 2.2 erwähnt.

den Schluss, dass das Konzept der ethnischen Ökonomie, welches sich vorrangig an dem unternehmerischen Verhalten von Männern orientieren würde, nicht auf die Situation von selbständigen Türkinnen übertragbar ist. Vor allem hegt sie die Vermutung, „dass diejenigen türkischen Frauen, die sich selbständig machen, bereits so gut in die Aufnahmegesellschaft integriert waren, dass sie – um sich selbständig machen zu können – bereits Abstand von ihrem ethnischen Umfeld gewonnen haben müssen.“¹⁰⁶ Ihre berufliche Selbständigkeit sei hingegen „eher als Teil des selbständigen Unternehmertums von Frauen auf dem allgemeinen Arbeitsmarkt zu interpretieren denn als Aktivierung von „ethnischen Ressourcen“.¹⁰⁷ Wie unterschiedlich die Ergebnisse sein können zeigt eine Studie aus Amsterdam, die zu genau dem entgegengesetzten Urteil kommt: Baycan Levent et al. (2003) finden, dass sich unternehmerisch aktive Migrantinnen viel stärker als die männlichen Pendanten auf ihre eigene Ethnie orientieren würden, sowohl in der Auswahl an Beschäftigten als auch im Bezug zu Kunden. Dies wäre also eher ein Zeichen für Segregation statt für Integration. Apatzsch und Kontos (2003) tendieren zu dem Fazit, Migrantinnenselbständigkeit hätte einen doppeldeutigen Charakter, da sie einerseits ein Produkt sozialer Exklusion sei, aber andererseits auch diejenigen zur Integration führe, die von Ungleichheit betroffen sind. Bei allem stellt sich natürlich auch die Frage, welche Indikatoren für Integration herangezogen werden. Kontos (1997) problematisiert, Institutionen, wie etwa die Bildungsträger, würden die berufliche Integration für Migrantinnen zu sehr im Rahmen des Marktes für abhängige Beschäftigung aushandeln und oftmals verkennen, dass es daneben noch andere Zielpositionen gäbe.

Barrieren und Hemmnisse auf dem Weg zur Gründung

Inwieweit und welcher Gruppe die Integration in struktureller Hinsicht gelingt ist natürlich auch davon abhängig, wer es überhaupt in die Selbständigkeit schafft. Das in Bezug auf die Gründungsaktivitäten von Frauen (und von Migrantinnen im Besonderen) am meisten diskutierte Thema ist das der Gründungshemmnisse oder gar -barrieren. Dieses hohe Maß an Aufmerksamkeit steht allerdings im Widerspruch zum Umfang an empirischen Befunden. Dies mag auch an Erfassungsproblemen liegen. Hürden, die von den Gründungswilligen nicht überwunden werden konnten sind weit schlechter zu identifizieren als sog. Hemmnisse, die „lediglich“ den Weg in die Selbständigkeit erschweren. Die gescheiterten Gründerinnen lassen sich im Nachhinein kaum mehr auffinden und befragen. Daher lässt die Suche nach den Hemmnissen für die Gründungsaktivitäten i.d.R. keine andere Wahl als diejenigen Frauen nach ihren Erfahrungen und Problemen rückblickend zu befragen, die den Gründungsprozess bereits durchlaufen aber (zum Befragungszeitpunkt) noch immer ein Unternehmen führen.¹⁰⁸

Auch mit Blick auf Migrantinnen wird – wie bei Gründerinnen insgesamt – davon ausgegangen, dass sie einen erschwerten Zugang zu Fremdkapital, insbesondere zu Bankkrediten haben.¹⁰⁹ Laut DtA-Gründungsmonitor erfahren ausländische Gründer/innen ein höheres Maß an Ablehnung durch die Hausbanken als die Referenzgruppe der Deutschen. Im Jahr 2002 betrug die Diskrepanz 22% zu 12%. Dieses Problem dürfte auch je nach ethnischer Zugehörigkeit und ihrer Reputation variieren. In unserer eigenen bundesweiten Erhebung gaben bspw. 26% der Gründer/innen türkischer Herkunft an, Probleme bei der Kreditbeschaffung zu haben.¹¹⁰ Die empfundenen Hürden sind natürlich auch davon abhängig, wie hoch der Finanzierungsbedarf ist und ob überhaupt Fremdkapital erforderlich war. Während zur ersten Frage bisher keine Informationen vorliegen, kommt die Hannoveraner Studie zu dem Ergebnis, dass Migrantinnen etwas häufiger als ihre männlichen Pendanten vollkommen ohne Kapitalbedarf waren und auch in geringerem Maße auf eigene Ersparnisse zurückgegriffen haben.¹¹¹

Kaum etwas bekannt ist über Hemmnisse, die bei der notwendigen Überwindung bürokratischer oder rechtlicher Hürden, bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf oder im Hinblick auf fehlende Wissensressourcen und Informationen auftauchen. Hier ist aber davon auszugehen, dass die an anderer Stelle (Kapitel 2.1 und 2.2) bereits unter dem Aspekt von Geschlecht und ethnischer Herkunft diskutierten Probleme und Ressourcendefizite in adäquater Weise zum Tragen kommen.

¹⁰⁶ Hillmann 1997, S. 44.

¹⁰⁷ ebenda, S. 44.

¹⁰⁸ Auch die Autoren vorliegender Studie haben auf dieses Instrumentarium zurückgegriffen, wenngleich versucht wurde, mit ergänzenden Daten bzw. den abhängig beschäftigten oder arbeitslosen Frauen Referenzkategorien zu bilden (siehe Kapitel 3).

¹⁰⁹ z.B. Parker 2004; Lucas 2006. Eine Übersicht zu den Problemen von Drittstaatsmigranten findet sich bei Hayen et al. 2006.

¹¹⁰ Leicht et al. 2005.

¹¹¹ Ohne Kapitalbedarf: 17%: 11%; Eigene Ersparnisse: 76% zu 63%. Vgl. Hayen/ Unterberg 2008.

Unterstützung durch Information und Beratung

Politische Interventionsmöglichkeiten bestehen vor allem in der unterstützenden Information und Beratung von Gründerinnen. Bisherige Untersuchungen gehen diesbezüglich sowohl von einer Fremd- als auch Selbstselektion bzw. davon aus, dass Migranten generell entweder der Zugang zu den Beratungsinstitutionen erschwert ist oder aber Beratungsresistenz zu einer geringeren Inanspruchnahme der Unterstützungsleistungen führt. In unserer für das damalige Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit durchgeführten Untersuchung zeigen sich teils erhebliche Unterschiede zwischen den Ethnien, was die Inanspruchnahme von Beratung betrifft. Die Russlanddeutschen weisen die mit Abstand höchste Teilnahmequote auf und am unteren Ende stehen die Türken. Die autochthonen deutschen Gründer/innen liegen auf dem Platz dazwischen.¹¹² Doch bei eingebürgerten türkischer Herkunft findet Beratung eher Zuspruch. Insgesamt bleibt aber festzustellen, dass sich insbesondere die ehemaligen „Gastarbeiter“ und ihre Nachfahren seltener als die Deutschen beraten lassen. Eine Befragung der KfW kommt hier allerdings zu vollkommen anderen Ergebnissen: Demnach nutzen gründungswillige Migranten die Beratungsangebote ähnlich intensiv wie die Deutschen.¹¹³ Diesen Gleichstand hätte man – wenn überhaupt – vielleicht viel eher bei denjenigen erwartet, die dann auch tatsächlich gegründet haben.

Die „Teilnahmerate“ variiert allerdings je nachdem, wo bzw. bei welcher Quelle oder Institution die Beratung eingeholt wird. Denn nach bisherigen Befunden nutzten Migranten häufiger den Kontakt zu Freunden, Kollegen und Verwandten während die Einheimischen sich etwas häufiger an die Kammern wenden. Insgesamt kommt es daher nicht nur darauf an, wie hoch der Prozentsatz an Beratungsteilnehmer/innen ist. Die Intensität und Qualität der Beratung spielt natürlich eine fast noch größere Rolle.

Bisher liegen allerdings kaum geschlechterdifferenzierende Erkenntnisse vor. Der Hannoveraner Studie zufolge hatten dort lediglich knapp über ein Viertel der Frauen Beratung gesucht, und dieser Anteil verringert sich, wenn man nach der Inanspruchnahme vor und nach der Gründung unterscheidet.¹¹⁴ Ein Geschlechterunterschied besteht der Studie zufolge nicht. Leider werden keine Ergebnisse in einer Differenzierung nach einzelnen Nationalitäten ausgewiesen, was voraussichtlich an den geringen Fallzahlen liegt.

Eine häufig diskutierte Frage ist, ob die Beratung gruppenspezifisch (d.h., auf Migranten und auf Frauen) orientiert sein sollte und ob die Beratung durch Personen gleicher Herkunft oder gleichen Geschlechts erfolgen müsste. Sowohl international als auch in Deutschland findet sich ein breites Feld an Forschung und Empfehlungen aus der Praxis, die im Ergebnis starke Vorteile in gruppenspezifisch ausgerichteten Beratungs- und Fördereinrichtungen sehen.¹¹⁵ So wird teils festgestellt, dass die Standardeinrichtungen dem Diversitätsanspruch nicht gerecht werden können und sich insbesondere Frauen, so Bührmann et al. (2007), von dem „in Deutschland hegemonialen unternehmerischen Leitbild nicht angesprochen fühlen“. Dies war auch der Grund weshalb an vielen Orten sowie auch durch die Bundesregierung eine frauenspezifische Beratungsinfrastruktur für Gründerinnen aufgebaut wurde, die auch Programme für geschlechtsspezifisches Coaching und Mentoring umfasst.¹¹⁶ Gleichzeitig wuchs noch in den 90er Jahren die Zahl an Einrichtungen, die sich speziell an Migranten und Migrantinnen wenden. Im sog. „Mainzer Appell“ von 2006, der auf den Aufbau eines bundesweiten Netzwerkes und auf die Mobilisierung der Gründungspotenziale von Migrantinnen und Migranten zielt, wird gefordert: „Ein neuer, spezieller Gründertyp benötigt neue und spezifische Formen der Begleitung und Unterstützung in allen Phasen der Gründung.“ Und schließlich werden in dem vom BMBF geförderten Verbundprojekt „Unternehmensgründungen durch Migrantinnen“ gender- und kultursensible Beratungskonzepte zur zielgenaueren Unterstützung von Gründerinnen mit Migrationshintergrund entwickelt.

Unterschiedliche Auffassungen bestehen darüber, inwieweit die Berater/innen den gleichen Migrationshintergrund wie die Beratungssuchenden aufweisen müssen. Während ein Teil der Unterstützungsszene die Notwendigkeit sieht, dass Migrant(inn)en mit personifizierter kultureller Kompetenz begegnet wird, wird von anderen eher die fachliche Kompetenz betont.¹¹⁷ Dies entspricht auch dem Ergebnis einer Expert(inn)enbefragung von Hayen et al. (2006) nach der Migranten zwar Vertrauen als unerlässlich sehen, doch

¹¹² Leicht et al. 2005.

¹¹³ Kohn/ Spengler, KfW-Research 2007, S. 11. Hier muss allerdings auch berücksichtigt werden, dass die KfW Befragung mit einem deutschsprachigen Fragebogen durchgeführt wird, was vermutlich dazu führt, dass eher die besser integrierten Migranten erfasst werden.

¹¹⁴ Hayen/ Unterberg 2008.

¹¹⁵ Welter 2004;

¹¹⁶ Bonacker et al. 2002 sowie die vom BMBF geförderte Bundesweite Gründerinnenagentur (bga).

¹¹⁷ Bührmann et al. 2007.

der Migrationshintergrund und die gleiche Herkunftssprache waren für sie nicht von ausschlaggebender Bedeutung.¹¹⁸ Eine Untersuchung von Dyer und Ross (2007) kommt zu dem Ergebnis, dass eine co-ethnische Beratung zwar die Beziehungsstruktur zwischen dem Advisor und den Beratungssuchenden verbessert, sich aber hieraus kein Einfluss auf den Erfolg des Unternehmens ergibt. Der Einfluss des Faktors „Geschlecht,“ wurde allerdings nicht untersucht. Aber auch dieses Ergebnis ist von vielen weiteren Einflussfaktoren (ethnische Herkunft, Bildung usw.) abhängig. Der Hannoveraner Studie zufolge wünscht sich die Hälfte der befragten Gründerinnen (und mehr noch die Türkinnen) zwar die Einrichtung einer speziellen Beratungsstelle für Frauen mit Migrationshintergrund, aber auch nur eine Minderheit Berater/innen mit Migrationserfahrung.¹¹⁹ Leider ist nicht erkennbar, in welchem Umfang die einzelnen Wünsche von denjenigen mitgetragen werden, die sich bislang nicht haben beraten lassen.

Die bisherigen Befunde bieten also genügend Stoff zur Diskussion, vor allem aber, um die einzelnen Fragen im Rahmen der eigenen Untersuchung aufzugreifen.

3. Daten, Untersuchungsdesign und Methoden

3.1 Anforderungen an die Daten und Untersuchungsdesign

Wie schon der Integrationsbericht des Landes (MGFFI 2008) aber auch das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge betont, ist die Datenlage im Feld der Migrationsforschung insgesamt betrachtet als „nicht zufrieden stellend“¹²⁰ zu werten. Soweit sich dann der Fokus auf die eher kleine Gruppe an Selbständigen richtet, zumal in einer Differenzierung nach Geschlecht, macht sich erst recht ein Mangel an aussagekräftigen und repräsentativen Daten bemerkbar. Um den Untersuchungszielen dennoch gerecht zu werden, war also nicht nur Kreativität, sondern auch die Mobilisierung einer Vielzahl an unterschiedlichen Ressourcen gefragt. Bei der Schaffung von Grundlagen für die Geschlechter-, Zuwanderungs- und Integrationspolitik stehen die öffentlichen Institutionen und die empirische Forschung vor Herausforderungen. Soweit bislang überhaupt Untersuchungen zu den Chancen, Hemmnissen, Ressourcen, Strategien, Leistungen und sonstigen Charakteristika gründungswilliger Migrantinnen vorliegen, leiden viele hiervon nicht nur unter dem Makel einer zu schmalen Datenbasis sondern auch daran, dass die daraus gezogenen Schlussfolgerungen entweder auf der Beobachtung einzelner Herkunftsgruppen (z.B. nur Türkinnen) oder aber einem Aggregat aus allen Ethnien beruhen. Dies ist weniger als Vorwurf, sondern eher als Erklärung für den teils divergierenden Erkenntnisstand zu verstehen. Auch die AutorInnen der vorliegenden Studie hatten mit immensen Widrigkeiten an der Datenbasis zu kämpfen.

Die an die Durchführung der Untersuchung und damit an die Daten gestellten Anforderungen sind entsprechend vielfältig. Abgesehen davon, dass sich die Daten selbstverständlich auf die Situation im Land Nordrhein-Westfalen beziehen (oder diese zumindest adäquat widerspiegeln) müssen, erfordern die Untersuchungsziele Daten, die

- a) den Anspruch an Repräsentativität größtmöglich erfüllen sowie einen Bezug zur Grundgesamtheit und damit eine hohe Aussagekraft erlauben,
- b) eine durchgehende Geschlechterdifferenzierung bei allen Herkunftsgruppen und in Bezug auf alle relevanten Indikatoren zulassen,
- c) eine Differenzierung der Gründerinnen und Selbständigen nach einzelnen Herkunftsgruppen (Herkunftsländer: Italien, Türkei, Polen und russische Föderation sowie von autochthonen Deutschen) ermöglichen,
- d) nicht nur die Staatsangehörigkeit, sondern auch den Migrationshintergrund erfassen (Eingebürgerte)
- e) in einigen Bereichen Vergleiche mit anderen Erwerbspositionen (vor allem mit abhängig Beschäftigten) herbeiführen können, um auch Übergänge zwischen selbständiger und nicht-selbständiger Erwerbsarbeit beurteilen zu können,
- f) zentrale mit „Migration“ und „Gender“ verbundenen Indikatoren enthalten und
- g) ausreichend Fallzahlen bieten und zudem möglichst auf Individualdatenbasis vorliegen (Mikrodaten), um mehrdimensionale Analysen durchführen zu können

¹¹⁸ ebenda, S. 61.

¹¹⁹ Hayen/ Unterberg 2008.

¹²⁰ Haug 2005, S. 3. Vgl. auch Santel 2008.

Es war klar, dass diese Anforderungen nicht alle gleichzeitig von ein und derselben Datenquelle zu erfüllen sind, weshalb auf einen Datenkranz aus drei sich als geeignet erweisende Ressourcen zurückgegriffen werden musste. Dazu zählen zum einen Daten der amtlichen Statistik und damit verbunden auch Wissenschaftsdaten (scientific use files) und zum anderen Daten, die eigens für die Untersuchung erhoben wurden. Auf diese Daten, die damit verbundenen Vor- und Nachteile sowie auf die Indikatoren, die sie bieten, wird in den beiden folgenden Abschnitten eingegangen.

3.2 Daten der amtlichen Statistik

Mikrozensusdaten

Unter allen amtlichen und wissenschaftsbezogenen Daten bietet der Mikrozensus eines der größten Analysepotenziale gepaart mit der Möglichkeit, ein breites Spektrum an verschiedenen Migranten- und Erwerbsgruppen einzubeziehen. Der jährlich von den Statistischen Landesämtern durchgeführte Mikrozensus gilt als beste Repräsentativstatistik zur Beobachtung von Bevölkerung und Erwerbstätigkeit. Er umfasst als Flächenstichprobe 1% aller Haushalte in Deutschland. Es nehmen rund 370.000 Haushalte und damit etwa 820.000 Personen an der verpflichtenden Befragung teil.

Der Mikrozensus bietet eine Reihe soziodemografischer Variablen, die zur Beschreibung und Analyse der Struktur und Entwicklung von Migrantenselbständigkeit unerlässlich sind (Alter, Geschlecht, Beruf, Aufenthaltsdauer, Zugehörigkeit zur ersten/zweiten Generation) sowie ökonomische Merkmale (Einkommen, Wirtschaftszweig, Arbeitsvolumen). Seine Begrenzung liegt jedoch im Mangel an betrieblichen Indikatoren (wie Investitionen, oder Ausbildungsbeitrag usw.). Dagegen liegen umfangreiche Informationen über beruflich Selbständige vor.

Der Mikrozensus erfasst seit 2005 nicht nur Ausländer, sondern auch Deutsche mit Migrationshintergrund. Damit sind nicht nur Zuwanderer im eigentlichen Sinne, sondern alle Personen enthalten, die mit „Migration“ in Verbindung gebracht werden (Ausländer, Eingebürgerte, Vertriebene, Aussiedler und Asylbewerber). Durch die Zuordnung zur (früheren) Staatsangehörigkeit ist eine Unterscheidung nach einzelnen Herkunftsgruppen möglich.

Das ifm Mannheim verfügt über die Mikrodatenfiles (scientific use files) mehrerer Erhebungsjahre, wodurch auch aufwändige und fortgeschrittenere Datenanalysen möglich sind. Ferner wurden einzelne Berechnungen mittels „Fernrechnen“ bei den Statistischen Ämtern durchgeführt. Zusätzlich wurde aber auch auf die Aggregatdaten der Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW - zuvor LDS) zurückgegriffen.

Gewerbeanzeigenstatistik

Um neben dem Selbständigenbestand auch das Gründungsgeschehen bemessen zu können, wird auf die Gewerbeanzeigenstatistik zurückgegriffen. Als Gewerbe gilt jede selbständige Tätigkeit, die auf Dauer angelegt ist und mit der Absicht der Gewinnerzielung betrieben wird. Nach der Gewerbeordnung sind alle natürlichen und juristischen Personen und Personengesellschaften, die ein Gewerbe aufnehmen, übergeben oder aufgeben, anzeigepflichtig. Im Gegensatz zum Mikrozensus werden nicht die Bestandszahlen von Selbständigen ausgewiesen, sondern nur die Zu- und Abgänge. Allerdings sind Gründungen in bestimmten Bereichen (z.B. Landwirtschaft, Freie Berufe) von der Anzeigepflicht ausgenommen.

Zur genaueren Identifizierung von Gründungen ist eine Differenzierung der Meldedaten nach sog. „Neuerrichtungen“ erforderlich, da nicht jede Gewerbemeldung einen neuen Betrieb oder eine neue Existenz repräsentiert, sondern auch Verlagerungen und Übernahmen gemeldet werden. Eine Übernahme kann unter Umständen eine Existenzgründung bedeuten, aber nicht unbedingt einen neuen Betrieb. Bei Neugründungen wird seit 2003 zwischen Individual- und Betriebsdaten getrennt und die personenbezogenen Daten werden zusätzlich nach Geschlecht differenziert. Zudem wird nach verschiedenen Gründungsarten bzw. nach wirtschaftlich relevanten sog. „echten“ Betriebsgründungen und sonstigen Neuerrichtungen unterschieden, wodurch zumindest teilweise eine qualitative Bewertung des Gründungsgeschehens möglich ist. Da nicht jede Gewerbemeldung auch tatsächlich zur einer nachhaltigen selbständigen Tätigkeit führt und nicht jede Geschäftsaufgabe gemeldet wird, ist davon auszugehen, dass die Daten das tatsächliche Gründungsgeschehen möglicherweise überschätzen.

Die Gewerbeanzeigen liegen seit 1997 nach Nationalitäten differenziert für das gesamte Bundesgebiet und damit auch für Nordrhein-Westfalen vor. Zumindest für Einzelunternehmen wird die Staatsangehörigkeit – nicht jedoch der Migrationshintergrund – der meldenden Person ausgewiesen. Dies erlaubt es, Strukturen und Entwicklungen des Gründungsgeschehens bestimmter ethnischer Gruppen näherungsweise wiederzugeben.

3.3 Eigene Erhebungen

Das Untersuchungskonzept geht mit der Nutzung sowohl der amtlichen Sekundärstatistik als auch mit der Gewinnung von Primärdaten einen parallelen Weg. Die Primärdatengewinnung beruht auf einem Mix an quantitativen und qualitativen Methoden. So wurde zum einen eine telefonische Befragung von Gründer/innen und Unternehmer/innen sowie eine qualitativ ausgerichtete Expert(inn)enbefragung durchgeführt.

Telefonische Befragung von Gründer/innen und Unternehmer/innen

Die Spezifika der hier verfolgten Fragestellungen und demgegenüber die Unzulänglichkeit der amtlichen Daten, machten es erforderlich, zusätzlich eine eigene Unternehmensbefragung durchzuführen. Ziel war die Befragung von insgesamt 1.100 Gründer/innen und Unternehmer/innen in Nordrhein-Westfalen. Die Konzeption und inhaltlich-thematische Begründung der Auswahl dieser Ziel- bzw. Herkunftsgruppen wurde bereits in Kapitel 1.2 ausführlich dargestellt.

Erhebungsinstrument: Mit der Operationalisierung des Fragebogens wurden die nachfolgend aufgelisteten Bereiche abgedeckt, die auch gleichzeitig die Aufteilung in zwei Untersuchungsbereiche, das heißt in gründungs- und betriebsbezogene Themenbereiche und Fragen, markieren:

Allgemeine Angaben	Gründungsbezogene Merkmale	Betriebsbezogene Merkmale
Nat. Herkunft / Migrationsstatus	Unternehmensform	Branchenzugehörigkeit
Soziodemographie	Situation vor der Gründung	Beschäftigung, Ausbildung
Wissen, individuelle Ressourcen	Gründungsmotive	co-ethnische Beziehungen
ethnische (Gruppen)Ressourcen	Gründungshemmnisse	Kunden und Geschäftsumfeld
Familie und Vereinbarkeit Beruf	Gründungsfinanzierung	Umsatz und Arbeitseinsatz
Integrationsmerkmale	Gründungsberatung und -bedarf	Wirtschaftliche Lage, Aussicht

Die Fragebögen wurden in 4 Sprachen übersetzt. In den Telefonlabors von BIK Marplan standen bilinguale Interviewer mit italienischem, türkischem, polnischem und russischem Migrationshintergrund zur Verfügung, die u.U. in der Lage waren zwischen Deutsch und der Herkunftssprache zu wechseln – oder auch ein Interview ausschließlich in der Muttersprache der Probandin / des Probanden zu führen. Dies ist von unschätzbarem Vorteil, da ein solches Verfahren vermeidet, dass bestimmte Gruppen ohne ausreichende Deutschkenntnisse von der Befragung systematisch ausgeschlossen werden. Dies ist bei anderen Migranten-Befragungen leider häufig der Fall, was u.U. dazu führt, dass das sample mit höherer Wahrscheinlichkeit die Bessergebildeten und eher integrierten Migrantinnen und Migranten umfasst.

Stichprobenbildung und Erhebungsphase: Die Adressauswahl und Stichprobenbildung wurde von Humpert & Schneiderheinze übernommen. Für die Bildung einer Stichprobe, welche die Struktur der Grundgesamtheit korrekt abbildet („Repräsentationsschluss“) war eine echte Zufallsauswahl und die Vollständigkeit der Auswahlgrundlage erforderlich.

Zur Auswahlgrundlage: Da die ansonsten zur Auswahl verwendeten Adressdateien (z.B. der Kammern, Verbände) eine hohe Selektivität mit sich bringen (z.B. Kriterium der Mitgliedschaft, Ausschluss der Freien Berufe usw.) und zumeist auch keine weiteren das sample bestimmenden Vorab-Informationen bieten, wurde das öffentliche Telefonverzeichnis (Festnetz und Mobilfunk) als Auswahlrahmen gewählt, da davon auszugehen ist, dass Selbständige bzw. Betriebe in der überwältigenden Mehrheit auch über einen Telefonanschluss verfügen. Zur Nutzung des Verzeichnisses mussten jene Telefonanschlüsse identifiziert werden, die einer bzw.

einem Gründer/in oder Unternehmer/in mit italienischer, türkischer, polnischer, russischer und deutscher Herkunft gehören. Die vorläufige Identifizierung wurde über ein Zuweisungsverfahren auf Grundlage der Namensforschung (Onomastik) sichergestellt (allerdings im Rahmen der Befragung dann im Nachhinein konkret geprüft).

Die Datenerhebung erfolgte mittels computergestützten telefonischen Interviews (CATI), einem in der empirischen Sozialforschung allgemein anerkannten bzw. methodisch prominenten und gleichzeitig relativ kostengünstigen Erhebungsverfahren, welches im Übrigen auch vom ifm Mannheim mehrfach eingesetzt und erprobt wurde.

Zwar stehen für Befragungen dieser Art grundsätzlich mehrere Erhebungsformen zur Auswahl (u.a. schriftliche Befragung, mündliche Befragung („face to face“) aber aus methodischen Gründen (höhere Ausschöpfungsquote, bessere Kontrollmechanismen, i.d.R. kürzere Feldzeiten und höhere Feldsteuerung) und Kostengründen wurde hier der computergestützten telefonischen Befragung (CATI) der Vorrang gegeben.

Die Befragung wurde (einschließlich der vorgeschalteten Pretests) in der Zeit zwischen Juli und September 2008 durchgeführt.

Ausschöpfung der Bruttostichproben und Zusammensetzung des sample: Nach Erstellung der Auswahlgrundlage konnte eine Zufallsstichprobe gezogen werden. Dies betraf v.a. die Telefonadressen von Selbständigen italienischer und türkischer Herkunft, denn unter Personen polnischer und russischer Herkunft standen zu wenig Adressdaten zur Verfügung, weshalb hier Auswahlgrundlage und Bruttostichprobe identisch waren. Insgesamt wurden bei der Befragung 12.087 Rufnummern vom Befragungsinstitut eingesetzt. Die Verteilung auf die einzelnen Herkunftsgruppen ist aus Tabelle 3.3.1 erkennbar. Abzüglich der stichprobenneutralen Ausfälle (v.a. ungültige Rufnummern, keine Übereinstimmung mit Zielgruppe und nicht verwendete Adressen) ergibt sich eine bereinigte Bruttostichprobe von 2.506 Adressen. Hieraus errechnet sich nach Durchführung der Interviews und bei Abzug der systematischen Ausfälle (v.a. Verweigerungen oder mangelnde Erreichbarkeit) eine Ausschöpfungsquote von 44,6%.

In einer Differenzierung nach den Herkunftsgruppen zeigen sich Ausschöpfungsquoten, die zwischen rund 40% bis 50% liegen. Dies entspricht gemessen an den in der empirischen Sozialforschung gültigen Standards einer guten Ausschöpfung der Stichprobe bzw. einer zufriedenstellenden Teilnahmebereitschaft, welche gleichzeitig das Risiko von Verzerrungen durch systematische Ausfälle entsprechend verringert.

Gleichzeitig ist erkennbar, dass im Zuge der Durchführung der Erhebung nicht die ursprünglich geplante Zusammensetzung des samples bzw. nicht die für alle Herkunftsgruppen angestrebte Zahl an Interviews realisiert werden konnte. Dies lag daran, weil die Anzahl der Adressen für selbständige Migrantinnen polnischer und russischer Herkunft nach einer gewissen Zeit erschöpft war, weshalb ersatzweise die Befragtenzahl in anderen Gruppen erhöht werden musste.¹²¹ Letztlich wies das sample folgende Zusammensetzung auf:

Tab. 3.3.2: Struktur der Nettostichprobe (sample)

Herkunft	weiblich	männlich	Gesamt
	Anzahl		
türkisch	126	125	251
italienisch	125	125	250
polnisch (+ Spätaussiedler)	95	93	188
russisch (+ Spätaussiedler)	122	94	216
deutsch (Referenzgruppe)	129	84	213
N insgesamt	597	521	1.118

Insgesamt standen also Daten für 1.118 Befragte zur Verfügung. Dieser Standard- bzw. Basisdatensatz wurde an manchen Stellen, wo aufgrund weiterer Differenzierungen mehr Fallzahlen gefordert waren, um Daten aus einer früheren für das BMWA und das BAMF durchgeführten Befragung („Ethnische Ökonomie in

¹²¹ Dies hatte dann auch zu erheblichen zeitlichen Verzögerungen bei der Durchführung der Befragung und letztlich bei der Durchführung der Untersuchung insgesamt geführt.

Deutschland“)¹²² ergänzt. Allerdings nur Daten, die in Nordrhein-Westfalen erhoben wurden. Hierdurch standen bei einzelnen Analysen dann über 1.500 Interviews mit Daten für die o.g. Herkunftsgruppen zur Verfügung.

Abb. 3.3.1: Ausschöpfung der Bruttostichprobe

BIK MARPLAN Intermedia GmbH
CATI-Befragung Selbständige Migrantinnen und Migranten in Nordrhein-Westfalen für das Institut für Mittelstandsforschung (ifm), Universität Mannheim

	Summe		türkisch		italienisch		polnisch		russisch		deutsch	
	Ist	Prozent	Fälle	Prozent	Fälle	Prozent	Fälle	Prozent	Fälle	Prozent	Fälle	Prozent
eingesetzte Rufnummern	12087	100%	3000	100%	4500	100%	1568	100%	1319	100%	1700	100%
∑ stichprobenneutrale Ausfälle	9581	79,3%	2369	79%	3893	86,5%	1191	76,0%	936	71,0%	1192	70,1%
■ ungültige Rufnummer	1847	15,3%	313	10,4%	781	17,4%	236	15,1%	195	14,8%	322	18,9%
■ Faxgerät/Modem (Pfeifton)	250	2,1%	5	0,2%	90	2,0%	58	3,7%	36	2,7%	61	3,6%
■ kein Unternehmen/nicht selbständig	883	7,3%	88	2,9%	108	2,4%	151	9,6%	93	7,4%	438	25,8%
■ kein entsprechender Mediationshintergrund	2469	20,4%	208	6,9%	141,6	31,5%	450	28,7%	387	29,3%	8	0,5%
■ nach 20 Versuchen kein Kontakt herstellbar	2487	20,6%	871	29,0%	786	17,5%	295	18,8%	216	16,4%	319	18,8%
■ Anschluss dauerhaft besetzt	38	0,3%	14	0,5%	6	0,1%	1	0,1%	4	0,3%	13	0,8%
■ Quote erfüllt/nicht verwendete Adressen	1607	13,3%	870	29,0%	706	15,7%		0,0%		0,0%	31	1,8%
Bereinigtes Brutto	2506	100,0%	631	100,0%	607	100,0%	377	100,0%	383	100,0%	508	100,0%
∑ systematische Ausfälle	1388	55,4%	380	60,2%	357	58,8%	189	50,1%	167	43,0%	295	58,1%
■ Anrufbeantworter	141	5,6%	59	9,4%	21	3,5%	8	2,1%	10	2,0%	43	8,5%
■ Zielperson in Feldzeit nicht erreichbar	198	7,9%	44	7,0%	35	5,8%	37	9,8%	26	6,8%	56	11,0%
■ Verweigerung Kontaktperson	821	32,8%	217	34,4%	246	40,5%	129	34,2%	112	29,2%	117	23,0%
■ Verweigerung Zielperson	75	3,0%	21	3,3%	12	2,0%	8	2,1%	7	1,8%	27	5,3%
■ Starke Verständigungsschwierigkeiten	5	0,2%		0,0%	2	0,3%	1	0,3%	2	0,5%		0,0%
■ nicht realisierte Termine	74	3,0%	23	3,6%	21	3,5%		0,0%	1	0,3%	29	5,7%
■ Abbruch in Interview	74	3,0%	16	2,5%	20	3,3%	6	1,0%	9	2,3%	23	4,5%
Realisierte Interviews insgesamt	1118	44,6%	251	39,8%	250	41,2%	188	49,9%	216	56,4%	213	41,9%

Qualitative Befragung von Expert(inn)en und Gründer(inne)n mit Migrationshintergrund [Pro KMU Universität Siegen]

Die Expertinnen- und Experteninterviews bzw. die Interviews mit Gründerinnen hatten zum Ziel, Einflussfaktoren zu identifizieren, die dem Schritt in die Selbständigkeit zugrunde liegen. Hierbei interessierten besonders

- die Push- und Pullfaktoren sowie die Motive, kulturellen und persönlichen Dispositionen und Gelegenheitsstrukturen,
- die Bedeutung von Arbeitslosigkeit und Benachteiligungen im Erwerbsleben sowie auch Familienverantwortung,
- förderliche und hemmende Faktoren im Gründungsprozess, welche die Unterstützungsleistungen von familiärer und institutioneller Seite betreffen.

Die Befragungen sollen ferner dazu dienen, die Generierung der für das Projekt erforderlichen Arbeitshypothesen zu unterstützen und die Befunde der quantitativen Analysen des ifm Mannheim besser interpretieren zu können.

¹²²Leicht et al. 2004 und 2005.

Untersuchungsdesign: Im Rahmen eines Seminars im Sommersemester 2008 haben Studenten und Studentinnen des Lehrstuhls PRO KMU Fallstudien von Unternehmerinnen mit Migrationshintergrund erstellt. Dazu wurde Kontakt zu potenziellen Interviewpartnerinnen aufgenommen. Der Auftraggeber des Projektes, das MGFFI, hat eine Liste möglicher Kontakte zur Verfügung gestellt und auch die erste Ansprache vorgenommen. Hieraus konnten sieben Unternehmerinnen zur Mitarbeit gewonnen werden. Weitere Interviewpartnerinnen wurden über die IHK Siegen, die Wirtschaftsförderung Siegen, die Käte-Ahlmann-Stiftung sowie private Kontakte akquiriert. Insgesamt haben sich vierzehn Unternehmerinnen bereit erklärt, für ein Interview zur Verfügung zu stehen. Bei der Auswahl wurde versucht, eine möglichst heterogene Basis an Ethnien und Branchen darzustellen. Mit den Unternehmerinnen wurden Interviews von 1-2 Stunden Dauer geführt. Basis des Interviews bildete ein Interviewleitfaden.

Die Interviews wurden mit Hilfe eines für qualitative Forschung geeigneten Computerprogrammes (N-Vivo) erfasst und kodiert. Die Kodierungskategorien basieren auf dem Leitfaden. Kodierungen und Interpretationen wurden, wie in der qualitativen Analyse üblich, wechselseitig überprüft und diskutiert. Bei der im Folgenden vorgenommenen Bewertung der Fallstudien ist trotzdem zu berücksichtigen, dass es sich aufgrund der Auswahlmethode eher um Positivbeispiele handelt und dies damit keine repräsentative Auswahl darstellt. Eine Generalisierbarkeit – wie sie bei Fallstudien sowieso nur eingeschränkt möglich ist – ist hiermit nicht gegeben, jedoch erlauben die Interviews einen tieferen Einblick in Entwicklungsverläufe, Motivationsstrukturen und Einflussfaktoren der unternehmerischen Betätigung von Migrantinnen und können so die Befunde der quantitativen Erhebung ergänzen.

Zusätzlich zu den Unternehmerinneninterviews wurden sieben Gespräche mit Vertretern von Institutionen geführt, die besondere Erfahrungen mit Unternehmensgründungen von Migrantinnen und/oder Frauen aufweisen. Diese Expertengespräche wurden insbesondere genutzt, um interessante Ergebnisse der Unternehmensfallstudien im Sinne einer Validierung zu hinterfragen.¹²³ Gesprächsgegenstände waren u.a. der spezifische Beratungsbedarf von Unternehmerinnen mit Migrationshintergrund, Unternehmensgründungen aus der Arbeitslosigkeit, Mentoring ausländischer Unternehmerinnen und Unterstützungsangebote, Netzwerkaktivitäten selbständiger Unternehmerinnen, Nutzung von Unterstützungs- und Vernetzungsangeboten durch ausländische Unternehmerinnen, Selbst- und Fremdbild von Unternehmerinnen ausländischer Herkunft.

3.4 Begriffsbestimmungen

Zur Einordnung der Ergebnisse, zum besseren Verständnis, aber auch für den Vergleich mit anderen Untersuchungen, sind zunächst einige zentrale Begriffe bzw. Definitionen zu klären.

Gründerinnen, Selbständige und Unternehmerinnen

Zwischen Gründer/innen und schon längere Zeit selbständigen Personen ist datentechnisch teils nur schwer zu unterscheiden. Hinzu kommt, dass in der Gründungsforschung keine Einigung darüber besteht, bis zu welchem Zeitpunkt Personen, die sich selbständig machten, noch als Gründerinnen bzw. Gründer bezeichnet werden können. In der hier u.a. verwendeten amtlichen Gewerbeanzeigenstatistik zählen als Gründer/innen all diejenigen Personen, die im Verlauf eines Kalenderjahres ein Gewerbe angemeldet haben. Hier handelt es sich um Prozessdaten. Andererseits werden hier auch Befragungsdaten, sowohl amtliche als auch eigene, verwendet. Soweit wir mit dem Mikrozensus „Neugründungen“ identifizieren, handelt es sich um die Auswertung einer Retrospektivfrage, mit welcher festgestellt wird, ob Selbständige ein Jahr vor der Erhebung noch nicht selbständig waren. Doch Gründungsprozesse währen weit länger – insbesondere bis das neue Unternehmen überhaupt am Markt etabliert ist und „sichtbar“ wird. Daher wird in der für diese Untersuchung durchgeführten Primärerhebung kein pauschaler Begriff für alle Gründer/innen verwendet, sondern innerhalb der Gruppe nochmals nach „Betriebsjahren“, d.h., zwischen jüngeren und älteren Betrieben unterschieden. Andererseits wird eine solche Unterscheidung überall dort obsolet, wo sich die Fragen ohnehin ausdrücklich auf die Situation im Gründungsprozess beziehen.

Analog zur Definition in der amtlichen Statistik werden auch im Folgenden all jene Personen als „Selbständige“ bezeichnet, die eine Unternehmung als Eigentümer, Miteigentümer oder Pächter eigenverantwortlich und nicht weisungsgebunden leiten, sowie die Verantwortung für die Entwicklung und das Ergebnis des Unternehmens

¹²³ Zur Methodik und Analyse siehe auch Bogner, Littig und Menz (2002).

tragen. Wenn darüber hinaus im Zusammenhang mit der Befragung von „Unternehmer/innen“ die Rede ist, handelt es sich mit höherer Wahrscheinlichkeit um solche Selbständige, die ein Unternehmen führen, das tatsächlich am Markt auftritt bzw. aktiv ist (und daher auch im Telefonverzeichnis steht).¹²⁴ Dennoch werden die Begriffe „Selbständige“ und „Unternehmerin“ hier synonym verwendet.

Migrantinnen und Migranten bzw. Personen mit „Zuwanderungsgeschichte“

In der Migrations- und Sozialforschung sowie größtenteils auch in den öffentlichen Institutionen hat sich neben den Begriffen „Migrant“ bzw. „Migrantin“ auch die Bezeichnung „Menschen mit Migrationshintergrund“ weitestgehend durchgesetzt. Damit wird auch der Erkenntnis Rechnung getragen, dass der formal am Prinzip der Staatsangehörigkeit orientierte „Ausländer-Begriff“ kaum noch die soziale Wirklichkeit trifft. Auch infolge des neuen Erhebungsprogramms im Mikrozensus wurde zahlenmäßig greifbar, dass es zusätzlich zu Nicht-Deutschen in ganz erheblichem Umfang Menschen mit einem deutschen Pass gibt, die aber dennoch nicht in Deutschland geboren wurden oder zum Beispiel von Eltern abstammen, die zugewandert sind. Im Bemühen, die Gruppe der „Betroffenen“ soweit zu fassen, dass prinzipiell „jene Menschen eingeschlossen werden, bei denen sich zumindest grundsätzlich ein Integrationsbedarf feststellen lässt“,¹²⁵ wurde in der amtlichen Statistik ein Konsens dahingehend erzielt, dass zu den Menschen mit Migrationshintergrund alle zählen, die nach 1949 auf das heutige Gebiet der Bundesrepublik Deutschland zugewandert sind, sowie alle in Deutschland geborenen Ausländer und alle in Deutschland als Deutsche Geborenen mit zumindest einem zugewanderten oder als Ausländer in Deutschland geborenen Elternteil.¹²⁶ Allerdings ist sich die Politik und die amtliche Statistik nicht vollkommen einig, wie „weit“ bzw. auf welche Generationsabfolge hier bzgl. der Abstammung zurückgegriffen werden soll.

Besonders wichtig ist natürlich, welchen Gründer/innen bzw. Unternehmer/innen im Rahmen der vorliegenden Untersuchung ein Migrationshintergrund zugeordnet wird. Vorwegzuschicken ist zunächst, dass im Folgenden die Bezeichnung „Personen mit Migrationshintergrund“ und der in Nordrhein-Westfalen verbreitete Begriff „Personen mit Zuwanderungsgeschichte“ synonym verwendet wird.¹²⁷ Wir bedienen uns zudem im Wesentlichen der Definition der amtlichen Statistik, was sich bei den Sekundärdatenanalysen bzw. bei der Verwendung des Mikrozensus allein schon aus der Notwendigkeit ergibt, dass die eigenen Ergebnisse mit denen vom Statistischen Bundesamt oder der Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW zuvor LDS) übereinstimmen sollen. Aus der Abstimmung zwischen dem IT.NRW und dem Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen (MGFFI) ergibt sich folgende Definition für Menschen mit Zuwanderungsgeschichte:

- a) Personen, die eine ausländische Staatsangehörigkeit haben oder
- b) Personen, die seit 1950 in das Gebiet der heutigen Bundesrepublik Deutschland zugewandert sind (z.B. Aussiedlerinnen und Aussiedler, Spätaussiedlerinnen und Spätaussiedler, jüdische Zuwanderinnen und Zuwanderer, Eingebürgerte etc.)
- c) Personen mit mindestens einem seit 1960 zugewanderten bzw. ausländischen Elternteil (z.B. die Kinder von Spätaussiedlerinnen und Spätaussiedlern).¹²⁸

Diese definitorische Abgrenzung wird auch in der vorliegenden Untersuchung zugrunde gelegt, wobei wir diese allerdings auf die im Mittelpunkt stehenden Gründer/innen bzw. Unternehmer/innen mit türkischem, italienischem, polnischem oder russischem Migrationshintergrund beziehen. Da hierbei nicht die Nationalität sondern das Herkunftsgebiet der Migrantinnen und Migranten im Vordergrund steht, sind unter den aus Polen und Russland kommenden Gründer/innen auch entsprechend viele (Spät-)Aussiedler/innen enthalten. Darüber hinaus ist anzumerken, dass in der Untersuchung die Personen aus der dritten Generation nicht den Migrant(inn)en zugeordnet wurden.

Diese Definition betrifft auch weitestgehend die mit der eigenen Erhebung erfassten Gründer/innen und Unternehmer/innen. Dort wurde sogar noch etwas stärker eingegrenzt, da neben den Ausländer/innen und

¹²⁴ Dies im Mikrozensus aufgrund der Selbsteinstufung der Befragten nicht unbedingt bei allen der Fall sein.

¹²⁵ Statistisches Bundesamt 2007, Fachserie 1, Reihe 2.2, S. 5.

¹²⁶ ebenda, S. 6.

¹²⁷ Vgl. Integrationsbericht NRW 2008, S. 74.

¹²⁸ ebenda, S. 70.

Eingebürgerten der ersten Zuwanderergeneration nur solche Proband(inn)en der zweiten Generation einbezogen wurden, deren Elternteile beide (!) zugewandert bzw. ausländisch sind. Dies kann zu Abweichungen mit der amtlichen Statistik führen.

II. Sekundärdatenanalysen: Struktur und Entwicklung im Überblick

4. Migrantinnen in Bevölkerung und Erwerbssystem: Ihre Ausgangsposition für den Schritt in die Selbständigkeit

Eine Identifizierung der Triebkräfte, Hemmnisse und Determinanten der Gründungsaktivitäten von Migrantinnen in Nordrhein-Westfalen erfordert zunächst eine Auseinandersetzung mit den maßgeblichen Ausgangsbedingungen. Zu diesen zählen vor allem die Entwicklung und Struktur der Zuwanderung nach Nordrhein-Westfalen (Kapitel 4.1) und die Arbeitsmarktposition der hier untersuchten Herkunftsgruppen (Kapitel 4.2), da beide Größen wesentlich über das Potenzial an Gründerinnen entscheiden.

4.1 Entwicklung und Struktur in der Bevölkerung

Fast jeder vierte Mensch in Nordrhein-Westfalen hat einen Migrationshintergrund.¹ Die Zahl der Menschen mit „Zuwanderungsgeschichte“ ist in Nordrhein-Westfalen seit dem Erscheinen des ersten Integrationsberichts² nochmals leicht auf 4,2 Mio. im Jahr 2007 gestiegen. Nicht ganz 2,1 Mio. davon sind Frauen bzw. Mädchen. Dieser Zuwachs gegenüber 2005 um rund 100.000 Personen ist (per Saldo gerechnet) jedoch nicht auf eine gestiegene Zuwanderung, sondern auf eine höhere Zahl der in Nordrhein-Westfalen bzw. in Deutschland geborenen Menschen zurückzuführen, deren Vorfahren zugewandert sind. Ohnehin geht die Zuwanderung in Nordrhein-Westfalen seit Jahren zurück. Die Zu- und Abwanderungszahlen glichen sich im Lauf der Jahre langsam an, was im Übrigen auch für die türkischen Staatsangehörigen gilt.³ In den Bestandszahlen lässt sich anteilmäßig ein Rückgang der Angehörigen klassischer „Gastarbeiterländer“ beobachten, während die Zahl der aus Osteuropa stammenden Menschen zugenommen hat, wenngleich derzeit nicht mehr so rasant wie nach dem politischen Umbruch im Osten. Eine besonders starke Zuwanderergruppe ist die aus Polen. Sie hat die Türken in der Wanderungsbilanz vom ersten Rang verdrängt.⁴

Nach den letzten Ergebnissen des Mikrozensus 2007,⁵ stellen die türkischstämmigen Menschen in Nordrhein-Westfalen ziemlich genau ein Fünftel aller Personen mit Zuwanderungsgeschichte, sowohl unter den Männern als auch unter den Frauen. Die zweitstärkste Gruppe ist die polnischer Herkunft, dicht gefolgt von den Italiener/innen und dann denen aus der russischen Föderation, deren Anteile an allen Migranten an der 5%- bzw. 4%-Marke liegen. (Insgesamt ist das Feld an Nationalitäten ohnehin breiter geworden.) Bemerkenswert ist, dass die aus der Türkei und aus Polen stammende Bevölkerung in Nordrhein-Westfalen im Vergleich zum früheren Bundesgebiet überproportional stark vertreten ist, während Migranten aus Italien eher unterrepräsentiert sind. Dies gilt auch für den weiblichen Part. Bei allem ist zu beachten, dass zusätzlich ein großer Teil der bisher nicht erwähnten (Spät-)Aussiedler vor allem aus Polen und dem Gebiet der russischen Föderation kommt. Die aus diesen Herkunftsländern stammenden Aussiedler/innen müssten den entsprechenden Zielgruppen noch zugerechnet werden. Sie verbleiben hier überwiegend innerhalb des Aggregats derjenigen „ohne Angaben“ und sind an dieser Stelle anhand der Makrodaten keinem bestimmten Herkunftsland zuzuordnen.⁶

Zur besseren Übersicht sind in Abb. 4.1.1 die Anteile der einzelnen Herkunftsgruppen dargestellt, wobei wir uns hier ausschließlich auf die (ansonsten kaum dargestellte) Verteilung weiblicher Migrantinnen konzentrieren.

¹ Der Anteil von Frauen nicht-deutscher Herkunft ist mit 22,5% fast so hoch wie unter den Männern (23,4%).

² MGFFI 2008 mit Zahlen von 2006.

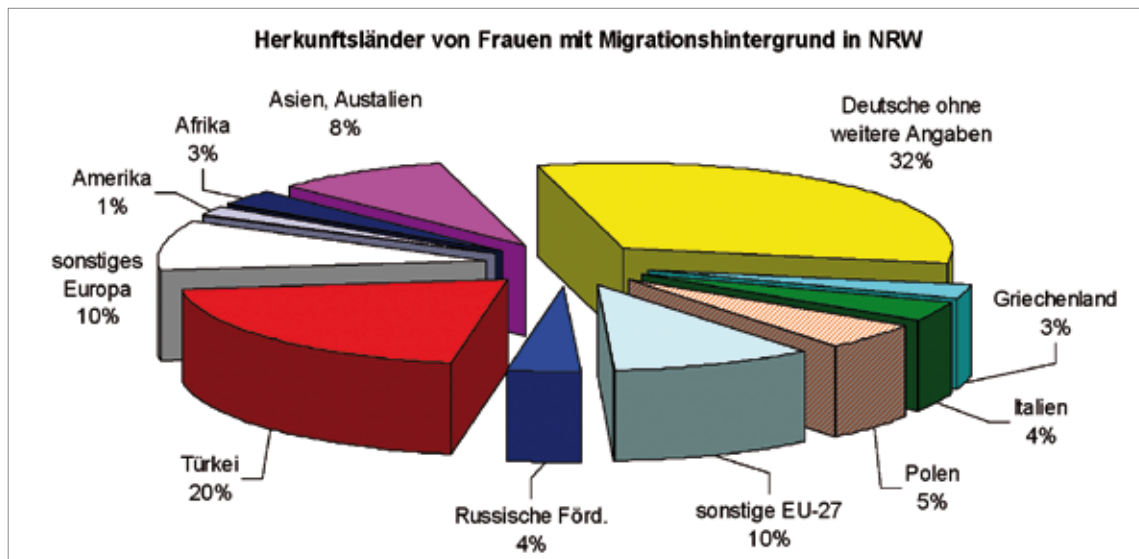
³ Vgl. Zuwanderungsstatistik NRW.

⁴ Zu neuen Zuwanderergruppen in NRW vgl. auch Seifert 2007b.

⁵ Soweit nicht anders genannt beziehen sich alle nachfolgenden aktuellen Zahlen auf 2007 (Mikrozensus).

⁶ Erst nach Vorliegen des Scientific Use File für 2007, aber auch hier bestehen Erfassungsdefizite (Seifert 2008). Der Versuch die (Spät-)Aussiedler mit den Mikrozensusdaten zu identifizieren hat eine kontroverse Diskussion über die Möglichkeiten ausgelöst. Vgl. u.a. auch Statistisches Bundesamt 2007, Birkner 2007 sowie Santel 2008.

Abb. 4.1.1: Zusammensetzung der weiblichen Bevölkerung mit Migrationshintergrund in Nordrhein-Westfalen



Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2007; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

Wie schon aus den Angaben in Kapitel 1.2 indirekt ersichtlich, weisen die beiden osteuropäischen Herkunftsguppen (und auch die der Spät/Aussiedler) höhere Frauenanteile unter der hier ansässigen Bevölkerung auf als die Türkisch- oder Italienischstämmigen. Unter den Letztgenannten liegt der Frauenanteil 15%-Punkte unterhalb dem der polnischen Herkunftsguppe, in der 56% weiblich sind. Konzentriert man sich auch im Folgenden auf die Frauen, ist festzuhalten, dass 48% der italienisch- und 41% der türkischstämmigen Frauen zur zweiten Generation zählen, unter den aus Polen oder Russland stammenden Frauen dagegen nur 13% bzw. 7%. Dies ist ein gewichtiger Unterschied, der sich – wie noch deutlich wird – auch in der Zusammensetzung der Gründerinnen und Unternehmerinnen aus diesen Herkunftsguppen niederschlagen wird.

4.2 Arbeitsmarktposition der untersuchten Herkunftsguppen

Von noch größerer Bedeutung für die hier verfolgten Untersuchungsziele ist die Platzierung auf dem Arbeitsmarkt. Und dies nicht nur, weil sie für Migrantinnen die gesellschaftliche Teilhabe regelt, sondern auch, weil die dadurch erzielte Arbeitserfahrung, das Einkommen und die Ersparnisse und teils der Wunsch nach sozialer Anerkennung zudem wesentlich die Triebkräfte bzw. die Ressourcen und Möglichkeiten für den Zugang zu einer unternehmerischen Tätigkeit bestimmen. D.h., über diese Chancen entscheidet zum einen bereits die Frage, ob sich eine Person überhaupt am Erwerbsleben beteiligt oder beteiligen kann, zum anderen, welche Position sie hierbei im Erwerbssystem einnimmt.

Das Thema „Arbeitsmarkt und Integration“ ist in Nordrhein-Westfalen (v.a. im Vergleich zu anderen Ländern) bereits sehr gut dokumentiert und durch empirische Forschung durch das IT.NRW und andere Institutionen und wissenschaftliche Arbeiten abgedeckt.⁷ Aus diesem Grund soll hier ein kurzer Überblick mit teils ergänzenden Befunden genügen.

In welchem Umfang beteiligen sich Migrantinnen am Erwerbsleben?

Die Erwerbsposition von Migrantinnen im Speziellen muss zunächst im Spiegel der Entwicklung von Frauenerwerbstätigkeit insgesamt betrachtet werden: Seit langem verringern tradierte gesellschaftliche Rollenvorstellungen zur Arbeitsteilung in Familie und Beruf genauso wie die geschlechterspezifische Segregation am Arbeitsmarkt die Erwerbchancen von Frauen. Doch zumindest längerfristig betrachtet haben sich die Rollen und Lebensformen von Frauen und Männern etwas angenähert, wobei sich auch die Normen, faktischen Möglichkeiten und Handlungsweisen von Frauen hinsichtlich Erwerbstätigkeit einerseits und Mutterschaft andererseits veränderten.⁸ Vor diesem Hintergrund und nicht zuletzt infolge zunehmender

⁷ z.B. Özcan/ Seifert 2003; Seifert 2007a+b; Santel 2008 sowie Integrationsbericht NRW 2008.

⁸ Sommerkorn/ Liebsch 2002.

Bildung ist auch die Erwerbsbeteiligung von Frauen gestiegen. Allein von der Mitte der 90er Jahre bis zur Mitte dieses Jahrzehnts stieg die Erwerbsquote von Frauen in Nordrhein-Westfalen um rund 10 Prozentpunkte.⁹ Allerdings ist die Partizipation am Erwerbsleben noch immer geschlechterhierarchisch strukturiert. Ferner geht die zunehmende Erwerbsorientierung von Frauen häufig mit einer „modernisierten Versorgung“,¹⁰ mit zunehmender Teilzeitbeschäftigung sowie unterbewerteter Arbeit und inadäquaten betrieblichen Stellungen einher.¹¹

Noch ungünstiger sind die Erwerbs- und Arbeitsmarktchancen von Migrantinnen. Bereits die Phase der Anwerbung und Zuwanderung von „Gastarbeitern“ war von Männern dominiert, während Frauen vielfach erst im Zuge der Familienzusammenführung nach Deutschland bzw. Nordrhein-Westfalen kamen.¹² Dies liegt zwar zeitlich weit zurück, doch Erwerbsmuster beruhen häufig auf überlieferten Verhaltensmustern. So stellt der Integrationsbericht Nordrhein-Westfalen (2008) noch fest, dass die Männer mit Migrationshintergrund eine Erwerbsquote¹³ von 78% aufweisen und damit nur geringfügig unter der von autochthonen Männern liegen, während die Erwerbsquote von Frauen mit Migrationshintergrund bei 51% liegt.¹⁴

Da der Integrationsbericht Nordrhein-Westfalen nur die Erwerbsquoten von Migranten insgesamt und diejenigen mit türkischem Migrationshintergrund ausweist, wurden hier zudem die Erwerbsquoten der in dieser Untersuchung interessierenden Herkunftsgruppen berechnet (Tabelle 4.2.1). Zusätzlich wurde nach Deutschen mit Migrationshintergrund und Ausländern unterschieden sowie ein Vergleich mit den Quoten in Deutschland insgesamt vorgenommen.

Mindestens vier Muster lassen sich diesbezüglich erkennen: **Erstens** liegen die Erwerbsquoten über alle Gruppen und Migrationsstadien hinweg bei den Frauen unter denen von Männern. 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. **Zweitens** liegen die Erwerbsquoten – zumindest bei den Frauen – von denjenigen mit deutschem Pass jeweils höher als unter den Ausländerinnen, was nicht überrascht, da die u.a. darunter enthaltenen Eingebürgerten in Nordrhein-Westfalen wie in Deutschland insgesamt bekanntlich auch ansonsten einen höheren sozialen Status besitzen.¹⁵ **Drittens** ist die Erwerbsbeteiligung von „eingebürgerten“ ehem. Polinnen (+Aussiedlerinnen) und Italienerinnen sogar höher als die der autochthonen Frauen. Die Polinnen schneiden ohnehin auch dann gut ab, wenn sie keine deutsche Staatsangehörigkeit besitzen. Und im Vergleich mit dem gesamten Bundesgebiet lässt sich **viertens** feststellen, dass die Erwerbsquoten fast durchgängig über alle Gruppen hinweg höher als in Nordrhein-Westfalen ausfallen.

Besonders markant ist die geringe Arbeitsmarktintegration von Türkinnen und Russinnen ohne deutschen Pass, deren Erwerbsquote jeweils 36% beträgt. Hier dürfte darüber hinaus interessieren, dass die ausländischen türkischen Frauen der zweiten Generation demgegenüber eine um 12%-Punkte höhere Erwerbsbeteiligung aufweisen. Und wenn die hier geborenen türkischstämmigen Frauen einen deutschen Pass besitzen, liegt die Erwerbsquote sogar noch höher.¹⁶

Nach Dressel (2005) können ungünstige Bildungsabschlüsse, nicht-anerkannte Qualifikationen, kulturelle Familienleitbilder und eine größere Kinderzahl bei Migrantinnen einer höheren Erwerbsbeteiligung hinderlich sein. Dem kann an dieser Stelle nicht im Detail nachgegangen werden, aber es ist festzuhalten, dass insbesondere die Höhe der beruflichen Qualifikation einen deutlichen Einfluss auf die Erwerbsorientierung nimmt: Besitzen die Migrantinnen einen Hochschulabschluss, steigen bei den Frauen türkischer Herkunft die Erwerbsquoten auf das Doppelte. Nicht ganz so drastisch, aber ebenfalls eine starke Verbesserung in der Arbeitsmarktintegration zeigt sich mit Blick auf die hochqualifizierten Russinnen, Polinnen und Italienerinnen. Aber generell weisen auch schon diejenigen mit einem mittleren Abschluss (Lehre) eine weit höhere Erwerbsbeteiligung als diejenigen ohne einen Berufsabschluss auf.¹⁷

⁹ Sozialbericht NRW 2007, Tabelle V.1.4.

¹⁰ Pfau-Effinger 2001.

¹¹ Engelbrech et al. 1997; Beckmann 2003; Cornelißen 2005.

¹² Westphal (2006) weist aber auch darauf hin, dass die Rolle von Frauen in dieser Zeit eher unterschätzt wurde.

¹³ Erwerbsquote = Anteil der Erwerbspersonen (Erwerbstätige + Erwerbslose) an der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter (15 bis unter 65 Jahre).

¹⁴ Mikrozensusdaten für 2006. Ähnlich der Sozialbericht NRW 2007, der jedoch Daten von 2005 enthält.

¹⁵ Vgl. MGFFI Integrationsbericht 2008; Santel 2008 sowie Salentin/ Wilkening 2003; Seifert 2007a.

¹⁶ Beide Werte in der Tabelle nicht abgebildet.

¹⁷ Auch hier aus Platzgründen nicht abgebildet.

Tab. 4.2.1: Erwerbsquoten*) in Nordrhein-Westfalen und Deutschland nach nationaler Herkunft**) und Geschlecht

Migrationsstatus	Erwerbsquoten*)				Erwerbslosenquoten				
	Nordrhein-Westfalen		Deutschland		Nordrhein-Westfalen		Deutschland		
	Frauen	Männer	Frauen	Männer	Frauen	Männer	Frauen	Männer	
Deutsche ohne MH	65,1	79,3	68,9	80,9	7,9	8,4	9,8	9,8	
Deutsche mit MH	63,6	83,2	67,0	83,5	15,8	15,9	16,3	16,2	
Ausländer/innen	47,7	75,5	53,0	77,9	20,8	23,9	19,6	21,2	
Deutsche mit Herkunft:	türkisch	51,9	81,5	58,6	81,1	25,0	15,2	22,0	16,8
	italienisch	66,7	75,0	75,0	92,3	(50,0)	(33,3)	22,2	8,3
	polnisch	71,6	83,9	73,3	85,2	11,1	12,8	12,8	13,5
	russisch	64,4	81,4	69,0	80,5	17,0	19,3	19,6	21,4
Ausländer/in	türkisch	35,8	71,1	40,6	75,1	22,9	27,7	23,4	24,6
	italienisch	60,8	81,4	63,9	84,4	19,4	19,3	13,5	14,6
	polnisch	63,0	86,4	63,2	81,9	24,1	21,1	19,4	22,1
	russisch	36,4	72,0	52,0	75,0	33,3	38,9	38,5	38,9

Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2005 (SUF); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

*) Im Unterschied zu anderen Darstellungen hier nur in Bezug auf Bevölkerung im erwerbsfähigem Alter (vgl. Fußnote 13).

**) Hier im Gegensatz zu den Darstellungen für 2007 einschließlich (Spät-)Aussiedler

Werte in Klammern unsicher wg. geringer Fallzahlen.

Wie stark und in welchem Verhältnis sind Migrantinnen von Arbeitslosigkeit betroffen?

Die Erwerbsquote gibt zwar Auskunft darüber, ob Menschen im erwerbsfähigen Alter dem Arbeitsmarkt prinzipiell zur Verfügung stehen. Sie lässt aber offen, in welchem Umfang die Erwerbspersonen einer Beschäftigung nachgehen oder aber von Arbeitslosigkeit betroffen sind. Bekanntlich sind Personen mit Zuwanderungsgeschichte deutlich häufiger durch Arbeitslosigkeit bedroht bzw. auch tatsächlich eher arbeitslos als Einheimische. Dies ist in Nordrhein-Westfalen insbesondere bei Ausländern der Fall.¹⁸ Hier ist die Arbeitslosenquote seit Jahren mehr als doppelt so hoch wie die von Deutschen.¹⁹ Die hohe Gefährdung kann bei einzelnen Herkunftsgruppen zuvorderst auf die geringeren Qualifikationen und zudem auf ihre höhere Präsenz in den von Globalisierung und Rationalisierung betroffenen produzierenden Branchen zurückgeführt werden. Allerdings ist dies, wie noch ausgeführt wird, eher charakteristisch für die Angehörigen der ehemaligen Anwerbeländer und kaum für die neuen Zuwanderergruppen aus Osteuropa, wo teils andere Ursachen zugrunde liegen.

Tabelle 4.2.1 zeigt die Erwerbslosigkeit in Differenzierung nach Herkunft und Geschlecht.

Die Erwerbslosenquote²⁰ von ausländischen Frauen ist mit 21% fast dreimal so hoch wie die der deutschen Frauen (ohne Migrationshintergrund). Bei den Männern zeigt sich ein ähnliches Verhältnis. Die Erwerbslosenquote von „Eingebürgerten“ (+Aussiedler) liegt bei Frauen und Männern „in der Mitte“ von Deutschen und Ausländer/innen.

Zwischen den Geschlechtern bestehen auf der hohen Aggregatebene kaum Unterschiede, sie werden erst mit Blick auf einzelne Herkunftsgruppen offenbar, halten sich jedoch in Grenzen, sieht man von den (teils auf niedrigen Fallzahlen beruhenden) Werten für die „Eingebürgerten“ ab. Besonders stark von Arbeitslosigkeit betroffen sind die Frauen aus Russland, Polen und der Türkei, wobei unter den ausländischen Frauen die Erwerbslosenquote bei Russinnen und Polinnen erstaunlicherweise höher als bei Türkinnen liegt.

Hier deutet sich schon an, dass die Osteuropäerinnen in der Tendenz zwar eine stärkere Erwerbsorientierung als die Frauen türkischer Herkunft aufweisen, ihnen gleichzeitig aber in hohem Maße der Zugang zum Arbeitsmarkt erschwert ist.

¹⁸ Zuwanderungsstatistik NRW sowie Sozialbericht und Integrationsbericht NRW 2008.

¹⁹ Mertens (G.I.B.) 2007.

²⁰ Anteil der sofort verfügbaren Erwerbslosen im Alter von 15 bis unter 65 Jahren an allen Erwerbspersonen.

Differenziert man nach dem Grad der beruflichen Qualifikation,²¹ lässt sich zunächst ein ähnlicher Zusammenhang wie auch bei den deutschen Frauen feststellen. In der Tendenz sinkt mit höherer beruflicher Bildung die Gefährdung durch Arbeitslosigkeit. Dies ist aber bspw. bei den Russinnen in dieser Form nicht zu beobachten. Die Erwerbslosenquote ist in dieser Gruppe sowohl unter den Eingebürgerten bzw. Aussiedlerinnen als auch unter den ausländischen Russinnen mit einem Hochschulabschluss jeweils in etwa genauso hoch wie unter den Geringqualifizierten ohne Abschluss.²² Migranten aus den Ländern der ehemaligen Sowjetunion, darunter viele Spätaussiedler, haben oftmals Schwierigkeiten, ihre Studienabschlüsse hier in Deutschland anerkannt und hierdurch einen Arbeitsplatz zu bekommen.²³

Hier taucht also bereits die an anderer Stelle noch zu beantwortende Frage auf, inwieweit der hohe Anteil an Erwerbslosen in den beobachteten Herkunftsgruppen zur „Selbsthilfe“ in Form einer Flucht in die Selbständigkeit führt. Während dieser Weg mit Blick auf die türkische Community – zumindest in der Literatur – als probates Mittel gesehen wird,²⁴ bestehen bislang Zweifel, inwieweit dies auch für Frauen aus Osteuropa eine Alternative ist.

5. Gründungsaktivitäten und Bedeutung beruflicher Selbständigkeit von Migrantinnen in Nordrhein-Westfalen

Die Arbeitsmärkte weisen ein hohes Maß an Unsicherheit auf und auch die Dynamik der Güter- und Dienstleistungsmärkte beruht auf starker Restrukturierung und Flexibilität. In dieser Situation hat auch die Zahl der Menschen, die sich mindestens einmal im Leben selbständig machen oder sich zumindest mit der Absicht tragen, dies zu versuchen, im Zeitverlauf zugenommen.²⁵ Viele scheitern aber auch, weshalb sich der phasenweise auf- und abflauende Gründungsboom nicht unbedingt im Selbständigenbestand niederschlagen muss. Nach allen bisherigen Beobachtungen scheint dies insbesondere für Migrantenselbständigkeit zu gelten. Das Auftauchen von neuen Läden, Büros und anderen Unternehmensformen und ihr baldiges Verschwinden ist ein schon aus der Alltagsbeobachtung bekanntes Phänomen. Andererseits gibt es viele Anzeichen dafür, dass sich Frauen und Männer (auch) in unternehmerischer Sicht ganz unterschiedlich verhalten. Wie hat sich also das Gründungsgeschehen unter Migrantinnen und Migranten in Nordrhein-Westfalen entwickelt und welche Bedeutung haben ihre unternehmerischen Aktivitäten im Vergleich zu denen der autochthonen Bevölkerung oder auch im Vergleich mit denen auf gesamtdeutscher Ebene? Wir befassen uns nachfolgend zunächst mit den Grundlinien des Gründungs- (und teilweise auch Schließungs)geschehens in Nordrhein-Westfalen und wenden uns dann der Entwicklung und Struktur von Migrantenselbständigkeit zu.

5.1 Gründungsaktivitäten von Migrantinnen und Migranten

Zur Einschätzung des Gründungsgeschehens in Nordrhein-Westfalen und Deutschland wird im allgemeinen die Statistik der Gewerbeanzeigen herangezogen, die sowohl Anmeldungen als auch Um- und Abmeldungen erfasst.²⁶ Nachfolgende Analysen beruhen auf dieser mit Vor- und Nachteilen behafteten Gründungsstatistik (siehe Kapitel 3). Zu beachten ist bspw., dass sie im Gegensatz zu den ansonsten in dieser Studie verwendeten Daten auf dem Staatsbürgerschaftskonzept beruht, mit welchem die ehemals ausländischen bzw. die eingebürgerten Gründerinnen und Gründer nicht berücksichtigt werden.

Grundsätzlich sind bei der Gegenüberstellung und Beurteilung der Gründungsaktivitäten von Ausländer/innen und von Deutschen verschiedene Blickwinkel einzunehmen, da neben der Geschlechterperspektive auch die Bedeutung der Aktivitäten einzelner Nationalitäten betrachtet und diese untereinander verglichen werden müssen.

²¹ Hier nicht abgebildet.

²² Er liegt (aufgrund der Fallzahlen) vorsichtig gedeutet bei über 40% (Ausländer) bzw. über 20% (Eingebürgerte). Auf der Ebene von Gesamtdeutschland ergeben sich (mit höheren Fallzahlen) ähnliche Werte.

²³ Hernold/ von Loeffelholz 2001; Leicht et al. 2005.

²⁴ Vgl. zur Forschungslage Kap. 2.

²⁵ Arum/ Müller 2004; Welter 2003/2004.

²⁶ Nähere Erläuterungen siehe Kapitel 3. Anders als in den ansonsten mit Gewerbeanzeigen durchgeführten Analysen werden nachfolgend alle Gründungsformen (Rechtsformen) betrachtet und nicht nur diejenigen, mit denen Einzelunternehmen angemeldet werden. Die Ergebnisse stimmen daher nicht in allen Belangen mit denen in der Fachserie des IT.NRW (zuvor: LDS) überein.

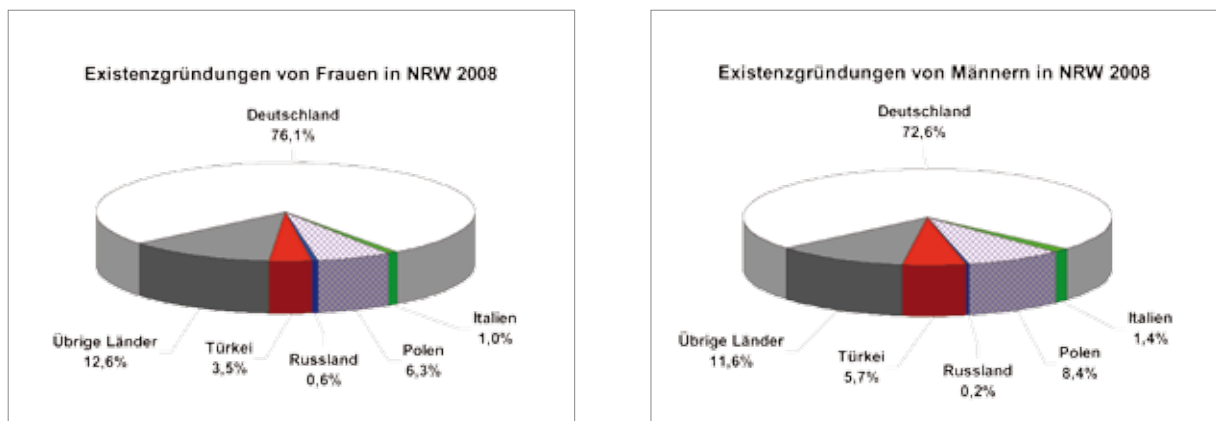
5.1.1 Absolute Bedeutung der Gründungen und ihre Dynamik

Bereits die herkunftsspezifische Verteilung der Gründungen macht deutlich, dass Ausländer/innen hieran in überproportionalem Maße beteiligt sind: Im Jahr 2008 entfielen 27.000 der rund 101.000 Existenzgründungen²⁷ in Nordrhein-Westfalen auf Ausländer/innen, was mithin über einem Viertel (27%) entspricht. Auch im Jahr 2007 waren dies bereits 26%). Und dies obwohl die Ausländer/innen lediglich über ein Zehntel (11%) aller Erwerbspersonen in Nordrhein-Westfalen stellen.

In Bezug auf das Geschlecht unterscheidet sich die Zusammensetzung etwas, denn unter den Frauen machen die ausländischen Gründungen 24% und unter den Männern über 27% aus. Entsprechend unterschiedlich sind auch die Anteile der einzelnen Nationalitätengruppen (Abb. 5.1.1a+b).

Sowohl bei den Frauen als auch bei den Männern stehen die Gründer/innen aus Polen an vorderster Position. Bei den Frauen stellen sie 6% und bei den Männern sogar 8% der Existenzgründungen in Nordrhein-Westfalen. Dies ist jeweils ein beachtliches „Tortenstück“ aller ausländischen Gründungen insgesamt und sogar ein größeres als das der Türkinnen oder Türken. Die Italiener fallen im Vergleich dazu sogar sehr zurück.

Abb. 5.1.1: Anteile einzelner Nationalitätengruppen (Länder) an allen Existenzgründungen



Quelle: IT.NRW ; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

Wie hoch der Anteil an Gründungen durch Ausländer/innen im Vergleich zum Bundesgebiet ist, kann hier lediglich anhand der Neugründungen (einschließlich Nebenerwerbsgründungen) für Einzelunternehmen betrachtet werden. Demzufolge fällt der Anteil von Ausländer/innen an allen Gründungen in Nordrhein-Westfalen leicht höher aus als dies deutschlandweit zu beobachten ist (hier nicht abgebildet). Dieses Ergebnis ist natürlich auch vor dem Hintergrund der höheren Migrant(inn)enanteile in der Bevölkerung Nordrhein-Westfalens zu sehen.

Wie stark sind Frauen an den Gründungsaktivitäten beteiligt?

Im Vergleich der beiden Tortendiagramme fällt ins Auge, dass der bei den Männern höhere Anteil an allen Existenzgründungen vor allem auf die stärkeren Anteile von Türken, Polen und Italienern zurückzuführen ist, während unter den weiblichen Gründungen insgesamt die Frauen aus den sog. „übrigen Ländern“ und die Russinnen höhere Anteile aufweisen als im „Männerdiagramm“. Dies war sowohl 2008 als auch 2007 der Fall.

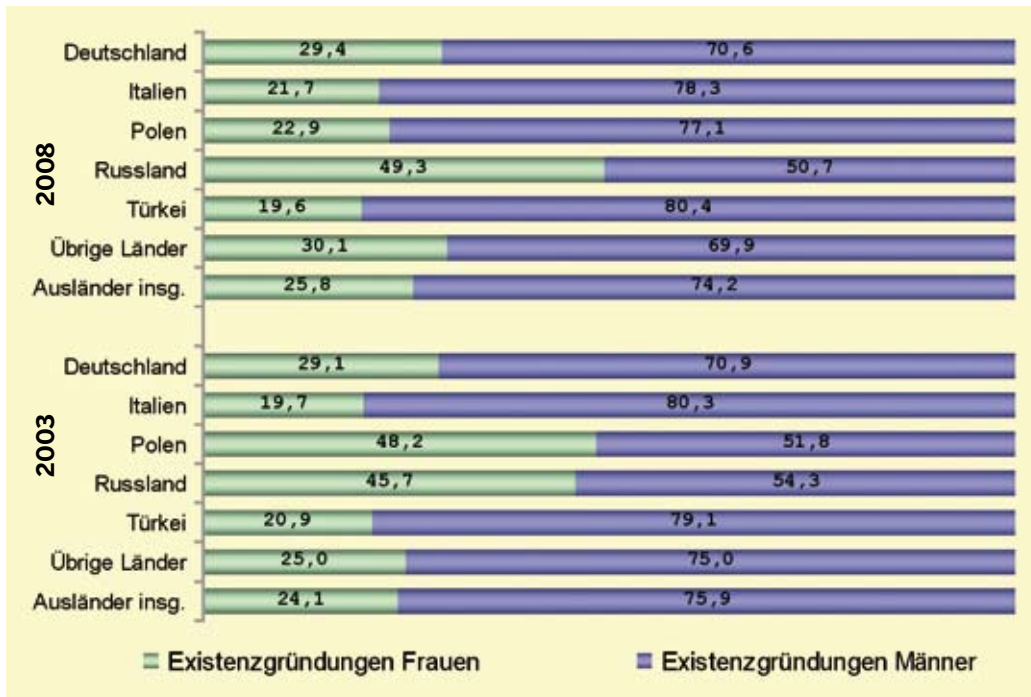
Die herkunftsspezifischen Geschlechterunterschiede im Gründungsgeschehen werden deutlicher, wenn die Frauenanteile innerhalb der einzelnen Gruppen betrachtet werden. Aus Abb. 5.1.2 wird folgendes ersichtlich:

²⁷ Existenzgründungen: Hauptniederlassungen ohne unselbständige Zweigstellen und ohne Nebenerwerbgründungen, aber einschließlich Übernahmen durch Erbfolge, Kauf oder Pacht.

Frauen partizipieren unter den Italienern und Polen, aber vor allem unter den Türken in extrem geringen Maße an den Gründungsaktivitäten. Sie stellen hier nur ein Fünftel aller Gründungen. Die Frauenanteile unter den Deutschen liegen immerhin fast 10%-Punkte darüber. Aber nahezu geschlechterparitätisch sind die Gründungen unter Personen aus der russischen Föderation verteilt.

Diese Parität bewegt sich – dies muss noch hinzugefügt werden – auf einem vergleichsweise niedrigem Niveau, denn im Jahr 2008 haben lediglich 170 Russinnen und 175 Russen ein Gewerbe angemeldet (vgl. auch Tab. 5.1.3). Allerdings werden die Russlanddeutschen in der Gewerbemeldestatistik den Deutschen zugeschlagen, weshalb die tatsächliche Zahl der Gründer/innen (d.h., einschließlich der Aussiedler aus Russland) um einigesehöher sein dürfte.

Abb. 5.1.2: Frauenanteile an allen Existenzgründungen in Nordrhein-Westfalen nach Nationalität (Land) und Jahr



Quelle: IT.NRW ; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

Erstaunliches zeigt der Vergleich zur Struktur im Jahr 2003. Denn noch vier Jahre zuvor waren auch die Gründungsaktivitäten von Pol(inn)en relativ gleich über die Geschlechter verteilt (Abb. 5.1.2). Dieser Rückgang des Frauenanteils ist nicht etwa auf ein geringeres Gründungsaufkommen unter den polnischen Frauen sondern auf die überproportionale Zunahme bei den Männern zurückzuführen, wie nachfolgend aufgezeigt wird.

Entwicklung von Gründungsaktivitäten

Die Zahl der jährlichen Existenzgründungen durch Polinnen hat zwischen 2003 und 2008 um fast das 8-fache zugenommen. Doch die Aktivitäten bei den Männern sind noch weit stärker bzw. um das 27ig-fache gestiegen (Tabelle 5.1.3). Diese Entwicklung ist vor dem Hintergrund zu sehen, dass Polen im Jahr 2004 der EU beigetreten ist. Durch die Übergangsfrist in der Arbeitnehmerfreizügigkeit ist es den Polen noch verwehrt, in Deutschland eine reguläre Beschäftigung in einem abhängigen Arbeitsverhältnis auszuüben. Da die neuen EU-Bürger jedoch über das freie Niederlassungsrecht verfügen, hat die Arbeitsmigration („ersatzweise“) zu einem starken Gründungsboom geführt (zu Einzelheiten dieser Entwicklung siehe Kap. 5.4).

Diese enorme Zunahme an Gründungsaktivitäten von Polinnen und Polen konterkariert in gewissen Teilen die Gesamtentwicklung. Denn im gleichen Zeitraum ging (per saldo gerechnet) die Zahl der jährlich gemeldeten Existenzgründungen von deutschen Frauen um 28% und die von deutschen Männern um 30% zurück. Die Gründungszahlen bei den Italiener/innen blieben relativ konstant: Und auch die Gründungsaktivitäten der türkischen Frauen haben sich kaum verändert bzw. gingen leicht zurück – bei den Männern jedoch nicht (Tab. 5.1.3).

Tab. 5.1.3: Veränderung der Zahl gemeldeter Existenzgründungen 2003 bis 2008 in Nordrhein-Westfalen

Nationalität nach Herkunftsland	Veränderungen Zahl Existenzgründungen 2003-2008 in %			
	Frauen		Männer	
	Entwicklung %	Gründungen abs. 2008	Entwicklung %	Gründungen abs. 2008
Deutschland	-28,3	23 317	-29,5	56 013
Italien	-0,3	294	-11,3	1 063
Polen	779,5	1 935	2 659,7	6 513
Russland	112,5	170	84,2	175
Türkei	-1,3	1 072	6,6	4 396
übrige Länder	76,4	3 869	36,0	8 970
Ausländer insg.	89,4	7 340	72,6	21 117

Quelle: IT.NRW ; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

Diese im Querschnitt bei Italienerinnen und Türkinnen feststellbare Stagnation dürfte sich unter anderem auch dadurch erklären, dass der wirtschaftliche Aufschwung in den vorangegangenen Jahren zum Beispiel die Beschäftigungssituation von Ausländer/innen etwas verbessert hat, während sich die Krise in 2009 noch nicht in den Zahlen niederschlägt. Das Gründungsgeschehen reagiert im Allgemeinen sehr sensibel auf konjunkturelle Schwankungen, was sich dann teils auch in einer veränderten Zahl an Schließungen bemerkbar macht (siehe im Folgenden).

Gründungsformen

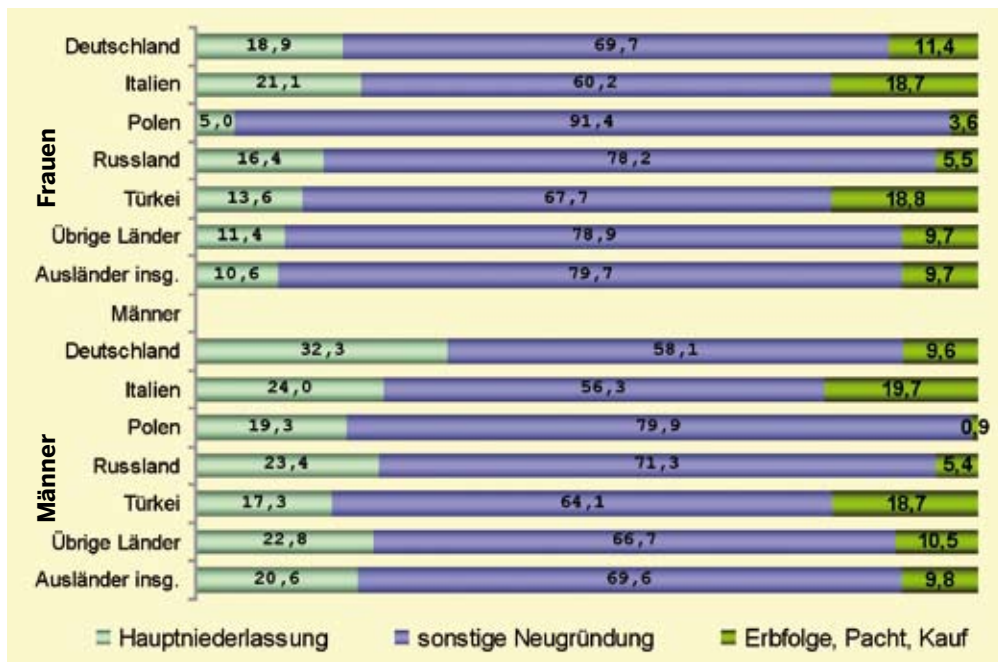
Welche Art von Unternehmen werden von Ausländer/innen gegründet? Grundsätzlich kann es sich bei der Anmeldung eines Gewerbebetriebes um eine Gründung mit höherer oder geringerer wirtschaftlicher Substanz handeln. Im allgemeinen werden Betriebsgründungen einer Hauptniederlassung als höherwertig betrachtet.²⁸ Ihre Zahl ist weit geringer als die der „sonstigen Neugründungen“ (siehe auch Abb. 5.1.4). Zu beachten ist allerdings, dass es sich bei der Gewerbebeanmeldung zunächst noch um eine Absichtserklärung handelt, und oftmals noch gar nicht abzusehen ist, ob der/die Gründer/in das neue Unternehmen mit oder ohne Beschäftigte führt. Darüber hinaus kann sich eine Meldung auch auf die Gründung einer Zweigniederlassung bzw. einer unselbständigen Zweigstelle oder auf eine Erbfolge, Pacht bzw. Kauf sowie auf einen Nebenerwerbsgründung beziehen.

Fokussiert man nur auf die für eine Existenzgründung adäquaten Formen, dann muss zwischen einer „normalen“ Unternehmensgründung, sozusagen als Hauptniederlassung, einer sonstigen Neugründung und einer Gründung im Kontext von Erbfolge, Pacht oder Kauf unterschieden werden. Hier zeigen sich herkunftsspezifisch beträchtliche Abweichungen. Einer Gründung im Zuge von Erbfolge, Pacht oder Kauf schreibt bspw. Blechinger (2006) eine i.d.R. geringere Innovationskraft zu, weil die Selbständigen hierbei keine gänzlich neue Geschäftsidee umsetzen und zudem einige klassische Eigenschaften des Unternehmens, wie den Wirtschaftszweig, Standort usw. übernehmen.²⁹ Häufig werden insbesondere Gaststätten oder Einzelhandelsgeschäfte u.ä. im Rahmen einer Pacht oder durch Kauf etc. übernommen. Daraus erklärt sich, dass insbesondere die Gründer aus dem Mittelmeerraum bzw. aus Italien oder der Türkei diese Unternehmensformen wählen (Abb. 5.1.4).

²⁸ Als Betriebe mit wirtschaftlich größerer Substanz werden neben solchen die angegeben, künftig einen Beschäftigten einstellen zu wollen, auch solche Unternehmen bezeichnet, die zu einer Eintragung ins Handelsregister oder in die Handwerksrolle führen.

²⁹ Blechinger 2006, S. 4.

Abb. 5.1.4: Existenzgründungen nach der Unternehmensform und Nationalität 2008 in Nordrhein-Westfalen



Quelle: IT.NRW ; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

Auffällig ist, dass es sich bei den Gründungen von Frauen zu einem wesentlich geringeren Anteil als bei den Männern um sogenannte „Hauptniederlassungen“ bzw. um Betriebsgründungen mit größerer Substanz handelt. Unter allen Nationalitätengruppen hat diese Gründungsform bei den Männern ein höheres Gewicht. Hinzu kommt, dass der Anteil an „substanziellen“ Betriebsgründungen bei den Ausländerinnen jeweils niedriger als bei den deutschen Gründerinnen liegt. Nur die Italienerinnen übertreffen diesbezüglich die Einheimischen, da eine Gründung im Gastgewerbe häufig die Beschäftigung weiterer Personen nach sich zieht.

5.1.2 Intensität der Gründungsaktivitäten und Schließungen

Bis hierher wurde die Bedeutung der Gründungen eher in der Makrosicht, d.h., mit Blick auf das Ergebnis am Arbeitsmarkt und somit für die Wirtschaft und Gesellschaft bemessen. In der Mikroperspektive wird hingegen eher nach dem Verhalten von Individuen bzw. danach gefragt, welche Gründungsneigungen Personen bestimmter Herkunft besitzen. Der Umfang an Gründungsaktivitäten steht natürlich immer auch im Zusammenhang mit der Größe einer Herkunftsgruppe und ihren Wanderungsaktivitäten. Zur Beurteilung der Intensität von Gründungen einer Gruppe müssen die Aktivitäten in ein Verhältnis zur gruppenspezifischen Populationsstärke bzw. zur Zahl der Erwerbspersonen einer Ethnie gesetzt werden. Das gleiche gilt natürlich auch für das Verhalten, das mit dem Überleben der Gründungen im Zusammenhang steht. Daher empfiehlt es sich, zusätzlich auch die Bestandsfähigkeit der Betriebe bzw. die Intensität an Schließungen zu betrachten.

Gründungsintensität: Enorme Unterschiede zwischen Deutschen und Ausländer/innen

Lässt man zunächst das außerordentliche und mit bisherigen Maßstäben nicht zu vergleichende Gründungsverhalten von polnischen Migrant(inn)en außer Acht, dann ist in Bezug auf die Zahl der weiblichen Gründungen pro 10.000 Erwerbspersonen (Gründungsintensität) folgendes für das Jahr 2008 festzustellen:

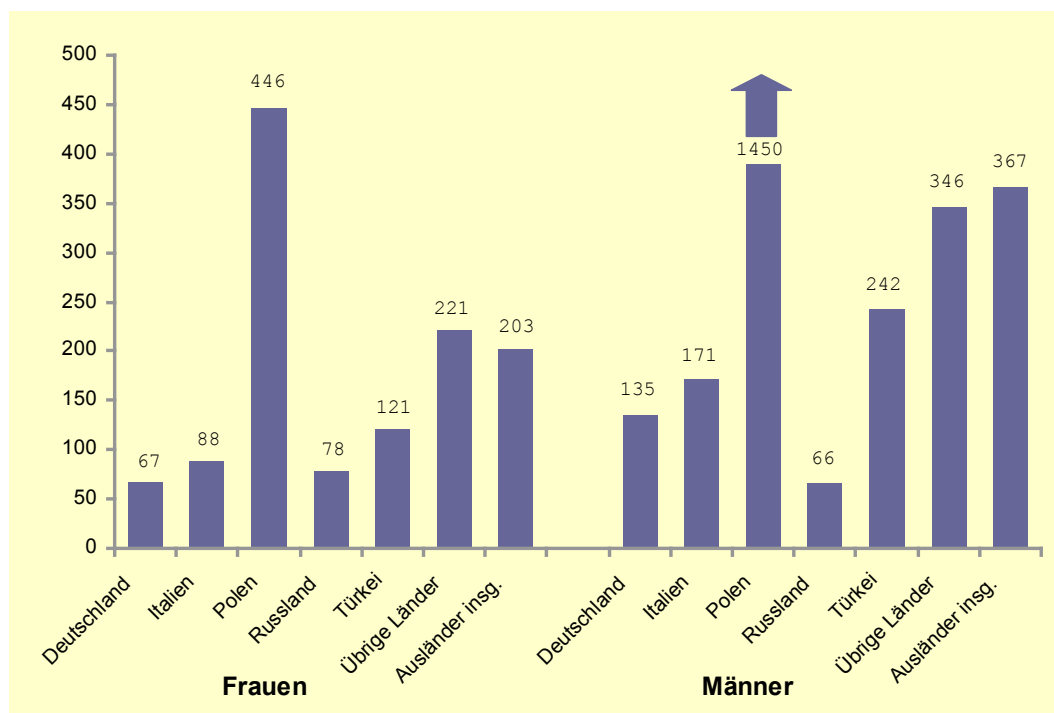
Erstens rangiert die Gründungsintensität von deutschen Frauen weit hinter der von ausländischen Frauen insgesamt (Abb. 5.1.5). Während bei den Deutschen auf 10.000 weibliche Erwerbspersonen in Nordrhein-Westfalen 67 Gründungen entfallen, sind dies bei den Ausländerinnen mit 203 Gründungen fast dreimal so viel. Hier ist allerdings zu berücksichtigen, dass sich natürlich die hohe Gründungsintensität von Polinnen im Gesamtbild niederschlägt. Aber auch die Gründungsintensität in den anderen Herkunftsgruppen rangiert über derjenigen bei Deutschen. **Zweitens** lässt sich festhalten, dass die ansonsten kaum ins Blickfeld rückenden Gründerinnen russischer Herkunft – in jeweiliger Relation zu ihrer Erwerbspersonenzahl – fast genauso häufig gründen wie die Italienerinnen. Im Jahr davor (2007) lag die Gründungsintensität sogar gleichauf mit den Türkinnen und über der von italienischen Frauen. **Drittens** ist zu konstatieren, dass in vielen hier nicht betrachteten (weil absolut kleinen) Herkunftsgruppen zumindest die Gründungsintensität höher als bei den hier untersuchten Gruppen ist. Dies zeigt der hohe Wert im Aggregat der „übrigen Herkunftsländer“.

Ein Blick auf die Männer zeigt ähnliches (Abb. 5.1.5): Die in der Öffentlichkeit meist als besonders gründungsstark eingeschätzte türkische Community liegt hinsichtlich ihrer relativen Gründungsintensität zwar im oberen Mittelfeld, wird aber noch durch die Gründungsneigungen in der Gruppe der „übrigen Länder“ getoppt. Die Tatsache, dass die Gründungsintensität von Männern in fast allen Herkunftsgruppen über der von Frauen liegt, dürfte nicht überraschen. Sie ist (abgesehen von der Gruppe der „übrigen Länder“) jeweils etwa doppelt so hoch oder noch höher (Polen). Eine Ausnahme bilden jedoch die aus Russland kommenden: Hier ist die Gründungsintensität von Frauen sogar leicht stärker als bei den Männern. Diese annähernd hergestellte Parität entspricht auch den schon beobachteten Frauenanteilen unter den russischen Gründungen (Abb. 5.1.4).

Die Gründungsstärke der Polinnen und Polen ist auf den ersten Blick ein seltsames Phänomen, weil im Jahr 2008 auf 10.000 Erwerbspersonen 446 Gründungen von Frauen und 1.450 bei Männern entfallen. Im Jahr zuvor lag die Gründungsquote sogar noch höher: Frauen 732; Männer 4.809.

Es kann davon ausgegangen werden, dass es sich bei den gründenden Polinnen und Polen zu einer sehr großen Zahl um „transnationale“ Zuwanderer/innen handelt, die sich zwar in Nordrhein-Westfalen vorübergehend als Gewerbetreibende aber nicht als Einwohner anmelden und daher das Bild des Gründungsgeschehens verzerren (siehe auch Kapitel 5.4).

Abb. 5.1.5: Gründungen pro 10.000 Erwerbspersonen nach Nationalität (Länder) in Nordrhein-Westfalen 2008



Quelle: IT.NRW ; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

Dies beeinträchtigt jedoch nicht die Befunde für andere Herkunftsgruppen und die Feststellung, dass die Gründungsneigung nicht nur unter Ausländern, sondern auch unter den Ausländerinnen bzw. den Frauen höher als unter den Deutschen ist.

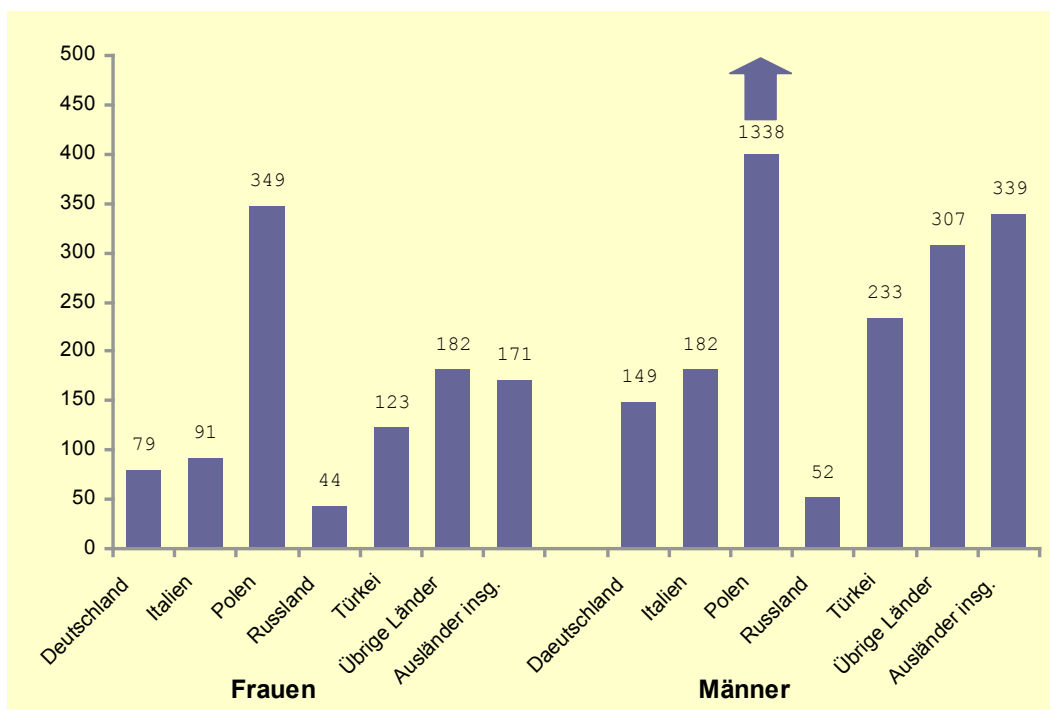
Schließungsintensität: Teilweise ein Spiegelbild des Gründungsgeschehens

Es liegt in der „Natur“ des Marktes, dass eine hohe Dynamik an Gewerbeanmeldungen auch mit einer höheren Zahl an Abmeldungen bzw. Schließungen einhergeht, weil mit dem größeren Umfang an Gründungswilligen auch die Zahl derer wächst, die mit ihrem Vorhaben scheitern. Aber am Verhältnis zwischen Gründungs- und Schließungsintensität kann ungefähr abgeschätzt werden, wie hoch die Chancen der Personen einzelner Herkunftsgruppen sind, dass die Betriebe überleben. Andererseits besteht aber auch das Problem, dass bei einer sehr hohen Gründungsdynamik, d.h., bei einer sehr großen und beständig „nachrückenden“ Zahl an Betrieben, die kurz auf dem Markt sind (und deren Überlebenschance sich noch nicht statistisch bemerkbar macht), das Verhältnis zwischen Gründungen und Schließungen überzeichnet wird. Vor diesem Hintergrund müssen auch nachfolgende Analysen bewertet werden:

Die Intensität an Betriebsschließungen pro 10.000 Erwerbspersonen spiegelt in etwa das Bild der Gründungsintensitäten wider (Abb. 5.1.6). Die Quote an geschlossenen Betrieben ist unter den Personen aus Polen besonders hoch, sie liegt aber noch etwas unterhalb der Gründungsquoten. Demgegenüber sind die Quoten an Liquidationen unter den Türkinnen und Italienerinnen in etwa genauso hoch wie die Gründungsquoten. Es lässt sich zusammengefasst folgendes feststellen:

Erstens ist – wie auch bei den Gründungen – die Intensität der Schließungen bei Ausländer/innen höher als bei den Deutschen (Ausnahme Russinnen). **Zweitens** entspricht das nationalitätenspezifische Muster an Schließungen in etwa dem bei den Gründungen. D.h., dort wo viel gegründet wird ist auch eine höhere Instabilität und damit höhere Rate an Liquidationen zu beobachten.

Abb. 5.1.6: Schließungen pro 10.000 Erwerbspersonen nach Nationalität (Länder) in Nordrhein-Westfalen 2008



Quelle: IT.NRW ; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

Diese Beobachtungen werden in mancherlei Hinsicht auch die Interpretation der nachfolgend dargestellten Befunde beeinflussen. Denn die hohe Fluktuation aus Gründungen und Schließungen bestimmt natürlich auch wesentlich das Niveau im Selbständigenbestand, mit dem wir uns ab Kapitel 5.2 beschäftigen.

5.2 Entwicklung ausländischer Selbständigkeit in Nordrhein-Westfalen und Deutschland

Zumindest mit Blick auf die Entwicklung spiegeln sich die überproportionalen Gründungsaktivitäten von Ausländer/innen teils auch in den Beständen wider. Die einzige verlässliche Datenquelle zur Beobachtung dieser Entwicklung ist der Mikrozensus. Da die „kleine Volkszählung“ bis 2005 lediglich die Staatsangehörigkeit nicht aber den Migrationshintergrund erfasste, kann zumindest bis dahin auch die längerfristige Entwicklung nur in einer Differenzierung nach einerseits Ausländern und andererseits Deutschen abgebildet werden. Hinzu kommt, dass die Zahl selbständiger Ausländer, und hierunter die von Frauen, noch in den 80er Jahren (und auch danach) eine vergleichsweise geringe Größe aufwies, weshalb ihre Erfassung selbst durch die in Deutschland beste Repräsentativstatistik lange Zeit äußerst unzureichend blieb.

Im Zehnjahreszeitraum betrachtet hat sich die Zahl an ausländischen Selbständigen in Nordrhein-Westfalen um rund 15.000 bzw. um 24% erhöht. Sie betrug 1998 noch 63.000, stieg bis 2007 auf 80.000 und lag dann 2008 etwas darunter (78.000). Dies entspricht einer überproportionalen Zunahme, da die Zahl der deutschen Selbständigen im gleichen Zeitraum „lediglich“ um 14% gestiegen ist.

Natürlich interessiert hier in erster Linie die Geschlechterperspektive. Die Entwicklung ausländischer selbständiger Frauen verlief lange Zeit auf vergleichsweise niedrigem Niveau, weshalb dann auch der jüngere Anstieg prozentual stärker als bei den Männern, aber auch stärker als bei den deutschen Frauen ausfiel (Abb. 5.2.1):

Aus dem Zeitvergleich 1998 bis 2008 ergibt sich eine Zuwachsrate bei ausländischen selbständigen Frauen die mit einem Plus von 47% höher ist als die bei selbständigen ausländischen Männern (+17%) und bei deutschen Frauen (+26%).

Anzumerken ist jedoch, dass die Zahl der weiblichen Selbständigen ohne deutschen Pass erst in jüngerer Zeit bzw. seit etwa 2002 mehr oder weniger kontinuierlich angewachsen ist, während sie zuvor kurzfristig nach unten verlief und Anfang des Jahrzehnts eher stagnierte.³⁰ Diese Diskontinuität lässt sich anhand des Index der Entwicklung (1998 = 100) nachvollziehen, wie er in Abb. 5.2.1 dargestellt ist.

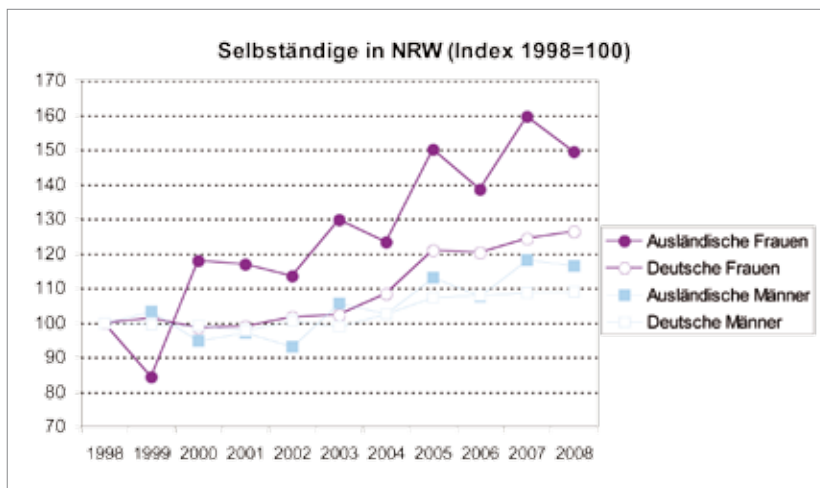
In absoluten Zahlen entspricht dieser Zuwachs jedoch keinem allzu großen „Sprung“. Aber immerhin: Seit 1998 betrachtet ist der Bestand an ausländischen selbständigen Frauen bis 2007 um 9.000 angewachsen und dann 2008 wieder um 2.000 zurückgefallen. Der Gesamtzuwachs bei den Männern lag – allerdings von höherem Ausgangsniveau – bei 8.000. Die Entwicklung muss vor dem Hintergrund einer insgesamt steigenden Erwerbstätigkeit ausländischer Frauen gesehen werden (die dennoch in einzelnen Gruppen unzureichend ist). Denn gleichzeitig hat sich seitdem die Zahl der auf den Arbeitsmarkt eintretenden ausländischen Frauen erhöht. Die Erwerbspersonenzahl von Ausländerinnen ist um 68.000 und die der tatsächlich Erwerbstätigen um 67.000 gestiegen. Im gleichen Zeitraum ist die Zahl der männlichen ausländischen Erwerbspersonen um 37.000 und die der Erwerbstätigen um 19.000 gesunken (siehe Abb. 5.2.2 und 5.2.3 im Anhang).

D.h., dieser gegenläufige Trend zwischen ausländischen Frauen und Männern hat natürlich auch Auswirkungen auf das Volumen an Selbständigen, da mit der höheren Zahl an Frauen, die dem Arbeitsmarkt zur Verfügung stehen, auch gleichzeitig das Gründungspotenzial wächst. So ist auch der Frauenanteil an den Selbständigen sowohl bei den Deutschen als auch bei den Ausländer/innen gestiegen (Tabelle 5.2.6).

³⁰ Ein Teil dieser Schwankungen ist natürlich auf das niedrige Ausgangsniveau zurückzuführen, bei welchem die im Mikrozensus auf Tausenderzahlen hochgerechneten Summen schnell starke Schwankungen auslösen.

Abb. 5.2.1:

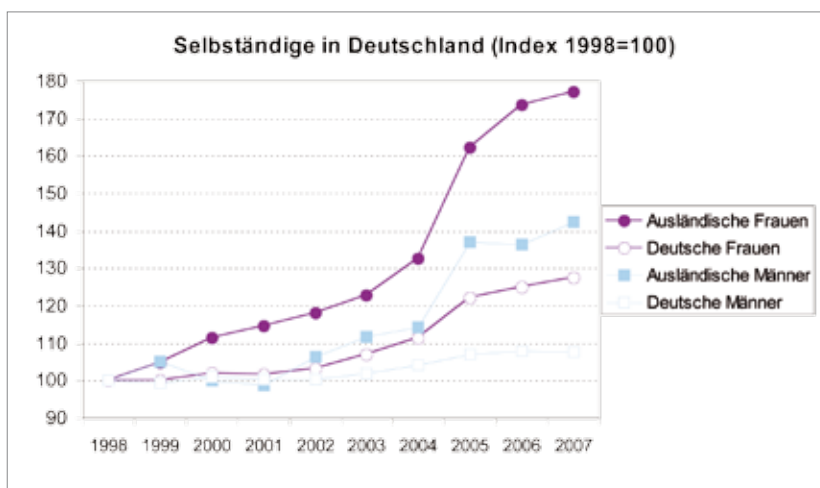
Index der Entwicklung von ausländischen und deutschen Selbständigen nach Geschlecht 1998 bis 2008 in Nordrhein-Westfalen



Quellen: IT.NRW und Statistisches Bundesamt, Mikrozensus; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

Abb. 5.2.4:

Index der Entwicklung von ausländischen und deutschen Selbständigen nach Geschlecht 1998 bis 2007 in Deutschland



Quellen: IT.NRW und Statistisches Bundesamt, Mikrozensus; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

Die steigende Zahl an Ausländerinnen, die sich in Nordrhein-Westfalen selbständig machen, ist einerseits erfreulich, andererseits relativiert sich dieser Anstieg, wenn er mit dem auf Bundesebene verglichen wird. Denn:

Deutschlandweit erfuhr die Zahl an selbständigen ausländischen Männern als auch Frauen einen enormen bzw. stärkeren Auftrieb als in Nordrhein-Westfalen. Insbesondere die Zahl der selbständigen Frauen hat im genannten Beobachtungszeitraum um 77% und damit um 18%-Punkte stärker als in Nordrhein-Westfalen zugenommen (Abb. 5.2.4).³¹

Auch dieser Boom geht mit einer überproportionalen Steigerung der Erwerbspersonenzahl von Frauen einher. Die Zahl der ausländischen erwerbstätigen Frauen nahm bundesweit sogar stärker als die der deutschen Frauen zu (Abb. 5.2.5 im Anhang).

Im allgemeinen wird die Selbständigkeitsneigung und die Bestandsfähigkeit jedoch weniger anhand der Zuwachsraten sondern anhand der Selbständigenquoten bemessen, die den Selbständigenbestand in ein Verhältnis zur gesamten Erwerbstätigenzahl einer Gruppe setzen. Da Migranten aber eine höhere Zahl an Arbeitslosen aufweisen, könnte dies rechnerisch ihre Selbständigenquote verbessern. Aus diesem Grund wurden im Folgenden (abweichend von den üblichen Verfahren) zwei alternative Selbständigenquoten berechnet.

³¹ Da für Deutschland derzeit noch keine Daten für 2008 vorliegen, jeweils 1998 bis 2007 gerechnet.

Während sich die erste (SQ1) auf das Verhältnis zwischen Selbständigen und Erwerbstätigen bezieht, wird mit der zweiten (SQ2) das Verhältnis zur Zahl der Erwerbspersonen insgesamt, d.h., einschließlich der Erwerbslosen, ausgewiesen (Tabelle 5.2.6). Demnach zeigen sich folgende Ergebnisse:

Erstens: Die Selbständigenquoten belegen nochmals eindrücklich die bekannte Geschlechterungleichheit im Zugang und in der Ausübung von beruflicher Selbständigkeit. Frauen machen sich weitaus seltener selbständig und dies gilt anhand beider Quotenmodelle (SQ1/2) und sowohl für deutsche als auch für ausländische Frauen. Allerdings ist **zweitens** zu konstatieren, dass das „gender gap“ unter den Migranten etwas geringer als unter den Deutschen ausfällt. Die Selbständigenquoten von ausländischen Frauen und Männern liegen etwas näher beieinander als bei den Deutschen, wo die Quote der Männer doppelt so hoch wie die der Frauen ist. Dies dürfte vor dem Hintergrund der öffentlichen Debatte über Migrantinnen und ihr unternehmerisches Verhalten sicher verwundern.

Tab. 5.2.6: Selbständigenzahlen, Selbständigenquoten (SQ)* nach Geschlecht und Frauenanteil an allen Selbständigen 1998 bis 2008 in Nordrhein-Westfalen

Staatsangehörigkeit	Frauen					
	1998			2008		
	in 1.000	SQ1	SQ2	in 1.000	SQ1	SQ2**
Deutsche	173	6,2	5,7	218	6,6	6,1
Ausländerinnen	15	6,4	5,1	22	7,3	6,6
Insgesamt	188	6,2	5,6	240	6,7	6,1
	Männer					
	1998			2008		
	in 1.000	SQ1	SQ2	in 1.000	SQ1	SQ2
Deutsche	467	12,0	11,1	508	12,7	12,0
Ausländer	48	9,7	7,8	56	11,4	9,8
Insgesamt	515	11,7	10,7	563	12,5	11,7
	Frauenanteil					
	1998			2008		
Deutsche		27,0			30,1	
Ausländerinnen		23,8			28,2	
Insgesamt		26,6			29,6	

Quellen: IT.NRW und Statistisches Bundesamt, Mikrozensus; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

* Selbständigenquote 1 (SQ1) = Selbständige / Erwerbstätige; Selbständigenquote 2 (SQ2) = Selbständige / Erwerbspersonen

** hier für 2007

Dieses Phänomen ist auch im Zusammenhang damit zu sehen, dass **drittens** die Selbständigenquoten von ausländischen Frauen in Nordrhein-Westfalen (v.a. aktuell) über der von deutschen Frauen liegen. Gemessen an der SQ1 ist die unternehmerische „Neigung“³² von ausländischen Frauen zu beiden Zeitpunkten stärker. Damit wird auch ein teils verbreiteter Eindruck korrigiert, die Migrantinnen hätten erst in jüngerer Zeit eine stärkere Gründungsneigung entwickelt. Sie war, sieht man von der Absolutzahl ab, zumindest schon in den 90er Jahren mindestens genauso stark wie bei den deutschen Frauen. Und dies ist **viertens** nicht unbedingt ein rechnerisches Resultat der geringen Erwerbstätigkeit, wie die „alternative“ Quote in jüngerer Zeit zeigt.

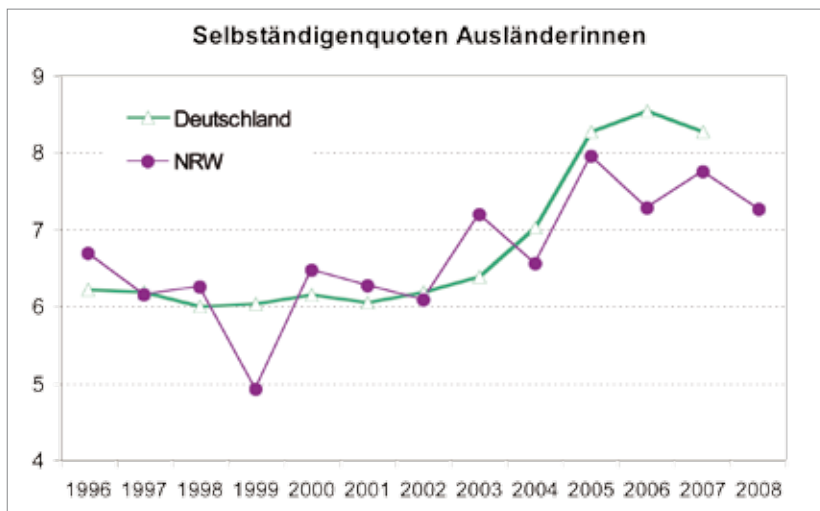
Fünftens ist festzuhalten, dass dieses Verhältnis bei den Männern in dieser Weise nicht zu beobachten ist. D.h., die ausländischen Männer machen sich zu beiden Zeitpunkten (und an beiden Quoten gemessen) nicht häufiger selbständig als die Deutschen. Zudem erhöht sich die Diskrepanz zu den deutschen Männern, wenn die auf das gesamte Erwerbspersonenpotenzial bezogene Selbständigenquote betrachtet wird. Hier macht sich bemerkbar, dass ausländische Männer häufiger arbeitslos sind.

³² Der Begriff wird hier umgangssprachlich verwendet, weil die Selbständigenquote sich nicht allein durch die Gründungsneigung sondern auch durch die Fähigkeit erklärt, mit einer Gründung zu überleben, was den Selbständigenbestand festigt.

In Bezug auf die (im Vergleich zu deutschen Frauen) bessere Selbständigenquote von ausländischen Frauen in Nordrhein-Westfalen zeigt sich ein kleiner Wermutstropfen, wenn sie mit der auf Bundesebene verglichen wird. Ihre Entwicklungsdynamik ist etwas geringer als dies deutschlandweit zu beobachten ist (Abb. 5.2.7).³³ Insgesamt jedoch verlaufen beide Kurven in etwa parallel und verdeutlichen, dass sich in den letzten Jahren das unternehmerische Engagement von Migrantinnen in Nordrhein-Westfalen verstärkt hat.

Aber dennoch lässt sich, **sechstens**, im Zusammenhang mit den zuvor im Regionalvergleich festgestellten Befunden festhalten, dass in der Entwicklung der Selbständigenquote von Migrantinnen in Nordrhein-Westfalen noch „etwas Luft“ nach oben ist.

Abb. 5.2.7: Entwicklung der Selbständigenquoten* von ausländischen Frauen in Nordrhein-Westfalen und Deutschland 1996 bis 2007 (2008)



Quellen: IT.NRW und Statistisches Bundesamt, Mikrozensus; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim
 * Selbständigenquote 1 (SQ1) = Selbständige / Erwerbstätige

Entwicklung einzelner Herkunftsgruppen³⁴

Bei allem ist natürlich mit zu berücksichtigen, dass sich hinter den aufgezeigten Entwicklungen vermutlich sehr heterogene Verlaufsmuster zeigen würden, wenn die Aggregate in eine tiefere Untergliederung nach einzelnen Nationalitäten aufzulösen wären.

Dies lassen die Fallzahlen für Ausländer/innen im Mikrozensus jedoch kaum zu, v.a. nicht in weiterer Differenzierung nach Geschlecht. Eine Zeitreihe unter Einbezug der Deutschen mit Migrationshintergrund in einer Differenzierung der Eingebürgerten nach ehemaliger Staatsangehörigkeit ist erst ab dem Jahr 2005 möglich.

Aus den bundesweiten Beobachtungen (Mikrozensus) wissen wir jedoch, dass sich die Zahl der türkischen und italienischen Selbständigen bis Ende der 90er Jahre besonders stark und dann mit etwas schwächerer Dynamik erhöhte, während in jüngerer Zeit die Selbständigen aus dem osteuropäischen Raum, insbesondere die aus Polen, starke Bedeutung gewinnen.³⁵ Allerdings spiegelt der Selbständigenbestand nicht in adäquater Weise die starken Gründungsaktivitäten polnischer Staatsbürger wider (Kapitel 5.1). Dies mag daran liegen, dass ein großer Teil der Gründungen nicht auf Dauer angelegt und daher auch mit dem Mikrozensus nicht erfassbar ist. (Zu Besonderheiten des Gründungsgeschehens siehe Kapitel 5.4).

³³ Daten für 2008 lagen für Gesamtdeutschland noch nicht vor.

³⁴ Diese Entwicklung kann hier nur bis 2007 abgebildet werden, da bei Abschluss der Studie noch keine Differenzierungen der Daten von 2008 nach der Nationalität der Selbständigen möglich waren.

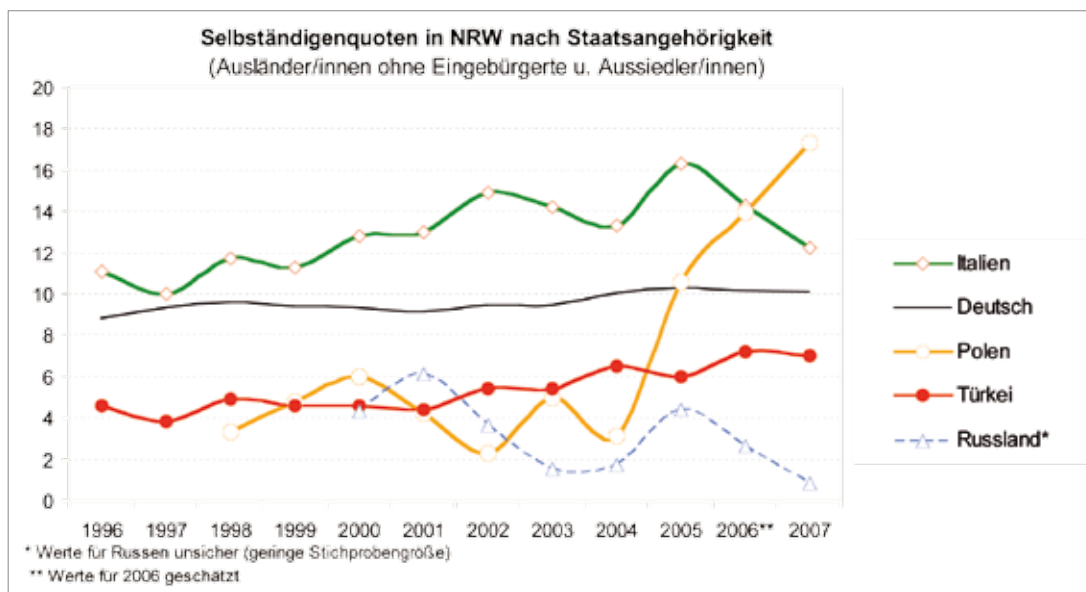
³⁵ Leicht/ Leiß 2006 und 2007.

Es ist davon auszugehen, dass sich die gruppenspezifische Entwicklung auf Bundesebene im Großen und Ganzen auf die in Nordrhein-Westfalen übertragen lässt. Kontinuierliche Beobachtungen und Schätzungen zur Entwicklung erfahren in Nordrhein-Westfalen seit längerem die türkischstämmigen Selbständigen. Das Zentrum für Türkeistudien geht davon aus, dass sich ihre Zahl von 7.000 im Jahr 1985 bis auf 20.500 im Jahr 2004 erhöht hat, worunter 12.500 die türkische Staatsangehörigkeit besitzen.³⁶ Nach dem Mikrozensus zeigt sich jedoch unter den Selbständigen mit türkischem Pass (im Gegensatz zur Entwicklung auf Bundesebene) nur eine schwache Dynamik. Die Zahl lag im Jahr 1996 bei 12.000 und 2007 bei 14.000. Die zweitstärkste Gruppe bilden die Italiener mit 10.000, wobei die Frauen in beiden Gruppen (ohne die Eingebürgerten) aufgrund geringer Fallzahlen kaum zu bestimmen sind.

Eine leichte Steigerung wird jedoch mit Blick auf die Selbständigenquoten einzelner Nationalitäten ersichtlich, wobei zu berücksichtigen ist, dass die Quote nicht nur durch die Stärke der absoluten Selbständigenzahl, sondern auch durch die Zahl der Erwerbstätigen insgesamt beeinflusst wird. D.h., geht bspw. die Beschäftigung in einzelnen Gruppen bei stagnierender Selbständigenzahl zurück, dann steigt zumindest rechnerisch die Selbständigenquote.³⁷

Schätzt man vor diesem Hintergrund und auf Grundlage der schwachen Datenbasis den nationalitätenspezifischen Entwicklungsverlauf der Selbständigenquoten, dann zeigen sich mehrheitlich zunehmende Werte, in jüngerer Zeit vor allem bei den Polinnen und Polen und längerfristig betrachtet auch bei den Italienern (Abb. 5.2.8). Der rasante Anstieg der Selbständigenquote unter den Polen dürfte in Anbetracht der dargestellten Gründungsaktivitäten in dieser Gruppe nicht überraschen. Demnach ist ungefähr jeder sechste polnische Erwerbstätige in Nordrhein-Westfalen selbständig. Der auf- und absteigende Entwicklungsverlauf der Selbständigenquote von Personen aus der Russischen Föderation beruht auf schmalen Beobachtungszahlen, zumal hier (wie auch bei den Polen) die aus diesen Ländern stammenden Spätaussiedler an dieser Stelle noch nicht berücksichtigt sind. Die gestiegene Selbständigenquote unter den türkischen Staatsangehörigen beruht demgegenüber nur auf einem schwachen Absolutzuwachs und ist vor allem ein rechnerisches Resultat aufgrund der rückläufigen Zahl abhängig beschäftigter Türk(inn)en. Trägt man die Mosaiksteine in Bezug auf die türkischstämmige Community zusammen, dann spricht einiges dafür, dass sich aus den abnehmenden Beschäftigungsmöglichkeiten ein Zustrom in die Selbständigkeit ergab, wobei der Selbständigenbestand wohl auch wesentlich durch die (hier noch nicht berücksichtigte) Zahl an eingebürgerten Selbständigen angewachsen ist. Hierauf wird an anderer Stelle noch eingegangen.

Abb. 5.2.8: Entwicklung der Selbständigenquoten* nach Nationalitätengruppen in Nordrhein-Westfalen 1996 bis 2007



Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus (SUF), IT.NRW ; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

* Selbständigenquote 1 (SQ1) = Selbständige / Erwerbstätige

³⁶ Vermutlich jedoch beruht der vom ZfT (Sauer 2004) beobachtete Zuwachs überproportional auf dem der eingebürgerten Deutschen mit ehemals türkischer Staatsangehörigkeit (siehe hierzu im Folgenden Kap. 5.3).

³⁷ Dies ist insbesondere bei den (ausländischen) Türken der Fall: Das Erwerbstätigenvolumen dieser Gruppe nahm allein zwischen 1996 und 2007 um rund 70.000 ab (v.a. bei den Männern), während das der Deutschen und Italiener im Vergleich hierzu eher stagnierte und das der Polen und Russen um das Doppelte stieg.

Problematisch wird die Aussagekraft amtlicher Daten bei einer Differenzierung nach Geschlecht, aufgrund der geringen Fallzahlen (zufallsbedingter Stichprobenfehler). Interpretiert man die Nordrhein-Westfalen-Daten des Scientific Use Files (Mikrozensus) in vorsichtiger Weise, dann zeigt sich mit Blick auf die Entwicklung selbständiger Frauen mit türkischem Pass gegenüber den 90er Jahren eigentlich keine Steigerung sondern eher eine Stagnation.³⁸ Den Mikrodaten zufolge stagniert ferner auch die Zahl der selbständigen Italienerinnen. Mithin liegt nahe, dass das zuvor dargestellte Selbständigenwachstum unter den ausländischen Frauen vor allem ein Effekt ist, der sich zum einen aus neuen Zuwanderergruppen, insbesondere durch die aus Osteuropa ergibt. Plausibilität gewinnt diese Einschätzung beim Blick auf die aktuelle Zusammensetzung von Migrantenselbständigkeit, die im nachfolgenden Abschnitt beschrieben wird.

5.3 Gesamtbedeutung von selbständigen Frauen und Männern mit Zuwanderungsgeschichte (Migrationshintergrund)

Zwei wichtige Phänomene müssen im Folgenden noch stärker berücksichtigt werden: Erstens besitzt eine beachtliche Zahl der Migranten insgesamt und auch unter den Selbständigen zwischenzeitlich einen deutschen Pass und bleibt daher beim Fokus auf die Ausländer/innen noch unsichtbar. Zweitens verbirgt sich hinter dem Gesamttaggregat an Migrantinnen und Migranten eine erhebliche Heterogenität, weshalb interessiert, welche Stärke die hier im Blickfeld stehenden unternehmerischen Aktivitäten von Frauen und Männern türkischer, italienischer, polnischer und russischer Herkunft haben. (Auf das datentechnische Problem der Differenzierung nach nationalen Herkunftsgruppen, wurde bereits hingewiesen.)

5.3.1 Unternehmerisches Engagement von Eingebürgerten

In der Migrationsforschung wie auch in großen Teilen von Politik und Praxis ist man sich einig, dass der Begriff „Ausländer“ von der sozialen Wirklichkeit überholt wurde, da die gesellschaftliche Platzierung längst nicht mehr allein durch die Frage der Staatsangehörigkeit, sondern u.U. genauso durch die Zugehörigkeit zu einer ethnischen Gruppe mit bestimmt wird. Im Folgenden wird zwar an vielen Stellen zwischen Ausländern und „Deutschen mit Migrationshintergrund“ bzw. mit „Zuwanderungsgeschichte“ unterschieden, aber beide Gruppen werden teils auch unter dem allgemeinsprachlichen Begriff „Migranten“ zusammengefasst. Zu den Deutschen mit Zuwanderungsgeschichte zählen vor allem die Eingebürgerten (ehemaligen Ausländer) und die (Spät-)Aussiedler (näher erläutert in Kapitel 3.4). Soweit in Bezug auf die Deutschen mit Migrationshintergrund aus Gründen der sprachlichen Vereinfachung auch teilweise von „Eingebürgerten“ die Rede ist, dann ist zumindest in diesem Kapitel die Gesamtheit aus eingebürgerten ehemaligen Ausländern zusätzlich der Aussiedler gemeint, auch wenn deren Einbürgerung auf anderer Entscheidungs- und Rechtsgrundlage erfolgte. Eine Differenzierung der Eingebürgerten nach den ehemaligen Ausländern erfolgt eher zusätzlich. Ein Überblick auf zunächst hoher Aggregatebene zeigt für 2008 folgendes Bild:

Von den insgesamt knapp über 800.000 Selbständigen in Nordrhein-Westfalen haben 139 Tausend und mithin 17% einen Migrationshintergrund (Tabelle 5.3.1a). Und unter den 240 Tausend selbständigen Frauen besitzen 40 Tausend einen Migrationshintergrund, was ebenfalls einem Anteil von 17% entspricht. Ein Geschlechterunterschied besteht folglich nicht, aber dies ist ein geringerer Proporz als unter den Erwerbepersonen und den Erwerbstätigen.

Ein Blick auf Tabelle 5.3.1a zeigt, dass sich die Zahlen des Jahres 2007 und 2008 kaum unterscheiden. Da für 2008 derzeit noch nicht alle Daten vorliegen, beziehen sich nachfolgende Analysen auf 2007. Hier wird in weiterer Differenzierung ersichtlich, dass 17.000 der 40.000 selbständigen Migrantinnen (42%) einen deutschen Pass haben. Bemerkenswert ist jedoch ein anderes Charakteristikum (Tab. 5.3.1b): Unter den selbständigen Migrantinnen (alle Frauen mit Migrationshintergrund) ist der Anteil von Deutschen geringer als bei den weiblichen Erwerbstätigen insgesamt (54%). D.h., unter den unternehmerisch aktiven Migrantinnen stellen die Ausländerinnen die Mehrheit, aber unter den abhängig beschäftigten Frauen sind es die Eingebürgerten inklusiv der Aussiedlerinnen. Das ist bei den Männern ähnlich der Fall.

³⁸ Diese Einschätzung harmoniert auch mit den im 3. Zuwanderungsbericht des Landes dargestellten Werten, denen zufolge die Selbständigenquote von Türkinnen zwischen 1996 und 2002 von 4,5% auf 4,3% zurückgegangen ist, während die der türkischen Männer leicht zugenommen hat (Tab. 5).

Tab. 5.3.1a: Migrationsstatus nach Erwerbsposition und Geschlecht in Nordrhein-Westfalen 2007 (2008)

Migrationsstatus	2007					2008
	Erwerbs- personen	Erwerbstätige insg.(Tsd.)	Selbständige (Tsd.)	Selb.- Quote	Geschl.- anteil* *	Selbständige (Tsd.)
Frauen						
Deutsch ohne MH	3.109	2.902	197	6,8	29,5	200
Deutsch mit MH	407	360	17	4,7	31,5	18
darunter eingebürgert**		170	10	6,0	27,5	10
darunter Aussiedler***		147	5	3,6	38,5	6
Ausländerinnen	364	303	24	7,9	30,0	22
Migrantinnen zus.	770	663	40	6,0	29,9	40
Insgesamt	3.880	3.566	238	6,7	29,6	240
Männer						
Deutsch ohne MH	3.708	3.465	471	13,6	70,5	465
Deutsch mit MH	524	462	37	8,0	68,5	43
darunter eingebürgert**		233	27	11,5	72,4	27
darunter Aussiedler***		174	9	4,9	61,5	11
Ausländer	580	474	57	12,0	70,0	56
Migranten zus.	1.104	936	94	10,0	70,1	99
Insgesamt	4.812	4.402	565	12,8	70,4	563
Insgesamt						
Deutsch ohne MH	6.817	6.367	668	10,5	100,0	664
Deutsch mit MH	931	823	54	6,6	100,0	61
darunter eingebürgert**		404	37	9,2	100,0	37
darunter Aussiedler***		321	14	4,3	100,0	17
Ausländer/innen	943	777	80	10,3	100,0	78
Migrant(inn)en zus.	1.874	1.600	134	8,4	100,0	139
Insgesamt	8.691	7.967	803	10,1	100,0	804

Quelle: IT.NRW und Statistisches Bundesamt, Mikrozensus; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

* Jeweiliger Anteil an allen Selbständigen der Gruppe

** Eingebürgerte ehemalige Ausländer

*** einschließlich Spätaussiedler

Tab. 5.3.1b: Anteile der Migrationsstati innerhalb einzelner Erwerbsgruppen in Nordrhein-Westfalen 2007 (%)

Migrationsstatus	Erwerbs- personen	Erwerbstätige insg.	Selbständige	Erwerbstätige insg.	Selbständige
Frauen					
Deutsch ohne MH	80,1	81,4	83,0		
Deutsch mit MH	10,5	10,1	7,1	54,3	41,8
Ausländerinnen	9,4	8,5	9,9	45,7	58,2
Migrantinnen zus.	19,8	18,6	17,0	100	100
Insgesamt	100	100	100		
Männer					
Deutsch ohne MH	77,1	78,7	83,3		
Deutsch mit MH	10,9	10,5	6,6	49,4	39,6
Ausländer	12,1	10,8	10,1	50,6	60,4
Migranten zus.	22,9	21,3	16,7	100	100
Insgesamt	100	100	100		
Insgesamt					
Deutsch ohne MH	78,4	79,9	83,2		
Deutsch mit MH	10,7	10,3	6,7	51,4	40,3
Ausländer/innen	10,9	9,8	10,0	48,6	59,7
Migrant(inn)en zus.	21,6	20,1	16,7	100	100
Insgesamt	100	100	100		

Quelle: IT.NRW und Statistisches Bundesamt, Mikrozensus; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

Dieser Tatbestand mag verwundern, weil bisher teilweise davon ausgegangen wird, dass Selbständige viel eher als die abhängig Beschäftigten eingebürgert sind. Bezieht man den Begriff „Eingebürgerte“ nicht nur auf ehemalige Ausländer/innen, sondern auf alle Deutsche mit Migrationshintergrund, darunter auch die Aussiedler/innen, ergibt sich ein anderes Bild, das nachfolgend in etwas stärkerer Differenzierung betrachtet wird.

Fasst man hier zunächst zusammen, kann festgehalten werden: **Erstens** ist unter den selbständigen Frauen der Migrantenanteil etwas geringer als unter den erwerbstätigen Frauen insgesamt. **Zweitens** besitzen selbständige Migrantinnen etwas seltener einen deutschen Pass als die abhängig beschäftigten Migrantinnen.

Die vergleichsweise geringe Präsenz von Deutschen mit Migrationshintergrund unter den Selbständigen muss zudem auch im Zusammenhang mit der Selbständigenquote gesehen werden: Wie bereits dargestellt (Kapitel 5.2) liegt die Selbständigenquote von ausländischen erwerbstätigen Frauen im Jahr 2008 bei 7,3% (2007 bei 7,9%) und die von ausländischen Männern bei 12,0%. (bzw. 11,4%). Sie fällt jedoch unter den Migrantinnen und Migranten mit deutschem Pass wesentlich geringer aus. Im Jahr 2007 (und ganz ähnlich in 2008) waren nur 4,7% der weiblichen und 8,0% der männlichen Deutschen mit „Zuwanderungsgeschichte“ selbständig (Tab. 5.3.1a).³⁹ Dahinter verbirgt sich zum Teil ein Aussiedlereffekt, da diese Gruppe in geringerem Maß unternehmerisch engagiert ist.⁴⁰ Die 5.000-6.000 selbständigen (Spät-)Aussiedlerinnen in Nordrhein-Westfalen stellen lediglich rund 4% aller erwerbstätigen Frauen dieser Gruppe. Demgegenüber sind unter den eingebürgerten ehemaligen Ausländerinnen immerhin 6% selbständig und unter den männlichen Pendanten fast 12%. D.h., diejenigen Frauen und Männer, die sich über den Weg der Ermessenseinbürgerung für die deutsche Staatsbürgerschaft entschieden haben, erzielen zwar eine höhere Selbständigenquote als die Statusdeutschen,⁴¹ sie weisen aber – zumindest insgesamt betrachtet – immer noch eine leicht geringere Selbständigkeitsneigung auf als diejenigen ohne Migrationshintergrund. Hinzu kommt, dass sie noch nicht ganz an das Niveau derjenigen von erwerbstätigen ausländischen Frauen (und Männern) heranreicht. Allerdings ist die Gründungsneigung von Migrantinnen und Migranten mit deutschem Pass je nach Herkunftsgruppe sehr verschieden. Diesem Sachverhalt wird im nächsten Kapitelabschnitt nachgegangen.

Wie sieht das unternehmerische Engagement von Erwerbstätigen mit Migrationshintergrund im Geschlechtervergleich aus? Die Diskrepanz zwischen Frauen und Männern in der Selbständigkeitsneigung ist bei ausschließlicher Betrachtung von Migrant(inn)en mit deutschem Pass – wie die o.g. Werte schon zeigen – nicht etwa kleiner, sondern sogar etwas größer als bei Ausländer/innen. Konzentriert man sich auf die eingebürgerten ehemaligen Ausländer/innen zeigt sich in etwa das gleiche Muster wie bei den autochthonen Frauen. D.h., ihre Selbständigenquote ist nur halb so hoch wie die der Männer.

Eine etwas andere Perspektive ergibt sich, wenn man die Verteilung der Geschlechter innerhalb der Gruppe der Selbständigen betrachtet. (Der daraus ablesbare Frauenanteil ist allerdings für die Beurteilung der Zugangschancen in die Selbständigkeit weniger maßgeblich als teils angenommen, da er allein schon durch die höhere Erwerbsbeteiligung von Frauen angestiegen ist.) Unter allen eingebürgerten (ehemals ausländischen) Selbständigen liegt der Frauenanteil bei über einem Viertel (27,5%) und fällt damit etwas geringer aus als unter den Selbständigen ohne deutschen Pass (Tab. 5.3.1a; rechte Spalte). Interessanterweise ist der Anteil von Frauen unter den selbständigen Aussiedler/innen wesentlich höher (38,5%). D.h., die Aussiedler machen sich zwar vergleichsweise selten selbständig (wie sich an der Selbständigenquote zeigt), aber soweit dies der Fall ist, sind darunter mehr Frauen als in den anderen Gruppen. Hier macht sich, wie später noch aufgezeigt, die stärkere Erwerbsneigung von Frauen aus den osteuropäischen Ländern bemerkbar. Dies ändert jedoch nichts an dem Gesamtergebnis:

Fasst man die Beobachtungen zum geschlechtsspezifischen Zugang in die berufliche Selbständigkeit zusammen, mag zunächst erstaunen, dass entgegen manchen Annahmen die Geschlechterungleichheit unter den ausländischen Selbständigen etwas geringer als unter den Deutschen mit und ohne Migrationshintergrund ausfällt. Da die Eingebürgerten insgesamt aber deutlich besser am Arbeitsmarkt integriert sind,⁴² ist davon auszugehen, dass für die ausländischen Frauen der Schritt in die Selbständigkeit auch ein Mittel zur Kompensierung anderer Ungleichheiten ist.

Dies ist zunächst eine Feststellung auf hoher Aggregatebene, die noch durch andere in dieser Untersuchung vorgenommenen Analysen evaluiert werden muss.

³⁹ Legt man das Verhältnis zur Erwerbspersonenzahl (SQ2) zugrunde, ist die Quote naturgemäß noch niedriger.

⁴⁰ Vgl. auch Leicht et al. 2005b, Seifert 2008.

⁴¹ Zumindest bis 1999 wurden die Spätaussiedler im Rahmen der Anspruchseinbürgerung eingebürgert.

⁴² Vgl. auch Integrationsbericht MGFFI 2008.

5.3.2 Selbständige türkischer, italienischer, polnischer und russischer Herkunft

Aufgrund der unterschiedlichen Ausgangsbedingungen für den Schritt in die Selbständigkeit verlangen die Analysen vor allem eine Differenzierung nach einzelnen Herkunftsgruppen. Das absolute Volumen an Selbständigen verschiedener Ethnien wird natürlich auch durch ihre Stärke in der Gesamtpopulation, aber insbesondere durch die Zahl der Erwerbspersonen geprägt. Daher dürfte nicht verwundern, dass die türkische Community im Jahr 2008 mit rund 23.000 (2007 noch 25.000) Selbständigen auch die stärkste Gruppe an allen selbständigen Migrant(inn)en stellt, gefolgt von den polnisch- und den italienischstämmigen Selbständigen, mit 21.000 (2007: 17.000) bzw. 10.000 (9.000) Selbständigen.⁴³ Erst mit weitem Abstand folgen diejenigen aus dem Gebiet der russischen Föderation mit rund 5.000 (Tab. 5.3.2).

Bei einer weiteren Aufteilung nach Geschlecht unterschreiten die Fallzahlen für die Selbständigen der meisten Herkunftsgruppen die Schätz- und Darstellungsgrenze aufgrund des zufallsbedingten Stichprobenfehlers, weshalb hochgerechnete Werte unterhalb der Grenze von 5.000 (Standardfehler über 15%) nur noch sehr begrenzt aussagekräftig sind. Daher können für einzelne nach Geschlecht differenzierte Selbständigengruppen kaum noch sichere Angaben zu ihrer tatsächlichen Größe in der Grundgesamtheit gemacht werden (unsichere Werte in Klammern).

Anders als die männlichen bilden die weiblichen Selbständigen türkischer Herkunft nicht die größte Gruppe unter den selbständigen Migrantinnen. Während deren Zahl in Nordrhein-Westfalen bei 6.000 (2007: 5.000) liegt, ist die Zahl der selbständigen Frauen polnischer Herkunft inzwischen mit 8.000 (6.000) höher (Tab. 5.3.2). Erstaunlich gering fällt die Zahl der selbständigen italienischen Frauen aus, die etwa auf dem Niveau der selbständigen Frauen aus Russland liegt. Diese Werte bilden im Ranking der Gruppen eine vollkommen andere Reihenfolge als bei den Männern, wo die Selbständigen türkischer Herkunft noch weit vor denen polnischer Herkunft rangieren, aber die italienischen auch noch vor den russischen.

Tab. 5.3.2: Selbständige mit Migrationshintergrund (MH) nach Herkunftsgruppen (in Tsd.) in Nordrhein-Westfalen und Deutschland 2007 (2008)

Herkunft	Nordrhein-Westfalen				Deutschland		
	Erwerbstätige insg. (Tsd.)	Selbständige (Tsd.)	Selb.- quote	Erwerbstätige insg. (Tsd.)	Selbständige (Tsd.)	Selb.- quote	
	2007	2007	2008	2007	2007		
	Frauen				Frauen		
Deutsch ohne MH insges.	2.902	197	200	6,8	14.570	1.103	7,6
Migrant(inn)en insges.	663	40	40	6,0	2.702	184	6,8
türkischer MH	106	5	6	4,5	334	17	5,1
darunter eingebürgert*	41	(3,0)		(7,5)	114	8	7,0
italienischer MH	30	(2,7)	(2)	(9,2)	133	10	7,5
polnischer MH	113	5,6	8	4,9	168	16	9,5
russischer MH	58	(2,9)	(3)	(5,0)	117	6	5,1
	Männer				Männer		
Deutsch ohne MH insges.	3.465	471	465	13,6	17.233	2.458	14,3
Migrant(inn)en insges.	936	94	99	10,0	3.657	415	11,3
türkischer MH	199	20	17	10,1	634	62	9,8
darunter eingebürgert*	64	8		12,3	174	22	12,6
italienischer MH	55	8	7	13,7	258	38	14,7
polnischer MH	131	11	13	8,7	154	35	22,7
russischer MH	68	(2,5)	(2)	(3,7)	131	6	4,6
	Insgesamt				Insgesamt		
Deutsch ohne MH insges.	6.367	668	664	10,5	31.804	3.561	11,2
Migrant(inn)en insges.	1.600	134	139	8,4	6.359	599	9,4
türkischer MH	306	25	23	8,2	968	79	8,2
darunter eingebürgert*	104	11		10,4	287	29	10,1
italienischer MH	84	10	9	12,1	391	48	12,3
polnischer MH	244	17	21	6,9	322	50	15,5
russischer MH	126	5	5	(4,3)	248	13	5,2

Quelle: IT.NRW, Mikrozensus; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

Werte in Klammern unsicher aufgrund geringer Zellbesetzung (zufallsbedingter Stichprobenfehler).

* Eingebürgerte ehemalige Ausländer

⁴³ Letztere in etwa gleich auf mit den Selbständigen griechischer Herkunft, die hier nicht im Mittelpunkt standen.

Hier taucht die Frage auf, inwieweit sich die in Kapitel 5.1.2 beschriebenen Gründungsaktivität in entsprechenden Selbständigenquoten niederschlagen. Immerhin weisen Migrantinnen eine weit höhere Gründungsintensität als die deutschen Frauen auf – allerdings auch vergleichsweise mehr Schließungen. Bemisst man das Niveau des Selbständigenbestands an der Selbständigenquote, dann liegen die türkischstämmigen Frauen, aber auch die aus Polen, eher noch ein Stück zurück (Tab. 5.3.2): Die Quote (im Folgenden immer für 2007) liegt jeweils knapp unter der 5%-Marke und damit etwa gleichauf mit derjenigen von Frauen russischer Herkunft. Die höhere Selbständigenquote italienischer Frauen beruht auf geringen Fallzahlen. Vergleicht man daher die Werte für Nordrhein-Westfalen mit denen auf Bundesebene (Tab. 5.3.2), dann spiegelt sich in etwa das für Nordrhein-Westfalen beschriebene Muster wider; doch mit dem Unterschied, dass die aus Polen kommenden Frauen in Deutschland insgesamt eine wesentlich höhere Selbständigenquote aufweisen. Inwiefern dies auf ein Ost-West-Gefälle bzw. die Ferne zur polnischen Grenze zurückzuführen ist, kann mit den Daten nicht beantwortet werden.

Es bedarf keiner Erwähnung, dass die Selbständigenquoten von Frauen auch auf der Ebene einzelner Herkunftsgruppen weit unterhalb der von den Männern liegen. Unter den polnischen Männern ist die Quote auf Bundesebene extrem hoch (23%), d.h., die festgestellten hohen Gründungsraten schlagen sich hier doch teils auch im Selbständigenbestand nieder. Hier dürften sich die in Kapitel 5.4 angesprochenen Besonderheiten in Bezug auf die Zugangsmöglichkeiten zum deutschen Arbeitsmarkt und die Wirkung der Niederlassungs- und Dienstleistungsfreiheit bemerkbar machen. In Nordrhein-Westfalen dürfte dies genauso der Fall sein, doch liegt die Quote lediglich bei 9% und damit noch niedriger als die von türkisch- und italienischstämmigen Männern.

Von besonderem Interesse ist, dass die Selbständigenquote der eingebürgerten Frauen türkischer Abstammung diejenige von Frauen mit türkischer Staatsangehörigkeit übertrifft.⁴⁴ Dies ist auch bei den Männern der Fall. Insofern ergibt sich bei den Türkischstämmigen hinsichtlich der Diskrepanz zwischen der Selbständigkeitsneigung von Eingebürgerten und Ausländer/innen ein anderes Bild als dies mit Blick auf Migranten insgesamt zu beobachten ist (vgl. vorheriger Abschnitt 5.3.1) Diese Feststellung wird an anderer Stelle nochmals aufgegriffen, wenn es um die Determinanten beruflicher Selbständigkeit, darunter auch um den Einfluss von „Einbürgerung“, aber auch um den von maßgeblichen Drittvariablen, vor allem von Beruf und Bildung, geht (Kapitel 15).

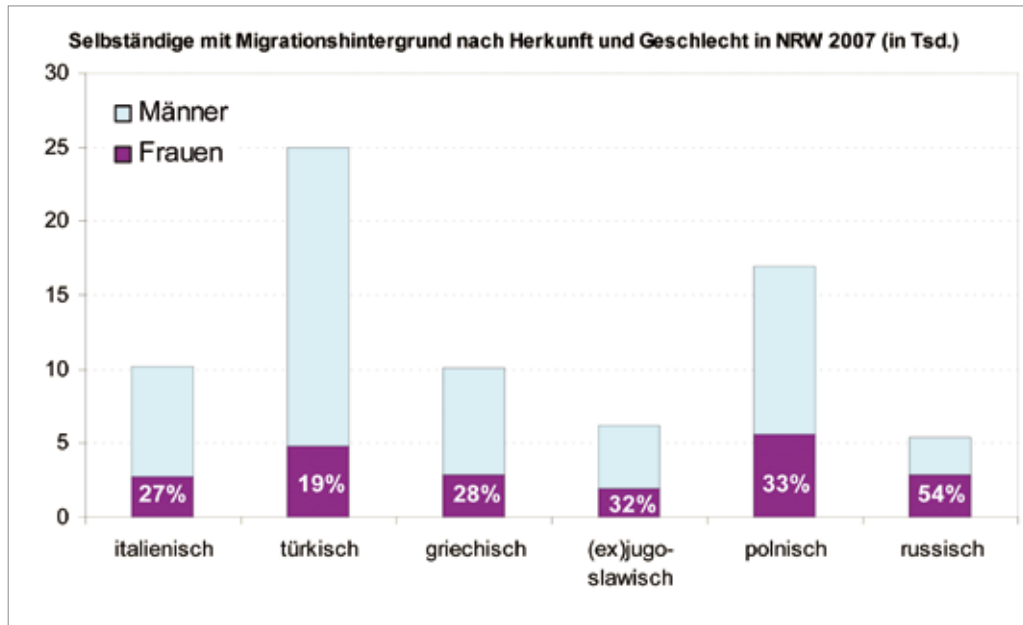
Es kann in der Gesamtschau (trotz aller Probleme mit der schmalen Datenbasis) bei Einbezug der Deutschen mit herkunftsspezifisch unterschiedlichem Migrationshintergrund festgehalten werden, dass sich (**erstens**) unter den Frauen ein etwas anderes Muster als bei den Männern zeigt, was die Selbständigenstärke einzelner Herkunftsgruppen in Nordrhein-Westfalen betrifft. Während unter den Männern die Selbständigen türkischer Herkunft zahlenmäßig klar dominieren, liegen bei den Frauen die Polinnen vorn. Vergleicht man die Befunde mit der öffentlichen Debatte, deutet sich (**zweitens**) an, dass die selbständigen Frauen polnischer Herkunft in ihrer Relevanz wohl bislang eher unterschätzt wurden, während bspw. die italienischen Frauen zwar eine hohe Selbständigenquote, aber ein zahlenmäßig niedriges Niveau an Selbständigen aufweisen. Dies gilt genauso für die selbständigen Frauen türkischer Herkunft, vor allem wenn man ihre Zahl im Vergleich mit ihrer Bevölkerungsstärke bemisst. Ferner zeigt sich, dass (**drittens**) die Selbständigkeitsneigung einzelner Herkunftsgruppen auch mit einer Binnendifferenzierung gesehen werden muss, da die eingebürgerten Frauen türkischer Herkunft sich in höherem Maße selbständig machen als die mit türkischem Pass. Unter den betrachteten Gruppen ist dies jedoch (**viertens**) ausschließlich bei den Türkischstämmigen nachzuvollziehen, denn im Gesamtbild sieht dies dann wieder anders aus.⁴⁵

Welche Bedeutung Frauen innerhalb der Herkunfts- bzw. Selbständigengruppen haben lässt sich in Abb. 5.3.3 ersehen, wobei zusätzlich noch die aus Griechenland und aus dem ehemaligen Jugoslawien zum Vergleich herangezogen wurden, um abschätzen zu können, welche Bedeutung Frauenselbständigkeit außerhalb der hier im Fokus stehenden Gruppen hat:

⁴ Dies ist in der Tabelle im Vergleich zwischen denjenigen mit türkischem Migrationshintergrund insgesamt und den Eingebürgerten festzustellen, aber auch durch den direkten Vergleich: Die Selbständigenquote unter den erwerbstätigen Türkinnen (Ausländerinnen) liegt schätzungsweise unter 3% (nicht exakt darstellbar aufgrund des Standardfehlers; vgl. vorherigen Abschnitt 5.3.1). Ähnliches Ergebnis im Integrationsbericht NRW (MGFFI 2008) mit Daten für 2006.

⁴⁵ Vgl. Abschnitt 5.3.1 sowie Kapitel 15.

Abb. 5.3.3: Bedeutung von Selbständigen mit Migrationshintergrund und Frauenanteile in Nordrhein-Westfalen



Quelle: IT.NRW (Mikrozensus); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

Demnach weisen die Selbständigen aus dem Gebiet der russischen Föderation die höchsten Frauenanteile auf, wenngleich sich die Zahl auf niedrigem Niveau bewegt. Hier partizipieren beide Geschlechter in gleichem Maße. Unter den Selbständigen aus Polen und den Ländern des ehemaligen Jugoslawien liegt der Frauenanteil immerhin noch bei einem Drittel. Ganz anders stellt sich die Situation unter den Selbständigen aus den ehemaligen Anwerbestaaten dar, soweit der EU zugehörig: Die Frauen machen hier lediglich zwischen einem Fünftel (unter den Türkischstämmigen) bis zu knapp über einem Viertel aus (Selbständige italienischer und griechischer Herkunft). D.h., die letztgenannten Gruppen sind klar männerdominiert.

Es zeigt sich also ein prägnanter herkunftsspezifischer Unterschied in der Verteilung der Selbständigen auf Frauen und Männer. Während unter den selbständigen Migranten aus den ehemaligen „Gastarbeiterländern“ Frauen stark in der Minderheit sind, weisen die Selbständigen aus dem Osten tendenziell höhere Frauenanteile auf. Grob betrachtet lässt sich in Bezug auf die Herkunftsländer bei Frauen eine von Südwesten nach Osten ansteigende Partizipation feststellen. Dies ist u.a. vor dem Hintergrund zu sehen, dass die Frauen in den ehemaligen Ostblockländern eine relativ starke Erwerbsorientierung aufgewiesen hatten. Dies ist (trotz fehlender Selbständigentradition) eine wesentliche Gründungsvoraussetzung.

Diese Schätzungen für Nordrhein-Westfalen können mit Blick auf die bundesweiten Verhältnisse teilweise untermauert werden. Denn auch dort liegt der Frauenanteil unter den Selbständigen türkischer oder italienischer Herkunft lediglich bei rund 21%. Demgegenüber ist fast die Hälfte der aus Russland kommenden Selbständigen weiblich (46%). Unter denen aus Polen trifft dies allerdings – wie auch in Nordrhein-Westfalen – nur auf rund ein Drittel zu.

5.4 Bewertung der Gründungsaktivitäten im Kontext der rechtlichen und sozialen Rahmenbedingungen

Die Auswahl der Zielgruppen für vorliegende Untersuchung war – wie bereits in Kapitel 1.2 beschrieben – zuvorderst natürlich dadurch gelenkt, dass die zahlenmäßig bedeutendsten Migrantengruppen in Nordrhein-Westfalen im Fokus stehen sollten. Da aber zudem davon auszugehen ist, dass das Zuwanderungsmotiv sowie die institutionellen Regulierungen einen wesentlichen Einfluss darauf haben, wer sich selbständig macht und wer nicht, war die Auswahl der Herkunftsgruppen zusätzlich darauf angelegt, dass sie jeweils unterschiedliche bzw. gegeneinander abgrenzbare Ausgangsbedingungen widerspiegeln. In Abb. 1.1 wurden die wichtigsten Unterscheidungskriterien bereits dargestellt. Zu diesen gehört zum einen die Frage, ob es sich um Gründer/innen bzw. Unternehmer/innen handelt, die einst selbst oder deren Eltern aus einem südlichen Anwerbeland oder aber aus den ehemaligen Ostblockländern nach Deutschland kamen. Hier stehen sich also die Probanden italienischer und türkischer Herkunft auf der einen Seite und die polnischer und russischer Herkunft auf der

anderen Seite gegenüber. Zum anderen dürfte entscheidend sein, ob es sich um Angehörige eines EU-Landes mit (von Anfang an) freiem Niederlassungsrecht in Deutschland handelt, oder um eine Zuwanderung aus einem Drittstaat. Hieraus ergibt sich ein anderes Gegensatzpaar, da hier die Migranten aus Italien und Polen denjenigen aus Russland und der Türkei gegenüberstehen.

Mit Blick auf die vorgestellten Ergebnisse der Sekundärdatenanalysen ist hier der Platz, um die Stärke des unternehmerischen Engagements vor dem Hintergrund der jeweiligen Ausgangsbedingungen zu bewerten. Hierzu ist es erforderlich, zunächst einen Überblick über die institutionellen Regulierungen zu geben, welchen die einzelnen Gruppen unterworfen sind.

Rechtliche / institutionelle Rahmenbedingungen für den Zugang zur Selbständigkeit

Nach Artikel 12 des GG (Berufsfreiheit) ist jedem Deutschen die Gründung eines Unternehmens möglich. Andere Gesetze regeln die Rahmenbedingungen für Ausländer, wobei zwischen EU- bzw. EFTA-Ausländern und Nicht-EU-Ausländern zu unterscheiden ist. Für alle EU-Ausländer/innen besteht in Deutschland seit Ende 1969 das freie Niederlassungsrecht,⁴⁶ womit diese den Inländern gleichgestellt werden. D.h., im Gegensatz dazu unterliegen Migranten aus der Türkei und Russland, sofern sie nicht die deutsche Staatsangehörigkeit besitzen, ggf. Einschränkungen, die aus dem Aufenthaltsstatus und damit der Dauer des Aufenthalts in Deutschland resultieren.

Mit dem Inkrafttreten des Zuwanderungsgesetzes am 1. Januar 2005 wurden die Einschränkungen für eine berufliche Selbständigkeit von Nicht-EU-Ausländern zwar liberalisiert, doch haben sich (wie nachfolgend noch aufgezeigt wird) die allermeisten der in den vorherigen Kapiteln betrachteten Ausländer/innen zu einem früheren Zeitpunkt bzw. unter anderen Bedingungen selbständig gemacht. Voraussetzung für die Aufnahme einer selbständigen Tätigkeit eines Nicht-EU-Ausländers in Deutschland war nach der bis Mitte 2004 gültigen Regelung der Erhalt einer Aufenthaltsgenehmigung.⁴⁷ Aber auch nach dem Inkrafttreten des neuen Aufenthaltsgesetzes stehen den Nicht-EU-Ausländer/innen durch die Regulierungen bei der Aufnahme einer selbständigen Tätigkeit entsprechende Hindernisse im Weg. Ihre Gewerbeanmeldung verlangt die Erlaubnis der zuständigen Ausländerbehörde.

Seit 2005 kann Ausländern eine Aufenthaltserlaubnis⁴⁸ zur Ausübung einer selbständigen Tätigkeit erteilt werden (§ 21 Zuwanderungsgesetz), wenn ein übergeordnetes wirtschaftliches Interesse oder ein besonderes regionales Bedürfnis⁴⁹ besteht bzw. die Tätigkeit positive Auswirkungen auf die Wirtschaft erwarten lässt und die Finanzierung des Projektes gesichert ist. Damit ist erstmals explizit die Zuwanderung Selbständiger geregelt, wobei hierüber (unter Einbezug fachkundiger Körperschaften) die zuständige Ausländerbehörde entscheidet. In einer Expertise für das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge hat das ifm der Universität Mannheim die Neuregelung im § 21 des Zuwanderungsgesetzes als unzureichend bezeichnet und (wie auch die Zuwanderungskommission und andere) niedrigere Hürden in Bezug auf die Grunderteilungsnorm vorgeschlagen. Dem kam die Bundesregierung wenigstens teilweise durch eine Senkung der „Normgrößen“ nach.⁵⁰ Die Hürden sind aber u.E. nach wie vor hoch. Im Integrationsbericht des Landes wird denn auch beklagt, dass nur sehr wenige Selbständige aus dem Ausland vom neuen Zuwanderungsgesetz Gebrauch machen:

Im Jahr 2006 sind nur 125 und im Jahr 2007 nur 82 Personen direkt aus dem Ausland als Selbständige unter Anwendung des § 21 AufenthG nach Nordrhein-Westfalen zugewandert. Von Nordrhein-Westfalen bzw. von Deutschland aus beantragten aber auch nur 462 (2006) bzw. 543 (2007) Personen diesen Aufenthaltstitel.⁵¹

⁴⁶ Geregelt in den Artikeln 43 bis 48 des EG-Vertrags. Die Niederlassungsfreiheit umfasst auch die „Aufnahme und Ausübung selbständiger Erwerbstätigkeiten“ (Art 43 EGV). Selbständige aus einem EU-Land können sich überall in der Union niederlassen. Dafür müssen allerdings die Qualifikationsanforderungen erfüllt sein, die im Land der Niederlassung an ihren Berufsstand gestellt werden (Art. 47, Abs. 1,2).

⁴⁷ Diese konnte als Aufenthaltserlaubnis nach §§ 15 und 17, als Aufenthaltsberechtigung nach § 27, als Aufenthaltsbewilligung nach §§ 28 und 29 oder als Aufenthaltsbefugnis nach § 30 des Ausländergesetzes gewährt werden, wobei nicht jede Aufenthaltsgenehmigung das Recht zur Aufnahme einer selbständigen beruflichen oder überhaupt einer beruflichen Tätigkeit beinhaltet.

⁴⁸ Die Aufenthaltserlaubnis wird nur noch befristet erteilt, kann allerdings verlängert werden (§ 7 und § 8 Zuwanderungsgesetz). Neben der Aufenthaltserlaubnis gibt es seit Juli 2004 nur noch das Niederlassungsrecht, die anderen Titel der früheren gesetzlichen Regelung Aufenthaltsbefugnis, Aufenthaltsbewilligung und Aufenthaltsberechtigung werden heute nicht mehr erteilt.

⁴⁹ Das regionale Bedürfnis ist gegeben, wenn Investitionen von mindestens 250 Tsd. Euro getätigt oder mindestens fünf Arbeitsplätze geschaffen werden. Bis Ende 2008 waren die Hürden noch höher. Vgl. hierzu auch Leicht/ Leiß 2006.

⁵⁰ Siehe vorherige Fußnote.

⁵¹ MGFFI Integrationsbericht 2008, S. 103.

Die „Neuzuwanderung“ von Selbständigen bleibt daher vor allem ein Privileg der Migranten aus den Mitgliedstaaten der Europäischen Union. Da jedoch seit der EU-Osterweiterung die Arbeitnehmerfreizügigkeit für die neuen Mitgliedstaaten durch sog. „Übergangsvereinbarungen“ bis auf Weiteres⁵² eingeschränkt wurde (§ 13 FreizügG/EU) und Osteuropäer den Zugang zum deutschen Arbeitsmarkt suchen, zeigt sich, dass die Zuwanderung mit dem Ziel der Arbeitsaufnahme häufig „ersatzweise“ über den Weg der Selbständigkeit, wenn nicht sogar der „Scheinselbständigkeit“, gegangen wird.⁵³

Hierzu bieten sich zum einen die Regelungen des o.g. freien Niederlassungsrechts und zum anderen zur Dienstleistungsfreiheit an. Letztere bezieht sich auf das Recht, als Selbständige/r oder als Gesellschaft ohne Einschränkungen über die Grenze hinweg in anderen EU-Staaten Dienstleistungen zu erbringen, wobei der Geschäftssitz im Herkunfts-Mitgliedsstaat verbleibt (Art. 49 EGV).⁵⁴ Deutschland hat sich (zunächst) vorbehalten, die Dienstleistungsfreiheit für Bürger aus den EU-8-Ländern einzuschränken. Sie wird aber nicht vollständig ausgesetzt. Für Ein-Personen-Unternehmen gelten die Einschränkungen jedoch nicht.

Weitere gesetzliche Bestimmungen, welche sich auf die Ausübung einer selbständigen Tätigkeit in bestimmten Berufen oder Wirtschaftsbereichen beziehen ergeben sich aus institutionellen Regulierungen im Handwerk und in den Freien Berufen. Hiervon sind wiederum bestimmte Migrantengruppen in relativ stärkerem Maße betroffen, da die Regulierungen nicht nur einen ordnungspolitischen sondern auch qualifikationsbezogenen Charakter haben. Auch nach der Teilliberalisierung der Handwerksordnung und der teilweisen Aufhebung des Meisterzwangs verbleiben 41 Handwerksberufe, die bestimmte Qualifikationsnachweise erfordern.⁵⁵ Auch der Zugang zu den überwiegend akademisch geprägten Freien Berufen ist durch Zertifikate geregelt und steht daher nicht allen Ausländern offen. Die Nicht-Anerkennung von Hochschulabschlüssen dürfte hierbei ein gewichtiges Problem darstellen, allerdings nicht nur für Zuwanderer/innen aus Nicht-EU-Ländern.

Dies sind nur einige der Rahmenbedingungen für den Schritt in die Selbständigkeit, die wenigstens zu einem Teil verständlich machen, weshalb sich die Gründungsaktivitäten herkunftsspezifisch so unterschiedlich entwickelt haben und insbesondere die der Polinnen und Polen in die Höhe geschossen sind (Kapitel 5.1). Zu beachten ist allerdings, dass noch eine ganze Reihe weiterer Faktoren das Gründungsgeschehen zusätzlich beeinflussen, was in den nachfolgenden Kapiteln deutlich wird.

Relevanz für einzelne Herkunftsgruppen

Welche Implikationen lassen sich aus den institutionellen Rahmenbedingungen mit Blick auf die Gründungsmöglichkeiten und -aktivitäten der Herkunftsgruppen ableiten?

Gründungswillige Italiener/innen sind von den genannten Rahmenbedingungen kaum betroffen, da sie als EU-Angehörige uneingeschränkt vom freien Niederlassungsrecht Gebrauch machen können. Ein Problem dürfte in vielen Fällen jedoch die Ausübung einer selbständigen Erwerbstätigkeit in Berufen sein, deren Zugang durch qualifikationsbezogene Regulierungen beschränkt ist. Dies betrifft insbesondere die Zuwanderer der ersten Generation, die vor dem Anwerbestopp in großer Zahl ohne berufliche Ausbildungen und vornehmlich aus Süditalien nach Deutschland kamen, aber mittlerweile genauso deren Nachfahren, da auch die zweite Generation erhebliche Bildungsdefizite aufweist.⁵⁶

⁵² Den bisherigen Mitgliedstaaten ist es erlaubt, ihre nationalen Zugangsregelungen vorerst beizubehalten. Sie dürfen sich allerdings nicht verschlechtern und müssen bis spätestens 2011 (bzw. 2014) aufgehoben werden.

⁵³ John 2007; Nowicka/ Zielinska 2007; Hönekopp 2007.

⁵⁴ Voraussetzungen für die Dienstleistungsfreiheit sind: Nichtkörperlichkeit der Leistung, Selbständigkeit (Unterschied zur Arbeitnehmerfreizügigkeit), nur vorübergehende Dauer der Tätigkeit, d.h., keine wirtschaftliche Integration in die nationale Volkswirtschaft (Unterschied zur Niederlassungsfreiheit) sowie Entgeltlichkeit.

⁵⁵ Im Vollhandwerk erfolgt bei Nachweis der erforderlichen Qualifikation die Eintragung in Anlage A der Handwerksrolle. Über Ausnahmen entscheidet die Handwerkskammer. Dabei gelten für EU-Ausländer zusätzliche Regelungen nach der EU-Handwerksordnung. Diesen kann bei Nachweis notwendiger Kenntnisse und Fähigkeiten die Gründung eines Handwerksbetriebs gestattet werden, für den normalerweise der Meisterbrief erforderlich ist. Nicht-EU-Ausländer profitieren hiervon nicht. Die Ausübung der in der Anlagen B verzeichneten handwerksähnlichen Berufe, insbesondere der in Abschnitt B1 enthaltenen zulassungsfreien Berufe, unterliegt keinen Einschränkungen und kann ohne Qualifikationsnachweis in selbständiger Tätigkeit ausgeübt werden.

⁵⁶ Vgl. zum Beispiel die Befunde der PISA-Erhebungen sowie Haug 2005 oder Kristen/ Granato 2007.

Zumindest in Bezug auf die qualifikationsspezifischen Hürden lässt sich ähnliches auch über die Gründungswilligen aus der Türkei sagen.⁵⁷ Immerhin sind 32% der türkischen Männer und v.a. 44% der türkischen Frauen in Nordrhein-Westfalen ohne Schulabschluss und das Gros erzielt maximal einen Hauptschulabschluss.⁵⁸ Das geringe Bildungsniveau erweist sich allerdings nicht nur als ein formales bzw. durch Regulierungen erzeugtes Hindernis für eine unternehmerische Laufbahn (vgl. Kapitel 8). Ein weiteres und mit Bildung zusammenhängendes Problem ergibt sich aus der hier dargestellten geringen Erwerbsbeteiligung (Kapitel 4.2), insbesondere unter den Türkinnen, da Arbeitserfahrung eine zentrale Selbständigkeitsressource ist. Zugangsschranken sind bei Türkinnen und Türken aber zudem vor allem formal-rechtlicher Natur, da sie als Drittstaatsangehörige weit mehr Behördengänge im Schritt zu einer selbständigen Tätigkeit hinter sich bringen müssen. Für Türkinnen und Türken, die nicht über den entsprechenden Aufenthaltstitel verfügen, stellt sich die Länge des erforderlichen Aufenthalts in Deutschland und damit der Zeitfaktor in den Weg.

Eine viel diskutierte Frage ist daher, ob sich Gründungswillige mit türkischem Pass zur Erleichterung der Formalitäten einbürgern lassen. Wie nachfolgend (Kapitel 7.1) noch aufgezeigt wird, gibt es hierfür allerdings eher wenig Indizien.

Migrantinnen und Migranten aus den Gebieten der russischen Föderation erfahren zunächst die gleichen institutionellen Hürden im Zugang zu einer beruflichen Selbständigkeit, soweit sie Ausländer und damit auch Nicht-EU-Bürger sind. Rechnet man allerdings – wie in dieser Untersuchung – die (Spät)Aussiedler aus den GUS-Staaten hinzu, dann reduziert sich der Anteil an Erwerbspersonen beträchtlich, die den für Drittstaatsangehörigen geltenden Reglementierungen unterliegen (vgl. Kapitel 7.1). Für einen großen Teil der Russinnen und Russen ergeben sich eher Hürden qualifikationsbezogener Art. Sie sind durchschnittlich zwar besser gebildet als die Angehörigen der ehemaligen Anwerbeländer und verfügen häufiger über einen Hochschulabschluss, aber ihr Zugang zu den Freien Berufen wird nicht selten durch die fehlende Anerkennung akademischer Abschlüsse erschwert.⁵⁹

Die voraussichtlich geringsten formalen und sozialen Hürden im Zugang zu einer unternehmerischen Tätigkeit dürften sich für die Polinnen und Polen stellen, da sie als EU-Bürger zum einen über das freie Niederlassungsrecht (zumindest als Selbständige) verfügen und zum anderen vergleichsweise gute berufliche Qualifikationen vorweisen können. Der kometenartige Anstieg an Gründungsaktivitäten (Kapitel 5.3) ist jedoch weniger hierauf als vielmehr auf den zuvor geschilderten Umstand zurückzuführen, dass die Restriktionen bzw. Übergangsregelungen in der Arbeitnehmerfreizügigkeit zu alternativen Wegen führen.

Die Daten lassen leider keine Überprüfung zu, inwieweit es sich bei der hohen Zahl an Gewerbebeanmeldungen zu einem beachtlichen Teil um Formen von Scheinselbständigkeit, insbesondere im Bauhandwerk (Männer) und in den Pflegeberufen und sonstigen persönlichen Dienstleistungen (Frauen) handelt. Einige Beobachtungen zu den Firmengründungen von Polinnen und Polen sowie auch politische Institutionen gehen jedoch hiervon aus.⁶⁰

⁵⁷ Vgl. u.a. Integrationsbericht NRW 2008, Konsortium Bildungsberichterstattung 2006, Kristen/ Granato 2007.

⁵⁸ Integrationsbericht NRW 2008, S. 148. Vgl. auch Sauer (ZfT) 2007.

⁵⁹ Greiff et al. 1999, Leicht et al. 2005, Dietz 2007.

⁶⁰ Nowicka 2007, Hönekopp 2008; ZDH 2008. Das Bundesinnenministerium hat vor dem Hintergrund des Verdachts auf den Missbrauch der Dienstleistungs- und Niederlassungsfreiheit 2005 eine "Task-Force" gegründet.

III. Qualitative Befunde: Expertinnen, Szenarien und Meinungen

PRO KMU Universität Siegen

6. „Mein Traum war mein konkretes Ziel“: Zuwanderinnen und ihre Unternehmen

Welche individuellen Perspektiven stehen hinter den genannten Zahlen? Die im folgenden Kapitel mittels einer qualitativen Untersuchung gesammelten Erfahrungen tragen dazu bei, die Makrodaten in exemplarischer Form „mit Leben zu füllen“. Hierzu wurden 14 Interviews mit selbständigen Migrantinnen und sieben Expert(inn)engespräche in Nordrhein-Westfalen durchgeführt.

6.1 Charakteristika der Fallstudien

6.1.1 Die Unternehmerinnen

Die nachfolgende Tabelle 6.1.1.1 gibt einen Überblick über persönliche Daten der befragten Unternehmerinnen. Es handelt sich um Frauen, die zum Zeitpunkt der Befragung zum größten Teil älter als 40 Jahre sind. Sechs Frauen haben ihr Unternehmen im Alter von 20-30 Jahren gegründet, bei weiteren sieben Gründungen waren die Unternehmerinnen bereits 31 Jahre und älter. Die älteste Gründerin hat sich mit 47 Jahren selbständig gemacht. Das Durchschnittsalter der hier betrachteten Unternehmerinnen liegt mit 34,3 über dem Durchschnitt aller Gründer mit Migrationshintergrund (31,7 Jahre).¹ Die meisten der Befragten sind verheiratet bzw. leben in einer Partnerschaft. Die Hälfte hat mindestens ein Kind.

Die befragten Frauen sind überdurchschnittlich gut ausgebildet. Drei haben promoviert bzw. sind in der Endphase ihrer Promotion, weitere fünf verfügen über einen Hochschulabschluss, so dass insgesamt acht ein Hochschulstudium abgeschlossen haben. Drei weitere haben Abitur bzw. Fachabitur und zwei Unternehmerinnen verfügen über einen Realschulabschluss. Alle fünf haben im Anschluss eine Lehre absolviert. Die einzige Gründerin, die „nur“ einen Hauptschulabschluss hat, erwarb im weiteren Verlauf ihrer Ausbildung einen Meisterbrief im Lehrberuf. Allerdings gründete nur die Hälfte der Unternehmerinnen in einem Bereich, der auch unmittelbar mit ihrer Erstausbildung zusammenhängt. Weitere zwei Gründerinnen haben in einer zweiten Ausbildung die Qualifikationen für ihre Selbständigkeit erworben. Die anderen fünf haben sich in (völlig) ausbildungsfremden Bereichen selbständig gemacht.

Das hier anzutreffende Bildungsniveau liegt insgesamt deutlich über dem der Deutschen oder Migranten allgemein und auch höher als das durchschnittliche Profil deutscher Gründer/innen mit Migrationshintergrund.² Dies korrespondiert mit Erkenntnissen der Gründungsforschung, dass dem Faktor Bildung ein starker Einfluss auf die Chancen sozialer Mobilität und die Wahl der Selbständigkeit als beruflicher Alternative zukommt. Insbesondere ein Hochschulabschluss lässt die Wahrscheinlichkeit, selbständig tätig zu sein, deutlich steigen.³

¹ Vgl. KfW (2007), S. 6.

² Vgl. z.B. KfW (2007), S. 6.

³ Leicht et. al. (2005), S. 21 f.

Tab. 6.1.1.1: Persönliche Angaben zu den Unternehmerinnen

		Abs.
Alter in Jahren	20-30	2
	31-40	3
	41-50	6
	über 50	2
	Unbekannt	1
Alter zum Zeitpunkt der Unternehmensgründung	20-30	6
	31-40	3
	41-50	4
	über 50	0
	Unbekannt	1
Familienstand	Verheiratet	8
	in Partnerschaft lebend	1
	Geschieden	2
	Ledig	2
	Unbekannt	1
Anzahl Kinder	Keine	7
	1	2
	2	4
	3	1
Höchster (Schul-) Ausbildungsabschluss / höchste Qualifikation	Promotion / promoviert gerade	3
	Hochschulabschluss	5
	(Fach-)Abitur	3
	Realschulabschluss	2
	Hauptschulabschluss	1
Berufsausbildung	Studium	8
	Lehre / Ausbildung	5
	Meister	1

Tab. 6.1.1.2: Migrationshintergrund der Unternehmerinnen

		Abs.
Alter in Jahren zum Zeitpunkt der Migration	0 (in Deutschland geboren)	3
	1-6 Jahre	1
	7-10 Jahre	3
	11-17 Jahre	1
	18-24 Jahre	4
	> 25 Jahre	2
Migrationsanlass	Migration der Eltern	8
	Studium / Beruf	4
	Partnerschaft / Ehe	2
Herkunftsland (der Eltern, sofern in D geboren)	Türkei	5
	Subsahara-Afrika	2
	Südeuropa	3
	Südosteuropa	2
	Osteuropa	2
Geburtsland	Deutschland	3
	Türkei	4
	Subsahara-Afrika	2
	Südeuropa	3
	Osteuropa	2
Aufenthaltsdauer in Jahren in Deutschland	0-10 Jahre	0
	11-20 Jahre	4
	21-30 Jahre	2
	31-40 Jahre	7
	Unbekannt	1

Tabelle 6.1.1.2 fasst die Charakteristika der Fallstudien in Bezug auf den Migrationshintergrund der Unternehmerinnen zusammen. Mehr als die Hälfte ist im Kindes-/Teenageralter gemeinsam mit ihren Eltern zugewandert; drei von ihnen wurden bereits in Deutschland geboren („zweite Generation“). Diese Frauen haben bereits mehr als 30 Jahre in Deutschland verbracht. Die Frauen, die bei der Migration bereits die Volljährigkeit erreicht hatten, sind aufgrund von Studium bzw. Beruf oder Ehe mit einem deutschen Mann, dem sie nachgezogen sind, eingewandert.

Fünf Frauen stammen aus der Türkei. Sie bzw. ihre Eltern wanderten als „Gastarbeiter“ im Rahmen des Anwerberabkommens in den 1960er/70er Jahren ein. Die übrigen Befragten stammen aus Südeuropa (Spanien, Frankreich), Südosteuropa (Kroatien, Griechenland), Osteuropa (Russland, Polen) sowie Schwarzafrika (Ghana, Kamerun) und repräsentieren damit ein breites Spektrum verschiedener Nationalitäten, die nach Deutschland immigrierten.

6.1.2 Motivationsstrukturen der Gründerinnen

Will man die Motivation der Frauen untersuchen, warum sie sich selbständig gemacht haben, macht es zur Abwägung der Bedeutung von Push-Faktoren Sinn, ihren Erwerbsstatus zum Zeitpunkt der Gründung zu betrachten. (Drohende) Arbeitslosigkeit kann als Push-Motiv für den Schritt in die Selbständigkeit verstanden werden, wenn den Frauen keine andere Erwerbsmöglichkeit am Arbeitsmarkt zur Verfügung steht. Tabelle 6.1.2.1 gibt einen Überblick über den Erwerbsstatus der befragten Frauen. Danach kann in sechs Fällen (drohende) Arbeitslosigkeit als Push-Faktor identifiziert werden. Den Frauen wurde in ihrer abhängigen Beschäftigung aus wirtschaftlichen Gründen gekündigt bzw. es war für sie absehbar, dass sie gekündigt werden würden. Dies war für sie das auslösende Moment, ein Unternehmen zu gründen: „Das geschah dann aus der Not heraus. Ich hatte es nach Monaten irgendwann satt, zu Hause zu sitzen und wollte mein Schicksal selbst in die Hand nehmen.“⁴

Tab. 6.1.2.1: Erwerbsstatus zum Zeitpunkt der Gründung

		Abs.
Erwerbsstatus zum Zeitpunkt der Gründung	Arbeitslos	4
	drohende Arbeitslosigkeit	2
	Hausfrau / Mutter	1
	abhängig beschäftigt	3
	in Ausbildung / Studium (bzw. gerade beendet)	4

Allerdings kann man die Push-Faktoren nicht isoliert betrachten, sondern muss sie im Zusammenhang mit verschiedenen Pull-Faktoren sehen; damit ist auch eine (in der Gründungsforschung gerne vorgenommene) Bewertung von Push-Faktoren als für eine spätere Unternehmensentwicklung hinderliche Motivationslage zu verneinen. Stattdessen verdeutlichen die Interviews, dass sowohl Push- als auch Pull-Faktoren die Unternehmerinnen zur Gründung bewogen haben⁵ bzw. sich im Verlauf der Unternehmensentwicklung eine positive Einstellung herausbildete. Alle Unternehmerinnen, die sich der Arbeitslosigkeit gegenüber sahen, machen gleichzeitig ihr Interesse an der Selbständigkeit resp. an der Tätigkeit, in der sie sich selbständig gemacht haben, sehr deutlich:

„Ich habe großes Interesse für Computer entwickelt und fühle mich in der Branche auch zu Hause. Mein Ziel war es hier Fuß zu fassen.“⁶

„Chefsekretärin wollte ich nicht mehr sein, ich wollte für mich arbeiten. Wollte selbständig sein.“⁷

⁴ Vgl. Interview 13.

⁵ Haber (2008a) zeigt, dass Gründer/innen mit Migrationshintergrund insgesamt mehr Motive für die selbständige Tätigkeit anführen als die Vergleichsgruppe ohne Migrationshintergrund.

⁶ Vgl. Interview 13.

⁷ Vgl. Interview 1.

„Ich hatte nie Interesse daran, selbständig zu sein, weil ich von zu Hause auch nicht geprägt war. Es kam der Punkt, als ich dann überlegt habe, ob ich mich der Herausforderung stellen soll, einen neuen Job irgendwo anders, wer weiß in welcher Richtung, zu machen, oder versuch ich das hier zu machen, was mir Spaß macht, selbständig fortzusetzen.“⁸

Bei den anderen Unternehmerinnen, die sich aus einer abhängigen Beschäftigung oder im Anschluss an ihre Ausbildung selbständig gemacht haben, wird der Wunsch, sich selbständig zu machen, noch deutlicher. Sie betonen, dass es sich beim Schritt in die Selbständigkeit um die Umsetzung einer Idee handelt, die schon länger bestand. Im Unterschied zu den Gründerinnen aus der (drohenden) Arbeitslosigkeit gibt es bei ihnen keinen externen Auslöser für die Unternehmensgründung, sondern der Gründungszeitpunkt wird bewusst selbst bestimmt. Oftmals ist die unternehmerische Tätigkeit dabei bereits mit der Ausbildung verknüpft, aber auch mit „Hobbyaktivitäten“:

„Ich wollte seit Beginn meiner Ausbildung unbedingt selbständig sein und hatte immer geplant, eine eigene Praxis zu eröffnen. (...) Den Schritt in die Selbständigkeit hatte ich schon immer als Ziel vor Augen. Mir war wichtig, erst etwas Berufserfahrung zu sammeln, aber das Ziel eine eigene Praxis zu eröffnen war immer präsent.“⁹

„Ich hatte auch vorher schon Interesse. Es war schon immer ein Hobby von mir.“¹⁰

„Das ist mein Traum. Ich liebe diesen Beruf. Für mich kam gar nichts anderes in Frage.“¹¹

„Ich habe auch keine Sekunde daran gedacht, angestellt zu arbeiten. Von Anfang an darauf hin gearbeitet.“¹²

Dabei zeigen die Motivbündel wie auch die Zufriedenheit mit der Unternehmensentwicklung (siehe Kap. 2.3), dass eine eigene unternehmerische Tätigkeit für alle Unternehmerinnen auch einen beruflichen (und teilweise sogar sozialen) Aufstieg bedeutet: sie erlaubt den Unternehmerinnen, ihre eigenen Fähigkeiten für eine von ihnen geschätzte Tätigkeit und selbstbestimmte Zielsetzungen einzusetzen und unternehmerische Kompetenzen zu entwickeln.¹³

6.1.3 Unternehmensgründung und -entwicklung

Tabelle 6.1.3.1 liefert einige Eckdaten zu den betrachteten Unternehmen. Die meisten Unternehmerinnen sind im Dienstleistungsbereich tätig, wobei sich die Bandbreite der angebotenen Leistungen von unternehmensnahen Dienstleistungen (Rechtsanwaltskanzlei, Managementberatung, Übersetzungsbüro, Computerservice) bis hin zu persönlichen Dienstleistungen wie Friseurhandwerk, Fußpflege und Nagelstudio sowie Angeboten im Gesundheits- und Sozialwesen wie Logopädie und Gesundheitsvorsorge erstreckt. Des Weiteren gehören zwei Unternehmungen der Gastronomiebranche und eine dem Handel an. Damit bilden die Unternehmen größtenteils typische „Frauentätigkeiten“ ab, welche eher den traditionellen, weniger innovativen Bereichen zuzurechnen sind.¹⁴

⁸ Vgl. Interview 4.

⁹ Vgl. Interview 10.

¹⁰ Vgl. Interview 14.

¹¹ Vgl. Interview 5.

¹² Vgl. Interview 6.

¹³ Ähnlich auch Haber (2008b) in einer qualitativen Studie von türkischstämmigen und polnischen Unternehmerinnen im Ruhrgebiet und Berlin.

¹⁴ Vgl. Leicht, Welter, Fehrenbach (2004), S. 14.

Tab. 6.1.3.1: Eckdaten zu den Unternehmen / Gründungen

		Abs.
Branche	Freiberufliche, wissenschaftl., technische Dienstleistungen	5
	Sonstige Dienstleistungen (überwiegend persönliche)	3
	Gesundheits- und Sozialwesen	2
	Handel	1
	Gastronomie	2
	Land- und Forstwirtschaft	1
	Information u. Kommunikation	1
Einzel- / Teamgründung	Einzelgründung	12
	Teamgründung	2
Art der Gründung	Neugründung	13
	Übernahme	1
Gründungsumfang	Nebenerwerb	2
	zunächst Nebenerwerb, mittlerweile Haupterwerb	2
	Haupterwerb	10
Alter des Unternehmens	0-3 Jahre	5
	4-6 Jahre	3
	7-10 Jahre	5
	> 10 Jahre	1
Anzahl der (festangestellten) Mitarbeiter	Keine	7
	(unbezahlte) Familienmitarbeit	1
	1	1
	2-3	2
	4-10	2
	11-20	1
Beitrag des Unternehmensgewinns zum (Familien-)Einkommen	Haupteinkommen	7
	Zusatz- / Zweiteinkommen	6
	Unbekannt	1
<p>^a Bei der Branchenverteilung wurden 15 Unternehmen zugeordnet, da eine Unternehmerin zwei Unternehmen in verschiedenen Branchen gegründet hat.</p> <p>^b Das Familienunternehmen wurde vom Vater zu Beginn der 1980er Jahre gegründet, die Tochter hat es im Rahmen der Unternehmensnachfolge vor ca. 10 Jahren übernommen.</p>		

Innovationen finden aber durchaus statt, wobei dies sich weniger in der Branche selbst spiegelt als eher in der jeweiligen Tätigkeit bzw. dem Angebot. Beispielsweise hat eine Unternehmerin ein Alleinstellungsmerkmal für ihr griechisches Restaurant geschaffen, da sie sich nicht an den in Deutschland bekannten griechischen Restaurantkonzepten orientiert, sondern an den „echten“ griechischen Restaurants, wie sie sie aus ihrer Heimat kennt. Darüber hebt sie sich im Hinblick auf Speisenangebot und Raumausstattung deutlich von ihrer Konkurrenz ab. Ähnlich innovativ erscheint das Konzept einer Unternehmerin, die einen Reiterhof betreibt und dort Seminare für Führungskräfte anbietet, in die ihre Pferde eingebunden werden.

Typisch für Frauenunternehmen allgemein wie auch bei den untersuchten Unternehmen ist, dass es sich eher um kleine Unternehmen handelt – gemessen an der Zahl der Mitarbeiter/innen.¹⁵ Die Hälfte beschäftigt gar keine festen Mitarbeiter, die anderen haben maximal sechs Mitarbeiter angestellt. Lediglich ein Unternehmen sticht mit 17 Angestellten heraus. Bei der Beurteilung dieser Daten muss jedoch die Branche mit ins Kalkül gezogen werden; so gibt es beispielsweise ein Übersetzungsbüro, das nur zwei festangestellte Mitarbeiter beschäftigt, gleichzeitig aber im Bedarfsfall auf über 300 freie Mitarbeiter zurückgreifen kann. Damit leistet dieses Unternehmen einen deutlichen Beitrag zur Arbeitsplatz- und Einkommenssicherung anderer (Solo) Selbständiger, auch wenn dies aus der Unternehmensgröße nicht unmittelbar ersichtlich wird.

Es handelt sich – von einer Ausnahme abgesehen – um Unternehmen, die neu gegründet wurden. Den Ausnahmefall stellt die Übernahme eines väterlichen Unternehmens durch die Tochter dar: Sie durchlief bereits ihre Ausbildung als Kartografin im väterlichen Unternehmen und arbeitete anschließend dort als Angestellte, bevor sie das Unternehmen später übernahm.

¹⁵ Vgl. Leicht, Welter, Fehrenbach (2004), S. 14.

Die Unternehmungen wurden nahezu ausschließlich als Einzelgründungen vollzogen. Lediglich in einem Fall gründete eine Unternehmerin zusammen mit einer Partnerin, wobei diese zwischenzeitlich wieder ausgestiegen ist. Anlass für die Partnergründung war die gemeinsame Idee der Selbständigkeit, welche aus der Not heraus entstand – beide Frauen waren beim gleichen Arbeitgeber angestellt, der Insolvenz anmelden musste. In einem anderen Fall gründete eine Frau faktisch gemeinsam mit ihrem Ehemann, wobei sie nach außen hin formal als Alleingründerin auftritt (als Grund dafür wurden unzureichende deutsche Sprachkenntnisse des Mannes angeführt).

Der Großteil (zehn) der Gründungen war bereits von Beginn an als Haupterwerb ausgerichtet; weitere zwei begannen zunächst als Nebenerwerbstätigkeit, haben sich aber zwischenzeitlich zu einer Vollerwerbstätigkeit entwickelt.¹⁶ Die übrigen zwei, die aufgrund paralleler Ausbildung bzw. Mutterpflichten aktuell noch als Nebenerwerb bzw. strenggenommen im Zuerwerb geführt werden, sollen – sobald diese Verpflichtungen nicht mehr bestehen – zukünftig aber auch als Haupterwerb ausgeübt werden. Die Bedeutung der Unternehmen für die Gründerinnen drückt sich nicht nur im zeitlichen Umfang der Tätigkeit, sondern auch im Beitrag zum Familieneinkommen aus. Alle vier allein stehenden Frauen bestreiten mit dem Einkommen ihren Lebensunterhalt, von den verheirateten bzw. in einer Partnerschaft lebenden Frauen erwirtschaften drei das Haupteinkommen (bei zwei dieser Unternehmen handelt es sich um Familienunternehmen, bei denen der Mann mitarbeitet). Weitere sechs erwirtschaften mit ihrer Selbständigkeit zusätzlich zum Einkommen des Partners ein Zweiteinkommen (hierzu zählen auch die Frauen, die ihre Selbständigkeit zurzeit als Nebenerwerb ausüben).

Zum Unternehmensstart wurde von den Frauen insgesamt nur wenig institutionelle Hilfe in Anspruch genommen. Die meisten haben aufgrund von Eigeninitiative, familiärer Unterstützung und Eigenkapital die Gründung ohne externe Hilfe auf die Beine gestellt. Diejenigen, die externe finanzielle Hilfe in Anspruch nahmen, haben Unterstützung durch das Arbeitsamt erhalten (Überbrückungsgeld), Fremdkapital bei einem Kreditinstitut aufgenommen und / oder Gründungsförderung in Form von Beratungszuschüssen erhalten. Die Mehrzahl der Frauen konnte die Finanzierung vergleichsweise problemlos darstellen. Einige der Frauen sind jedoch bei der Suche nach Finanzierungsmittel auf Probleme gestoßen:¹⁷

„Im ersten Jahr gibt es so ein Programm, das heißt Europäischer Fonds. Und diesem Europäischen Fonds bin ich ein Jahr hinter her gerannt. Da habe ich angerufen, habe ich immer gemailt, habe geschrieben, aber es kam nichts zurück.“¹⁸

„Finanzierung zu Beginn war ein Problem für mich. Die Kreditaufnahme zeigte sich unerwartet als sehr schwierig. Obwohl ich meinen Businessplan sowie weitere Planungen bei den Banken vorgestellt habe, hat es lange gedauert bis die Kreditaufnahme möglich war. Letztlich haben mir bei der Kreditaufnahme private Kontakte geholfen, um den Kredit zu ermöglichen. Aus meiner Sicht sind die Banken sehr unflexibel und handeln eher kundennachteilig wenn es um selbständige Kunden geht. (...) Ein Berater der Bank hat zwar einen Kredit der KfW Bank erwähnt, aber die bürokratischen Hindernisse waren riesig. Für mich schien dieser Kredit unerreichbar.“¹⁹

„Das einzige Problem was wir hatten, war bei der Bank ein Firmenguthabenkonto zu bekommen. Wir sind bei mehreren Banken gewesen und alle haben gesagt, sie würden keine Firmenkonten einrichten. [Frage; Haben die Banken dafür Gründe angegeben?] Ja, wir sollten eine Bilanz vorlegen. Aber am Anfang hat man ja noch keine.“²⁰

¹⁶ Nebenerwerbselbständigkeit: eine selbständige Tätigkeit wird zunächst neben einer abhängigen Beschäftigung ausgeübt. Davon unterschieden wird die Zuerwerbsselbständigkeit, bei dem die selbständige Tätigkeit bspw. neben Familienpflichten ausgeübt wird. Wir haben von dieser Klassifizierung abgesehen, zumal die Bedeutung der Selbständigkeit für Familie und Haushalt in keiner Fallstudie eine Einstufung als reiner Zuerwerb zuließ.

¹⁷ Haber (2008a) zeigt in einer großzahligeren Untersuchung polnischer und türkischer Gründer/innen und Vergleichsgruppe, dass ein Drittel der befragten Gründer/innen Probleme hatte, Bankkredite zu erhalten, darunter mehr Gründerinnen mit Migrationshintergrund. Ähnliches bestätigen auch ihre Ergebnisse von Fallstudien (Haber, 2008b).

¹⁸ Vgl. Interview 1.

¹⁹ Vgl. Interview 10.

²⁰ Vgl. Interview 8.

Typisch für die Unternehmerinnen ist, dass sie sich im Vorfeld der Gründung umfangreiche Informationen besorgt haben und damit gut vorbereitet waren. So haben viele von ihnen spezifische Seminare besucht, öffentliche Informationsstellen wie IHK, Bürgerbüro, Finanzamt, Agentur für Arbeit u.ä. aufgesucht und berufsspezifische Informationen angefordert (z.B. über Berufsverband).²¹ Trotzdem konnten nicht alle Informationswünsche zur Zufriedenheit der Gründerinnen erfüllt werden. Die folgenden zwei Statements bezüglich des Beratungs- und Informationsbedarfs während der Gründung dokumentieren dies.²²

„Ich hätte mir Informationen zur Vor-, Gründungsphase und allgemeine Informationen speziell für Frauen gewünscht. Leider gab es aber keine Informationen, die mir geholfen hätten. Allein die Leistungen des Berufsverbandes waren mir hilfreich. Bei der Kreditvergabe hätte ich mir eine umfassendere Beratung durch die Mitarbeiter der Bank gewünscht und mehr Unterstützungsleistungen. Ich wurde zwar über mögliche Förderprogramme, wie zum Beispiel der KfW, kurz informiert. Eine eingehende Beratung oder Hilfestellung habe ich jedoch grundsätzlich nicht erhalten. Eine bessere Beratung und mehr Unterstützung hätte für mich eine große Entlastung bedeutet.“²³

„Ich hätte mir mehr praxisbezogene Informationen gewünscht. Zum Beispiel was macht man, wenn die Gäste eine Stunde auf ihr Essen warten müssen? Oder wie ist es mit der Haftung, wenn einem Gast was passiert?“²⁴ Wichtig sind einigen Unternehmerinnen auch berufliche Kontakte, die sie für berufsbezogene Informationen und zur Anbahnung von Geschäftskontakten nutzen. In dieser Hinsicht scheint ein besonderer Bedarf der Gründerinnen zu bestehen – nämlich der Erfahrungsaustausch mit anderen Gründer/innen und Menschen, die in ähnlichen Bereichen tätig sind.

„Des Weiteren habe ich mit Kollegen im Krankenhaus Informationen ausgetauscht. Ein entscheidender Punkt dabei war, dass ich sehr gute persönliche Kontakte zu Erzieherinnen in Kindergärten und Ärzten hatte. Dies war sehr wichtig für den Erfolg meines Unternehmens.“²⁵

„Von Vorteil wäre es mit Sicherheit gewesen, sich mit Menschen auszutauschen, die schon bereits in diesem Beruf tätig sind oder aber ebenfalls mit dem Gedanken spielen, sich in diesem Tätigkeitsbereich selbständig zu machen.“²⁶

Ein Blick auf die Entwicklung der Unternehmen seit ihrer Gründung zeigt, dass alle recht erfolgreich verlaufen. Bei der Bewertung des Erfolgs sollte die individuelle Erfolgsbewertung der Frauen berücksichtigt werden. Hier zeigt sich nämlich, dass durchweg alle Unternehmerinnen ein vom klassischen ökonomischen Erfolgsverständnis (z.B. Umsatzwachstum, Gewinnsteigerung, Rendite) abweichendes Zielsystem haben. Korrespondierend mit den vorherrschenden Gründen für die Selbständigkeit (Pull-Faktoren), nennen die Frauen persönliche Zufriedenheit als wichtiges Indiz für Bestätigung und Erfolg, ohne dabei wirtschaftliche Ziele aus den Augen zu verlieren. Zudem betonen viele, wie wichtig es ihnen ist, auch ihre Kunden zufrieden zu stellen.

„Am Anfang hatte ich keine Ziele, das ich sagte, ich will Millionärin werden oder so. Ich wollte etwas für mich schaffen. Ich wollte nicht mehr nur Gelegenheitsjobs machen.“²⁷

„Beruflicher Erfolg ist für mich wichtig, da er mich stärkt. Unter beruflichem Erfolg verstehe ich finanziellen Erfolg und finanzielle Unabhängigkeit sowie Zufriedenheit im Beruf und mit meiner Arbeit.“²⁸

„Zu Beginn stand für mich eine gewisse Selbstbestätigung im Vordergrund. Im Laufe der Zeit hat sich das geändert. Mittlerweile ist es mir wichtig, dass ich mit meiner Arbeit etwas bewegen kann. Das heißt meine Arbeit soll sinnvoll sein, sowohl für mich als auch für meine Kunden.“²⁹

²¹ In diesem Punkt weichen die Erfahrungen von Beratungsinstitutionen deutlich von den hier vorgelegten Ergebnissen ab, was an der Positivauswahl liegen dürfte. Auf Nachfrage erklärten Berater, dass Migranten bzw. Migrantinnen eher selten Beratungen in Anspruch nehmen, und oftmals schlecht vorbereitet seien.

²² Bei Haber (2008a) geben Frauen häufiger als Männer Probleme bei der Suche nach Beratern an.

²³ Vgl. Interview 10.

²⁴ Vgl. Interview 3.

²⁵ Vgl. Interview 10.

²⁶ Vgl. Interview 11.

²⁷ Vgl. Interview 1.

²⁸ Vgl. Interview 10.

²⁹ Vgl. Interview 11.

„Beruflicher Erfolg ist nicht nur hohe Gewinne machen. Das private Leben spielt hier auch eine Rolle. Beruf und Privatleben unter einen Hut zu bekommen und trotzdem wirtschaftlich ganz gut dazustehen zeichnet für mich beruflichen Erfolg aus. Auch die Zufriedenheit der Gäste und eine tolle Atmosphäre sind ihr hier sehr wichtig.“³⁰

„Ich bin zwar leistungsorientiert, aber wichtig ist es mir, dass die Menschen freiwillig und gerne zu mir kommen.“³¹

„Mir macht es Spaß, wenn ich meinen Kunden helfen kann. Erfolg ist also, wenn ich ein individuelles Problem lösen konnte. Das verschafft mir Zufriedenheit und Selbstbestätigung. Auf der anderen Seite muss ich meinen Erfolg auch mit Zahlen messen. Der Umsatz muss natürlich auch stimmen.“³²

Eine derartige intrinsische Zielsetzung und Erfolgsdefinition von Unternehmerinnen ist mittlerweile in etlichen Studien nachgewiesen worden, ohne dass damit aber wirtschaftliche Zielsetzungen vollständig an Bedeutung verlieren würden. Auch für unsere Interviews lässt sich gleichzeitig ökonomischer Erfolg belegen: So ist es einer Unternehmerin gelungen, durch stetiges Wachstum mittlerweile 17 Angestellte zu beschäftigen und sogar ihr Geschäftsfeld zu erweitern. Einige Unternehmerinnen bringen den Wunsch und den Willen, mit dem Unternehmen zu expandieren, deutlich zum Ausdruck, wenngleich in der Regel eher vorsichtig und in kleinen Schritten:

„Ich möchte kein Ein-Mann-Betrieb bleiben. Ziel ist es, auf jeden Fall zu expandieren, aber es muss gezielt erfolgen.“³⁴

„In zehn Jahren werde ich den anvisierten Verdienst erreicht haben, Arbeitnehmer beschäftigen und mindestens eine Zweigstelle in Düsseldorf eröffnet haben.“³⁵

„Ja, ich habe versucht, so etwas zu machen, mein Traum war mein konkretes Ziel, jetzt weiß ich nicht, inwieweit es ein Ziel bleibt oder nur ein Wunsch. Mein Ziel wäre es jetzt, dass ich bestehe, dass ich gut bestehe, mein Idealziel wäre, dass ich wachse, dass ich einige Zeit davon auch Arbeit geben kann, das wäre ideal.“³⁶

„Irgendwann hätte ich natürlich gerne ein kleines Geschäftsbüro und ein Lager für mein Material. Über die Einstellung von Mitarbeitern könnte man dann auch nachdenken.“³⁷

Bei vielen Frauen wird im Hinblick auf ihre Unternehmensentwicklung und bei Nachfragen bezüglich ihrer Zukunft deutlich, dass sie nicht bereit sind, alles für das Unternehmen aufzugeben, sondern ein wichtiges Ziel darin besteht, Zeit für sich und die Familie zu haben.³⁸ Dies steht in enger Verbindung mit dem oben angesprochenen Ziel der persönlichen Zufriedenheit und dürfte bei einigen Unternehmerinnen dazu beitragen, dass Wachstumsperspektiven zwar gesehen, aber nicht wahrgenommen werden:

„Ich versuche aber immer wieder, mir Zeit freizuschaukeln, auch für meine Beziehung, und die Wochenenden sind in der Regel dann auch wirklich Wochenenden. Es passiert vielleicht einmal im Quartal, dass ich am Wochenende noch arbeite, aber sonst mach ich den Computer aus und der bleibt dann auch aus.“³⁹

„Ich habe soviel zu tun, dass ich die Praxis eigentlich vergrößern müsste. Aber das möchte ich nicht, weil ich meine Freiheit in der Arbeit behalten will.“⁴⁰

³⁰ Vgl. Interview 3.

³¹ Vgl. Interview 12.

³² Vgl. Interview 13.

³³ Bspw. Brush (1992), Rosa et al. (1994, 1996), Meyer und Harabi (2000). Ähnliche Ergebnisse auch bei Haber (2008b).

³⁴ Vgl. Interview 8.

³⁵ Vgl. Interview 6.

³⁶ Vgl. Interview 4.

³⁷ Vgl. Interview 13.

³⁸ Ähnliche Ergebnisse siehe Fischer (2007) und Haber (2008b).

³⁹ Vgl. Interview 4.

⁴⁰ Vgl. Interview 9.

„In zehn Jahren möchte ich den Verkauf der Haarkosmetik erweitern auf Österreich und die Schweiz. Meine Frisörgeschäfte sollen zwar weiterlaufen, aber wenn es geht ohne mich. Ich möchte in zehn Jahren nicht mehr selbst hier drin stehen.“⁴¹

[Frage: Wie sehen Sie Ihre Unternehmung in der Zukunft?] „Ich denke mit mehreren Angestellten, Anwälte auch, nicht nur Fachangestellte, die das Sekretariat machen, sondern auch Rechtsanwälte. Hoffentlich nehmen die auch viel Arbeit ab, damit ich weniger arbeiten muss.“⁴²

6.2 Einflüsse auf Gründungswege und Unternehmensentwicklung

In diesem Kapitel werden ausgewählte Einflüsse auf Gründungswege und Unternehmensentwicklung der befragten Unternehmerinnen diskutiert. Dabei konzentrieren wir uns vor allem auf „weiche“ Faktoren wie die kulturelle, familiäre und soziale Einbettung der Unternehmerinnen sowie ihr eigenes Selbstverständnis.

6.2.1 Kulturelle Einbettung

Die Frauen zeigen alle ein recht ein hohes Maß an Integration in die deutsche Kultur und Gesellschaft, wie das nachfolgende Zitat verdeutlicht: „Ich habe mich in die deutsche Kultur integriert, weil ich es so richtig finde. Entweder mag ich das Land, in das ich auswandern will und passe mich an, oder ich lebe nicht hier.“⁴³ Eine andere Unternehmerin drückt dies mit folgenden Worten aus: „Ich lebe in Deutschland.“⁴⁴ Besonders deutlich wird es bei einer Unternehmerin, die bereits in Deutschland geboren wurde: „Ich hab zwar ‚kroatisch‘ in meinem Pass stehen, fühle mich aber als Deutsche. Ich meine, ich bin ja auch hier geboren und aufgewachsen.“⁴⁵

Trotzdem identifizieren sie sich ebenfalls mit ihrem Herkunftsland. So wird die kulturelle Herkunft von etlichen Interviewpartnerinnen als positiver Einfluss auf die eigene Selbständigkeit gesehen. Dies betonen, in Abgrenzung zum vorherrschenden Bild der Frau in Westdeutschland, vor allem die interviewten Türkinnen, Afrikanerinnen und Osteuropäerinnen, wobei sich hier kulturelle Werthaltungen mit familiären Einstellungen zur Arbeitsmarktbeteiligung von Frauen vermischen.⁴⁶

„In der Türkei gilt die Selbständigkeit als normal und erzeugt in der Gesellschaft ein hohes Ansehen. Ich denke ein wesentlicher Faktor für diese Einstellung ist, dass es in der Türkei eine soziale Absicherung wie hier nicht gibt. Es bleibt einem selbst überlassen für sich zu sorgen. Dies motiviert dann dazu, Eigenverantwortung zu übernehmen. Man ist selbst für seinen Lebensstandard und damit die soziale Absicherung verantwortlich. (...) Die Bedeutung des kulturellen Hintergrundes war nicht gering, da wie gesagt, in der Türkei die Selbständigkeit als normal gilt und in der Gesellschaft ein gutes Ansehen hat. So wurde ich von meinem Vater zu Selbständigkeit und Unabhängigkeit was die Sicherung des Lebensunterhalts angeht erzogen.“⁴⁷

„In Polen ist es überwiegend selbstverständlich, dass Frauen berufstätig sind. Reine Hausfrauen sind eher selten anzutreffen. Sowohl meine Mutter, als auch meine ältere Schwester waren berufstätig. Das hat letztlich auch einen gewissen Einfluss auf meine Entwicklung und meinen Wunsch nach einer selbständigen Tätigkeit gehabt.“⁴⁸

„In Kamerun gibt es das nicht, dort geht die Frau genauso arbeiten wie der Mann.“⁴⁹

Während die kulturelle Herkunft noch als wichtiger Einfluss auf die Entscheidung zur Selbständigkeit angesehen wird, ändert sich dies hinsichtlich der Bedeutung kultureller Kompetenzen für die eigene unternehmerische Betätigung. Hier lassen sich hinsichtlich des Umgangs bzw. Einflusses des kulturellen Hintergrunds auf das eigene Unternehmen zwei grundlegende Typen unterscheiden: Unternehmerinnen, die ihre kulturelle

⁴¹ Vgl. Interview 5.

⁴² Vgl. Interview 6.

⁴³ Vgl. Interview 12.

⁴⁴ Vgl. Interview 7.

⁴⁵ Vgl. Interview 13.

⁴⁶ Vgl. auch Fischer (2007).

⁴⁷ Vgl. Interview 10.

⁴⁸ Vgl. Interview 11.

⁴⁹ Vgl. Interview 2.

Herkunft bzw. die damit einhergehenden Kompetenzen gezielt für das Unternehmen einsetzen, und die weit- aus größere Gruppe derjenigen, bei denen kulturelle Kompetenzen und Herkunft – zumindest nach eigener Einschätzung – keine Rolle spielen.

Vordergründig scheint bei keiner der Unternehmerinnen der kulturelle Hintergrund eine entscheidende Rolle für die jetzige Tätigkeit zu spielen. Allerdings benutzen einige ihre Kultur / ihren Hintergrund sehr wohl, um sich im Markt mit ihrem Angebot von der Konkurrenz zu differenzieren, selbst wenn sie dies selbst nicht als wichtigen Faktor wahrnehmen; hier klaffen die Selbsteinschätzung der Unternehmerinnen und die wissenschaftliche Interpretation der Interviewergebnisse deutlich auseinander. Beispielsweise nutzt eine griechische Gründerin ihr Wissen um „echte“ griechische Esskultur, um ein Restaurant zu eröffnen, das sich von üblichen griechischen Gaststätten in Deutschland hinsichtlich der Speisenauswahl und der Raumausstattung abhebt. Eine spanische Gründerin, die im Beratungsbereich aktiv ist, nutzt bewusst ihren – in deutschen Ohren – exotisch klingenden Namen, um stärker in der Erinnerung ihrer Kunden zu bleiben. Die ghanaische Unternehmerin setzt ihre Multilingualität, die sie durch ihren kulturellen und familiären Hintergrund erworben hat, ein, um als Dolmetscherin tätig zu sein: „Das ist mein Joker, ich kann fünf [afrikanische] Dialekte, ich kann mich in Deutsch ausdrücken.“⁵⁰ Damit wird ihr kultureller Hintergrund zum Erfolgsfaktor, da sie etwas – nämlich mehrere Sprachen – beherrscht, was sonst in Deutschland nur wenige können.

Kunden der gleichen Ethnie spielen bei den meisten betrachteten Fällen keine hervorgehobene Rolle. Für die Frauen ist die Herkunft ihrer Kunden unerheblich. Dies stimmt mit Ergebnissen großzahliger Untersuchungen überein, wonach für Migrant*innenunternehmen, im Gegensatz zu angloamerikanischen Märkten, die Kaufkraft der Landsleute in Deutschland nur eher geringe Bedeutung hat.⁵¹ Bei einer der untersuchten Fallstudien ist dies jedoch komplett anders: Diese Gründerin (Rechtsanwältin) sieht in der Konzentration auf türkischstämmige Kundschaft einen Wettbewerbsvorteil und einen Nischenmarkt – türkische Kunden sind also wesentlicher Teil ihres Geschäftskonzepts. Ähnlich agiert eine andere Türkin, die als Logopädin bislang nur deutsche Patienten betreut hat, mittlerweile aber in der Ausweitung ihres Angebots auf Türken einen attraktiven Nischenmarkt sieht. Bei beiden Unternehmerinnen spielt ihre Bilingualität die entscheidende Rolle für dieses Geschäftsmodell. Ihre Fähigkeit, sowohl Deutsch als auch Türkisch zu sprechen und damit einen besseren sprachlichen und kulturellen Zugang zu türkischstämmigen Kunden zu haben, erschließt ihnen dieses Marktpotenzial. Dass es viel eher die wissensintensiven Dienstleistungen sind, bei denen eher eine Konzentration auf Kunden der gleichen Ethnie erfolgt, zeigt sich auch in der Breite der Migrant*innenunternehmen in Deutschland (vgl. auch Kapitel 9.3).⁵²

Keines der untersuchten Unternehmen stellt ausschließlich Mitarbeiter der eigenen Ethnie ein. Eine Unternehmerin betont sogar, dass sie ausdrücklich darauf verzichte: „Ich stelle bewusst gemischte Mitarbeiter aus verschiedenen Nationen ein, damit sich keine Gruppen bilden.“⁵³

6.2.2 Familiäre und soziale Einbettung

In Bezug auf die familiäre und soziale Einbettung verdeutlichen die Interviews die Bandbreite an ideellen, emotionalen und materiellen Unterstützungsleistungen, welche die Frauen im persönlichen Umfeld erhalten können. Sie bestätigen damit ein aus der Forschung zu ethnischen Unternehmern allgemein bekanntes Ergebnis: Hilfe wird vor allem über familiäre und soziale Kontakte abgerufen.⁵⁴ Beispielsweise spielt in nahezu allen Fällen familiäre Einbettung eine wichtige Rolle. Eltern und Geschwister unterstützen die Unternehmensgründung und motivieren die befragten Frauen, ihre Pläne in die Tat umzusetzen.

„Insgesamt haben mich alle Familienmitglieder in meinen Plänen unterstützt und mich somit auch motiviert, diesen Weg zu gehen.“⁵⁵

„Alle haben mich in meinem Vorhaben unterstützt.“⁵⁶

⁵⁰ Vgl. Interview 1.

⁵¹ Vgl. Leicht et al. (2005), S. 10.

⁵² sowie Leicht et al. (2005), S. 11.

⁵³ Vgl. Interview 5.

⁵⁴ Z.B. Aldrich und Waldinger (1990), Flap, Kumcu und Bulder (2000).

⁵⁵ Vgl. Interview 10.

⁵⁶ Vgl. Interview 14.

„Die Familie hat von Anfang an immer ihre Hilfe angeboten und mich motivierend unterstützt. Innerhalb der Familie gab es niemanden, der nicht an mich geglaubt hat.“⁵⁷

„Die Reaktion meiner gesamten Familie war durch und durch positiv. Von meinem Mann sowie von dem Rest meiner Familie habe ich volle Zustimmung und Rückhalt bekommen.“⁵⁸

Nur in zwei Fällen wird eine Unterstützung von Seiten der Familie / des Partners völlig verneint: „Mein Ex-Mann wollte nicht, dass ich mich selbständig mache. Er hat mir nicht vertraut. Deshalb konnte ich mich erst nach der Trennung selbständig machen. Meine Schwiegermutter war auch dagegen. Sie haben mir keine Chance gegeben.“⁵⁹ Hier ist die Unternehmensgründung eng mit der persönlichen Lebensgeschichte verknüpft. Nach Scheidung vom Ehemann bzw. Trennung von der Familie bewältigt sie den Schritt in die Selbständigkeit allein: „Ansonsten habe ich alleine gekämpft.“⁶⁰

Unterstützungsleistungen der Familie erfolgen bei Frauen mit Kindern häufig in Form von Kinderbetreuung (durch Mutter/Schwiegermutter oder Ehepartner). Die Gründerinnen betonen ihre Abhängigkeit von dieser Unterstützungsform. Staatliche Hilfen und Angebote reichen nicht aus, um den Kinderbetreuungsbedarf, den eine Unternehmensgründerin hat, zu decken. Dies ist allerdings kein migrantinnenspezifisches Problem. Hier ist Eigeninitiative und -organisation gefordert, die häufig nur mit Hilfe der eigenen Familie darstellbar ist.

„Ohne die Hilfe der beiden Omas wäre die Selbständigkeit zu diesem Zeitpunkt für mich nicht möglich gewesen, insbesondere da mein Mann ja auch berufstätig ist.“⁶¹

„Man muss schon sagen, dass der Spagat zwischen Familie und Selbständigkeit recht groß ist. Problematisch war vor allem die Kinderbetreuung. (...) Anfangs hat diese Aufgabe meine Mutter übernommen. Später haben wir dann ein Kindermädchen engagiert.“⁶²

Dabei werden durchaus auch traditionelle Familienbilder aufgebrochen, wie dieser Fall einer türkischen Unternehmerin verdeutlicht: „Damit ich mein Vorhaben umsetzen konnte, ist mein Mann zu Hause geblieben und hat auf das Kind aufgepasst. Mein Mann hat mich in jeder Situation unterstützt. (...) Mein Mann hat damals die Mutterrolle übernommen, so konnte ich mich ganz auf mein Unternehmen konzentrieren.“⁶³

Finanzielle Unterstützung wird durch Familie und Freunde ebenfalls erbracht, wobei einige der Frauen betonen, dass sie absichtlich darauf verzichten. Als Grund dafür wird der Wunsch nach Unabhängigkeit genannt. Der gleiche Grund spricht aus ihrer Sicht gegen eine Finanzierung durch Kreditinstitute.

„Ich hatte zwar ein Darlehen von meiner Mama, aber das ist ja keine Bank, es ist deutlich besser als eine Bank.“⁶⁴

„Ich habe genug Ersparnisse gehabt und die Familie hat noch etwas ausgeholfen, daher brauchte ich keine zusätzlichen Hilfen und habe mich auch darum nicht gekümmert bzw. darüber informiert. Ich wollte auch nicht von fremder Hilfe abhängig sein.“⁶⁵

„Ich wollte keine Mittel von der Familie und Bekannten. (...) Ich hätte sicher Informationen kriegen können und auch Fördermittel, aber das wollte ich nicht.“⁶⁶

„Ich habe die Gründung nur mit meinen eigenen Ersparnissen finanzieren können und war so unabhängiger im Vergleich zu anderen Gründern.“⁶⁷

⁵⁷ Vgl. Interview 3.

⁵⁸ Vgl. Interview 10.

⁵⁹ Vgl. Interview 9.

⁶⁰ Vgl. Interview 9.

⁶¹ Vgl. Interview 10.

⁶² Vgl. Interview 11.

⁶³ Vgl. Interview 5.

⁶⁴ Vgl. Interview 4.

⁶⁵ Vgl. Interview 3.

⁶⁶ Vgl. Interview 2.

⁶⁷ Vgl. Interview 14.

„Also solange es geht, werde ich keinen Kredit aufnehmen.“⁶⁸

Meist wird jedoch die ideelle Unterstützung der Familie im Sinne von Motivation und Vertrauen in die Leistungsfähigkeit und die Erfolgswahrscheinlichkeit der Gründung hervorgehoben. „Meine Eltern haben mir auch Ratschläge gegeben, wobei sie aber auch immer wieder auf die Gefahr hingedeutet haben, falls die Gründung scheitern könnte. (...) Es ist sehr wichtig, dass die Familie hinter einem steht und unterstützt. Sollte dies nicht der Fall sein, kann man den Erfolg auch nicht so erreichen. Es ist schön zu wissen, dass die Familie und Freunde an einen glauben und nicht ständig mit negativen Äußerungen auf einen einwirken.“⁶⁹

Bei den Frauen, die in einer Partnerschaft leben, wird durchweg deutlich, wie wichtig die Unterstützung des Ehemanns / Lebenspartners für die Unternehmensgründung, aber auch für die Unternehmensentwicklung ist. Die Äußerungen deuten darauf hin, dass die Frauen in den Beziehungen mit dem Ehemann / Partner gleichberechtigt sind und die Selbständigkeit vom Partner respektiert und sogar gefördert wird. In einigen Fällen hat der Ehemann sozusagen als „Push-Faktor“ agiert und den Schritt in die Selbständigkeit letztendlich ausgelöst.

„Meine Familie hat eigentlich durchweg positiv reagiert. Vor allem mein Ehemann hat mich sehr unterstützt. (...) Ich würde sogar sagen, dass mein Ehemann der entscheidende Faktor bei meinem Schritt in die Selbständigkeit war. Ich persönlich habe am Anfang lange Zeit gezögert und war unsicher. Mein Mann hat mir letztendlich den entscheidenden Schubs gegeben.“⁷⁰

„...von alleine hätte ich es auch gemacht. Aber er [der Ehemann] hat mir diesen Schub gegeben. Diesen Schub in die richtige Richtung, ...“⁷¹

Auch die Bedeutung des Ehepartners als Ratgeber und Unterstützer insb. in organisatorischer und kaufmännischer Hinsicht wird in vielen Fällen betont.

„Bei den formellen Angelegenheiten konnte ich auf die Erfahrungen meines Mannes zurückgreifen.“⁷²

„Mein Mann hat mich sehr im Gründungsprozess bei den verschiedenen organisatorischen Tätigkeiten unterstützt. (...) Mit der Unterstützung meines Mannes habe ich dann einen Businessplan erstellt.“⁷³

„Aber ich war froh, dass mein Mann mich vor allem im kaufmännischen Bereich unterstützt.“⁷⁴

Familiäre Unterstützung macht sich auch durch die Mitarbeit der Familienmitglieder im Unternehmen bemerkbar. Unbezahlte (aber auch bezahlte) Mitarbeit von Eltern, Geschwistern und Ehepartnern erleichtert den Frauen den Start in die Selbständigkeit. Konkret können sechs der untersuchten Fälle im weitesten Sinne als Familienunternehmen verstanden werden. So arbeiten in einem Friseurladen der Ehemann und in dem von einer Deutschrussin geführten Nagelstudio die Schwester der Unternehmerin als Angestellte. Das griechische Restaurant ist als „Komplett-Familienbetrieb“ zu verstehen, in dem neben der Unternehmerin auch ihr Mann und ihre Eltern arbeiten. Die einzige Übernahme unter den Fallstudien stellt eine klassische Übergabe des Unternehmens innerhalb der Familie dar. Hier hat die Tochter bereits seit der Gründung als Angestellte mitgearbeitet. Zwei weitere Unternehmen zeichnen sich dadurch aus, dass in absehbarer Zukunft angedacht ist, das Unternehmen zu erweitern, indem der Ehemann, der über eine ähnlich gelagerte Ausbildung verfügt, einsteigt (Erweiterung einer logopädischen Praxis; Gründung einer Rechtsanwaltssozietät).

Neben der Familie spielen bei vielen Frauen auch darüber hinaus gehende persönliche Netzwerke eine wichtige Rolle. Die Unternehmerinnen betonen einheitlich die Wichtigkeit dieser Netzwerke für den Erfolg des Unternehmens. Familie, Freunde und Bekannte unterstützen einerseits „mental“ und geben andererseits sehr konkrete Hilfestellung, indem sie z.B. als Multiplikatoren zur Kundengewinnung wirken. Zusätzlich klingt zwischen den Zeilen der Aspekt des „sich Wohlfühlens“ innerhalb des persönlichen Netzwerks an. Für die Frauen bedeutet der Zusammenhalt innerhalb und die Unterstützung des Netzwerks Sicherheit und Verlässlichkeit

⁶⁸ Vgl. Interview 2.

⁶⁹ Vgl. Interview 14.

⁷⁰ Vgl. Interview 11.

⁷¹ Vgl. Interview 1.

⁷² Vgl. Interview 11.

⁷³ Vgl. Interview 10.

⁷⁴ Vgl. Interview 14.

und dies hilft dabei, das Unternehmen bekannt zu machen.⁷⁵

„Meine Schwester ist eine Angestellte und mein Freundeskreis ist auch mit im Unternehmen einbezogen. Wir sind zusammen eine ‚gute Clique‘.“⁷⁶

„Es haben viele Freunde der Familie bei der Planung und der Renovierung geholfen. Einige Freunde sind noch aus meiner Schulzeit.“⁷⁷

„Ich habe mir bei Freunden, aber auch bei meiner Familie immer eine zweite Meinung bei Entscheidungen eingeholt. Auch durch Mundpropaganda erhalte ich Unterstützung. Meine Verwandten und Bekannten empfehlen mich potentiellen Kunden und machen durch Flyerverteilung kostenlose Werbung.“⁷⁸

„Also arbeitete ich mit vielen Bekannten zusammen. Ich hatte seit ich in Deutschland war viele Bekannte kennen gelernt und so ein ausgeprägtes Netzwerk. (...) Ohne die Hilfe der anderen wäre es nicht möglich.“⁷⁹

„Hier haben wir auch einen ganz großen Bekanntenkreis. Das war für das Unternehmensgründung auch sehr wichtig, weil ich denke, dass wenn man als Anwalt ein Unternehmen gründet, sollte man zunächst dort gründen, wo man viele Bekannte hat. Die machen wirklich die größte Werbung.“⁸⁰

„Ich hatte also niemanden in meiner Nähe, den ich nach seinen Erfahrungen fragen konnte, also habe ich mich in Netzwerken danach erkundigt, aber es ist trotzdem etwas ganz anderes, wenn du jemanden von zu Hause danach fragen kannst.“⁸¹

Hinsichtlich sonstiger ethnischer Netzwerke – neben Familie und Freunden – kann aus den Fallstudien kein einheitliches Bild abgeleitet werden. Während sie bei einigen Frauen eine Rolle spielen, messen ihnen andere keine besondere Bedeutung zu.

„Und da die türkische Gesellschaft nicht so individuell wie die deutsche Gesellschaft ist, ist es bei uns so, dass das gesellschaftliche Umfeld viel dazu beiträgt am Anfang Geld zu verdienen.“⁸²

„Das war schon wichtig. Vor der Gründung sind ich und mein Mann in anderen griechischen Restaurants gewesen und haben dort auch die Inhaber nach ihren Erfahrungen offen gefragt. Viele haben uns da gute Ratschläge und Tipps gegeben.“⁸³

„Innerethische Kooperationen spielen für mich eher eine unwichtige Rolle, da ich meine Praxis nicht auf türkische Patienten ausgerichtet habe und der Kundenkreis in diesem Sinne auch nicht eingeschränkt wird.“⁸⁴

„Ich war immer auf mich allein gestellt, ich hatte keine Kontakte.“⁸⁵

Institutionalisierte ethnische Netzwerke werden nur von wenigen Frauen in Anspruch genommen. Die Gründe liegen nach Meinung von Experten darin, dass zum einen nur wenige unternehmerinnenspezifische Netzwerke existieren (wie z.B. „PETEK“) und in der Gründungsphase eher gründungsspezifische und weniger auf die eigene Herkunft bezogene Schwierigkeiten zu bewältigen sind, wofür sich allgemeine Gründungsnetzwerke besser eignen. Zum anderen spielt eine Rolle, dass Unternehmerinnen mit Migrationshintergrund generell eine Ansprache bevorzugen, die sich vor allem an „die Unternehmerin“ und nicht (nur) an „die ausländische Gründerin“ richtet. Ihr Selbstbild orientiert sich, wie nächstes Kapitel zeigt, eher an ihrer Identität als Unternehmerin und weniger an der eigenen ausländischen Herkunft.

⁷⁵ Vgl. dazu auch Welter, Ammon und Trettin (2004).

⁷⁶ Vgl. Interview 14.

⁷⁷ Vgl. Interview 3.

⁷⁸ Vgl. Interview 13.

⁷⁹ Vgl. Interview 2.

⁸⁰ Vgl. Interview 6.

⁸¹ Vgl. Interview 4.

⁸² Vgl. Interview 6.

⁸³ Vgl. Interview 3.

⁸⁴ Vgl. Interview 10.

⁸⁵ Vgl. Interview 5.

6.2.3 Selbstbild als Unternehmerin / ausländische Unternehmerin

Auffällig ist, dass sich die befragten Unternehmerinnen nicht als Ausländerin sehen (möchten) und Beeinträchtigungen aufgrund ihrer Herkunft und oder ihres Geschlechts nicht erfahren haben bzw. nicht wahrnehmen (wollen).⁸⁶ Zum Teil distanzieren sie sich auch sehr deutlich von der klischeehaften Rolle der Migrantin, noch weniger möchten sie sich als „Ausländerin“ verstanden wissen, da dies für sie ein in Deutschland negativ besetzter Begriff ist. Bei einigen wird aber auch deutlich, dass sie in dieser Hinsicht einen Lernprozess durchlaufen haben und aufgrund positiver Erfahrungen mittlerweile diese Einstellung haben.

„Ich bezeichne mich nicht gern als Ausländerin. Das Wort hat hier einen sehr negativen Klang. (...) Mir wurden auch nie Vorurteile entgegengebracht, weder in Bezug darauf, dass ich eine Frau bin und selbständig, noch in Bezug auf meine Hautfarbe oder Herkunft. (...) Ich habe Frausein nie als Hindernis oder Besonderheit gesehen.“⁸⁷

„Ich habe mich nie als Ausländerin betrachtet.“⁸⁸

„Ja, ich fühle mich voll akzeptiert. Zu Beginn hatte ich etwas Angst, die Leute könnten mich vielleicht aufgrund meines Migrationshintergrunds nicht richtig akzeptieren oder gar meiden, da ich im sprachlichen Bereich tätig bin und einen ausländischen Namen habe. Dies hat sich aber in keinster Weise bestätigt.“⁸⁹

„Ja, mittlerweile fühle ich mich voll akzeptiert. Anfangs hatte ich immer das Gefühl, dass die Menschen, wenn sie durch meinen Akzent merken, dass ich aus dem Ausland komme, erst einmal versuchen kritisch zu prüfen, ob ich überhaupt ausreichend qualifiziert bin oder im Rahmen meiner Tätigkeit die erwarteten Leistungen erbringen kann. Mittlerweile habe ich aber gelernt damit umzugehen und ich sehe Deutschland eigentlich auch als meine neue Heimat an.“⁹⁰

„Es ist in Ordnung so wie es ist. Ich habe keine negativen Erfahrungen gemacht. Ich habe keine Steine in den Weg gelegt bekommen. Vielleicht habe ich es auch einfach nur ignoriert.“⁹¹

Gleichwohl geben zwei Unternehmerinnen Beispiele dafür, dass ihnen Diskriminierung oder zumindest Vorurteile aufgrund ihres Migrationshintergrundes durchaus widerfahren sind.

„Ich würde lügen, wenn ich sagen würde, ich bin genau so gestellt wie meine deutschen Kolleginnen. Man versucht oft so zu denken und sich manchmal so einzubilden, weil man sich sonst einfach schlecht fühlt. Aber es ist tatsächlich so, dass manchmal vor Gericht man spürt oder merkt oder mit Bemerkungen man konfrontiert wird, weil man keine deutsche Anwältin ist. Es kommen manchmal Bemerkungen, wo man sich sagt, es kann noch nicht wahr sein – hier geboren, hier aufgewachsen, die gleiche Ausbildung genossen und trotzdem kann es vorkommen, das man nicht mit den gleichen Augen betrachtet wird, wie eben die deutschen Kollegen. Das ist leider immer noch so. Ich möchte also nicht unterstellen, dass es einen fremdenfeindlichen Gedankenkult vor Gericht gibt, aber es wirkt wirklich manchmal so.“⁹²

„Ich war mit einer Freundin in einem klassischen Konzert in Düsseldorf. In der Pause haben wir uns auf Türkisch unterhalten. Es hat uns eine Dame angesprochen und gefragt, welche Sprache wir sprechen. Wir haben sie aufgefordert zu raten. Sie tippte auf Brasilianisch, Spanisch etc. Auf Türkisch ist sie vor dem Hintergrund des klassischen Konzertes nicht gekommen.“⁹³

Wo Vorurteile angesprochen werden, beziehen sich diese oftmals auf das „Frausein“ und weniger auf den Status als Ausländerin, wie eine Unternehmerin aus Ghana erläutert: „Als Frau [zu] gründen, muss man sich schon bemühen. Es ist nicht einfach, aber da muss man sich durchsetzen und sagen: „Das möchte ich machen, unterstützt du mich? Und dann läuft das auch.“⁹⁴ Andererseits betonen gerade die beiden afrikanischen

⁸⁶ So auch Fischer (2007) für türkische und polnische Gründerinnen.

⁸⁷ Vgl. Interview 2.

⁸⁸ Vgl. Interview 4.

⁸⁹ Vgl. Interview 10.

⁹⁰ Vgl. Interview 11.

⁹¹ Vgl. Interview 5.

⁹² Vgl. Interview 6.

⁹³ Vgl. Interview 8.

⁹⁴ Vgl. Interview 1.

Interviewpartnerinnen, dass sie mit dem hiesigen Frauenbild ihre Probleme hatten, da in Westafrika Frauen eine völlig andere Stellung zugestanden wird und diese selbstverständlich in den Arbeitsmarkt integriert sind.⁹⁵

Insgesamt wird bei den Interviews deutlich, dass Themen wie Integration und Vorurteile für die Frauen persönlich keine besondere Rolle spielen. Ihr Selbstbild ist auffallend positiv und rekrutiert sich vorwiegend aus der Betätigung als Unternehmerin. Das könnte einmal mit der weitgehend erfolgreichen Unternehmensentwicklung zusammenhängen, obschon die Richtung des Zusammenhangs, der möglicherweise zwischen positivem Selbstbild und erfolgreicher Unternehmensentwicklung besteht, aufgrund der qualitativen Herangehensweise offen bleiben muss. Zudem kommen viele Interviewpartnerinnen aus einem familiären Umfeld, in dem bereits andere Familienmitglieder oder der Partner selbständig sind, und aus einer Kultur, in der berufliche Selbständigkeit eine „Selbstverständlichkeit“ ist – kulturelle und familiäre Einflüsse haben demnach einen zusätzlichen, positiven Einfluss auf das eigene Selbstverständnis. „Das liegt irgendwie in der Familie.“⁹⁶

Ein weiterer Einfluss auf das erkennbare Selbstbild als – in erster Linie – „Unternehmerin“, aber weniger als „Ausländerin“ und „Frau“, dürfte auch die Tatsache ausüben, dass viele der interviewten Frauen im Verlauf ihrer beruflichen und persönlichen Entwicklung aus familiären bzw. kulturellen Normen „ausgebrochen“ sind,⁹⁷ wie beispielsweise die junge Türkin, deren – ebenfalls türkischer – Ehemann den Haushalt macht und die Kinder erzieht, oder Unternehmerinnen, die sich in eher untypischen Feldern selbständig gemacht haben, darunter die Kroatin mit einem Computerreparaturservice, oder die Türkin, die als Strafverteidigerin selbständig ist.

„Als ich den Friseurberuf aufgeben und eine andere Laufbahn einschlagen wollte, musste ich mir viel bei meinen Eltern erkämpfen, weil ich für eine junge türkische Frau recht ungewöhnliche Zukunftspläne hatte.“⁹⁸

„Als Mann hätte ich vielleicht den nötigen Rückhalt von Anfang an erhalten.“⁹⁹

„Ich passe nicht ins Klischeebild“¹⁰⁰ ist eine typische Äußerung in dieser Hinsicht, die verdeutlicht, wie die Frauen mit dem von außen an sie herangetragenen Fremdbild der „ausländischen Unternehmerin“ umgehen. Sie spielen damit und benutzen in dieser Hinsicht vorherrschende Stereotype, um sich von der Umwelt hervorzuheben. Damit verdeutlichen sie gleichzeitig aber auch der Gesellschaft, die ihnen ja das Klischee zuweist, dass sie nicht anders sind, sondern im Gegenteil dazugehören und relativieren darüber das selektive Migrantinnenbild der deutschen Öffentlichkeit.¹⁰¹ Vermutlich spielt hier der durchweg hohe Bildungsgrad der interviewten Frauen eine nicht unerhebliche Rolle dabei, Vorurteile zu hinterfragen bzw. als nicht relevant für sich selbst einzustufen. Das bestätigt eine unserer Interviewpartnerinnen, die darauf verweist, dass die türkische Gesellschaft eher männerorientiert ist: „(..) aber man muss gleichzeitig sagen, dass wenn man gebildet ist und einen bestimmten akademischen Abschluss hat, dann ist das Frausein kein Hindernis. Es ist egal. Dann hat man einen bestimmten Platz in der Gesellschaft auf jeden Fall erreicht und vor allem wenn man einen Beruf hat, der gesellschaftlich anerkannt ist.“¹⁰² Nowicka verweist in diesem Zusammenhang sogar darauf, dass Migrantinnenunternehmer in beiden Ländern (in ihrem Herkunftsland und dem jetzigen Aufenthaltsort) mit der beruflichen Selbständigkeit um Prestige und Anerkennung kämpfen, mithin Ausprägungen und Entwicklungspfade unternehmerischer Tätigkeiten nur aus transnationaler Perspektive verstanden werden können.¹⁰³

Gleichwohl sind die Themen „Ausländerin“ und „soziale Benachteiligung“ auf gesellschaftspolitischer Ebene für die Frauen sehr wohl interessant: hier wird die eigene unternehmerische Tätigkeit als Mittel gesehen, gesellschaftliche Veränderungen zu erreichen. Dementsprechend engagieren sich einige auch in dieser Hinsicht, um Verbesserungen zu erreichen. So ist eine der Unternehmerinnen im Netzwerk „PETEK“ aktiv, das sich als Kontaktforum für Unternehmerinnen und Führungsfrauen mit Migrationshintergrund versteht und die Förderung selbständiger Migrantinnen zum Ziel hat.¹⁰⁴ Eine andere Unternehmerin hat eine Zeitschrift gegrün-

⁹⁵ Vgl. dazu Rocksloh-Papendick (1988).

⁹⁶ Vgl. Interview 13.

⁹⁷ Berg (1997) beschreibt eine ähnliche Strategie von Unternehmerinnen in ländlichen Gebieten, die sich oftmals nur erfolgreich behaupten können, wenn sie ländliche Traditionen überwinden.

⁹⁸ Vgl. Interview 10.

⁹⁹ Vgl. Interview 5.

¹⁰⁰ Vgl. Interview 7.

¹⁰¹ Siehe dazu auch Nowicka (2008).

¹⁰² Vgl. Interview 6.

¹⁰³ Vgl. Nowicka (2008), S. 5.

¹⁰⁴ Vgl. www.petekweb.de

det, in der sie Artikel über ihre Heimat veröffentlicht, um das in der deutschen Gesellschaft vorherrschende Bild ihres Landes zu relativieren. Eine weitere Unternehmerin zeigt soziale Verantwortung im eigenen Unternehmen und stellt gezielt sozial benachteiligte Auszubildende verschiedener Nationalitäten ein: „Mein Engagement hat nichts mit meinem Migrationshintergrund zu tun. Die Auszubildenden haben einfach nur zu viele Schwierigkeiten heute. Sie sind froh über jeden Ausbildungsplatz. Bei den ganzen Problemen auf dem Arbeitsmarkt fehlt es den Jugendlichen an Selbstbewusstsein. Es wird ihnen genommen.“¹⁰⁵

Im Zusammenhang mit ihrer wahrgenommenen Vorbildfunktion nach außen hin betonen die Frauen dann auch wieder ihr „Ausländerin“-Dasein: hier können sie zeigen, was sie erreicht haben und damit gängige Stereotype hinterfragen. Das Unternehmerinnendasein ist für sie dann ein Instrument, das vorherrschende Fremdbild von „ausländischen Unternehmerinnen“ aufzubrechen und aktiv zu gestalten:

„Wir wollen in der Öffentlichkeit zeigen, dass wir selbständige, starke Frauen sind. Wir wollen damit auch andere ausländische Frauen erreichen.“¹⁰⁶

„Und sogar die, die ich kenne, die Ausländer sind oder Afrikaner- Afrikanerinnen, die sich selbständig gemacht haben, denen gebe ich auch weiter, was ich gelernt habe.“¹⁰⁷

¹⁰⁵ Vgl. Interview 5.

¹⁰⁶ Vgl. Interview 8.

¹⁰⁷ Vgl. Interview 1.

IV. Quantitative Befunde Ergebnisse der Befragung selbständiger Migrantinnen in Nordrhein-Westfalen

ifm Universität Mannheim

In Ergänzung zu unseren Analysen mit amtlichen Daten (Mikrozensus und Gewerbemeldedaten) sowie zu den Expertinnen-Interviews wurde für diese Untersuchung vor allem eine eigene Befragung von 1.118 Gründer/innen und Unternehmer/innen (Frauen und Männer) durchgeführt, um zusätzliche Indikatoren zu gewinnen (vgl. Kapitel 3.3). Die Befunde werden in den nachfolgenden Kapiteln vorgestellt.

Anmerkung zu Vergleichen mit der amtlichen Statistik: Die Analysen beziehen sich (zwar überwiegend aber) nicht ausschließlich auf die eigene Stichprobe. Wir ziehen – je nach Bedarf – auch weiterhin Mikrozensusdaten hinzu, um die Befunde durch eine möglichst breite und valide Datenbasis abzusichern. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass die teilweise auf die Ebene von selbständigen Frauen und zudem noch auf Herkunftsgruppen heruntergebrochenen Mikrozensuszahlen in Nordrhein-Westfalen nur noch kleine Fallzahlen bieten, weshalb ein Vergleich mit der eigenen Erhebung teils kaum noch möglich ist. Aus diesem Grund haben wir an einigen Stellen Mikrozensusdaten für Westdeutschland hinzugezogen; zumindest dort, wo davon auszugehen ist, dass sich die Strukturen in Nordrhein-Westfalen und in Westdeutschland nicht wesentlich unterscheiden.

7. Kurzprofil selbständiger Migrantinnen in Nordrhein-Westfalen Ausgewählte Charakteristika der Gründerinnen-Stichprobe

Welche Merkmale weisen die befragten Gründer/innen und Unternehmerinnen auf? Und wie harmonisieren die Befunde mit den aus anderen Stichproben (z.B. Mikrozensus) ableitbaren Strukturmerkmalen? Ein Vergleich der Ergebnisse bietet gleichzeitig einen Überblick über die wichtigsten Charakteristika selbständiger Migrantinnen und Migranten in Nordrhein-Westfalen.

7.1 Migrationsstatus der Gründerinnen und Unternehmerinnen

Die für die Untersuchung sehr bewusst getroffene Auswahl an Zielgruppen, d.h., der Fokus auf Selbständige italienischer, türkischer, polnischer oder russischer Herkunft, hat zur Folge, dass das sample auch gruppenbezogen sehr heterogene Migrationsmerkmale aufweist:

Eingebürgerte und Aussiedler

Wie in der amtlichen Statistik ist auch in unserer Untersuchung ein relativ hoher Anteil der Selbständigen entweder eingebürgert oder hat durch den Status als (Spät-)Aussiedler die deutsche Staatsbürgerschaft erhalten (im Folgenden zusammenführend teils auch „Eingebürgerte“ genannt).¹ Aussiedler finden sich natürlich ausschließlich unter den osteuropäischen Herkunftsgruppen, wobei nicht übersehen werden darf, dass nicht wenige Migrant(inn)en aus dem Osten, insbesondere aus Polen, die deutsche Staatsbürgerschaft auch über ein „normales“ Einbürgerungsverfahren erlangen. Zwar stammt die größte Gruppe an Eingebürgerten in Nordrhein-Westfalen aus der Türkei, aber im Jahr 2007 folgten bereits an vierter Stelle diejenigen aus Polen (bei einer insgesamt eher rückläufigen Entwicklung der Einbürgerungszahlen).²

Bereits in Kapitel 5.3 wurde zwischen selbständigen Ausländer/innen und Deutschen mit Migrationshintergrund unterschieden, wobei die dort verwendeten Daten des Mikrozensus (aufgrund der geringen Fallzahlen und des Stichprobenfehlers) zwar noch eine Differenzierung nach Geschlecht und nach nationalen Herkunftsgruppen, allerdings nicht mehr nach Eingebürgerten und Ausländer/innen zugelassen haben. Allein schon die Zensusdaten für die aus der Türkei und Polen stammenden Frauen in Nordrhein-Westfalen bewegen sich an der Grenze zum Repräsentativitätsanspruch. Die Fallzahlen der anderen Herkunftsgruppen fallen noch schmalere aus.

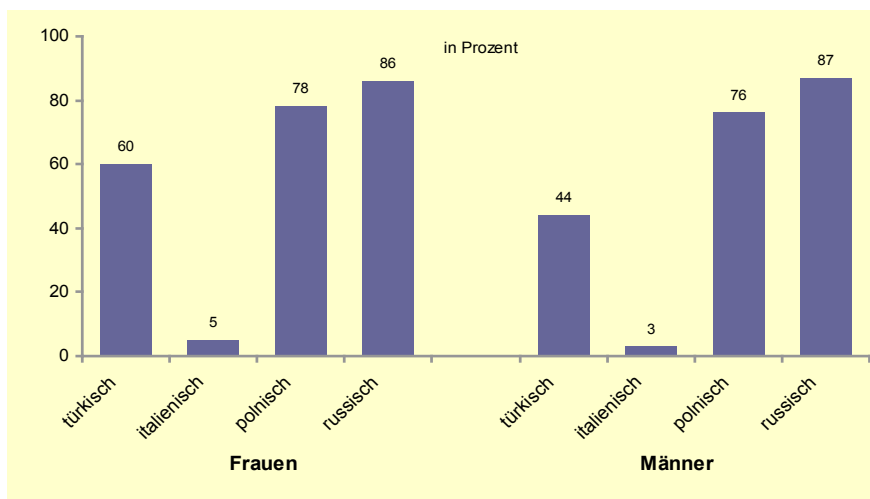
¹ Das Wort „Eingebürgerte“ wird hier teilweise der Einfachheit halber zusammenfassend für diejenigen verwendet, die durch einen Einbürgerungsprozess oder auch als Aussiedler die deutsche Staatsangehörigkeit erlangt haben. Die Daten lassen es nicht zu, zwischen beiden Verfahren gezielt zu unterscheiden.

² Vgl. auch Integrationsbericht NRW 2008.

Hier kann daher unsere eigene Befragung zusätzliche Informationen bieten:³ Unserem sample zufolge sind unter den türkischstämmigen selbständigen Frauen in Nordrhein-Westfalen 60% eingebürgert (Abb. 7.1.1), was im Übrigen ziemlich exakt den (allerdings unsicheren) Mikrozensusergebnissen entspricht.⁴ Italienische Frauen lassen sich hingegen sehr selten einbürgern. Ferner haben rund vier Fünftel der selbständigen Frauen aus Polen und aus den Ländern der russischen Föderation einen deutschen Pass. Dies ist ein Verhältnis, welches sich auch bei den Männern aus diesen Herkunftsländern zeigt.

Einen ersten Anhaltspunkt dafür, welche Bedeutung die deutsche Staatsbürgerschaft für die Ausübung einer selbständigen Erwerbsarbeit hat, gewinnt man aus einem Vergleich mit den Statusmerkmalen der Erwerbspersonen insgesamt (Mikrozensus):⁵ Hier ist ein durchaus ähnliches Muster festzustellen (Abb. 7.1.2). D.h., wiederum ein sehr hoher Anteil der beiden osteuropäischen Erwerbsgruppen besitzt einen deutschen Pass, während der Anteil an Eingebürgerten unter den türkischstämmigen Personen zwar hoch ist, aber ein gutes Stück unter den Osteuropäerinnen liegt. In der Tendenz lässt sich jedoch feststellen, dass insbesondere die weiblichen Erwerbspersonen aus der Türkei zu einem etwas geringeren Anteil als die Selbständigen ihrer Gruppe die deutsche Staatsbürgerschaft besitzen.⁶ Bei den Russinnen und Polinnen sind die Unterschiede in der „Eingebürgertenquote“ von Selbständigen und Erwerbspersonen hingegen eher gering.⁷

Abb. 7.1.1: Anteil der Migranten mit deutscher Staatsangehörigkeit unter den Selbständigen (ifm-Befragung Nordrhein-Westfalen)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

³ In unserer NRW-Stichprobe sind einerseits mehr befragte Selbständige aus den anvisierten Herkunftsgruppen (Fallzahlen) enthalten als in der Mikrozensus-erhebung. Andererseits überzeugt letztere durch ein gutes Stichprobenkonzept. Insofern ist – wie auch bei einigen anderen Ergebnissen – kaum zu entscheiden, welche Werte der Wirklichkeit näher kommen. Allerdings zeigen sich – wie im Folgenden ersichtlich – dort, wo überhaupt ein Abgleich möglich ist, überraschend ähnliche Ergebnisse.

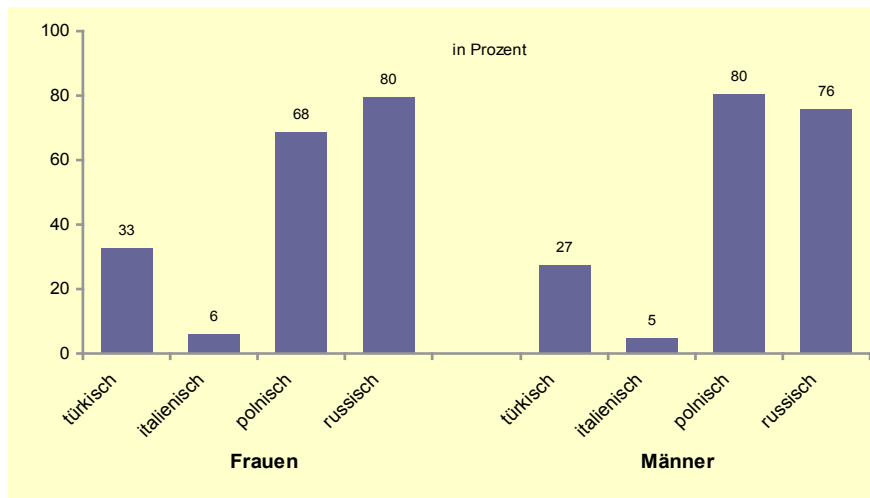
⁴ Setzt man sich über das Problem der geringen Fallzahlen im Mikrozensus und der folglich schwachen Aussagekraft hinweg, so sind auch dort genau 60% der türkischstämmigen selbständigen Frauen eingebürgert und bei den Männern 40% (vgl. Tabelle 5.3.2 in Kapitel 5.3). D.h., unsere Stichprobe stimmt hier sehr gut mit dem Mikrozensus überein.

⁵ Hier wurde wegen der höheren Fallzahlen auf die Anteile unter den Erwerbspersonen zurückgegriffen, wobei hier nur Daten für 2005 zur Verfügung standen (Scientific Use File, Statistisches Bundesamt). Aber ohnehin erschließt sich das Potenzial für Selbständigkeit nicht nur aus der Zahl der tatsächlich Erwerbstätigen, sondern auch der Erwerbslosen.

⁶ Ähnlich auch Sauer (ZfT) 2004.

⁷ Bei den Pol(inn)en weist der Mikrozensus geringere Anteile an Deutschen unter den Selbständigen aus. Bei den Russ(inn)en bewegt sich der Anteil an Eingebürgerten sowohl bei den Selbständigen als auch bei den Erwerbspersonen insgesamt ohnehin auf hohem Niveau, nicht zuletzt, weil hierunter auch viele Aussiedler fallen.

Abb. 7.1.2: Anteil der Migranten mit deutscher Staatsangehörigkeit unter den Erwerbspersonen (Mikrozensus Nordrhein-Westfalen)



Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2005 (SUF); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

Wie sind diese Beobachtungen zu werten?

Während bei den „osteuropäischen“ Frauen (und Männern) die berufliche Stellung als Selbständige offenbar weniger stark in einem Zusammenhang mit dem Besitz der deutschen Staatsbürgerschaft steht, sind die türkischstämmigen Selbständigen häufiger eingebürgert als die Gruppe der türkischen Migranten insgesamt. Bei denjenigen aus Italien ist die Einbürgerung in beiden Erwerbsgruppen vollkommen ohne Belang.

Diese Wertung wird durch die gruppenspezifischen Selbständigenquoten gestützt (siehe Kapitel 5.3; Tabelle 5.3.2), nach welcher sich Ausländer insgesamt (!) betrachtet – entgegen der landläufigen Meinung – nicht etwa weniger sondern häufiger selbständig machen als die Migranten mit deutschem Pass. Diejenigen türkischer Herkunft bilden diesbezüglich wohl (neben wenigen anderen) eher die Ausnahme.

Bringt ein deutscher Pass Vorteile bei der Gründung?

Hier stellt sich natürlich die Frage, ob ein deutscher Pass Vorteile bei der Gründung oder Führung eines Unternehmens bringt, denn schließlich verfügen Türken als Drittstaatsangehörige nicht über die gleiche Niederlassungsfreiheit wie die EU-Bürger/innen (vgl. Kapitel 5.4). Vor dem Hintergrund der relativ niedrigen Selbständigenquote unter der türkischstämmigen Bevölkerung liegt ein aus der Staatsangehörigkeit resultierendes Hemmnis nahe. Ein krasses Beispiel für die „andere Seite“ bilden die Italiener, für die es als EU-Bürger, wie auch für die Polen, im Gründungsprozess relativ unerheblich ist, ob sie einen deutschen Pass besitzen oder nicht. Da sich unter den aus der russischen Förderatation stammenden Migrantinnen und Migranten relativ viele Aussiedler/innen befinden, ist dort natürlich nur eine kleine Minderheit mit der Frage konfrontiert, ob sie die deutsche Staatsbürgerschaft annehmen, um hierüber die rechtlichen Voraussetzungen zur Gewerbeausübung besser erfüllen zu können.

Die Tatsache, dass Selbständige türkischer Herkunft häufiger eingebürgert sind als die übrigen türkischstämmigen Erwerbstätigen lässt zunächst offen, in welchem Umfang sich die Türcinnen und Türken vor oder nach der Gründung ihres Unternehmens für eine Einbürgerung entscheiden. Aus einer Gegenüberstellung von Einbürgerungs- und Gründungszeitpunkt (Mikrozensusdaten) ist zu erkennen, dass sich drei Viertel aller türkischstämmigen Deutschen in Nordrhein-Westfalen bereits vor dem Beginn ihrer selbständigen Erwerbstätigkeit haben einbürgern lassen (Tabelle 7.1.3; Anhang). Unter den Frauen sind dies zwei Drittel. Dieses Ergebnis ist aber dennoch nur sehr bedingt als Hinweis dafür zu werten, dass die Einbürgerungsentscheidung im Zusammenhang mit einer geplanten Gründung steht. Denn erstens haben sich auch fast alle anderen Herkunftsgruppen vor dem Schritt in die Selbständigkeit einbürgern lassen, und darunter v.a. die (wenn auch wenigen) EU-Bürger/innen, denen ein deutscher Pass kaum Vorteile im Gründungsprozess verschafft. Zweitens liegt bei der großen Mehrzahl der Türkischstämmigen der Einbürgerungs- und Gründungszeitpunkt so weit auseinander, dass eine gründungsbezogene Entscheidung wenig plausibel erscheint. Da es vorwiegend die Jüngeren sind, die den

deutschen Pass „erwerben“ oder aber der Einbürgerung zumindest positiv gegenüberstehen,⁸ spricht einiges dafür, dass die o.g. Beobachtung u.a. auch auf einen Alterseffekt zurückzuführen ist.

Zusammenfassend: Die Mehrheit der Türkischstämmigen lässt sich einige Zeit vor dem Schritt in die Selbständigkeit einbürgern, was zunächst die Vermutung nährt, dies geschehe zur Umgehung administrativer Hürden. Da sich jedoch auch die EU-Bürger/innen mit freiem Niederlassungsrecht (wenn überhaupt) eher vor der Gründung einbürgern lassen und dies, wie bei anderen Gruppen, meist im jüngeren Alter geschieht, dürfte die Entscheidung, die deutsche Staatsbürgerschaft anzunehmen, wohl weniger als gedacht auf einem formalen Kalkül zur Gründungserleichterung beruhen. Es ist davon auszugehen, dass der Einbürgerungswunsch tendenziell bei solchen Migranten entwickelt wird, die sich generell um eine rechtliche und politische Gleichstellung bemühen, weil sie besser integriert und ausgebildet sind. Ein deutscher Pass ist daher eine „Ausrüstung“, die eine unternehmerische Karriere im Gepäck mit anderen sozialen Eigenschaften begleitet und begünstigt. Insofern ist die deutsche Staatsbürgerschaft wohl der Unternehmensgründung förderlich, aber es kommt ihr nicht die zentrale Funktion zu, wie teils erwartet. (Vgl. auch Kapitel 15.)

Bedeutung von Zuwanderung und Generationszugehörigkeit

Der Weg in die berufliche Selbständigkeit erfordert in der Regel Erfahrung und daher ein gewisses Mindestalter, weshalb einerseits davon auszugehen ist, dass die Jüngeren und damit auch die Zweite Generation der Migrantinnen derzeit noch in geringerem Maße ein Unternehmen gründen. Andererseits wurde im Zusammenhang mit der Debatte um die Ursachen zunehmender Migrantenselbständigkeit in der Öffentlichkeit nicht selten der Eindruck erweckt, das Phänomen ginge mit einer vermehrten Gründungsneigung von Menschen der zweiten Generation einher. Vor dem Hintergrund der widersprüchlichen und teils doch optimistischen Einschätzungen dürfte also interessieren, wie präsent die hier in Deutschland sozialisierten Migrantinnen und Migranten in der beruflichen Selbständigkeit sind. Als „Zweite Generation“ werden hier, teils abweichend von einigen anderen Definitionen,⁹ diejenigen Migrantinnen und Migranten bezeichnet, die in Deutschland geboren und aufgewachsen sind.

21% der befragten selbständigen Frauen türkischer Herkunft und 15% der Italienerinnen sind in Deutschland geboren.¹⁰ Unter den männlichen Befragten trifft dies in unserem sample nur auf 7% bzw. auf 15% zu¹¹ (Abb. 7.1.4). Unter den Befragten polnischer und russischer Herkunft befinden sich dagegen kaum Angehörige der zweiten Generation, was leicht nachvollziehbar ist, bedenkt man, dass das Gros der Zuwanderer/innen aus Polen und Russland erst in den neunziger Jahren nach Deutschland kam.

Natürlich macht sich hier nicht nur die Zuwanderungsstruktur sondern auch das Lebensalter bemerkbar, da Selbständige durchschnittlich älter als die abhängig Beschäftigten sind. Dies schlägt sich beim Vergleich mit den in Deutschland geborenen Erwerbspersonen insgesamt nieder. Dennoch fällt auch dort der Anteil der zweiten Generation unter den „Osteuropäern“ sehr gering aus (Abb. 7.1.5). Vergleicht man die türkisch- und italienischstämmigen Selbständigen mit ihren Pendanten unter den Erwerbspersonen zeigt sich, dass die Zweite Generation in beiden Gruppen „unternehmerisch“ unterrepräsentiert ist. Eine besonders hohe Diskrepanz besteht bei den Italienerinnen. Dagegen klaffen im Vergleich von türkischstämmigen Selbständigen und Erwerbspersonen insgesamt die jeweiligen Anteile der zweiten Generation nicht ganz so weit auseinander. Diese herkunftsspezifisch unterschiedliche Verteilung von Selbständigen auf die erste und zweite Generation entspricht auch der bundesweiten ifm-Erhebung und korrespondiert teils mit den Selbständigenquoten: Die in Deutschland geborenen Italiener/innen neigen weniger zur beruflichen Selbständigkeit als die Generation ihrer Eltern, während die in Deutschland geborenen Türk(inn)en vergleichsweise stärker dem unternehmerischen Engagement der „Elterngeneration“ folgen (siehe auch Kapitel 15).¹²

⁸ Statistisches Bundesamt, Mikrozensus sowie Steinardt 2007; Worbs (BAMF) 2008.

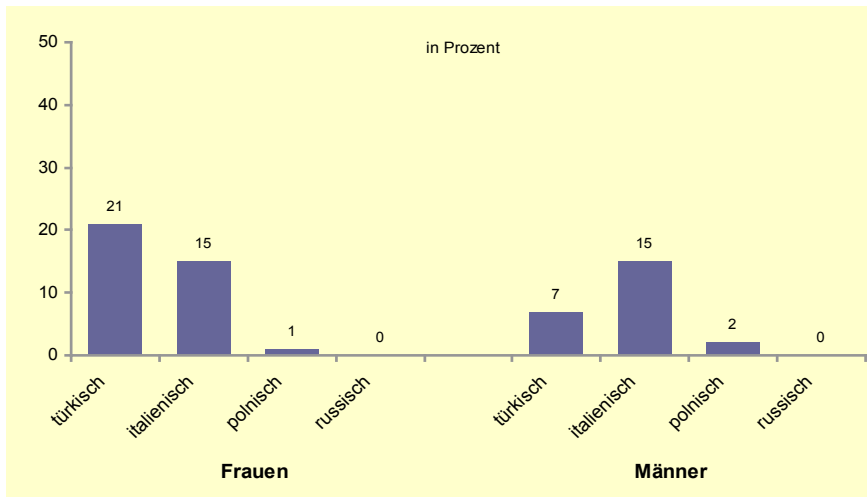
⁹ Als Zweite Generation werden oftmals auch die sog. „Bildungsinländer“ bezeichnet, also diejenigen, die mindestens ab dem ersten Schuljahr in Deutschland aufgewachsen sind. Janssen und Polat (2005) legen sogar das 12. Lebensalter zugrunde.

¹⁰ Auch hier ist die Fallzahl im Mikrozensus zu schmal, um einen aussagekräftigen Vergleich zu gestatten. Nimmt man jedoch die (logischerweise größere) Zahl der selbständigen Frauen der zweiten Generation auf Bundesebene, dann liegt deren Anteil an der Gesamtzahl an selbständigen Frauen türkischer Herkunft bei 23% und bei den Italienerinnen bei 20%. Daher kann davon ausgegangen werden, dass unsere Befragung diesbezüglich die Struktur der Grundgesamtheit zufriedenstellend abbildet.

¹¹ Bzgl. der Männer liegt in unserer Erhebung eine leichte Untererfassung im Vergleich mit dem Mikrozensus NRW vor (Zweite Generation türkischer Herkunft 17% und italienischer Herkunft 18%).

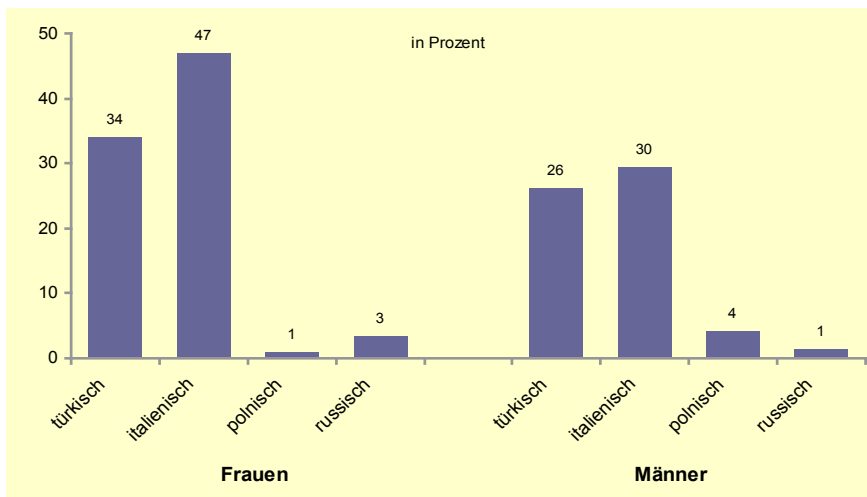
¹² Dies zeigt sich auch auf Bundesebene. Vgl. Leicht et al. 2006.

Abb. 7.1.4: Anteil der zweiten Generation unter den Selbständigen in Nordrhein-Westfalen



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Abb. 7.1.5: Anteil der zweiten Generation unter den Erwerbspersonen in Nordrhein-Westfalen



Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2005 (SUF); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

Welche Schlussfolgerungen sind hieraus zu ziehen?

Zwar zeigt sich anhand der Erwerbspersonenzahlen, dass die Nachfahren der ehemaligen „Gastarbeitergeneration“ durchaus Gewicht besitzen. Doch Hoffnungen dergestalt, dies würde sich auch im Feld der beruflichen Selbständigkeit entsprechend niederschlagen, sind derzeit noch verfrüht, auch wenn in manchen Publikationen der Eindruck vermittelt wird, mit der zweiten Generation wachse eine unternehmerische Avantgarde heran. Ohnehin wandelt sich durch den vermehrten Zustrom an gründungswilligen Osteuropäern das Bild: Sie zählen fast alle noch, ob in der Erwerbstätigkeit insgesamt oder in der Selbständigkeit, zu der ersten Generation. Es sollte bei allem aber nicht vergessen werden, dass allein schon die Entscheidung zur Migration ein Selektionsprozess ist, der möglicherweise die eher Risikofreudigen auf „Wanderschaft“ gehen lässt, während die im Land Geborenen unter Umständen eher zu den angepassten und auf soziale Sicherung setzenden Menschen zählen.¹³

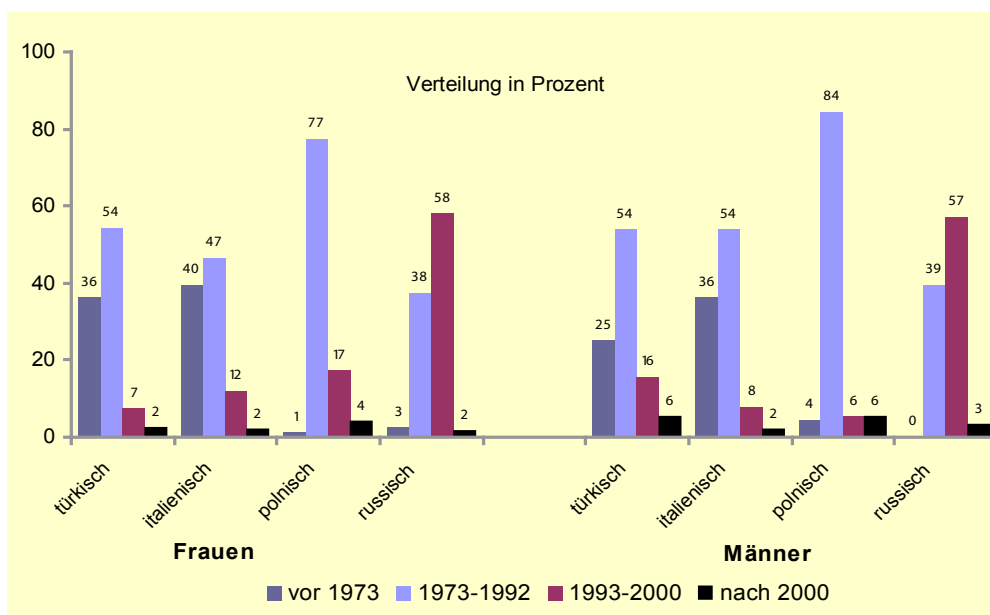
¹³ Vgl. auch Hildebrandt (2006), Beitrag in: Wir Frauen in Nordrhein-Westfalen (MGFFI 2006).

Lenkt man daher die Aufmerksamkeit auf die Erste Generation, d.h., auf die selbst Zugewanderten, dann interessiert natürlich auch, wie lange sich diese hier in Deutschland und dabei ggf. in Nordrhein-Westfalen aufhalten. Bei der Gruppierung nach dem Zuwanderungszeitpunkt wurde u.a. die Phase vor und nach 1973 bzw. 1993 gewählt, um insbesondere das Migrationsmuster der beiden aus den ehemaligen Anwerbeländern sowie aus Osteuropa stammenden Gruppen miteinander vergleichen zu können. Die erste Abgrenzung ergibt sich aus dem Zeitpunkt des Anwerbestopps im Jahr 1973, wonach dann viel eher der Familiennachzug eine Rolle spielte. Für die Osteuropäer/innen gilt ein anderes Kriterium: Die Zahl der aus Polen kommenden (Spät-) Aussiedler/innen hatte bereits 1990 ihren Höhepunkt erreicht, während die der sog. „Russlanddeutschen“ noch bis in die Mitte der 90er Jahre zugenommen hat. Doch ab 1993 musste jede/r einzelne Antragsteller/in ein Kriegsfolgenschicksal nachweisen, wodurch die Zuwanderung von Spätaussiedler/innen erschwert bzw. begrenzt wurde.¹⁴

Aus vorherigen Studien ist bekannt, dass selbständige Migrant(inn)en auf eine (auch im Vergleich zu Arbeitnehmer/innen) lange Aufenthaltszeit in Deutschland zurückblicken.¹⁵ Nicht zuletzt, weil die Gründung eines Unternehmens die Akkumulation entsprechender Ressourcen erfordert (vgl. Kapitel 8). Zumindest bei den Männern macht sich bemerkbar, dass viele der Zuwanderer aus den ehemaligen Anwerbeländern noch vor dem Anwerbestopp 1973 nach Deutschland kamen. Unterschiedlich wird die Frage bewertet, inwieweit die Zahl der „Gastarbeiterinnen“ erst im Verlauf der Familiennachzugsphase angestiegen ist.¹⁶ Daher interessiert hier natürlich, welche Implikationen dies für die Struktur der Selbständigen hat:

Soweit die Selbständigen eine eigene Migrationserfahrung¹⁷ besitzen, sind sie, mit Ausnahme derer aus Russland, zum überwiegenden Teil vor 1993 zugewandert. Hier zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Herkunftsgruppen (Abb. 7.1.6): Entgegen manchen Erwartungen kam weit mehr als ein Drittel der türkisch- und italienischstämmigen selbständigen Frauen (36% bzw. 40%) bereits vor der Familiennachzugsphase nach Deutschland. Nach wie langer Zeit sie dann ihr Unternehmen gründeten, ist allerdings eine andere Frage (siehe Kapitel 8). Doch mehrheitlich wanderten sie, wie auch ihre männlichen Pendanten, zwischen Mitte der 70er und Anfang der 90er Jahre nach Deutschland ein. Dies ist auch gleichzeitig der Zuwanderungszeitraum für drei Viertel der aus Polen kommenden Frauen. Ganz anders sieht es bei den Selbständigen russischer Herkunft aus. Weit über die Hälfte ist erst nach 1993 zugewandert, was für Frauen und Männer gleichermaßen zutrifft. D.h., die aus Russland emigrierten und heute selbständigen Frauen und Männer unterscheiden sich allein schon in Bezug auf ihre Aufenthaltszeit in Deutschland erheblich von denen in den anderen Herkunftsgruppen.

Abb. 7.1.6: Zuwanderungszeitpunkt von Selbständigen der Ersten Generation in Nordrhein-Westfalen



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

¹⁴ Kriegsfolgenbereinigungsgesetz (KfbG).

¹⁵ Leicht et al. 2004; Leicht et al. 2006. Für die Türkischstämmigen in NRW vgl. ZfT 2007.

¹⁶ Karakasoglu 2002; Erdem 2004. Westphal (2006) weist darauf hin, dass auch schon damals viele Frauen für bestimmte Branchen angeworben wurden.

¹⁷ Das Statistische Bundesamt verwendet für die Zugewanderten der ersten Generation den Begriff „mit eigener Migrationserfahrung“.

Nur ein kleiner Anteil der von uns befragten Selbständigen kam erst in diesem Jahrzehnt nach Deutschland. Während dies für die Türkisch- und Italienischstämmigen nachvollziehbar ist, wurden die „Neuzugänge“ aus Polen (stichprobenbedingt) möglicherweise untererfasst. Zwar ist es für Neuzugewanderte weit schwieriger, aus „dem Stand“ ein Unternehmen zu gründen, doch die in Kapitel 5.1 beobachteten Gründungsaktivitäten polnischer Staatsbürger müssten sich hier entsprechend niederschlagen. Andererseits dürfte es sich vielfach um temporäre oder „transnationale“ Selbständigkeit und damit um Personen handeln, die kaum im öffentlichen Telefonverzeichnis stehen (vgl. Kapitel 5.4). Demgegenüber erscheint plausibel, dass sich im sample wenige Neuzuwanderungen aus Russland finden, da „ad-hoc-Gründungen“ für Drittstaatsangehörige noch schwieriger sind. Es wurde bereits darauf hingewiesen (Kap. 5.4), dass nur ein verschwindend kleiner Anteil von der neuen Regelung in § 21 des Aufenthaltsgesetzes Gebrauch macht und sich direkt mit der Zuwanderung selbständig macht.¹⁸

Fasst man zusammen gelangt man zu folgendem Bild:

Bezüglich der Zuwanderungsphasen zeigen sich bemerkenswerte herkunftsspezifische Unterschiede. Unter der Ersten Generation der türkisch- und italienischstämmigen selbständigen Frauen sind erstaunlich viele, die noch vor dem Anwerbestopp und vor der Familiennachzugsphase zugewandert sind. Mehrheitlich sind sie dennoch erst – wie auch die Frauen aus Polen – nach 1973 gekommen. Die deutlichsten Unterschiede zeigen sich mit Blick auf die aus Russland Zugewanderten: Über die Hälfte wanderte erst nach 1993 zu. Doch insgesamt betrachtet blicken die Selbständigen auf eine lange Aufenthaltszeit zurück. Neuzuwanderung spielt eine noch zu geringe Rolle (mit entsprechenden Folgen für die Qualifikationsstruktur).

7.2 Branchenorientierung

Der Migrationsstatus gibt Auskunft über die „Zuwanderungsgeschichte“ der Individuen und indirekt bereits über einige Optionen ihrer sozialen Platzierung, die in den nachfolgenden Kapiteln eine detailliertere Betrachtung erfährt. Eine Profilbeschreibung der befragten Gründer/innen erfordert aber darüber hinaus auch eine Charakterisierung ihrer Unternehmen. Während sich Kapitel 16 und 17 stärker den betrieblichen Leistungspotenzialen widmen, soll hier im Vorfeld bereits dargestellt werden, welche Tätigkeiten die Befragten ausüben bzw. in welchen Branchen sie gegründet haben.

Informationen zum wirtschaftlichen Umfeld der Befragten dienen nicht zuletzt auch dazu, die Bedeutung der eingesetzten individuellen und ethnischen Ressourcen sowie auch die Gründungsmotive und -hemmnisse besser zu verstehen. Denn die Qualität von Gründungen steht in engem Zusammenhang mit der wirtschaftlichen Tätigkeit. Der Wirtschaftszweig in welchem gegründet wird ist unter Umständen auch ein Spiegelbild der zum Einsatz kommenden Qualifikationen. Ferner ist die Branchenzugehörigkeit bspw. durchaus charakteristisch für ein bestimmtes Maß an Wettbewerbs-, Arbeits- oder Kapitalintensität. Genauso kann auch die Zahl der Zu- und Abgänge am Markt eng mit dem Branchenumfeld verbunden sein.

So fragen wir zunächst: Was machen die Gründerinnen mit Migrationshintergrund eigentlich? Wo liegen ihre wirtschaftlichen Schwerpunkte – auch im Vergleich zu anderen Ethnien und zu denen der Männer?

Der Mikrozensus für Nordrhein-Westfalen bietet keine ausreichenden Fallzahlen, um die Wirtschaftsstruktur in einer adäquaten Differenzierung nach den Herkunftsgruppen und Geschlecht abbilden zu können. Da dies einen großen Stichprobenumfang erfordert, wurde die ifm-Primärerhebung für diesen Zweck um einen vergleichbaren Datensatz ergänzt. D.h., die bislang verwendete Stichprobe wurde durch einen „Match“ mit dem Nordrhein-Westfalen-Subfile einer vom ifm im Auftrag des BMWA/BAMF bereits früher durchgeführten Migrantenbefragung verknüpft,¹⁹ um die Zahl der Beobachtungsfälle zu erhöhen. Hierdurch konnte die Branchenzugehörigkeit von rund 1.500 befragten Frauen und Männern deutscher, türkischer, italienischer, polnischer und russischer Herkunft identifiziert werden. Die Ergebnisse sind in Tabelle 7.2.1 dargestellt.

¹⁸ Vgl. die Expertise für das BAMF (Leicht et al. 2006) sowie den Integrationsbericht NRW 2008.

¹⁹ Vgl. auch Hinweis in Kap. 3.3. Die Befragung im Rahmen des Projekts „Bedeutung der ethnischen Ökonomie in Deutschland“ wurde in den Jahren 2004 und 2005 bundesweit durchgeführt. Hierbei entfielen 330 Männer und 117 Frauen auf NRW. Dieser Subfile wurde mit der jetzigen für das MGFFI durchgeführten Befragung verknüpft; allerdings nur temporär bzw. zu dem in diesem Kapitel anstehenden Zweck. Unter Abzug nicht zuzuordnender Fälle (Branchenkategorien) standen zusammen 1.491 Beobachtungsfälle zur Verfügung.

Tab. 7.2.1: Verteilung selbständiger Migrant(inn)en auf Wirtschaftsbereiche (Nordrhein-Westfalen-Stichprobe)

		ifm-Erhebung (MGFFI)		ifm-Erhebung (BMWA) (Nordrhein-Westfalen)		Match-File	
		N	%	N	%	N	%
Frauen							
türkisch	Verarb.Gewerbe + Bau	2	2	1	0	3	2
	Handel	21	17	6	19	27	17
	Gastgewerbe	23	18	9	29	32	20
	wissensintensive DL	15	12	4	13	19	12
	nicht-wissensint. DL	65	52	12	39	77	48
	Gesamt	126	100	32	100	158	100
italienisch	Verarb.Gewerbe + Bau	2	2	1	5	3	2
	Handel	4	3	3	14	7	5
	Gastgewerbe	95	76	10	45	105	71
	wissensintensive DL	3	2	2	10	5	3
	nicht-wissensint. DL	21	17	5	24	26	18
	Gesamt	125	100	21	100	146	100
polnisch	Verarb.Gewerbe + Bau	8	9			8	9
	Handel	6	6			6	6
	Gastgewerbe	1	1			1	1
	wissensintensive DL	41	44			41	44
	nicht-wissensint. DL	38	40			38	40
	Gesamt	94	100			94	100
russisch	Verarb.Gewerbe + Bau	5	4	2	7	7	5
	Handel	13	11	7	23	20	13
	Gastgewerbe	2	2	0	0	2	1
	wissensintensive DL	44	37	17	57	61	41
	nicht-wissensint. DL	55	46	4	13	59	40
	Gesamt	119	100	30	100	149	100
deutsch	Verarb.Gewerbe + Bau	14	11	6	26	20	13
	Handel	19	15	4	17	23	15
	Gastgewerbe	1	1	4	17	5	3
	wissensintensive DL	55	44	5	24	60	41
	nicht-wissensint. DL	38	30	4	14	41	28
	Gesamt	127	100	23	100	149	100
Männer							
türkisch	Verarb.Gewerbe + Bau	13	10	9	10	22	10
	Handel	27	22	28	31	55	25
	Gastgewerbe	39	31	32	35	71	33
	wissensintensive DL	12	10	8	9	20	9
	nicht-wissensint. DL	34	27	14	15	48	22
	Gesamt	125	100	91	100	216	100
italienisch	Verarb.Gewerbe + Bau	5	4	4	4	9	4
	Handel	5	4	18	19	23	11
	Gastgewerbe	107	86	55	59	162	74
	wissensintensive DL	3	2	3	3	6	3
	nicht-wissensint. DL	4	3	14	15	18	8
	Gesamt	124	100	94	100	218	100
polnisch	Verarb.Gewerbe + Bau	25	27			25	27
	Handel	10	11			10	11
	Gastgewerbe	3	3			3	3
	wissensintensive DL	40	43			40	43
	nicht-wissensint. DL	14	15			14	15
	Gesamt	92	100			92	100
russisch	Verarb.Gewerbe + Bau	14	16	8	17	22	16
	Handel	16	18	11	23	27	20
	Gastgewerbe	3	3	2	4	5	4
	wissensintensive DL	34	38	21	44	55	40
	nicht-wissensint. DL	23	26	6	13	29	21
	Gesamt	90	100	48	100	138	100
deutsch	Verarb.Gewerbe + Bau	28	35	21	41	49	38
	Handel	13	16	12	24	25	19
	Gastgewerbe	2	3	1	2	3	2
	wissensintensive DL	26	33	8	16	34	26
	nicht-wissensint. DL	10	13	9	18	19	15
	Gesamt	79	100	51	100	130	100
Gesamt	(Frauen + Männer)	1.101		390		1.491	

Quelle: Pooldaten der ifm-Erhebungen „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen 2008“ und „Ethnische Ökonomie 2005“ (Nordrhein-Westfalen-Subfile); ifm Universität Mannheim

Wie nicht anders zu erwarten, sind die Gründerinnen und Unternehmerinnen in unserer Stichprobe zu einem überwältigenden Anteil im Dienstleistungssektor tätig. Dies entspricht dem wirtschaftsstrukturellen Gesamtbild von Gründerinnen. (Wobei im Übrigen auch die abhängig beschäftigten Frauen nur noch zu einem geringen Anteil eine Beschäftigung im Produzierenden Gewerbe suchen und finden²⁰ – Migrantinnen aber noch vergleichsweise häufiger als die einheimischen Deutschen.)

Aber trotz der übergreifend starken Orientierung auf Dienstleistungstätigkeiten unterscheiden sich die einzelnen Herkunftsgruppen erheblich:

Ein dominierendes Muster ist zunächst darin zu sehen, dass die zu den ehemaligen Anwerbeländern zählenden Gründerinnen und Unternehmerinnen italienischer und türkischer Herkunft vorwiegend in den traditionellen Sektoren von Handel und Gastgewerbe sowie in den personennahen einfachen Dienstleistungen tätig sind, während die Gründerinnen aus Polen und der russischen Förderregion zu einem größeren Anteil auch wissensintensive Dienstleistungen,²¹ zudem im kulturellen und kurativen Bereich, erbringen.

Die selbständigen Frauen türkischer Herkunft sind im Vergleich zu den anderen Migrantengruppen relativ „breit“ aufgestellt, sieht man von ihrer geringen Präsenz im Verarbeitenden sowie im Baugewerbe ab. Ihr Schwerpunkt liegt aber dennoch bei den nicht-wissensintensiven Diensten (v.a. haushalts- und personenbezogene Routinedienstleistungen, insbesondere Friseursalons, Änderungsschneidereien, Reinigungsbetriebe, usw.).

Wissensintensive Dienstleistungen werden hingegen von Frauen türkischer Herkunft relativ selten (aber leicht häufiger als von türkischstämmigen Männern) erbracht. Soweit dies der Fall ist, handelt es sich vor allem um Rechtsanwaltskanzleien, Dolmetscherdienste und Werbeagenturen sowie ähnliche Tätigkeiten. Im Vergleich zu den Frauen orientieren sich die türkischstämmigen Männer etwas häufiger auf produzierende, gastronomische sowie Handelstätigkeiten.

Übermäßig stark auf das Gastgewerbe orientiert sind nicht nur die selbständigen Männer sondern auch die Frauen italienischer Herkunft. Nach unserer aktuellen Stichprobe betreiben drei von vier italienischen Frauen einen Gaststättenbetrieb. Es ist jedoch aus verschiedenen methodischen Gründen davon auszugehen, dass hier ein Bias in der Auswahlgrundlage unseres samples zugrunde liegt,²² weshalb die in unserer BMWA-Erhebung ermittelten Werte (auch in Bezug auf die Verteilung auf andere Wirtschaftsbereiche) realistischer erscheinen. Demnach wäre aber immerhin fast jede zweite Italienerin gastronomisch tätig.²³ Ein weiterer Schwerpunkt liegt in den nicht-wissensintensiven Dienstleistungen, wobei hier ähnliche Tätigkeiten wie bei den Frauen türkischer Herkunft eine Rolle spielen.²⁴

Die selbständigen Frauen polnischer Herkunft sind in überproportionalem Maße in den wissensintensiven Dienstleistungen aktiv. Über zwei Fünftel entfallen auf diese Branchensegmente. Die Polinnen sind im Durchschnitt auch wesentlich besser als die türkisch- und italienischstämmigen Frauen qualifiziert (siehe Kapitel 8.1). Das sample weist eine hohe Zahl an Medizinerinnen (Ärztinnen, Therapeutinnen, Hebammen usw.) auf. In etwa gleicher Stärke sind die nicht-wissensintensiven Dienstleistungen (auch hier ohne Handel und Gastgewerbe) besetzt. Dahinter stehen wiederum insbesondere personenbezogene Dienstleistungen, wie Friseursalons, aber auch Kosmetik und Fußpflege usw. Insgesamt ist das Tätigkeitsmuster selbständiger Polinnen, ob nun wissensintensiv oder nicht, stark durch Dienste direkt an Personen geprägt. Dies ist nur teilweise auch bei den aus Polen kommenden Männern der Fall, wobei die sich weniger häufig auf die Routinedienstleistungen sondern viel stärker auch auf handwerkliche Leistungen orientieren. Etwa ein Fünftel ist im Bausektor tätig.

²⁰ Lauxen-Ulbrich/ Leicht 2002 (auf Grundlage des Mikrozensus).

²¹ Die Wissensintensität der Branchen wurde anhand der NIW/ISI-Listen (2006) bestimmt.

²² Dies dürfte auf die Überrepräsentation von Gaststätten in den Telefonadressdaten sowie auf die Notwendigkeit zurückzuführen sein, ex-ante weibliche italienische Betriebsinhaberinnen in NRW zu identifizieren. Gemäß Mikrozensus ist ihre Absolutzahl (auch verglichen mit anderen Gruppen) extrem gering. Siehe Kapitel 5.3.

²³ Zumindest im Mikrozensus auf Bundesebene zeigt sich ein vergleichbarer Wert für die Männer, nicht jedoch für die Frauen.

²⁴ Dem Mikrozensus (Bundesebene) zufolge liegt in unserem Sample eine Untererfassung der von Italienerinnen erbrachten „wissensintensiven“ Dienstleistungen vor. (Nach dem Mikrozensus rund ein Fünftel).

Das Tätigkeitsprofil der Frauen aus der russischen Föderation ähnelt sehr dem der Polinnen. Sie sind zwar etwas häufiger im Handel engagiert, im Großen und Ganzen aber finden sich auch hier sehr viele Selbständige, die kurative Dienstleistungen verrichten. Entsprechend stark ist der Anteil wissensintensiver Dienste, zu denen auch bei den Frauen russischer Herkunft vor allem die Ärztinnen und auch sonstige Heilberufe zählen. Eine Besonderheit ist noch darin zu sehen, dass diese Gruppe neben einer hohen Präsenz von Dolmetscherinnen stark durch musische bzw. künstlerische Berufe geprägt ist. Zudem spielen im Gegensatz zu anderen Gruppen auch technische bzw. Ingenieurdienstleistungen eine, wenn auch nicht besonders starke Rolle. In den nicht-wissensintensiven Dienstleistungen finden sich die bekannten personenbezogenen Leistungen, darunter häufig Nagelstudios, Kosmetik, Änderungsschneidereien. Die Unterschiede zu den Männern lassen sich in ähnlicher Weise wie bei den Pol(inn)en charakterisieren.

Insgesamt ähnelt das Tätigkeitsmuster der Osteuropäerinnen stärker dem der deutschen selbständigen Frauen, da hier bspw. die Gastronomie im Vergleich zu den Frauen aus den Anwerbeländern eine untergeordnete Rolle spielt. Dafür zeigen sich aber deutliche Zusammenhänge zwischen den Qualifikationen und der Orientierung auf eher wissensintensive Dienste.²⁵

Abschließend ist noch darauf hinzuweisen, dass die wirtschaftsstrukturelle Zusammensetzung der Stichprobe natürlich auch durch die längerfristig überlebenden Betriebe beeinflusst wird, d.h., die bspw. in den Gewerbeanzeigen auftauchenden „Eintagsfliegen“ einen geringeren Niederschlag finden. Die Wirtschaftsstruktur in den Gewerbeanzeigen (auf deren Darstellung hier verzichtet wurde) weicht teilweise erheblich von der Stichprobe ab, da es sich hier zum einen eher um Gründungsabsichten handelt. Vor allem aber sind die Freien Berufe nicht gewerbeanzeigenpflichtig. Dadurch entgeht der amtlichen Statistik ein großer Teil der Gründungen, die in unserer Stichprobe unter die wissensintensiven Dienstleistungen fallen.

²⁵ Zur größer werdenden Branchenvielfalt bei Unternehmerinnen mit Zuwanderungsgeschichte vgl. auch Minister Laschet (2007) in: Erfolgreich arbeiten mit zwei Kulturen. Zuwanderinnen und ihre Unternehmen (MGFFI 2007).

Pfade der Integration: Zwischen Prekarität und sozialem Aufstieg

Die Landesregierung Nordrhein-Westfalen hat in ihrem ersten Integrationsbericht zu Recht auf den Beitrag von selbständigen bzw. unternehmerisch tätigen Zuwanderinnen und Zuwanderern für die nordrhein-westfälische Volkswirtschaft hingewiesen.²⁶ Im folgenden Untersuchungsabschnitt wird hingegen eher die Frage verfolgt, welche Bedeutung ein unternehmerisches Engagement für die Integration in die bundesrepublikanische Gesellschaft hat. „Integration“ ist allerdings ein recht vielschichtiger Begriff, weshalb auch Integrationspolitik verschiedene Facetten hat.

In den Sozialwissenschaften und zumeist auch in der Politik wird im allgemeinen zwischen Systemintegration und Sozialintegration unterschieden. Während sich die Systemintegration nach Esser (2000, S. 270) „unabhängig von den speziellen Motiven und Beziehungen der individuellen Akteure [...] sozusagen anonym und hinter ihrem Rücken, ergibt und durchsetzt“ hat die soziale Integration „unmittelbar mit den Motiven, Orientierungen, Absichten und insbesondere den Beziehungen der Akteure zu tun.“ Demzufolge lassen sich vier Varianten der Sozialintegration als Einbezug der Akteure in eine Gesellschaft unterscheiden: (1.) Die Kulturation (z.B. die Übernahme von Wissen, Fertigkeiten oder speziell die sprachliche Sozialisation), (2.) die Interaktion als die Aufnahme von sozialen Beziehungen, (3.) die Identifikation als Übernahme von Loyalitäten, (4.) die Platzierung als die Übernahme von Rechten und die Einnahme von Positionen in den relevanten gesellschaftlichen Bereichen.²⁷

Es dürfte deutlich werden, dass für vorliegende Studie vor allem die Integration in Bezug auf die Platzierung in der Gesellschaft (aber teils auch die Kulturation und soziale Interaktion in der Mehrheitsgesellschaft) von zentraler Bedeutung ist. Politische Konzeptionen und eine Vielzahl von Versuchen, einen geeigneten Integrationsmaßstab zu finden, zielen vor allem auf die strukturelle Integration ab, die sich viel eher mit Daten empirisch bemessen lässt als bspw. Fragen der Identifikation.²⁸ Ganz allgemein lässt sich Integration nach Bade (2008) auch als die möglichst chancengleiche Teilhabe an den zentralen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens bezeichnen, wobei das Ausmaß der Partizipation an Wirtschaft und Arbeitsmarkt, Erziehung, Bildung und Ausbildung, Wohnen und Wohnumfeld entscheidend ist.²⁹ Vor allem Arbeit und Bildung sind die Schlüssel zur sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Integration.³⁰ In diesem Zusammenhang ist auch Einkommen ein zentraler Indikator.

Welche Bedeutung hat also eine Unternehmensgründung bzw. die Ausübung einer selbständigen Erwerbsarbeit für Menschen mit Zuwanderungsgeschichte in Bezug auf die Möglichkeit einer sozialen und wirtschaftlichen Gleichstellung in der Mehrheitsgesellschaft – oder gar die Möglichkeit ihrer Besserstellung gegenüber den Mitgliedern der eigenen Community?

In den Kapiteln 2.2 und 2.3 haben wir bereits die kontrovers geführte Debatte aufgegriffen, inwieweit Migrantenselbständigkeit entweder zu sozialem Aufstieg oder aber – eher im Gegenteil – zu ökonomischer Marginalität führen kann.³¹ Ob „Arbeit auf eigene Rechnung“ auch eine desintegrierende Wirkung entfaltet, hängt unter anderem von den Gründungsmotiven („Ökonomie der Not oder der Selbstverwirklichung“) sowie vor allem vom wirtschaftlichen Erfolg in der Selbständigkeit ab. Hierfür wiederum sind auch die zur Verfügung stehenden individuellen und sozialen Ressourcen, insbesondere Bildung, von Bedeutung. Diesen Fragen wird in den folgenden Kapiteln nachgegangen.

Eine gelungene strukturelle Integration ist die wohl wichtigste Voraussetzung für alle weiteren Formen sozialer Integration,³² weshalb wir sie hier voranstellen. Dabei interessieren natürlich auch andere Formen, insbesondere was die Kulturation durch die Aneignung von spezifischem Wissen und sprachlichen Kenntnissen betrifft oder auch die sozialen Kontakte zu Deutschen sowie die Identifikation mit der Aufnahmegesellschaft. Mangels geeigneter Indikatoren können manche dieser Fragen jedoch nur am Rande behandelt werden.

²⁶ ebenda, S. 137. Dieser Aspekt wird im zweiten Teil der Studie aufgegriffen.

²⁷ Esser 2004. Häußermann und Siebel (2007: 92) unterteilen soziale Integration in die strukturelle Integration (als Teilhabe an den Positionen und Ressourcen der Gesellschaft) und in die kulturelle Integration (als Übernahme bestimmter kultureller Normen, Fertigkeiten und Regeln durch den Einzelnen).

²⁸ Vgl. auch Integrationsbericht NRW 2008, S. 121f.

²⁹ Auch das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge hebt diesen Aspekt der Integration hervor: „Zuwanderern soll eine umfassende und gleichberechtigte Teilhabe in allen gesellschaftlichen Bereichen ermöglicht werden“ (Integrationsportal des BAMF).

³⁰ Aktionsplan Integration des Landes NRW, S. 3 sowie Nationaler Integrationsplan der Bundesregierung, S. 15.

³¹ Vgl. u.a. Bukow 1993; Loeffelholz et al. 1994; RWI 2001; Özcan/ Seifert 2000 und 2003; Özcan 2004.

³² Häußermann/ Siebel 2007.

8. Individuelle Ressourcen, Kulturation und soziale Platzierung

Zu den wichtigsten persönlichen Ressourcen, die über die Platzierung von Migrantinnen und Migranten in der Mehrheitsgesellschaft entscheiden, zählen zuvorderst formale Bildung und verschiedene Formen von Wissen. Die Humanressourcen von Migrant(inn)en werden im Folgenden unter zweierlei – aber dennoch zusammengehörigen – Gesichtspunkten betrachtet: An vorderster Stelle geht es um den Integrationsmaßstab „Bildung“ bzw. um die Frage, ob die unternehmerisch Selbständigen im Vergleich zu den abhängig Beschäftigten durch ihre schulisch-berufliche Bildung ein größeres oder geringes Potenzial zur gesellschaftlichen Teilhabe besitzen. Darüber hinaus lässt der Grad formaler Bildung gleichzeitig darauf schließen, welche Wissensressourcen und damit welche Chancen Personen haben, ein Unternehmen erfolgreich zu führen – ähnlich also, wie Bildung auch eine Lenkungsfunction für die Integration am Arbeitsmarkt insgesamt besitzt. Allerdings sind für den unternehmerischen Erfolg nicht nur erworbene Zertifikate, sondern auch Formen nicht-formaler Bildung, insbesondere Erfahrungswissen bzw. Arbeits-, Branchen und Selbständigkeitserfahrung relevant. Daher befassen wir uns im Folgenden sowohl mit dem allgemeinen als auch mit dem spezifischen Humankapital von selbständigen Migrantinnen und Migranten.

8.1 Zentrale Basis der Integration: Bildung und Wissen

Wissensbezogene Ressourcen, und darunter vor allem Bildung, determinieren die Positionen am Arbeitsmarkt und damit auch die soziale Platzierung und Integrationsmöglichkeit in der Gesellschaft des Ankunftslandes insgesamt. Ob der Schritt in die unternehmerische Selbständigkeit mit einem Statusgewinn bzw. einer qualitativ hochwertigen und anerkannten Arbeit einhergeht oder aber mit einer unterprivilegierten Position verbunden ist, lässt sich unter anderem auch daran messen, auf welchen Wissensressourcen das unternehmerische Engagement beruht und abgesichert ist. Zu berücksichtigen ist allerdings auch, welche konkrete Tätigkeit mit welchem Abschluss ausgeübt wird bzw. ob es sich hierbei um eine ausbildungsadäquate oder aber -inadäquate Arbeit handelt.

Ein wesentlicher Bestandteil dieser Wissensressourcen ist die formale Bildung und hierbei insbesondere die berufliche Qualifikation. Daher interessiert: Welche Abschlüsse weisen die selbständigen Migranten aus verschiedenen Herkunftsgruppen auf? Und welchen Status haben sie diesbezüglich im Vergleich mit „einheimischen“ Selbständigen und auch im Vergleich mit den abhängig Beschäftigten in ihrer Gruppe? Aber bei allem stellt sich natürlich zudem die Frage, wie sich die Bildungsstruktur im Geschlechtervergleich darstellt.

Um dies zu beurteilen müssen im Folgenden zwei verschiedene Datenquellen, zum einen der Mikrozensus und zum anderen die ifm-Befragung herangezogen werden, um die jeweiligen Schwächen beider Datenquellen gegenseitig kompensieren zu können. Die Mikrozensusergebnisse für Nordrhein-Westfalen weisen in der erforderlichen Differenzierung (d.h., nach Geschlecht, Herkunft, beruflicher Stellung und zudem Qualifikationsniveau) letztlich relativ wenig Beobachtungsfälle auf, weshalb nachfolgend die Erwerbstätigen polnischer und russischer Herkunft sowie diejenigen italienischer und türkischer Herkunft zu zwei Gruppen zusammengeführt werden mussten. Doch haben die amtlichen Daten den Vorteil, dass sie nicht nur eine Positionsbestimmung der Selbständigen, sondern auch der abhängig Beschäftigten erlauben. Demgegenüber konnten in der ifm-Erhebung nur die Selbständigen befragt werden. Dafür stehen mit der eigenen Erhebung mehr Fallzahlen und zudem weitere Informationen zur Bewertung der erzielten Berufsabschlüsse zur Verfügung. Ferner konnten mit der ifm-Befragung – im Gegensatz zum Mikrozensus – auch die (Spät)Aussiedler/innen in der erforderlichen Differenzierung nach ihrem Herkunftsland erfasst werden. Da die Aussiedler/innen i.d.R. besser gebildet sind als andere Migrantengruppen weicht in unserer Stichprobe die Bildungsstruktur der Osteuropäer etwas von derjenigen im Mikrozensus ab.

Tab. 8.1.1 Berufliche Abschlüsse von Selbständigen und abhängig Beschäftigten in Nordrhein-Westfalen 2007 (Mikrozensus)

	Frauen				Männer			
	Deutsche ohne MH	Migranten insgesamt	italienisch/ türkisch	polnisch/ russisch	Deutsche ohne MH	Migranten insgesamt	italienisch/ türkisch	polnisch/ russisch
Selbständige in %								
Kein Abschluss	11	33	50	30	9	33	48	15
mit Ausbildung	52	37	40	31	45	35	37	48
Meister/Techn. o.ä.	9	3	0	5	18	8	4	11
Hochschulabschl.	28	27	9	34	28	24	11	26
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100
abhängig Beschäftigte in %								
Kein Abschluss	18	43	64	28	17	41	58	27
mit Ausbildung	64	43	30	56	58	45	37	58
Meister/Techn. o.ä.	5	3	1	6	9	4	1	8
Hochschulabschl.	14	11	4	10	17	10	4	8
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

Quelle: LDS Nordrhein-Westfalen, Mikrozensus; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

Zunächst mit Blick auf die Mikrozensusanalysen wird ersichtlich, dass sich das Qualifikationsniveau der Erwerbstätigen polnischer und russischer Herkunft von demjenigen der Italienisch- und Türkischstämmigen deutlich unterscheidet (Tabelle 8.1.1). Dies ist sowohl bei den Selbständigen als auch abhängig Beschäftigten der Fall (und gilt im übrigen nicht nur in Bezug auf die abgebildeten Aggregate, sondern mit hoher Wahrscheinlichkeit auch für die Struktur einzelner Gruppen).³³ Die Angehörigen der ehemaligen Anwerbeländer weisen einen hohen Anteil an Personen ohne Berufsabschluss und einen entsprechend niedrigen Anteil an Hochqualifizierten auf. Die Osteuropäer entsprechen in ihrem Qualifikationsniveau eher dem Bild, das sich aus der Struktur der Migranten insgesamt – also bspw. einschließlich der Westeuropäer und Asiaten etc. – ergibt. Aber auch die Migranten insgesamt unterscheiden sich zumindest hinsichtlich des Anteils Ungelernter nochmals deutlich von den Deutschen ohne einen Migrationshintergrund.

Der unter den Migranten insgesamt relativ hohe Anteil an Personen ohne einen formalen beruflichen Abschluss muss natürlich auch vor dem Hintergrund gesehen werden, dass viele der in erster Generation Zugewanderten aus Ländern mit anderen Bildungs- bzw. Berufsbildungssystemen stammen. Berufsstandards, Prüfungen und Zertifizierungen sind in manchen Herkunftsländern keine Selbstverständlichkeit. Das berufsfachlich strukturierte duale Berufsbildungssystem in Deutschland, insbesondere die Verknüpfung aus betrieblicher und schulischer Ausbildung, stellt im internationalen Vergleich eher eine Besonderheit dar.³⁴ Bei Migranten der ersten Generation aus Italien und der Türkei kommt hinzu, dass die ehemaligen „Gastarbeiter“ aus strukturschwachen Regionen (v.a. Süditalien und Anatolien) mit im allgemeinen niedrigen Bildungsstand kamen und in der Bundesrepublik zunächst als Hilfsarbeiter eine Beschäftigung fanden. Dies hat, wie wir spätestens seit der sog. PISA-Debatte wissen, auch Folgen für die Bildungsbeteiligung der nachfolgenden Generation.³⁵

³³ Die Zusammenfassung der vier Nationalitäten zu zwei Aggregaten erscheint legitim, wenn man deren Qualifikationsstruktur auf Bundesebene (mit entsprechend mehr Fallzahlen) betrachtet. Dort haben bspw. jeweils rund zwei Fünftel sowohl der türkisch- als auch der italienischstämmigen Selbständigen keinen Berufsabschluss und bei den abhängig Beschäftigten ist dies jeweils bei über der Hälfte der Fall.

³⁴ Vgl. z.B. Konsortium Bildungsberichterstattung 2006; OECD 2007.

³⁵ Vgl. zudem auch Granato/ Kalter 2001; Kristen/ Granato 2004 und 2007.

Selbständige und abhängig Beschäftigte im Vergleich

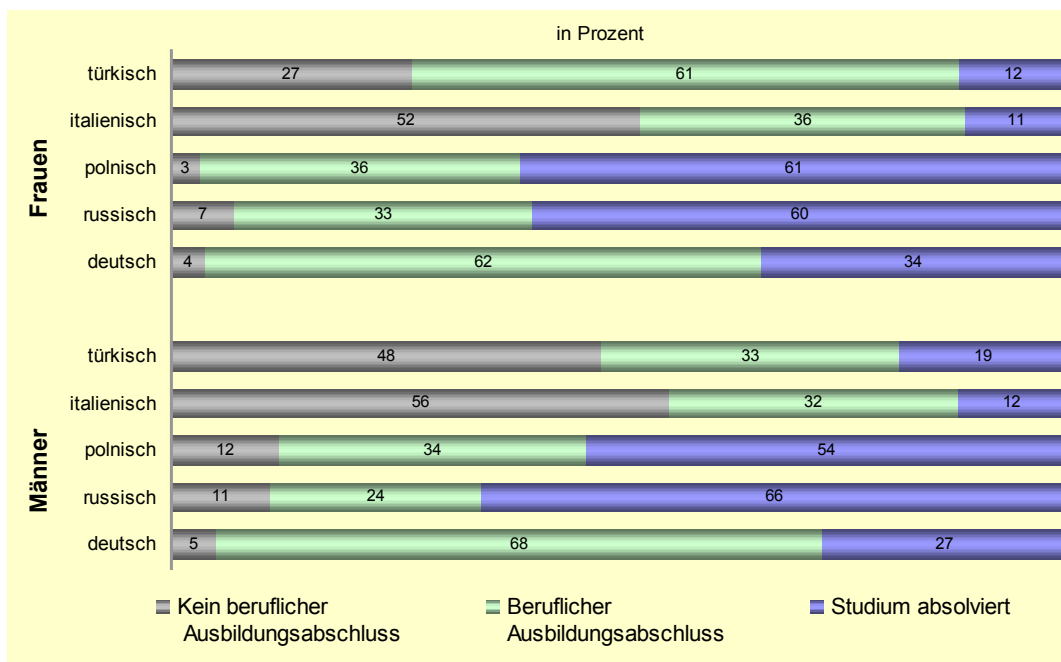
Konzentriert man sich auf den Vergleich zwischen den selbständig und abhängig Beschäftigten, so fällt auf, dass die Unternehmer/innen – zunächst unabhängig vom Geschlecht – in allen Gruppen eine wesentlich günstigere Qualifikationsstruktur besitzen (noch Tabelle 8.1.1). Auch wenn der Anteil an Selbständigen ohne beruflichen Abschluss bei den Migrant(inn)en im Vergleich zu den „Deutschen“ jeweils relativ hoch liegt, so ist er dennoch in allen Herkunftsgruppen durchweg niedriger als bei den Arbeitnehmer/innen der gleichen Gruppe. Gleichzeitig haben die Selbständigen jeweils einen höheren Anteil an Hochschulabsolventen als diejenigen auf der Arbeitnehmerseite. Dies ist ein erster Hinweis darauf, dass die Unternehmer/innen sozial besser positioniert sind als die abhängig Beschäftigten. Diese Beobachtung gilt im Prinzip für beide Geschlechter und dabei jeweils nicht nur für Personen mit Zuwanderungsgeschichte sondern auch für solche ohne Migrationshintergrund.

Ein besonders hoher Abstand zwischen dem Bildungsniveau von selbständig und abhängig Beschäftigten kommt bei den beiden osteuropäischen Gruppen durch den Unterschied im Anteil an Hochqualifizierten zum Ausdruck. Unter den polnisch- und russischstämmigen Selbständigen besitzen mehr als dreimal so viele einen Hochschulabschluss wie unter den Arbeitnehmer/innen dieser Herkunftsgruppen. Aber auch bei den italienisch- und türkischstämmigen Selbständigen sind es jeweils doppelt so viele wie unter den abhängig Beschäftigten. Dort bewegt sich die Diskrepanz allerdings auf einem eher geringen Anteilsniveau.

Selbständige Frauen und Männer einzelner Herkunftsgruppen im Vergleich

Von besonderem Interesse ist natürlich der Geschlechtervergleich unter den selbständig Erwerbstätigen. In der Tendenz spiegeln sich die Mikrozensusergebnisse auch in unserer eigenen Befragung wider, wobei hier allerdings zusätzlich nach einzelnen Herkunftsgruppen aufgeschlüsselt werden konnte, da die ifm-Erhebung ein größeres Fallzahlenspektrum besitzt (siehe oben). Diskrepanzen gegenüber dem Mikrozensus ergeben sich aber dennoch allein schon dadurch, dass wir hier (auftragsgemäß) die Aussiedler/innen aus Polen und Russland den jeweiligen Gruppen zuschlagen konnten. Dies erklärt das gegenüber dem Mikrozensus etwas höhere Bildungsniveau, während sich in Bezug auf die Selbständigen türkischer und italienischer Herkunft kaum Unterschiede zwischen den beiden Datenquellen zeigen.

Abb. 8.1.2: Qualifikation der befragten Unternehmer/innen nach einzelnen Herkunftsgruppen*)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

*) Zu berücksichtigen ist, dass in der Primärerhebung (anders wie im Mikrozensus) die Aussiedler/innen den Herkunftsgruppen zugeschlagen sind.

Hervorzukehren ist an vorderster Stelle, dass die selbständigen Frauen türkischer Herkunft zum Teil besser gebildet sind als ihre männlichen Pendanten, zumindest wenn man sich auf die Qualifikationen im nicht-akademischen Bereich konzentriert: Sie weisen mit „nur“ 27% einen geringeren Anteil an Ungelernten auf als die türkischen Männer (Abb. 8.1.2). Fast zwei Drittel der türkischstämmigen Unternehmerinnen besitzen eine mittlere berufliche Qualifikation, darunter vor allem einen Lehrabschluss. Dies ist beim männlichen Teil nur bei einem Drittel der Fall. Dieses Defizit der selbständigen türkischen Männer wird durch ihren höheren Anteil an Hochschulabsolventen (19% gegenüber 12%) nur teilweise kompensiert.

Zwischen den selbständigen Frauen und Männern italienischer Abstammung zeigen sich demgegenüber kaum Differenzen im Bildungsniveau. Auch mit Blick auf die Selbständigen polnischer oder russischer Herkunft halten sich die Geschlechterdifferenzen in Grenzen, wobei aber unter den Frauen der Anteil an Ungelernten nur etwa halb so hoch wie bei den Männern ist. Allerdings bewegt sich dieser auf geringem Niveau, denn unabhängig vom Geschlecht sind – wie bereits festgestellt – die Osteuropäer/innen deutlich besser qualifiziert als die Selbständigen aus den ehemaligen Anwerbeländern.

Dies kommt bei den Selbständigen aus Polen und Russland vor allem durch den hohen Anteil an Hochschulabsolventen zur Geltung: Zwischen der Hälfte und zwei Drittel der von uns befragten Unternehmer/innen dieser Herkunftsländer haben den eigenen Angaben zufolge ein „Studium“ absolviert. Dies ist sogar ein weitaus höherer Anteil wie bei den Deutschen, was nachfolgend näher zu untersuchen bzw. zu erläutern ist.

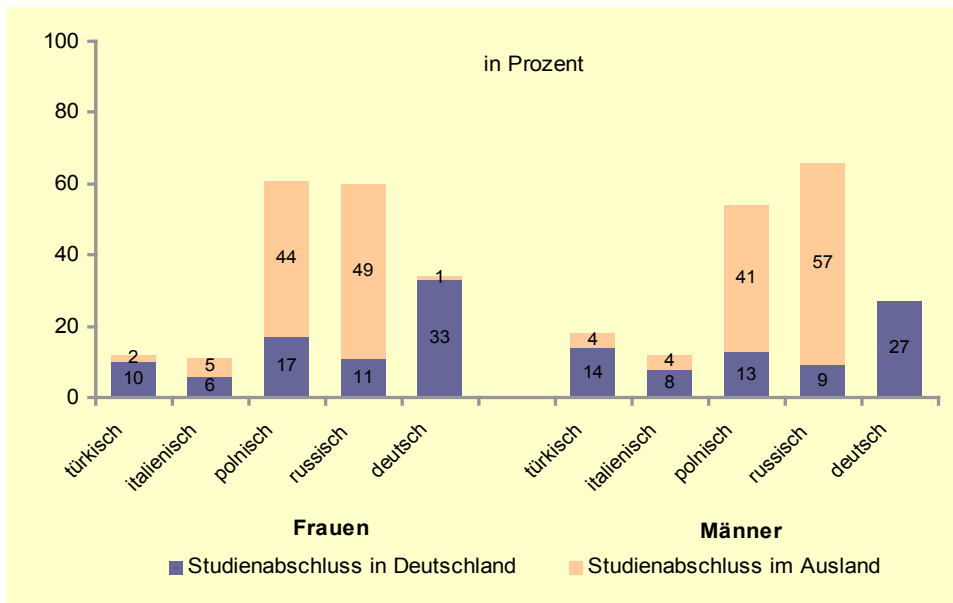
Zusammensetzung und berufliche Orientierung der hochqualifizierten Selbständigen

Der überaus hohe Anteil an selbständigen Pol(inn)en und Russ(inn)en mit einem Studienabschluss ist unter zweierlei Gesichtspunkten zu sehen und teils auch zu relativieren: Zum einen mangelt es – wie auch bei Migrant(inn)en insgesamt – häufig an Möglichkeiten, den Schritt in die Selbständigkeit über den Weg einer mittleren Qualifikation zu bewältigen, da hier institutionelle Regulierungen und bürokratische Hürden bremsend wirken (vgl. Kapitel 12). Aber die Novellierung der Handwerksordnung dürfte hier zumindest in den letzten Jahren eine Erleichterung erbracht haben. Viel entscheidender ist jedoch zum anderen, dass viele der Berufe und Kompetenzen, die in Deutschland über eine betriebliche Aus- und Weiterbildung oder über eine Berufsfachschule zu erzielen sind, in anderen Ländern über eine Hochschulausbildung vermittelt werden.³⁶ Von daher erschien es sinnvoll, die Selbständigen mit einem Hochschulstudium nach solchen mit einem in Deutschland und einem im Herkunftsland erworbenen Abschluss zu unterscheiden und darüber hinaus zu untersuchen, zu welchen Tätigkeiten die erzielte berufliche Qualifikation führt.

Es zeigt sich, dass die Mehrzahl der Selbständigen türkischer oder italienischer Herkunft ihren Studienabschluss in Deutschland erworben haben und die Anteile (auch insgesamt betrachtet) weit unter denen von Selbständigen ohne Migrationshintergrund liegen (Abb. 8.1.3). Demgegenüber beruht der hohe Proporz an polnisch- und russischstämmigen Selbständigen mit Hochschulabschluss nur zu einem geringen Anteil auf einem in Deutschland absolvierten Studium, was kaum verwundert, da die Selbständigen dieser Herkunftsgruppen weit häufiger zur ersten Zuwanderergeneration zählen. Auffällig ist jedoch, dass (anders als bei den Selbständigen türkischer oder italienischer Herkunft) unter den polnisch- und russischstämmigen Frauen der Anteil an Selbständigen mit einem „deutschen Studienabschluss“ jeweils etwas höher liegt als bei den männlichen Pendanten.

³⁶ Vgl. auch OECD 2008 und die Erwiderungen des BIBB (Müller 2009).

Abb. 8.1.3: Anteil der Hochschulabsolventen nach Studium in Deutschland und im Ausland



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Nimmt man die selbständigen Frauen aus Polen und Russland mit einem abgeschlossenen Studium genauer unter die Lupe, dann stößt man auf eine beachtlich hohe Zahl an Ärzt(inn)en und Zahnärzt(inn)en. Allein zwischen 2004 und 2006 haben rund 5.000 polnische Ärzte und Ärztinnen ihre Heimat verlassen.³⁷ Andererseits wird bei genauem Blick auf andere Gruppen des Gesundheitswesens aber auch die Vermutung bestätigt, dass die im Herkunftsland erzielten Abschlüsse nicht unbedingt mit den in Deutschland erworbenen Zertifikaten verglichen werden können; zumindest nicht in allen Fällen. Rund ein Fünftel der polnisch- und russischstämmigen Hochschulabsolventinnen, die im Gesundheitswesen tätig sind, übt einen sog. „Hilfsheilverberuf“ aus. Dazu zählen insbesondere therapeutische Berufe (etwa Krankengymnasten, Masseurinnen, Heilpraktikerinnen usw.) und Hebammen, die in Deutschland normalerweise keinen tertiären Ausbildungsgang durchlaufen. Hingegen schließen in Polen, wie auch in einigen anderen Ländern, bspw. Krankenschwestern oder Logopädinnen mit einem Hochschulstudium ab. Hinzu kommt, dass in Osteuropa bspw. weit mehr künstlerische Berufe mit akademischen Laufbahnen verbunden sind. Aber dennoch lässt sich auch unter Abzug der genannten Fälle resümieren, dass die Selbständigen osteuropäischer Herkunft zu einem überdurchschnittlich hohen Anteil eine (auch an deutschen Maßstäben gemessene) hohe Qualifikation aufweisen.

Hinsichtlich der Frage, ob der Schritt in die Selbständigkeit eine gelungene Arbeitsmarkt- und letztlich soziale Integration darstellt, müssen zusätzlich zur formalen Qualifikation weitere Kriterien berücksichtigt werden: Denn auch ein hoher Bildungsabschluss kann u.U. nicht verhindern, dass die in der Selbständigkeit gewählte Tätigkeit einer marginalen Platzierung entspricht. Hiervon dürfte dann die Rede sein, wenn die erworbene Qualifikation weder in einer abhängigen noch in einer selbständigen Beschäftigung eine adäquate Verwertung findet. Nicht selten führen mangelnde Chancen am Arbeitsmarkt genauso bei hochqualifizierten Deutschen dazu, dass sie in eine ausbildungsunadäquate Tätigkeit flüchten müssen. Bei Migrant(inn)en scheint diese Gefahr jedoch noch größer, soweit die von ihnen erlernten Berufe in Deutschland keine Anerkennung finden. Die Zahl der erwerbslosen Ausländer mit einem akademischen Abschluss ist in etwa dreimal so hoch wie bei deutschen Akademiker/innen, was zumindest teilweise auf die Undurchsichtigkeit im sog. „Anerkennungsdschungel“ zurückgeführt wird.³⁸ Vor allem für Osteuropäer/innen stellt die Akzeptanz der in den Herkunftsländern erworbenen beruflichen Abschlüsse ein großes Problem dar, welches häufig dazu führt, dass Migranten auf Tätigkeiten mit niedrigeren Zugangshürden ausweichen.³⁹

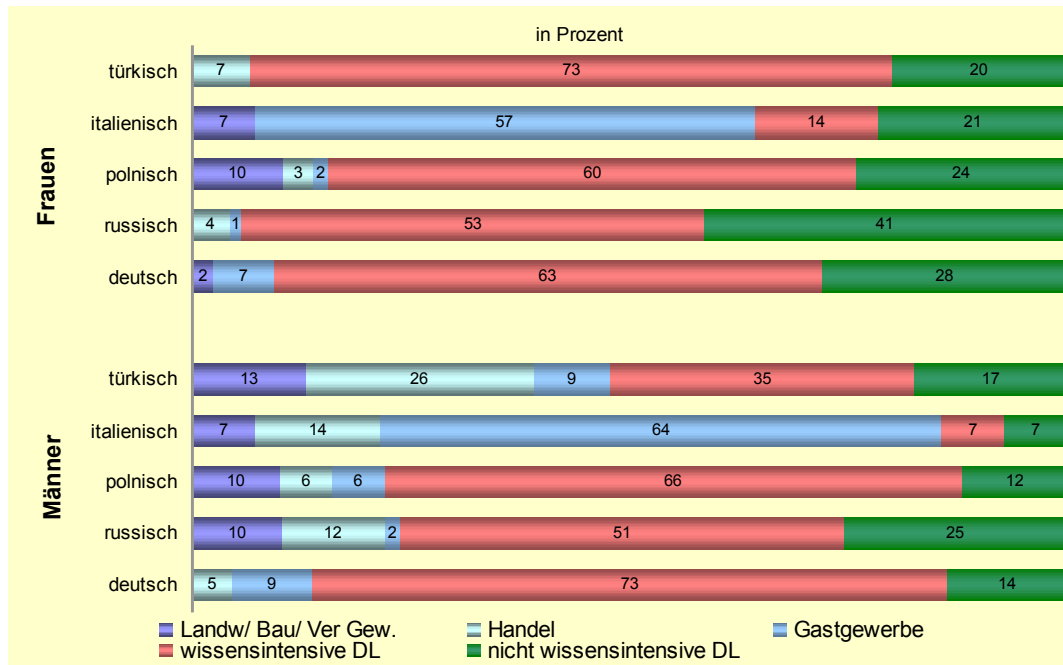
³⁷ Allerdings nicht nur nach Deutschland. Vgl. Ärztezeitung Nr. 102 vom 06.06.2008, Seite 5. Schon in der Zeit davor findet sich eine auffällig hohe Zahl an Ärzten unter den Spätaussiedler/innen (vgl. Leicht et al. 2005).

³⁸ Vgl. auch iwd, Nr. 47, 2008 sowie Süddeutsche Zeitung 17.01.2009.

³⁹ Daher haben bspw. akademisch ausgebildete Migrant(inn)en bei der Otto-Benecke-Stiftung Gelegenheit, durch Nachqualifizierungen zu anerkannten Abschlüssen zu kommen.

Inwieweit dies der Fall ist, lässt sich wenigstens näherungsweise anhand einer Gegenüberstellung von beruflicher Qualifikation und wirtschaftlichem Sektor erkennen, da davon auszugehen ist, dass Selbständige mit einem Hochschulabschluss tendenziell eher in den wissensintensiven⁴⁰ oder in hiermit vergleichbaren Wirtschaftssektoren tätig werden und nur dann auf andere Bereiche ausweichen, wenn sie ihre eigentliche Qualifikation nicht verwerten können.

Abb. 8.1.4: Selbständige mit Hochschulabschluss in (nicht-)wissensintensiven Wirtschaftsbereichen



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Bei hochqualifizierten Frauen türkischer Herkunft scheint eine solche Verwertung wohl eher selten ein Problem: Zwar verfügt, wie bereits berichtet, nur jede zwölfte selbständige türkischstämmige Frau über eine tertiäre Ausbildung, doch von diesen arbeiten drei Viertel in Branchen (z.B. Rechtsanwältinnen, Steuerberaterinnen, Ärztinnen, Apothekerinnen usw.), die den wissensintensiven Dienstleistungen zuzuordnen sind (Abb. 8.1.4).⁴¹ Dies ist ein höherer Anteil als unter den Hochschulabsolventinnen polnischer oder russischer Herkunft und auch noch höher als bei den Deutschen. Die geringste Präsenz in den wissensintensiven Diensten weisen jedoch die Akademikerinnen italienischer Abstammung auf. Über die Hälfte von ihnen ist (wie auch bei den italienischen Männern) im Gastgewerbe und ein weiteres Viertel in den nicht-wissensintensiven Dienstleistungen tätig. Insbesondere der hohe Anteil Hochqualifizierter im Gastgewerbe stimmt bedenklich. Inwieweit es sich hier um Mobilitätsfallen handelt, kann im Rahmen dieser Untersuchung nicht festgestellt werden.

Ein anschauliches Beispiel für die ausbildungsinadäquate Berufsausübung polnischer Frauen mit Hochschulabschluss ist die vergleichsweise hohe Zahl Selbständiger, die trotz guter Qualifikation eine selbständige Tätigkeit als Fußpflegerin, Kosmetikberaterin, Friseurin oder auch als Änderungsschneiderin ausüben. Insgesamt ist ein Viertel dieser Frauen in den nicht-wissensintensiven Dienstleistungen tätig (wobei diejenigen im Gartenbau oder im Gastgewerbe noch nicht mitgezählt sind). Bei den russischstämmigen Frauen ergibt sich ein ähnliches Bild, wobei hier auffällig viele Hochschulabsolventinnen Änderungsschneidereien und zusätzlich viele Reisebüros betreiben. Hier summiert sich der Anteil an Akademikerinnen in nicht-wissensintensiven Diensten auf zwei Fünftel (jeweils Abb. 8.1.4). Dieses Bild lässt sich (in etwas anderer Weise) auch anhand der Mikrozensusdaten auf Bundesebene gewinnen.⁴²

⁴⁰ Zur Definition von „wissensintensiv“ vgl. Kapitel 7.2.

⁴¹ Bei den türkisch- und italienischstämmigen Akademikerinnen ist allerdings die geringe Fallzahl (n=15 bzw. 13) zu beachten, weshalb hier nur Tendenzaussagen getroffen werden können.

⁴² Differenziert man die akademisch gebildeten Frauen nach der Berufsklassifikation von Blossfeld (vgl. auch Schimpl-Neimanns 2003) zeigt sich, dass 60% der türkischstämmigen Frauen in einem semi-/professionellen Beruf tätig sind, während dies bei den Akademikerinnen aus Polen und Russland nur bei 45% bzw. 43% der Fall ist. Rund ein Drittel (32%) der polnisch- und russischstämmigen selbständigen Frauen mit Hochschulabschluss üben (in dieser Klassifikation) eine „einfache Tätigkeit“ aus.

Im Vergleich der Geschlechter bzw. mit den tertiär ausgebildeten selbständigen Männern liegen die Anteile an selbständigen Frauen in den nicht-wissensintensiven Diensten zwar in jeder Ethnie um einige Prozentpunkte höher. Allerdings kommt bei den Männern hinzu, dass hier mehr akademisch Gebildete im Gastgewerbe und Handel tätig sind (Abb. 8.1.4). Unterm Strich betrachtet stellen die beobachteten Qualifikationsverwertungsdefizite also keine geschlechtsspezifische Besonderheit sondern eher ein allgemeines Phänomen dar. Mit Blick auf die relativ starke Präsenz akademisch gebildeter türkischstämmiger Frauen in den wissensintensiven Dienstleistungen entsteht sogar der Eindruck, dass diese ihre Qualifikation (soweit vorhanden) besser nutzen als die Männer.

Zwischenfazit

Als vorläufiges Fazit kann also festgehalten werden, dass unternehmerisch aktive Migrantinnen und Migranten in punkto formaler Bildung wesentlich besser platziert sind als die abhängig beschäftigten Pendants. Am besten mit Wissensressourcen ausgestattet sind die osteuropäischen Frauen, auch wenn die Gleichwertigkeit der im Herkunftsland erzielten Abschlüsse teilweise in Frage steht. Das relativ hohe Qualifikationsniveau der Selbständigen (aller Ethnien) ist ein gutes Zeichen im Hinblick auf ihre Integrationsmöglichkeiten, da die Gründungsforschung deutlich belegt, dass Bildung nicht nur eine zentrale Determinante für den Zutritt in die Selbständigkeit, sondern auch für den unternehmerischen Erfolg darstellt. Wie nachfolgend noch erläutert wird, schlägt sich dies bspw. auch in entsprechendem Einkommen nieder (Kapitel 11).

Die durch ein unternehmerisches Engagement erhöhten Integrationschancen werden durch einige Wermutstropfen getrübt, weil es einem Teil der höherqualifizierten Selbständigen nicht gelingt, ihre Qualifikation in eine adäquate Tätigkeit einzubringen. Dies ist zuvorderst bei den italienisch- und russischstämmigen Frauen und in der Rangfolge danach auch bei denen aus Polen zu beobachten. Aber dennoch: Der Mehrheit der Hochschulabsolventinnen gelingt der Sprung zu höherwertigen Tätigkeiten bzw. in die wissensintensiven Branchen. Am deutlichsten ist dies bei den Frauen türkischer Abstammung zu beobachten. Sie sind zwar seltener hochqualifiziert als die Osteuropäerinnen, doch soweit dies der Fall ist, arbeiten sie weit häufiger in einem adäquaten Job.

Bei allem darf aber nicht übersehen werden, dass – soz. auf der anderen Seite – auch unter den Selbständigen ein hoher Prozentsatz über keinerlei Berufsausbildung verfügt (wenngleich dies weniger häufig als bei den abhängig Beschäftigten der Fall ist). Dies mindert die Chancen auf einen unternehmerischen Erfolg und letztlich auf eine soziale Integration zumindest dann, wenn diese Wissensdefizite nicht durch andere Ressourcen kompensiert werden können. Dieser Frage wird im Folgenden nachgespürt.

8.2 Erfahrungswissen (Arbeits-, Branchen- und Selbständigkeitserfahrung)

Formale Bildung gilt zwar als eine der wichtigsten Bestandteile der allgemeinen bzw. für den Arbeitsmarkt bedeutsamen Humanressourcen, doch wird zur Gründung eines Unternehmens noch zusätzlich spezifisches, d.h., vor allem selbständigkeitsrelevantes Humankapital benötigt. Eine erfolgreiche unternehmerische Laufbahn erfordert daher ein gewisses Maß an Arbeitserfahrung und vor allem ausreichende Branchenkenntnisse. Darüber hinaus mag von Vorteil sein, wenn bei der Gründung bereits einschlägiges Wissen aus einer früher ausgeübten selbständigen Tätigkeit oder auch eine Selbständigkeitserfahrung im Elternhaus vorliegt.

Gründungsrelevantes Wissen hat verschiedene Facetten und entwickelt sich unter anderem auch in enger Berührung mit dem sozialen Umfeld. Je nach Herkunft der Gründer/innen wird Migrantenselbständigkeit häufig mit bestimmten soziokulturellen Eigenheiten und weniger mit empirischen bzw. fachlichen Kenntnissen in Verbindung gebracht. In diesem Zusammenhang lautet eine populäre und entsprechend verbreitete (aber dennoch nicht unbedingt richtige) Annahme, der Hang zum unternehmerischen Engagement läge den Migrant(inn)en sozusagen „im Blut“, weshalb sie sich eventuell auf anderer Grundlage als die Einheimischen dem Schritt in die berufliche Selbständigkeit nähern. Auf die konkrete Art und Weise der Gründungsvorbereitung wird daher in Kapitel 14 eingegangen. Im Folgenden interessiert zunächst die Frage nach den non-formalen Wissensressourcen, welche eine wichtige Grundlage zur Gründung, aber auch zur Führung eines Unternehmens bilden.

Hiermit sind auch schon zwei ganz verschiedene Blickwinkel angesprochen. Denn zum einen stellt sich die Frage, in welchem Maße Migrantinnen und Migranten zum Gründungszeitpunkt auf selbständigkeitsrelevante Erfahrungen zurückgreifen können und zum anderen, in welchem Umfang sie zum Befragungszeitpunkt, d.h., nach einer gewissen Zeit der Unternehmensführung, über entsprechendes Wissen verfügen. Wir konzentrieren uns im Folgenden stärker auf die gründungsförderlichen Ressourcen, deren Relevanz allerdings nur bei den bis zum Befragungszeitpunkt überlebenden Unternehmen ermittelt werden kann. Sie bieten aber eine gruppenvergleichende Einschätzung, welche Ethnien in welchem Umfang über die einschlägigen Erfahrungen zur Gründung eines Unternehmens verfügen.

Alter und Arbeitserfahrung

Die empirische Forschung bietet kaum geeignete Indikatoren, um die im Verlauf des Erwerbslebens akkumulierten Erfahrungen von Personen befriedigend zu messen. Daher verwendet die Gründungsforschung i.d.R. das Lebensalter als Näherungswert für die Arbeits- und Berufserfahrung. Fast alle bisherigen Untersuchungen (allerdings ohne Differenzierung nach dem Migrationshintergrund) attestieren eine positive Korrelation von „Alter“ und „Selbständigkeit“ bzw. kommen zu dem Ergebnis, dass die Gründungswahrscheinlichkeit mit zunehmendem Alter wächst und erst ab einem höherem Lebensalter wieder sinkt (vgl. hierzu auch die multivariaten Modelle in Kapitel 15). Wie nachfolgende Ergebnisse zeigen, ist allerdings fraglich, ob das Lebensalter gleichzeitig auch die Arbeitserfahrung in einem befriedigenden Maße widerspiegelt.

Mit Blick auf Migrant(inn)en – und ohne Kontrolle weiterer Einflussfaktoren – erscheint der Zusammenhang zwischen Alter und Gründungsentscheidung jedoch ohnehin in manchen Fällen ungewiss, da vielfach davon ausgegangen wird, dass Migrant(inn)en eine höhere Risikoneigung besitzen⁴³ und daher vielleicht auch auf das nötige Erfahrungswissen viel eher verzichten. Kurzfristige Entscheidungen bzw. Spontangründungen sind daher bei bestimmten Ethnien, etwa bei den Türkischstämmigen, weitaus stärker verbreitet,⁴⁴ was unter Umständen auch zu einer höheren Zahl an Gründungen von jungen bzw. noch unerfahrenen Menschen führt. Andererseits jedoch wurden diesbezüglich bislang noch keine geschlechterdifferenzierenden Untersuchungen durchgeführt. Da aber Frauen eine höhere Risikoaversion nachgesagt wird⁴⁵ und zudem familienbedingte Erwerbspausen den Schritt in die Selbständigkeit verzögern, würde es zunächst durchaus plausibel erscheinen, wenn Frauen vor der Gründung eines Unternehmens mehr Arbeits- und Berufserfahrung sammeln möchten und sich daher eine längere Anlaufzeit als die Männer nehmen.

Unserer Befragung zufolge (und ohne weitere Differenzierung) ist dies jedoch nicht bei allen Gruppen der Fall. Betrachtet man das durchschnittliche Lebensalter (als Proxyvariable für die Arbeitserfahrung) von Migrant(inn)en zum Gründungszeitpunkt, dann zeigt sich, dass Frauen türkischer und italienischer Herkunft zum einen im Schnitt zwei Jahre früher gründen als ihre männlichen Pendanten und zum anderen auch deutlich früher als die deutschen Frauen ohne Migrationshintergrund (Abb. 8.2.1). In Bezug auf den Mittelwert gründen italienisch- und türkischstämmige Frauen bereits mit 31 bzw. 32 Jahren, während sich Frauen polnischer oder russischer Herkunft dafür etwas mehr Zeit genehmigen. Hier liegt der Schnitt bei 37 Lebensjahren. Was die Rangfolge betrifft gilt diese Beobachtung für beide Geschlechter. Besonders bemerkenswert ist, dass die Hälfte aller türkisch- oder italienischstämmigen Frauen noch vor Vollendung des 30. Lebensjahres gründen (vgl. Medianwert).

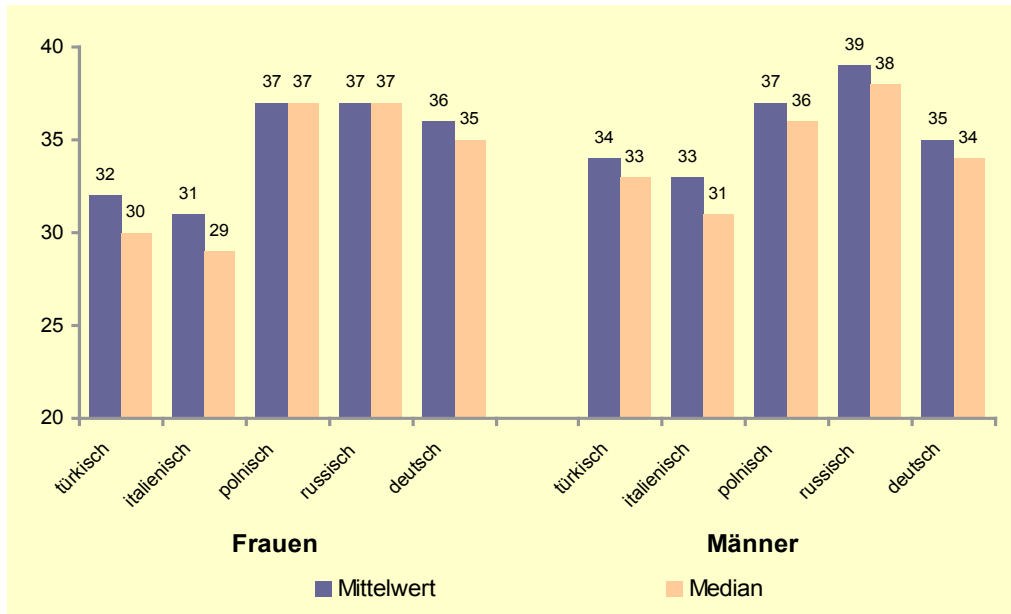
Diese Werte werden allerdings nicht allein durch die Dauer der Erwerbstätigkeit sondern durch weitere Faktoren stark beeinflusst. Denn natürlich ist bspw. mit entscheidend, in welchem Alter eine berufliche Laufbahn gestartet und mit der Akkumulation von Erfahrungswissen begonnen wird. Da die Selbständigen türkischer und italienischer Herkunft, wie bereits festgestellt, weniger Zeit für ihre Ausbildung verwenden, können sie bereits in früheren Lebensjahren einschlägige Arbeitserfahrungen sammeln.

⁴³ Z.B. ZfT 2003; KfW 2007.

⁴⁴ Leicht et al. 2005b; Leicht/ Leiß 2007.

⁴⁵ Wagner 2007.

Abb. 8.2.1: Durchschnittliches Alter zum Zeitpunkt der Unternehmensgründung



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Als weiterer Faktor ist zu berücksichtigen, dass die Selbständigen aus den ehemaligen Anwerbeländern einen höheren Anteil in der zweiten Generation stellen, während die meisten Osteuropäer/innen selbst zugewandert sind und daher u.U. mehr Zeit für die erforderlichen Integrationsleistungen und darüber hinaus dann auch zur Akkumulation von selbständigkeitsrelevantem Wissen benötigten.

Branchenerfahrung

Vor diesem Hintergrund lässt sich der Umfang an gewonnener und gleichzeitig relevanter Berufserfahrung besser anhand der Zeit bemessen, welche für die Erwerbsarbeit – und dabei für eine ganz bestimmte Tätigkeit – aufgewendet wurde. Ein gutes Maß hierfür ist die Zeitdauer die eine Person vor der Gründung in der hierfür maßgeblichen Branche gearbeitet hat. Diese kann auch Null betragen, sofern überhaupt keine Branchenerfahrung vorliegt. Es wird hier also – auch im Unterschied zur formalen Bildung und theoretischem Wissen – auf diejenigen Kenntnisse abgehoben, die nur durch praktisches Tun erworben werden können.

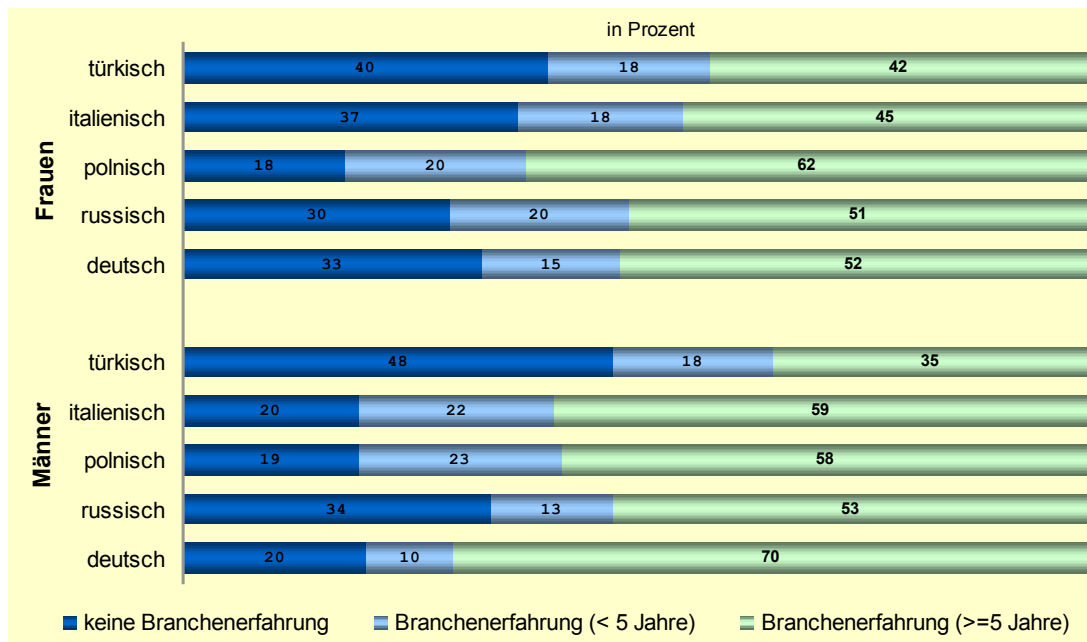
Es wäre zunächst davon auszugehen, dass viele Migranten mangels formaler Qualifikation auf die gewonnene Branchenerfahrung setzen, soweit sie das Risiko einer Unternehmensgründung auf sich nehmen. Andererseits entstehen viele Gründungen auch aus der Not bzw. mangels alternativer Beschäftigungsmöglichkeiten, weshalb der Wechsel in die Selbständigkeit oftmals auch mit einem Wechsel in ein anderes Arbeitsgebiet verbunden ist.

Die Befragten sollten daher angeben, ob sie vor der Gründung ihres Unternehmens bereits in derselben bzw. in einer ähnlichen Branche oder in einem ganz anderen Wirtschaftszweig tätig waren (soweit sie zuvor überhaupt gearbeitet hatten).

Im Ergebnis zeigt sich, dass zwei Fünftel der türkisch- und italienischstämmigen Frauen (40% bzw. 37%) ihr Unternehmen ohne jegliche Branchenerfahrung gegründet hatten.⁴⁶ Bei den Frauen russischer und deutscher Herkunft ist dies nur bei rund einem Drittel der Fall, während die polnischstämmigen Frauen das geringste Erfahrungsdefizit aufweisen (Abb. 8.2.2).

⁴⁶ Einschließlich derer, die zuvor gar nicht gearbeitet hatten.

Abb. 8.2.2: Branchenerfahrung zum Zeitpunkt der Unternehmensgründung



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Im Geschlechtervergleich schneiden die Frauen türkischer Herkunft trotz ihrer geringen Erfahrungswerte immer noch besser als ihre männlichen Landsleute ab. Von denen hat fast die Hälfte (48%) keine Branchenerfahrung vorzuweisen. Demgegenüber ist es bei den Italienerinnen gerade umgekehrt, d.h., hier war bei den Frauen ein höherer Anteil als die Männer zum Gründungszeitpunkt ohne Branchenerfahrung. Bei den Osteuropäer/innen fallen die Geschlechterunterschiede hingegen geringer aus.

Nun wäre zu konstatieren, dass bei beiden Geschlechtern und über alle Ethnien hinweg immerhin jeweils die Mehrheit Branchenerfahrung besitzt. Allerdings ist diese bei einigen Gründer/innen doch recht dünn ausgestattet: Denn bei rund einem weiteren Fünftel der Frauen mit Migrationshintergrund stellt sich heraus, dass sie weniger als 5 Jahre in der relevanten Branche gearbeitet haben (Abb. 8.2.2). D.h., unterm Strich betrachtet hat unter den Frauen türkischer und italienischer Herkunft jeweils weniger als die Hälfte eine ausreichende Branchenerfahrung vorzuweisen und bei den Frauen russischer Herkunft ist dies auch nur bei knapp der Hälfte der Fall.⁴⁷ Mit Blick auf diese Ergebnisse erscheinen dann doch die zuvor in Bezug auf die geringe Arbeitserfahrung von Frauen türkischer und italienischer Herkunft erzielten Befunde einigermaßen plausibel.

Selbständigkeitserfahrung

Der wahrscheinlich nützlichste Erfahrungsschatz für Gründerinnen dürfte sich aus Kenntnissen ergeben, die nicht in einer abhängigen Beschäftigung sondern in direktem Zusammenhang mit einer selbständigen Erwerbsarbeit akkumuliert oder aber auch im elterlichen Umfeld gesammelt wurden. Untersuchungen belegen, dass Personen, die zu einem früheren Zeitpunkt schon einmal selbständig waren auch in der Folgezeit einen stärkeren Drang verspüren, dies noch einmal zu versuchen.⁴⁸ Allein schon die hohe Zahl an gescheiterten Existenzen bzw. Betriebsschließungen (siehe Kapitel 5.1) legt nahe, dass es viele Migrantinnen und Migranten nicht unbedingt bei einem ersten Gründungsversuch belassen, sondern ihr Glück unter Umständen zu einem späteren Zeitpunkt als sog. „Restarter“ erneut versuchen. Häufig wird deshalb gemutmaßt, dass sich ein Teil der gründenden Migrant(inn)en in eine „Mobilitätsfalle“ begibt, da ihnen bei länger anhaltender Absenz von einem „normalen“ Beschäftigungsverhältnis die Referenzen und vor allem die entscheidenden Humankapitalien zur Rückkehr in eine Arbeitnehmerposition fehlen.⁴⁹ An anderer Stelle haben wir mit Hilfe der Mikrozensusdaten

⁴⁷ Dieses Ergebnis entspricht im Übrigen ungefähr auch dem 2004 auf Bundesebene ermittelten Befund, wobei hier geschlechterdifferenzierende Analysen nicht im Vordergrund standen (vgl. Leicht et al. 2005 und 2006).

⁴⁸ Carroll/ Mosakowski 1987; Taylor 1999.

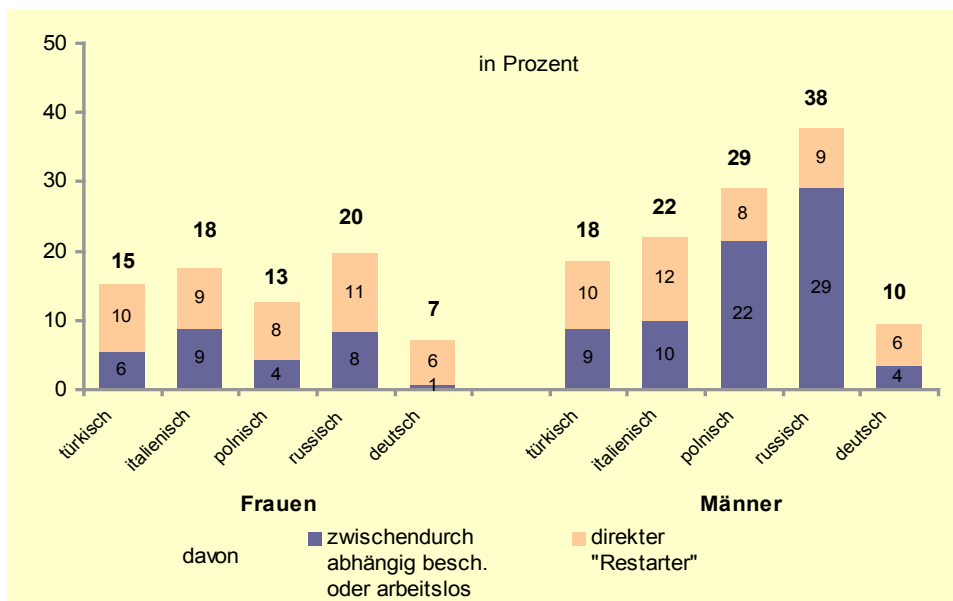
⁴⁹ Zur These von der „ethnischen Mobilitätsfalle“ vgl. Wiley 1973, Borjas 1986; Bates 1987; Esser 2003. Konträr: Portes/ Bach 1985; Portes/ Shafer 2007.

ermittelt, dass es gescheiterten Migranten aus den ehemaligen Anwerbeländern zu einem geringeren Anteil als Einheimischen oder westeuropäischen Migranten gelingt, in eine abhängige Beschäftigung zu gelangen.⁵⁰ Andererseits werden in Deutschland im Gegensatz zur Situation in vielen anderen Ländern diejenigen Gründer/innen (und dabei nicht nur Migrant(inn)en), die sich wiederholt zum Schritt in die Selbständigkeit entschließen, häufig zu unrecht stigmatisiert.⁵¹ Aus Fehlern lässt sich aber auch lernen, weshalb Selbständigkeitserfahrung eine wichtige Ressource im Gründungsprozess ist.

Die Daten untermauern die Alltagsbeobachtung (bzw. die häufig allein schon im Straßenbild erkennbar hohe Fluktuation durch Gründungen und Schließungen), die zu der Vermutung Anlass gibt, dass Migranten weit- aus häufiger wiederholte Versuche unternehmen, um sich selbständig auf dem Markt zu etablieren. Aus unserer Befragung ergibt sich darüber hinaus jedoch noch ein eher unvermutetes Ergebnis: Es sind nicht nur die Frauen aus den ehemaligen Anwerbeländern (was häufig aus der Fluktuation im Gastgewerbe und Handel ablesbar ist), sondern teilweise genauso häufig auch die Frauen aus Osteuropa, die mindestens einen zweiten Versuch mit Selbständigkeit unternommen haben (Abb. 8.2.3). Diese Gruppe ist im öffentlichen (Straßen)Bild weniger präsent, weshalb man wenig über deren Versuche weiß.

In unserem sample finden sich 20% russischstämmige und 13% polnischstämmige Frauen, die sich schon vor der Gründung (des zum Befragungszeitpunkt geführten Unternehmens) als Selbständige betätigt haben. Die Frauen aus der Türkei und Italien liegen prozentual in der Mitte. Alle Migrantinnengruppen weisen jedoch – wie zu erwarten war – einen wesentlich höheren Anteil an Gründerinnen mit eigener Selbständigkeitserfahrung als die Deutschen auf.

Abb. 8.2.3: Anteil^{*)} der Unternehmer/innen, die vor der Gründung schon einmal selbständig waren



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

*) Abweichungen in der Gesamtsumme der Anteile sind auf Rundungen zurückzuführen

Differenziert man ferner danach, ob zwischen dem ersten und zweiten Versuch eine andere Tätigkeit, etwa als abhängig Beschäftigte, oder auch eine Arbeitslosigkeit lag, dann zeigt sich, dass in der Tendenz mehr Gründerinnen als „direkte Restarter“ zu betrachten sind, d.h., etwas mehr als die Hälfte unmittelbar nach Beendigung des ersten „Experiments“ dann in die zweite (oder auch x-te⁵²) Selbständigkeit wechselten. Dies mag u.U. daran liegen, dass es vielen gescheiterten Existenzen schwer fällt, in eine abhängige Beschäftigung zurückzukehren. Ob es sich aber dann um eine „Mobilitätsfalle“ handelt, wie teils gemutmaßt, kann aus den Daten so noch nicht abgelesen werden. Wichtig ist hier, dass ein Fünftel bis ein Sechstel der gründenden Migrantinnen auf einschlägige Selbständigkeitserfahrung zurückgreifen konnte.

⁵⁰ Leicht et al. 2008 (Vortrag zur BAMF-Konferenz, Nürnberg).

⁵¹ Kay et al. 2004.

⁵² Die Befragungsdaten zeigen nicht, ob es sich um einen zweiten oder dritten Versuch etc. handelt.

Allerdings ist unter den weiblichen Gründerinnen der Anteil an Personen mit eigener Selbständigkeitserfahrung zum Teil wesentlich geringer als bei den männlichen Pendanten (noch Abb. 8.2.3). Insbesondere die Männer aus Polen und Russland fallen durch einen hohen Prozentsatz an Gründern auf, die es zu einem früheren Zeitpunkt schon einmal probierten: Unter den polnischen Männern ist es mehr als jeder vierte und unter den Russen mehr als jeder dritte Gründer, der zuvor schon einmal selbständig war.

Leider lässt sich aus den Daten nicht ablesen, wie lange der letzte Versuch zurückliegt und ob er hierzulande vorgenommen wurde. Einige (hier nicht dargestellten) Kontextdaten legen jedoch nahe, dass auch die vorherige Selbständigkeit in Deutschland bzw. erst nach der Zuwanderung ausgeübt wurde. Da die Osteuropäer/innen in ihren Herkunftsländern in geringerem Maße auf eine Selbständigenkultur zurückblicken können, erscheint dies plausibel. Verwunderlich ist aber dennoch, dass sie zu einem höheren Anteil einen Zweitversuch unternehmen als die durchschnittlich schon länger hier verweilenden Frauen und Männer türkischer bzw. italienischer Herkunft (vgl. Kapitel 7.1 sowie im Folgenden). Da bspw. die Unternehmen der Gründer/innen russischer Herkunft keine höheren Schließungsraten als andere Gruppen aufweisen und sogar vergleichsweise häufiger auf Erfolgskurs sind (siehe Kapitel 16) dürften andere Ursachen von Bedeutung sein. Die hohe Restarter-Quote ist möglicherweise ein Resultat dessen, dass sich Gründer/innen aus Polen und Russland noch nicht wie diejenigen aus den ehemaligen Anwerbeländern auf „typische“ bzw. erprobte Märkte orientieren können, d.h., in ihrer Rolle als Selbständige noch eher eine Avantgarde bilden. Hier sind dann oftmals mehrere „trial-and-error-Unternehmen“ erforderlich.

Intergenerationale Vererbung von Selbständigkeit

Mindestens genauso wichtig wie das durch eine frühere selbständige Tätigkeit erlangte Wissen ist das mikrosoziale Umfeld bzw. das soziale Kapital, welches unter Umständen den entscheidenden Anstoß und letztlich den Mut für den Schritt in die Selbständigkeit vermittelt. In der Gründungsforschung wird der sozialen Herkunft bzw. der intergenerationalen Vererbung des Erwerbstatus hohe Bedeutung zugeschrieben. D.h., ist (bzw. war) der Vater oder die Mutter⁵³ bereits selbständig, steigt im allgemeinen die Wahrscheinlichkeit, dass sich die Söhne (aber eher seltener die Töchter)⁵⁴ auf den gleichen Weg begeben. Diese Selbstrekrutierung und Berufsvererbung von Selbständigen ist ein Standardbefund in der Mobilitätsforschung.⁵⁵

Die Frage ist jedoch, ob und in welchem Umfang sich ein solcher Zusammenhang auch bei Migrantinnen und Migranten zeigt; zumal Zuwanderer (insbesondere in der ersten Generation und bei einer geringen Aufenthaltsdauer) weniger häufig mit der Übernahme eines elterlichen Betriebs rechnen oder auch in einem solchen die relevanten Kenntnisse erlernen können. Andererseits erzielt soziales Kapital weniger über die direkte Unternehmensnachfolge sondern vor allem über kognitive Prozesse, etwa über Imitationen und den Bezug zu Vorbildern, seine Wirkung.⁵⁶ In vielen Herkunftsländern ist die Selbständigenquote und damit die Chance der Vermittlung von selbständigkeitsrelevantem Wissen höher als in Deutschland.

Anhand unserer Befragung zeigt sich, dass für den Schritt in die Selbständigkeit auch bei Migrantinnen und Migranten die soziale Herkunft eine wichtige Rolle spielt, aber offenbar dennoch keine so große Bedeutung hat wie dies bei den Deutschen zu beobachten ist (Abb. 8.2.4). Natürlich ist bei den Einheimischen aus den genannten Gründen die Wahrscheinlichkeit höher, dass sie einen elterlichen Betrieb übernehmen. Aber auch wenn man von diesen Vererbungsmöglichkeiten absieht, dann haben immer noch 36% der selbständigen deutschen Frauen einen selbständigen Elternteil. Unter den türkisch-, italienisch- und polnischstämmigen Frauen macht dieser Anteil lediglich knapp über oder knapp unter einem Viertel aus. Es dürfte nicht verwundern, dass die osteuropäischen Frauen nicht von einer Unternehmensnachfolge in Deutschland profitieren, während dies bei den italienischstämmigen Frauen, mit längerer „Zuwanderungsgeschichte“ eher nachvollziehbar ist. Für die selbständigen russischstämmigen Frauen spielt die elterliche Erwerbsposition so gut wie keine Rolle. Dagegen kann immerhin ein Fünftel der Polinnen auf einen selbständigen Elternteil verweisen. Diese Gruppe gehört allerdings fast ausschließlich zu denjenigen, die vor 1992 zugewandert sind.

⁵³ Für den förderlichen Einfluss selbständiger Mütter liegen bisher weniger Befunde vor als für den von Vätern.

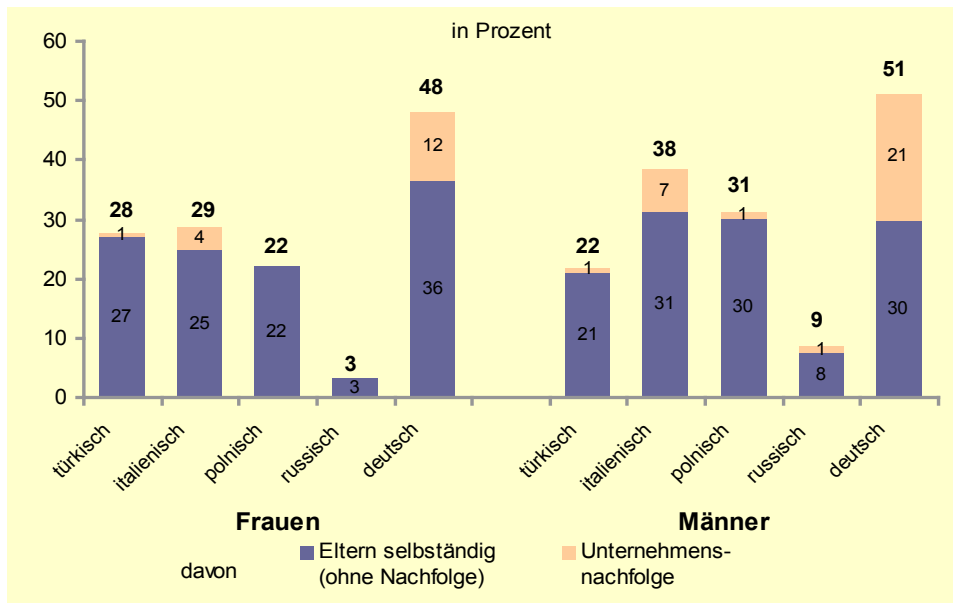
Vgl. z.B. Dunn/ Holtz-Eakin 2000.

⁵⁴ Georgellis/ Wall 2000, McManus 2001.

⁵⁵ Kurz/ Müller 1987; Erikson/Goldthorpe 1992; Hartmann 1998 und viele mehr.

⁵⁶ In Bezug auf Selbständigkeit vgl. auch Cooper/ Dunkelberg 1987; Strohmeyer/ Leicht 2000.

Abb. 8.2.4: Anteil der Unternehmer/innen mit selbständigem Elternteil



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Ein im Hinblick auf das Verteilungsmuster ähnliches Bild zeigt sich bei den Männern (Abb. 8.2.4). Mit Ausnahme der türkischstämmigen Männer liegen die Anteilswerte allerdings auf einem etwas höheren Niveau.

Von zusätzlichem Interesse ist natürlich, welche Bedeutung der Erwerbstatus der Mutter im Vergleich zum Vater hat. Unseren Daten zufolge gibt es wenig Grund zu der Annahme, dass die „Imitationsgrundlage“ für die unternehmerisch tätigen Frauen eher die Selbständigkeit der Mutter als die des Vaters wäre. Zu berücksichtigen ist zwar, dass es ohnehin weniger selbständige Mütter als Väter gibt, doch beträgt der Anteil der Gründerinnen, die einen selbständigen Vater haben bzw. hatten ein Vielfaches⁵⁷ von dem Anteil an Gründerinnen mit selbständigen Müttern. Häufiger als eine mütterliche Selbständigkeit kommt es vor, dass beide Eltern selbständig waren oder sind.

Insgesamt weisen die Befunde darauf hin, dass soziales Kapital zwar einen wesentlichen Einfluss auf die Gründungsentscheidung und -ressourcen nehmen kann, aber die soziale Herkunft bei Migrantinnen und Migranten entgegen manchen Erwartungen keine größere Wirkung als bei den Einheimischen zeigt. Hier sind andere soziale Kapitalien wohl von größerer Bedeutung (siehe auch Kapitel 16). Allerdings dürfte sich im Verlauf der Zeit bzw. bei stärkerer Integration der Anteil derjenigen erhöhen, welche die Chance haben ein von den Eltern in Deutschland gegründetes Unternehmen zu erben. Die Möglichkeit der Unternehmensübernahme dürfte, wie die Ergebnisse verdeutlichen, mit der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer der einzelnen Herkunftsgruppen korrespondieren. Die Aufenthaltsdauer ist auch Thema in nachfolgendem Abschnitt.

8.3 Aufenthaltsdauer und Institutionenwissen

Integrationschancen und Ressourcenausstattung hängen eng zusammen. Die (Ak)Kulturation als ein wesentlicher Bestandteil der Sozialintegration⁵⁸ verlangt spezielles Wissen zum erfolgreichen Agieren und Interagieren mit Geschäftspartnern, Behörden und Kunden in der Mehrheitsgesellschaft sowie die Kenntnis der im Ankunftsland geltenden Gesetze – aber mehr noch der allgemein anerkannten und dennoch ungeschriebenen Regeln. Entscheidend ist daher auch die verfügbare Zeit zur Akkumulierung von speziellen Kenntnissen und statusförderlichen Ressourcen. Die Zeit des Aufenthalts in Deutschland dürfte in gewissem Sinne präjudizierend für die Möglichkeiten wirken, sich mit den Rahmenbedingungen im Ankunftsland vertraut zu machen, sich in das wirtschaftliche und gesellschaftliche Leben zu integrieren und ggf. auch zentrale Institutionen des Bildungssystems und des Arbeitsmarktes zu durchlaufen. D.h., die Aneignung von „Institutionenwissen“,

⁵⁷ Je nach Ethnie das Doppelte bis Fünffache.

⁵⁸ Vgl. auch Esser 2001.

darunter etwa der Besitz an rechtlichen Kenntnissen und das Wissen im Umgang mit Behörden, erfordert einen Erfahrungsschatz, der eine gewisse Aufenthaltsdauer in Deutschland voraussetzt. Andererseits bietet die Aufenthaltszeit hierzulande allenfalls eine Option zur Sammlung entsprechender Ressourcen und ist keinesfalls ein Garant dafür, dass diese Möglichkeit auch in adäquater Weise genutzt wird. Ein hohes Maß an sozialräumlicher Segregation, etwa durch den Verbleib in herkunftstypischen Wohn-, Arbeits- und Freizeitorien oder gar durch die Abschottung in ethnischen Enklaven, kann auch bei langer Aufenthaltsdauer dazu führen, dass im Verlauf der Zeit allenfalls ethnisches Kapital aber nicht unbedingt allgemein verwertbares Humankapital generiert wird.

Aber dennoch ist die Aufenthaltsdauer ein Näherungswert für die Spannweite an Gelegenheiten, sich arbeitsmarkt- und selbständigkeitsrelevantes Wissen anzueignen und hierdurch die soziale Platzierung in der Gesellschaft zu verbessern. Verschiedene Untersuchungen, darunter auch unsere eigenen, belegen, dass Selbständige eine durchschnittlich längere Aufenthaltsdauer in Deutschland haben als die abhängig Beschäftigten.⁵⁹ Dies gilt zumindest für die Herkunftsgruppen aus den „klassischen“ ehemaligen Anwerbeländern, aber auch für eine ganze Reihe weiterer Migrantengruppen. Unter Erwerbspersonen mit türkischer Staatsangehörigkeit, die mindestens schon 20 Jahre in der Bundesrepublik leben, ist die Selbständigenquote fast doppelt so hoch wie bei denen, die erst 5 Jahre hierzulande leben. Ähnliches gilt für die Italiener sowie auch für die Asiaten.⁶⁰ Doch mit der Öffnung der Grenzen nach Osten und der zunehmenden Bedeutung von ad-hoc-Selbständigkeit sowie von transnationalen Formen ethnischen Unternehmertums, verliert der Zusammenhang zwischen Aufenthaltszeit und Gründungsneigung etwas an Stärke; nicht zuletzt, weil viele Polinnen und Polen sowie andere Osteuropäer/innen explizit deswegen nach Deutschland kommen, um hier – mangels Beschäftigungsmöglichkeiten für Arbeitnehmer – kurzfristig auf „eigene Rechnung“ arbeiten zu können (ausführlich in Kapitel 5.1 und 5.4).

Um dieses Phänomen nicht nur für die Bundesrepublik sondern auch mit Blick auf die Situation in Nordrhein-Westfalen genauer zu beleuchten müssten Daten des Mikrozensus herangezogen werden. Die amtlichen Daten erlauben jedoch mangels ausreichender Fallzahlen (zumindest für die Selbständigen) keine Analysen in weiterer Differenzierung nach ethnischer Herkunft, Aufenthaltsdauer und Geschlecht, zumal nur die Zugewanderten der ersten Generation betrachtet werden können.

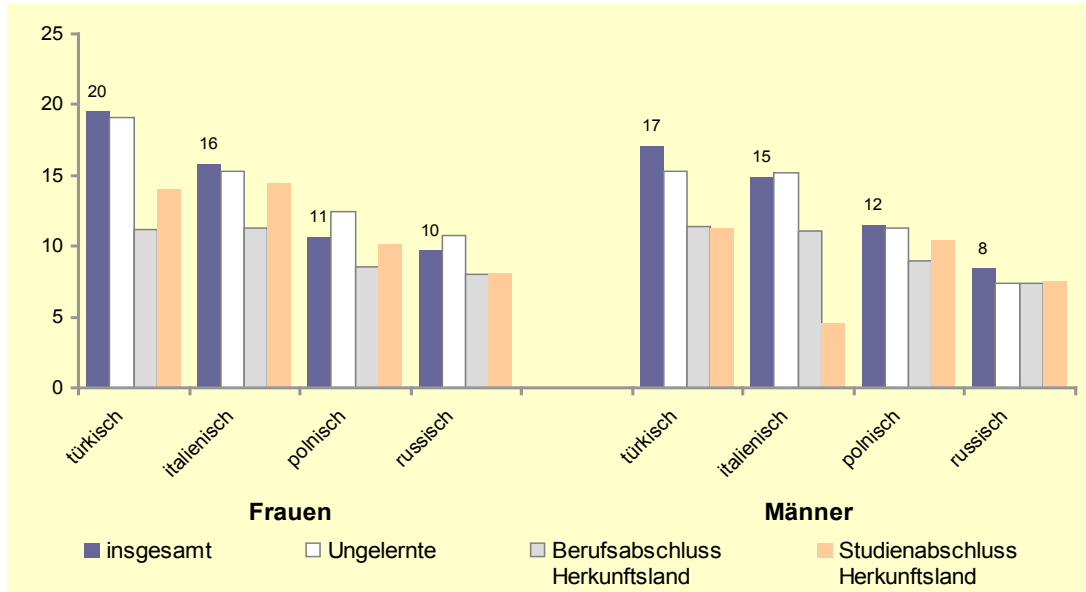
Aus diesem Grund beschränken wir uns hier auf die Daten der eigenen Erhebung, die allerdings keinen Abgleich mit der Aufenthaltsdauer der Nicht-Selbständigen erlauben. Dafür bieten sie einen Einblick, wie viel Zeit die Zugewanderten einzelner Herkunftsgruppen in Deutschland zunächst verbringen konnten, bevor sie ein Unternehmen gründeten. Da die Zuwanderung je nach Herkunftsland in (durchschnittlich) sehr unterschiedlichem Alter erfolgte geben die Daten weniger Auskunft darüber, welche Aufenthaltszeit zur Gründung i.d.R. erforderlich ist, sondern eher darüber, welche Möglichkeiten der Akkulturation mit den jeweiligen gruppenspezifischen unternehmerischen Laufbahnen verbunden waren. Die durchschnittlich längste Adaptionszeit konnten die Frauen türkischer Herkunft (20 Jahre) dicht gefolgt von den Italienerinnen (16 Jahre) in Anspruch nehmen (Abb. 8.3.1). Bei den Türkinnen ist zudem zu beachten, dass sie als Drittstaatsangehörige bzw. aus rechtlichen Gründen ohnehin einen längeren Anlauf bis zur Gründung brauchen (wenngleich nicht in dieser Länge).⁶¹ Weit geringere Zeit stand den Osteuropäerinnen zur Verfügung, die durchschnittlich binnen eines Jahrzehnts nach der Zuwanderung schon den Schritt in die Selbständigkeit wagten. Diese Struktur wird sich natürlich im Zeitverlauf und bei wachsender Bestandszahl an von Polinnen und Russinnen gegründeten Unternehmen verändern.

⁵⁹ Leicht et al. 2001; Leicht et al. 2006; Leicht/ Leiß 2006.

⁶⁰ Vgl. Leicht/ Leiß 2006, Tabelle 6.3.3. Vgl. international: Borjas 1986; Clark/ Drinkwater 2000.

⁶¹ Vgl. auch die rechtlichen Rahmenbedingungen in Kap. 5.4.

Abb. 8.3: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer zum Gründungszeitpunkt in Jahren (nur Zugewanderte)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Um einer Vergleichbarkeit der Ausgangssituation und Aufenthaltsdauer näher zu kommen, differenzieren wir zusätzlich nach dem Bildungsstand und dabei insbesondere nach solchen Selbständigen, die keine Ausbildung abgeschlossen haben und jenen, die bereits aus dem Herkunftsland entweder mit einem mittleren Berufsabschluss oder aber einem abgeschlossenen Studium zugewandert sind (Abb. 8.3.1). Dies sind also Gruppen, deren Aufenthaltszeit in Deutschland nicht durch eine Ausbildungszeit belegt war. D.h., formales Humankapital war (bei den beiden letztgenannten Gruppen) i.d.R. schon vorhanden und konnte bzw. musste im Verlauf der Zeit durch den Kulturationsprozess und dabei möglicherweise durch selbständigkeitsrelevantes Wissen angereichert werden.

Zunächst zeigt sich, dass die Ungelernten eine fast durchweg in allen Gruppen längere Aufenthaltszeit bis zur Gründung ihres Unternehmens hinter sich haben, welche sich aber auch teilweise durch die bereits im frühen Lebensalter Zugewanderten erklärt. Interessanter ist daher, wie lange sich diejenigen Zeit bis zur Gründung nahmen, die erst nach Abschluss einer Ausbildung nach Deutschland immigrierten. Es wäre anzunehmen, dass die formal besser Gebildeten sich schneller an die Situation im Ankunftsland anpassen und das für die Selbständigkeit erforderliche Wissen akquirieren. Dies kann allerdings nicht beobachtet werden. Für die Frauen und Männer aus Russland scheint es hinsichtlich der Vorlaufzeit bis zur Gründung kaum einen Unterschied zu machen, welche Bildung zugrunde liegt. Und ansonsten zeigt sich, dass unter den Frauen mit „nur“ einem mittleren Berufsabschluss die durchschnittliche Anlaufzeit bis zur Gründung jeweils etwas kürzer als bei denjenigen mit einem Hochschulabschluss ist (Abb. 8.3.1). Bei den Männern ist dies hingegen lediglich bei den Polen der Fall. Zwar sind auch bei den Frauen die Unterschiede zwischen den Bildungsgruppen gering, weshalb die Interpretation vorsichtig ausfällt, aber es deutet sich zumindest an, dass die mit einem abgeschlossenen Studium nach Deutschland kommenden Frauen keine geringere Anlaufzeit als die mit mittlerem Abschluss benötigen. Dies kann als Beleg für die hohe Bedeutung non-formaler Wissensressourcen gewertet werden.

8.4 Sprachkenntnisse

Migrationsforschung und Politik sind sich weitestgehend einig, dass die Kommunikationsfähigkeit und letztlich die Kenntnis der deutschen Sprache eine zentrale Voraussetzung für eine gelingende Integration ist.⁶² Ungleichheiten im Zugang zu Bildung, zum Arbeitsmarkt und zu zentralen Institutionen resultieren zu einem großen Teil aus Unzulänglichkeiten im Hinblick auf die Sprachkompetenzen. Dies gilt in den allermeisten Fällen auch für den Zugang zur beruflichen Selbständigkeit und für den unternehmerischen Erfolg, da auch in der selbständigen Erwerbsarbeit der In- und Output von der Fähigkeit der Anwendung der deutschen Sprache und der Kommunikation in Wort und Schrift abhängig ist. Allerdings wird teilweise eingewendet, dass gerade die ethnische Ökonomie diesbezüglich ein Ausnahmebeispiel bieten würde, soweit sich die Märkte von Selbständigen auf ethnische Nischen und ihre Beziehungen auf Enklaven konzentrieren. Wie wir nachfolgend (Kapitel 16) aber noch belegen, werden die co-ethnischen Kunden- und Lieferantenbeziehungen im allgemeinen eher überschätzt. Auch für die unternehmerisch engagierten Migrantinnen und Migranten bildet der Umgang mit (nicht unbedingt deutschen aber) deutschsprachigen Kunden, Geschäftspartnern und den deutschen Behörden einen zentralen Dreh- und Angelpunkt. Selbst in Bereichen mit starker sozialräumlicher und ethnischer Segregation erweist sich eine unzureichende Kenntnis der Landessprache häufig als Gründungshemmnis, da es sich selten um homogene und vollkommen abgeschlossene ökonomische Systeme handelt.⁶³ Dies schließt allerdings nicht aus, dass in der ethnischen Ökonomie gleichzeitig das Beherrschen der Herkunftssprache bzw. gute muttersprachliche Kenntnisse einen zusätzlichen Wettbewerbsvorteil bringen.

Sprachkenntnisse sind zwar ein Schlüsselfaktor für die Beurteilung der sozialen und kulturellen Integration, aber dennoch mangelt es bisher an geeigneten Instrumenten, die Sprachkompetenzen von Migrant(inn)en befriedigend zu messen. Dies gilt zumindest außerhalb des schulischen Bereichs. Die amtliche Statistik bietet hierzu keinerlei Indikatoren, weshalb zumeist auf gesonderte Erhebungen zurückgegriffen werden muss.⁶⁴ Die größte Hürde dürften jedoch geeignete Methoden zur Feststellung von Sprachkenntnissen bilden, da diese oftmals erhebliche Validitätsprobleme mit sich bringen. Zwei Verfahren lassen sich hier unterscheiden: Zum einen Sprachtestverfahren und zum anderen Selbsteinschätzungen. Da die Befragten ggf. dazu neigen, ihre eigenen Kenntnisse zu überschätzen oder aber Hemmungen haben, diese wahrheitsgemäß zu beurteilen, haben wir uns in vorliegender Untersuchung für eine Fremdbewertung entschieden. Daher wurden die Interviewer aufgefordert am Ende jeder einzelnen Befragung die Sprachkenntnisse der Probanden anhand von Schulnoten zu bewerten. Bei Interviews, die zur Erhöhung der Teilnahmebereitschaft in der Muttersprache geführt wurden (zur Methodik siehe Kap. 3.3), sollten die Interviewer zumindest eine Beurteilung anhand des vorgeschalteten Kontaktgespräches vornehmen.

Der Interviewerbeurteilung zufolge verfügen je nach Ethnie zwischen 60% und 90% der Migrantinnen über „gute“ bis „sehr gute“ Deutschkenntnisse, wobei die Frauen türkischer und italienischer Herkunft am schlechtesten und diejenigen russischer Herkunft am besten abschneiden (Abb. 8.3.1).⁶⁵ Dies zeigt sich zudem auch darin, dass über ein Viertel der türkischstämmigen Frauen hinsichtlich ihrer Deutschkenntnisse mit einer Note zwischen „ausreichend“ bis „ungenügend“ bewertet wurde.⁴¹ Die Tatsache, dass die aus Polen und Russland stammenden Frauen vergleichsweise gut abschneiden, muss auch vor dem Hintergrund gesehen werden, dass sich hierunter relativ viele (Spät)Aussiedlerinnen befinden. Insgesamt korrespondiert dieses Bild aber auch mit der festgestellten Struktur formaler Bildung (siehe Kap. 8.1), hinsichtlich derer die Osteuropäerinnen auch besser ausgestattet sind.

Was den Geschlechtervergleich betrifft wurden die Sprachkenntnisse der Unternehmerinnen allerdings tendenziell besser bewertet als die ihrer männlichen Pendanten. Dies zeigt sich insbesondere mit Blick auf die türkisch- und italienischstämmigen Selbständigen: Von den türkischstämmigen Männern bekamen immerhin über ein Drittel (38%) höchstens die Note „ausreichend“, darunter sogar ein Fünftel „mangelhaft bis ungenügend“. Auch die Sprachkompetenzen der italienischen Männer bekamen vergleichsweise schlechte Noten.

⁶² z.B. Integrationsbericht des Landes NRW oder Nationaler Integrationsplan der Bundesregierung; Esser 2006.

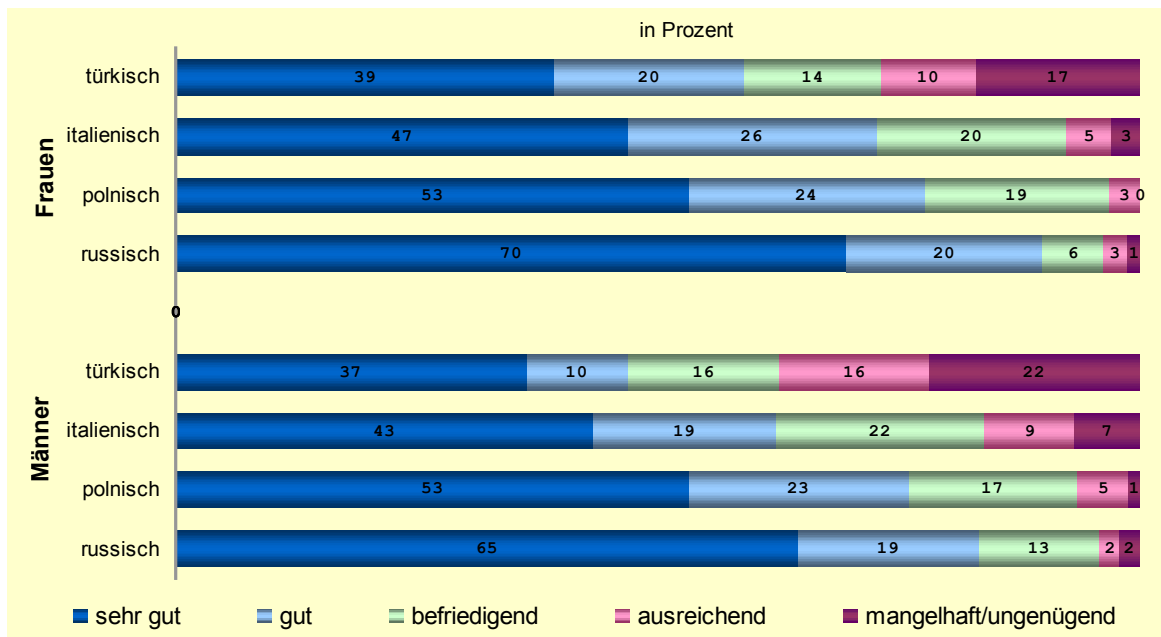
⁶³ Vgl. z.B. Teixeira 2001; Mora/ Dávila 2005.

⁶⁴ Für einen Überblick siehe Haug 2008.

⁶⁵ Nicht abgebildet: Die Sprachkenntnisse in der zweiten Generation fallen wesentlich besser aus.

⁶⁶ Voraussichtlich dürften die italienischen Frauen genauso schlecht wie die türkischen abgeschnitten haben, aber hier entzogen sich relativ viele einer genaueren Beurteilung, weil sie während des Interviews in die Muttersprache wechselten.

Abb. 8.4: Kenntnisse der deutschen Sprache



Quelle: Primärerhebung „selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Hier wäre nun ein Vergleich mit den abhängig Beschäftigten von Nutzen, um die Integrationsfähigkeit der Selbständigen in komparativer Weise einschätzen zu können. Da aber nur Selbständige befragt wurden, können die Ergebnisse allenfalls mit den Daten des Sozioökonomischen Panels (SOEP) verglichen werden, die auch andere Erwerbspositionen umfassen. Hier liegen allerdings nur Selbsteinschätzungen der Befragten vor, was die Ergebnisse in der Tendenz verbessern dürfte. Gemessen an den vom BAMF ausgewerteten SOEP-Daten⁶⁷ sind die deutschen Sprachkenntnisse der Erwachsenen insgesamt tendenziell schlechter als die der Selbständigen in unserer Befragung – und dies obwohl sich die SOEP-Daten auf Selbsteinschätzungen verlassen und die ifm-Befragung auf einer (voraussichtlich objektiveren) Fremdbewertung beruhen: Von den Frauen mit türkischem Migrationshintergrund geben sich dem SOEP zufolge weniger als 50% die Note „gut“ bis „sehr gut“. Auch die Selbsteinstufung der Italienerinnen insgesamt ergibt ein um wenige Prozentpunkte schlechteres Ergebnis als das für selbständige Italienerinnen. Polnisch- und russischstämmige Frauen wurden im SOEP leider nicht bewertet, dafür aber Aussiedlerinnen. Dieses Aggregat dürfte allerdings nicht ganz mit den in unserer eigenen Befragung verwendeten Herkunftsgruppen vergleichbar sein.

Zumindest mit Blick auf die Frauen türkischer und italienischer Herkunft kann man also zu dem Schluss kommen, dass Migrantinnen, soweit sie selbständig sind, wohl etwas bessere Deutschsprachkenntnisse vorweisen können als die Gesamtgruppe an Erwachsenen der jeweiligen Bevölkerungsgruppe. Inwieweit hier Drittfaktoren, wie etwa die bessere Bildung, verantwortlich sind, kann aus den Daten nicht abgelesen werden.

⁶⁷ Vgl. Haug 2008, S. 29, Abb. 5.

9. Jenseits von Nische und Enklave? Identifikation, soziale Interaktion und Orientierung in der Mehrheitsgesellschaft

Die Debatte um die Frage der Integrationswirkung von Migrantenselbständigkeit wird dadurch erschwert, dass der Schritt in die Selbständigkeit nicht selten auch als eine Folge von Desintegration und sozialer Ungleichheit zu sehen ist, soweit sich Migrant(inn)en damit aus einer Position der Benachteiligung befreien.⁶⁸ Andererseits führt bei entsprechendem Erfolg gerade dieser Befreiungsversuch dazu, dass sie sich durch sozialen Aufstieg in der Aufnahmegesellschaft neu positionieren und (re-)integrieren. Es gibt aber genauso Argumente nach welchen sie unter bestimmten Bedingungen selbst bei erfolgreicher unternehmerischer Tätigkeit am gesellschaftlichen Rand verharren: Einige dieser Argumente werden nachfolgend aufgegriffen sowie auch die Fragen, die sich daraus ergeben. Dazu zählt etwa die Frage nach der Identifikation, der Bleibeabsicht und nach der sozialen Interaktion in Deutschland oder die Frage nach dem Grad der Abschottung gegenüber der Aufnahmegesellschaft.

Zweifel an der integrationsfördernden Wirkung von Selbständigkeit werden oftmals bereits aus dem Verdacht abgeleitet, ein unternehmerisches Engagement von Zugewanderten wäre nur auf befristete Dauer und kurzfristige Gewinnabsicht angelegt, um danach das Aufnahmeland alsbald wieder zu verlassen. Bspw. beschreibt die Theorie der „middleman minorities“⁶⁹ das Verhalten von Immigranten, die sich bei anhaltender Isolation in der Aufnahmegesellschaft und kultureller Orientierung auf das Heimatland („sojourning mentality“) auf solche unternehmerische Tätigkeiten (v.a. den Handel) konzentrieren, die relativ geringe Investitionen erfordern und daher einer baldigen Rückkehr nicht im Wege stehen. Schon Georg Simmel (1908) bezog sich in seinem soziologischen „Exkurs über den Fremden“ auf das ökonomische Verhalten marginalisierter Migranten, die soz. „zwischen allen Stühlen“ stehen und deren Identifikation und Interaktion mit der Aufnahmegesellschaft daher ungesichert bleibt.

Die soziale Interaktion und damit Integration von Selbständigen kann auch in anderer Weise Störungen erfahren: Folgt man den Klassikern der angloamerikanischen Forschungsliteratur, dann bilden ethnische Enklaven und Nischenmärkte sowie der Rückgriff auf soziales Kapital, insbesondere auf Netzwerke und co-ethnische Geschäfts- und Kundenbeziehungen, die konstituierenden Elemente ethnischer Ökonomien.⁷⁰ In dieser Sichtweise bieten vor allem Distrikte mit hohem Migrantenanteil und sozialräumlicher Segregation den Nährboden für unternehmerisch ambitionierte Zuwanderer, die ihren Landsleuten herkunftsspezifische Güter und Dienstleistungen offerieren. Daher wird Migrantenselbständigkeit teils eher als ein Schritt zur Abschottung und weniger als Weg zur sozialen Integration verstanden, insbesondere wenn die Nischenformation und ethnische Pfadabhängigkeit zu einer Mobilitätsfalle („mobility trap“) führen.⁷¹ Andererseits ist äußerst fraglich, inwieweit solcherlei Modelle zur Erklärung von Immigrant Business überhaupt auf die Situation in Deutschland übertragbar sind, da sich die Zuwanderung in die Bundesrepublik in ganz anderen räumlichen, sozialen und institutionellen Bahnen als in den angloamerikanischen Metropolen vollzog. In den deutschen Städten entstanden trotz teilweise hoher Migrantenanteile kaum monoethnische „Enklavenökonomien“, die mit dem Ausmaß an Segregation in US-amerikanischen Metropolen vergleichbar sind.⁷²

Nachfolgend wird daher der Frage der sozialen Interaktion und Identifikation mit der Aufnahmegesellschaft nachgegangen und untersucht, ob und unter welchen Umständen selbständige Migrantinnen und Migranten eine dauerhafte Bleibeabsicht (Kap. 9.1) sowie soziale Kontakte in Deutschland haben (Kap. 9.2) und ferner welcher Art die Kunden- und Geschäftsbeziehungen selbständiger Migrant(inn)en sind (Kap. 9.3). Bei allem ist natürlich hervorzuheben, dass es bislang nicht nur an Untersuchungen zu einzelnen Aspekten sozialer Integration von Selbständigen mangelte, sondern dann bisher natürlich auch keine geschlechterdifferenzierenden Analysen vorliegen konnten. Es ist aber davon auszugehen, dass Frauen und Männer jeweils andere Intentionen und vor allem andere Chancen zur sozialen Interaktion in der Aufnahmegesellschaft besitzen.

⁶⁸ Light 1972; Clark/ Drinkwater 2000. In Deutschland: Loeffelholz et al. 1994; Seifert 2001; Leicht et al. 2005.

⁶⁹ Die von Bonacich (1973) entwickelte Middleman minority Theorie zählte lange Zeit zu den wichtigsten Erklärungsversuchen von ethnischem Unternehmertum. Zu einer kritischen Neubewertung siehe auch Zhou 2004.

⁷⁰ Vgl. Kapitel 2.2 sowie u.a. Aldrich/ Waldinger 1990; Granovetter 1990; Portes 1995; Light/ Rosenstein 1995.

⁷¹ Siehe vorheriges Kapitel sowie Borjas 1986; Esser 2003. Kritisch neu aufgegriffen bei Portes/ Shafer 2006.

⁷² Santel/ Hollifield 1998; Häußermann/ Siebel 2001. Vgl. auch Laschet 2007 (Beitrag: Zuwanderer in der Stadt).

9.1 Bleibeabsicht in Deutschland

Mit Blick auf die Fragen der Identifikation und sozialen Interaktion interessiert also, wie stark sich die selbständigen Migrantinnen und Migranten mit dem Aufnahmeland und dem gesellschaftlichen Leben in Deutschland identifizieren, d.h., inwieweit die Absicht besteht, ggf. auch lebenslang in der „neuen Heimat“ zu verweilen. Kontos (2005: 217) kommt bspw. anhand von Fallstudien zu dem Ergebnis, dass die unternehmerischen Aktivitäten von Migranten in Deutschland eher ökonomischer Natur sind und die Rückkehr ins Herkunftsland vorsehen.

Was also sagen unsere Befragungsergebnisse? Zunächst ist voranzustellen, dass nicht in allen Fällen davon auszugehen ist, dass der Wunsch in Deutschland zu bleiben auch den Möglichkeiten entspricht, da letztere auch vom Aufenthaltstitel abhängig sind. In der Regel jedoch hängt die Erlaubnis zur Gewerbeausübung mit der zum Aufenthalt zusammen.⁷³ Aber dennoch wurden die Probanden ganz gezielt nach dem Wunsch d.h., danach gefragt, wie lange sie „gerne“ in Deutschland leben würden. Als Indikator war dabei insbesondere von Relevanz, ob die Befragten hierzulande „lebenslang“ verweilen möchten, wobei alternativ noch andere Zeitphasen, z.B. „bis zur Rente“, als Antwortmöglichkeit zur Verfügung standen (Abb. 9.1).

Konzentriert man sich zunächst auf die Frauen, ist die Bleibeabsicht unter den Migrantinnen aus dem russischen Raum am stärksten ausgeprägt. Vier Fünftel (81%) von ihnen würden gerne lebenslang in Deutschland bleiben, dicht gefolgt von den Frauen aus Polen, von denen drei von vier (76%) lebenslang bleiben möchten. Demgegenüber ist dies unter den türkischstämmigen Frauen gerade mal bei knapp über der Hälfte (56%) der Fall und bei den italienischen Frauen sogar nur bei etwas mehr als einem Drittel (37%). Unter letzteren möchte ein beinahe gleich großer Anteil (33%) lediglich die „nächsten Jahre“ hier verbringen.

Der geringe Prozentsatz an Italienerinnen mit lebenslanger Bleibeabsicht mag einerseits erstaunen, da die italienischen Migrant(inn)en – sieht man von ihrer geringen Bildungsbeteiligung ab⁷⁴ – in der öffentlichen Meinung eigentlich als relativ gut integriert angesehen werden.⁷⁵ Andererseits ist auch bekannt, dass sich die aus Italien Zugewanderten häufig zwischen zwei Ländern und Kulturen bewegen.⁷⁶ Viele fahren regelmäßig über die Alpen und nicht wenige besitzen am Heimatort ein eigenes Haus, das sich dann auch als Altersruhesitz anbietet.⁷⁷ Hinzu kommt, dass sie als EU-Bürger/innen zu einem Teil die gleichen Rechte wie die Deutschen besitzen (weshalb bspw. auch die Motivation zur Einbürgerung geringer ist). Demgegenüber können die türkischstämmigen Frauen nicht von einer geographischen Nähe profitieren. Ein Viertel von ihnen möchte aber nach dem Ausscheiden aus dem Erwerbsleben in die Türkei zurück. Mit Blick auf diese Gruppe erstaunt aber möglicherweise genauso, dass ein Fünftel nur die „nächsten Jahre“ in Deutschland bleiben möchte.

⁷³ Vgl. zu den rechtlichen Rahmenbedingungen auch Kapitel 5.4. Vom Problem des Niederlassungs- und Bleiberechts sind ohnehin nur Drittstaatsangehörige und Migranten betroffen, die nicht eingebürgert oder Aussiedler sind. Und bei den übrigen kann unterstellt werden, dass sie zur Ausübung einer selbständigen Erwerbsarbeit auch eine Aufenthaltserlaubnis auf Dauer besitzen.

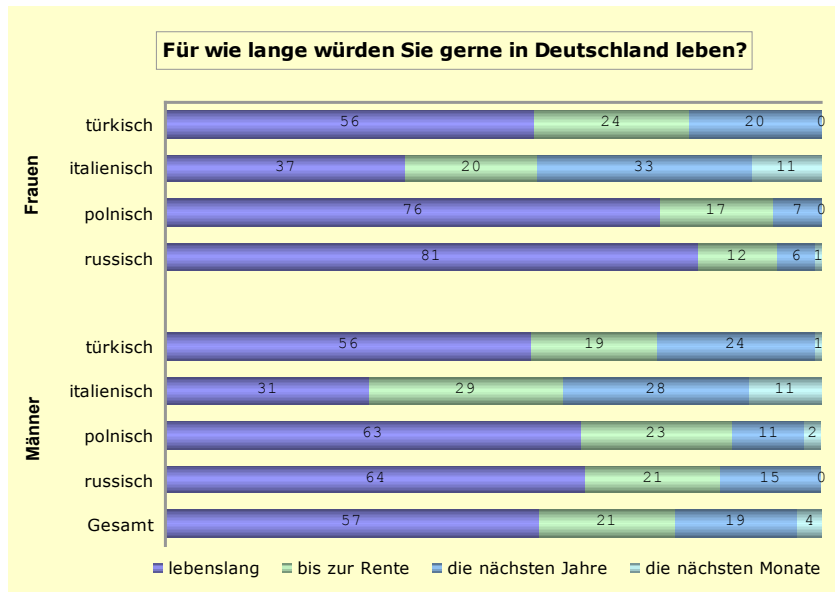
⁷⁴ Vgl. bspw. die PISA-Ergebnisse sowie Granato/ Kalter 2001 oder Kristen/ Granato 2004.

⁷⁵ Schaefer/ Thränhardt 1998.

⁷⁶ Haug/ Heins 2005.

⁷⁷ Inzwischen besitzen ja selbst viele Deutsche ein Haus in Italien um dort den Ruhestand zu verbringen.

Abb. 9.1.1 Bleibeabsicht von Selbständigen mit Migrationshintergrund in Deutschland



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Im Geschlechtervergleich zeigen sich bei den Selbständigen türkischer oder italienischer Herkunft kaum Unterschiede (noch Abb. 9.1). Doch die Frauen aus Osteuropa weisen eine deutlich stärkere Bleibeabsicht auf als ihre männlichen Pendanten. Letzteres mag vielleicht überraschen, da andere Befragungen, bspw. das Integrationspanel des BAMF,⁷⁸ den aus Polen Zugewanderten eine im Vergleich zu anderen Gruppen besonders starke Heimatverbundenheit und entsprechend ein geringeres Zugehörigkeitsgefühl zu Deutschland attestieren. Allerdings wurden hier Erwachsene aus ganz verschiedenen Erwerbspositionen befragt.

Da die „Verbundenheit“ mit dem Aufnahmeland nur näherungsweise die Bleibeabsicht widerspiegelt, hier aber dennoch ein Vergleich der Bleibeabsicht von Selbständigen und Nicht-Selbständigen interessiert, bedienen wir uns an dieser Stelle einer (im Auftrag der Bundesregierung von Marplan/Polis durchgeführten) Befragung von Arbeitnehmer/innen, in welcher der selbe Indikator (allerdings nur bei Türk(inn)en und Italiener/innen) erhoben wurde.⁷⁹ Die Gegenüberstellung legt nahe, dass die türkischstämmigen selbständigen Frauen leicht häufiger als ihre abhängig beschäftigten Landsleute in Deutschland verweilen möchten, wohingegen dies bei italienischen Unternehmerinnen und Unternehmern deutlich seltener als bei den Arbeitnehmer/innen der Fall ist (Abb. 9.1.2 im Anhang). Da Selbständige mit ihrer Gründung teils erhebliche Investitionen tätigen, mag verwundern, dass die Italiener/innen nicht zu deutlich höherem Anteil als die abhängig beschäftigten Pendanten in Deutschland verbleiben möchten. Dies könnte (neben den zuvor genannten Gründen) auch daran liegen, dass im Gastgewerbe (auf welche sich Italiener stark konzentrieren) häufig keine Investitionen auf lange Dauer getätigt werden.

Die Absicht lebenslang in Deutschland zu bleiben hängt natürlich nicht nur von der Herkunft sondern genauso von anderen Rahmenbedingungen ab. Daher interessiert, welche Bleibeabsicht sich im Vergleich der einzelnen Herkunftsgruppen zeigt, wenn der Einfluss weiterer Faktoren kontrolliert wird, aber auch: welche Einflussfaktoren die Bleibe- bzw. Ausreisewilligkeit bestimmen? Diesen Fragen wurde mit Hilfe eines multivariaten Modells bzw. mittels einer logistischen Regression nachgegangen (Tabelle 9.1.3).

⁷⁸ Rother 2008.

⁷⁹ Der Fragetext ist identisch, dafür liegt die Befragung zeitlich weiter zurück (Venema/ Grimm 2002). Außerdem wurden nur Ausländer befragt.

Tabelle 9.1.3: Determinanten der Absicht lebenslang in Deutschland bleiben zu wollen (logistische Regression)

Einflussfaktoren	Männer	Frauen
	Exp (B)	
türkisch (Referenzkategorie)	*	***
italienisch	0,33 ***	0,58
polnisch	1,27	3,10 ***
russisch	1,51	4,74 ***
Alter	1,08 ***	1,01
Aufenthaltsdauer	0,99	1,00
eingebürgert	2,30 **	0,91
Kein beruflicher Abschluss	*	
Beruflicher Abschluss	0,68	1,05
Studium absolviert	0,45 **	0,89
Deutsche/r Partner/in	1,78	1,19
Mit Gründungsabsicht nach D gekommen	0,57 *	0,53
Prod. Gewerbe (Referenzkat.)		
Handel und Gastgewerbe	2,11 *	1,18
Übrige Dienstleistungen	1,20	1,74
Schlechte wirtschaftl. Lage des Unternehmens	1,28	0,49 **
Vor der Gründung arbeitslos	0,59	1,88 **
Pseudo R ² (Nagelkerke)	0,23	0,26

Signifikante Effekte: *** bei $p < 0,01$, ** bei $p < 0,05$, * bei $p < 0,1$.

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Hier wird ersichtlich, dass die deskriptiv festgestellten Unterschiede zwischen den Ethnien (zumindest bei den Frauen) auch unter Kontrolle weiterer Determinanten (darunter Bildung und Wirtschaftszweig) erhalten bleiben bzw. sich sogar noch verstärken. D.h., die Wahrscheinlichkeit, dass eine selbständige Frau aus Italien lebenslang in Deutschland verweilen möchte ist sogar nur halb so hoch wie die von selbständigen Frauen türkischer Herkunft (Referenzkategorie). Und gegenüber den türkischstämmigen Frauen ist die Wahrscheinlichkeit, dass eine Unternehmerin aus Polen in Deutschland bleibt drei mal so hoch und bei den Unternehmerinnen aus Russland sogar fast fünf mal so hoch.

Erstaunlicherweise sind die Determinanten dieser Bleibeabsicht vollkommen verschieden von denen der Männer. Während sich bei den männlichen Selbständigen eine Einbürgerung und ein fortgeschrittenes Alter signifikant positiv auf die Bleibeabsicht auswirkt, hinterlässt dies bei den Frauen keinerlei Effekte. Eine lange Aufenthaltsdauer in Deutschland hat bei beiden Geschlechtern keine Auswirkung auf die Bleibeabsicht, was sicher genauso überraschen dürfte. Allerdings sind die Migrant(inn)en der zweiten Generation zu einem weit höheren Anteil gewillt auch bis ans Lebensende in Deutschland zu bleiben (hier nicht abgebildet),⁸⁰ wobei dieser Effekt bei den Männern hochsignifikant ist ($p < 0,01$), bei den Frauen jedoch nicht.

Im Modell für Frauen lassen sich (im Gegensatz zu dem für Männern) relativ wenige signifikante Effekte identifizieren. Ein deutlich negativer Einfluss auf den künftigen Verbleib in Deutschland ergibt sich bei Frauen dann, wenn das Unternehmen eine wirtschaftlich schlechte Lage aufweist. Bei Männern hat dies hingegen keine Auswirkung. Umgekehrt verhält es sich, wenn Frauen aus der Arbeitslosigkeit heraus gegründet haben (siehe hierzu auch nächstes Kapitel). Möglicherweise führt ein hierdurch wiedererlangtes Selbstwertgefühl zu einer stärkeren Identifikation mit der Aufnahmegesellschaft. Der Abschluss eines Studium hat keinen positiven Einfluss auf den Bleibewillen. Im Gegenteil (allerdings ist der Effekt bei Frauen nicht signifikant).⁸¹ Haben die Befragten einen deutschen Partner bzw. eine Partnerin, erhöht dies zwar die Bleibeabsicht, aber der Einfluss ist dennoch nicht signifikant.

⁸⁰ Hier musste ein zusätzliches (nicht abgebildetes Modell) gerechnet werden, weil die Bemessung der Wirkung der Aufenthaltsdauer im vorliegenden Modell natürlich eine Begrenzung auf die erste Generation erforderte.

⁸¹ Eine Differenzierung nach dem Ort des Studienabschlusses hat auch keine signifikanten Effekte erbracht (zumindest bei Frauen), doch ist der Koeffizient positiv, wenn das Studium im Herkunftsland abgeschlossen wurde.

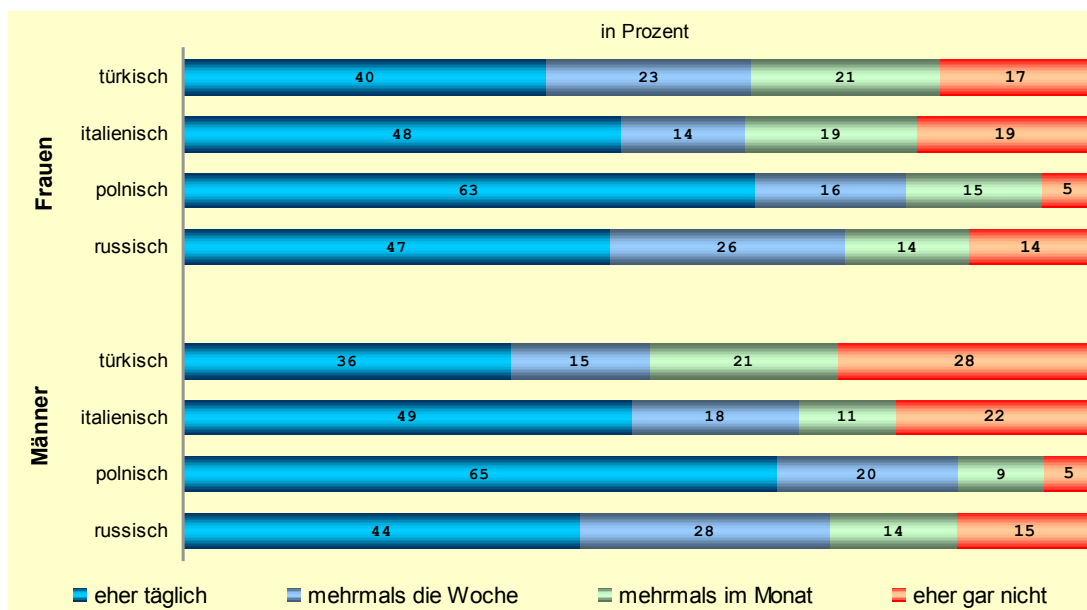
9.2 Soziale Kontakte zu Deutschen

Es stellt sich die Frage, wie häufig Migrant(inn)en nicht nur bei der Arbeit, sondern auch in der Freizeit Kontakte zur einheimischen Bevölkerung haben und wie stark die Kontaktfreudigkeit jeweils bei Frauen im Vergleich zu den Männern ausgeprägt ist.

Zunächst wäre davon auszugehen, dass Selbständige im Vergleich zu abhängig beschäftigten Migrant(inn)en wohl per se häufiger Kontakt mit der einheimischen Bevölkerung haben, da dies ihre Geschäftstätigkeit oftmals erfordert. Andererseits ist durchaus denkbar, dass dies bei Arbeitnehmer/innen – zumal in einem größeren Unternehmen – unter Umständen sogar häufiger der Fall ist als in einem auf co-ethnische Kundschaft orientierten kleinen Migrantenbetrieb. Der Frage nach den Geschäfts- und Kundenkontakten wird in nachfolgendem Abschnitt nachgegangen. An dieser Stelle interessieren vorerst nicht die Arbeits- sondern die Freizeitkontakte mit Einheimischen. Die Befragten sollten einschätzen, wie häufig sie in der Freizeit Kontakt zu Deutschen haben. (Personen mit deutschem/ deutscher Partner/in wurden hier nicht in die Analyse aufgenommen.)

Etwa rund zwei Drittel der selbständigen Frauen türkischer oder italienischer Herkunft haben in der Freizeit „täglich“ oder „mehrmals in der Woche“ Kontakt mit Deutschen (Abb. 9.2.1). Das ist, wie nachfolgend noch beschrieben, zwar eine deutlich höhere Frequenz als bei den Arbeitnehmerinnen dieser Gruppen, aber eine geringere als dies bei selbständigen Frauen aus Polen und Russland zu beobachten ist. Von den russischstämmigen Frauen pflegen im Privatleben rund drei Viertel (73%) und von denen polnischer Herkunft sogar vier Fünftel (79%) einen eher regelmäßigen Austausch mit Deutschen. Besonders bemerkenswert ist demgegenüber, dass sowohl rund ein Sechstel (17%) der türkischstämmigen als auch der italienischstämmigen (19%) Frauen in der Freizeit „eher gar keinen“ Kontakt mit Deutschen haben.

Abb. 9.2.1 Freizeitkontakte von selbständigen Migrant(inn)en mit Deutschen (ohne Personen mit deutscher/m Partner/in)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Im Geschlechtervergleich betrachtet halten die Unternehmerinnen türkischer Herkunft jedoch (entgegen manchen Erwartungen) häufiger Freizeitkontakte zu den Deutschen als ihre männlichen Landsleute. Unter den selbständigen türkischen Männern treffen in der Freizeit über ein Viertel (28%) eher nicht mit der einheimischen Bevölkerung zusammen. Bei den übrigen Herkunftsgruppen sind diesbezüglich die Geschlechterunterschiede eher gering.

Vergleicht man auch hier wieder zur besseren Einschätzung der Werte die Befunde mit denen anderer Untersuchungen – und dabei insbesondere mit der Kontaktfreudigkeit der Nicht-Selbständigen, ist festzuhalten, dass die bereits erwähnte Arbeitnehmer/innen-Befragung von Marplan/Polis einen weit geringeren Anteil an italienischen und türkischen Personen aufweist, die „täglich“ Kontakt zu Deutschen haben. Die Anteilswerte liegen je nach Ethnie und Geschlecht in der Bandbreite zwischen 16% und 23% (Abb. 9.2.2 im Anhang). D.h., die Selbständigen haben auch in der Freizeit tendenziell mehr Kontakt zur einheimischen Bevölkerung als die abhängig Beschäftigten. Wie zu sehen war bestehen aber dennoch in der Intensität bei den einzelnen Herkunftsgruppen teils deutliche Unterschiede.

Auch hier interessiert wieder, in welchem Maße für diese Unterschiede ethnische Faktoren oder aber andere Randbedingungen verantwortlich sind. Daher wurden wie schon zuvor die Einflüsse in einem logistischen Regressionsmodell geprüft (Tabelle 9.2.3).⁸²

Tabelle 9.2.3: Determinanten für häufige Kontakte zu Deutschen in der Freizeit (logistische Regression)

Einflussfaktoren	Männer	Frauen
	Exp (B)	
türkisch	***	
italienisch	2,19 *	1,22
polnisch	6,86 ***	3,10 **
russisch	4,22 ***	2,21
eingebürgert	0,86	1,56
Alter	0,95 ***	0,98
Aufenthaltsdauer	1,07 ***	1,04 **
Deutsche/r Partner/in	2,71 **	9,34 ***
Schlechte wirtsch. Lage des Unternehmens	0,89	0,52 **
Prod. Gewerbe (Ref.kat.)		
Handel und Gastgewerbe	0,85	2,64
Übrige Dienstleistungen	0,72	1,70
Kein beruflicher Abschluss	**	
Beruflicher Abschluss	2,25 **	1,45
Studium absolviert	2,28 **	1,36
Pseudo R ² (Nagelkerke)	0,26	0,16

Signifikante Effekte: *** bei $p < 0,01$, ** bei $p < 0,05$, * bei $p < 0,1$.

Zusätzlich kontrollierte Variablen: Selbsteinschätzung Einfluss der Ethnie auf Geschäftstätigkeit

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Im Ergebnis zeigt sich auch im Modell ein ähnliches Ranking in Bezug auf die einzelnen Herkunftsgruppen. D.h., die Frauen türkischer Herkunft weisen die geringste Kontakthäufigkeit auf, danach kommen die Italienerinnen und die Frauen russischer Herkunft. Dies gilt zumindest für die Ausrichtung der Koeffizienten, allerdings sind die jeweiligen Unterschiede zu den Türkinnen unter Kontrolle weiterer Einflussfaktoren dann nicht mehr signifikant. Am kontaktfreudigsten sind die selbständigen Frauen aus Polen, die mit (signifikant) drei mal so hoher Wahrscheinlichkeit zu Deutschen Kontakt haben wie diejenigen aus der Türkei. Mit zunehmender Aufenthaltsdauer wächst (im Gegensatz zur Bleibeabsicht) die Kontaktfreudigkeit zu den Einheimischen. Dieser Effekt ist für beide Geschlechter in etwa gleich stark und signifikant, während eine Einbürgerung sich bei Frauen zwar positiv auswirkt, aber der Zusammenhang dennoch keine Signifikanz aufweist. Es dürfte nicht überraschen, dass Personen, die einen deutschen Partner bzw. eine deutsche Partnerin haben, mit mehr als 9-fach höherer Wahrscheinlichkeit als diejenigen ohne einheimische/n Partner/in dann „oft“ Freizeitkontakte zu anderen Deutschen haben. Bemerkenswert ist, dass Selbständige mit wirtschaftlich florierenden Unternehmen weit häufiger in ihrer Freizeit auch mit Deutschen verkehren. Dies mag u.U. mit den sich bietenden Kontakte einhergehen, die aus guter Geschäftslage resultieren.

⁸² wobei die abhängige Variable dichotom gebildet wurde (täglich + mehrmals die Woche = oft, mehrmals im Monat + eher gar nicht = selten).

9.3 Eigen- und interethnische Kunden- und Geschäftsbeziehungen

Traditionell kommt bei der Erforschung von „ethnischem Unternehmertum“ nicht nur den Gruppenressourcen und -beziehungen von Migranten eine zentrale Rolle zu, sondern auch deren Aktivierung in ethnisch geprägten Konsumentenmärkten – oder gar in ethnisch segregierten Quartieren. Vor allem in der angloamerikanischen (und teils auch in der europäischen) Forschungsliteratur lautet ein gewichtiges Argument,⁸³ dass unternehmerisch ambitionierte Migranten den spezifischen Bedarf ihrer eigenen Ethnie am besten erkennen und diesen durch herkunftsspezifische Güter und Dienstleistungen auch weit kompetenter als einheimische Anbieter decken können.⁸⁴ Diese Sicht wird durch die Beobachtung ergänzt, dass nicht nur die Beziehungen zu den Kunden, sondern auch die zu Lieferanten und anderen Geschäftspartnern durch horizontale und vertikale Vernetzungen mit der „eigenen“ Community gelenkt werden.

Jedoch in welchem Ausmaß Migrantenselbständigkeit auch in Deutschland tatsächlich in vorwiegend binnene ethnische Beziehungen oder gar in „migrantenspezifische Milieus“⁸⁵ eingebettet ist, scheint fraglich. Außer der türkischen Community bieten andere Herkunftsgruppen kaum eine ausreichend große (räumlich konzentrierte) Population, welche quartiersbezogene ethnische Ökonomien stützt. Der Versuch, die wachsende Zahl selbständiger Migrantinnen und Migranten mit dem Nachfragepotenzial von Landsleuten und einer darauf aufbauenden „ethnischen Nischenökonomie“ zu erklären, ist u.E. nur noch bedingt tauglich. In vielen Bereichen ist der „break out“ zum offenen Markt, d.h., die Hinwendung zur einheimischen Kundschaft wohl längst vollzogen.⁸⁶ Es sind darüber hinaus ohnehin Zweifel angebracht, ob das unternehmerische Wirken von Migrant(inn)en in Deutschland je in einem für die Gesamtentwicklung relevanten Maß durch monoethnische Kundenbeziehungen geprägt war und hierdurch Wachstumsimpulse erfuhr (vgl. die Ausführungen in Kapitel 2.2).

Andererseits ist einzugestehen, dass es einzelne Branchen und ggf. auch Städte und Quartiere gibt, in denen die Unternehmen von Migranten zu einem hohen Anteil von ihren Landsleuten profitieren. In zwei vorangegangenen Studien⁸⁷ haben wir ein solches Phänomen zumindest in wissensintensiven Tätigkeiten (Steuerberater, Anwälte, Ärzte usw.) identifiziert, da hier die fachliche und interkulturelle Kompetenz der Anbieter wirkungsvoll zusammenspielt. In den meisten anderen Untersuchungen werden binnene ethnische Beziehungen jedoch viel eher in den distributiven Diensten und Routinedienstleistungen (Gastgewerbe, Einzelhandel, Körperpflege usw.) vermutet – und in vielen Fällen offenbar gefunden. Eine difu-Studie zur Ethnischen Ökonomie⁸⁸ betont die starken co-ethnischen Beziehungen der Akteure in den Quartieren großer Städte. Mit Blick auf weitere Studien ist zu bemerken, dass hier teils „Nischenökonomien“ mit „ethnischen Ökonomien“ gleichgesetzt werden, obwohl sich Nischen für Anbieter auch in offenen Märkten, d.h., ganz unabhängig von der Nationalität der Nachfrager ergeben.⁸⁹ Und eigentlich beziehen sich die Belege für die Existenz von „ethnischen Märkten“ fast ausschließlich auf die Aktivitäten der türkischstämmigen Unternehmer/innen und vernachlässigen, dass diese Gruppe nur einen kleinen Teil der selbständigen Migrant(inn)en stellt.⁹⁰ Aber natürlich bietet die zahlenmäßige Expansion türkischer Einzelhandelsunternehmen in urbanen Zentren mit hohem türkischen Bevölkerungsanteil ein prominentes Beispiel für die Wirkung „ethnischer Nischen“. ⁹¹ Empirisch gestützte Studien sind aber dennoch selten. Eine jüngere Studie von Schunck und Windzio⁹² zeigt allerdings, dass für sich genommen ein hoher Anteil von Migranten in einem Bezirk noch keinen Effekt auf ihre Gründungsaktivitäten hat, wohl aber ein hoher Anteil an Selbständigen.

Welche Bedeutung die Hinwendung zur eigenen Ethnie bzw. deren Kaufkraft für die Gründungsaktivität von Migrant(inn)en hat, ist – neben allen anderen Einflussfaktoren, wie Branche, Bildung usw. – möglicherweise auch eine Frage des Geschlechts: Die bereits erwähnte Berlin-Studie von Hillmann (1998) hebt jedenfalls darauf ab, dass türkische Unternehmerinnen bewusst von co-ethnischen Kundenstrukturen abrücken und sich weit weniger mit der eigenen Community identifizieren als die abhängig beschäftigten Türkinnen. Inwieweit dieser Befund auch für die selbständigen Männer und für die Frauen anderer Herkunftsgruppen gilt, kann aus der Untersuchung nicht abgeleitet werden.

⁸³ Hervorgerufen vor allem durch die Beiträge von Bonacich 1973, Borjas 1986 oder Portes 1995.

⁸⁴ Aldrich/ Waldinger 1990.

⁸⁵ Schuleri-Hartje et al. 2005:21

⁸⁶ Pütz 2000, Sen/ Sauer 2005: Pütz et al. 2007.

⁸⁷ Leicht et al. 2004 und 2005.

⁸⁸ Schuleri-Hartje et al. 2005.

⁸⁹ Deutlich wird dies auch in der Fallstudie zur Dönerkebab-Branche in Nürnberg von Fallenbacher 2001.

⁹⁰ Eine der wenigen Ausnahmen bilden die Studien von Kapphan 1997 und Reimann 2006, die auch die Beziehungsmuster im „russischen Gewerbe“ untersuchten.

⁹¹ Bspw. Blaschke/ Ersöz 1987; Goldberg 1999; Fischer 2001; Pütz 2003.

⁹² Schunck/ Windzio 2009.

Aber strittig ist nicht nur die Frage, in welchem Ausmaß selbständige Migrant(inn)en von co-ethnischen Kunden- und Geschäftsbeziehungen abhängig sind, sondern auch die Frage nach den Implikationen für die soziale Integration. Zumindest für die erste Phase nach der Zuwanderung können ethnische Unternehmen und die sie umgebenden sozialen Netzwerke als hilfreiche „Durchgangsstationen“ für Neuankömmlinge dienen, um sie schrittweise auf die Anforderungen der Mehrheitsgesellschaft vorzubereiten.⁹³ In der Regel jedoch wird ethnischen Nischenunternehmen – soz. umgekehrt – eher eine destabilisierende und daher segregierende Wirkung zugeschrieben, da sie die Gefahr einer ökonomischen Marginalisierung verstärken. Diese Gefahr wird, wie bereits beschrieben, vor allem bei ethnischen Ökonomien gesehen.⁹⁴

Die Integrationschancen sind mithin eine Frage der sozialen Aufstiegsmöglichkeit und daher des wirtschaftlichen Erfolgs. Auch mit Blick auf die Situation in Deutschland wird bezweifelt, dass es sich bei ethnischen Nischen (soweit es diese überhaupt in relevantem Ausmaß gibt) um geschützte Märkte und rentable Segmente handelt, da bspw. die Zahl türkischer Betriebe und Konkurrenten ungleich stärker als das Nachfragepotenzial in der türkischen Bevölkerung wächst.⁹⁵ Daher kann sich das Verharren in ethnischen Nischen, soweit dies der Fall ist, und die damit verbundene Abhängigkeit auch als Sackgasse statt als Möglichkeit zum sozialen Aufstieg erweisen („dead-end-thesis“).⁹⁶ Einigkeit scheint darin zu bestehen, dass ethnisches Unternehmertum nur dann Zukunfts- und Wachstumsfähigkeit besitzt, wenn es den Akteuren gelingt, auf den von einheimischen Kunden bestimmten Märkten Boden zu gewinnen.

Orientierung an Kunden der gleichen ethnischen Herkunft

Somit stellt sich die Frage, welche Kundenbeziehungen die selbständigen Migrantinnen und Migranten in Nordrhein-Westfalen aufweisen bzw. wie hoch jeweils der Anteil an Landsleuten unter den Kunden ist (Tabelle 9.3.1). Zunächst ist festzustellen, dass nur wenige Unternehmerinnen überwiegend auf Kundengleicher Herkunft angewiesen sind (oder auch darauf setzen). Betrachtet man diejenigen Selbständigen, in deren Kundenstamm sich überhaupt keine Landsleute befinden, dann machen diese unter den polnisch- und italienischstämmigen Frauen etwa ein Viertel und bei den türkischstämmigen Unternehmerinnen lediglich 14% aus.

Von eigentlichem Interesse sind jedoch eher die Unternehmerinnen auf der „anderen Seite“ des Spektrums, d.h., diejenigen, die in ihren Läden, Gaststätten, Büros und Praxen etc. mehrheitlich Landsleute bedienen. Dies ist bei den türkischstämmigen Frauen lediglich bei 11% der Fall, was möglicherweise mit Blick auf die zuvor beschriebene Debatte überrascht (zumal dieser Anteil bei den Männern auch nicht höher liegt). D.h., selbst in der häufig für ethnische Nischenökonomien exemplarisch herangezogenen Gruppe der Unternehmer/innen türkischer Herkunft finden sich relativ wenige Betriebe, die vorrangig türkische Kunden haben. Dieser Anteil liegt (bleibt man bei den weiblichen Selbständigen) etwas höher als bei den polnischstämmigen Selbständigen. Die italienischen Unternehmerinnen haben einen äußerst geringen Anteil an italienischen Kunden.

⁹³ Bonacich 1973; Heckmann 1981; Reimann 2006.

⁹⁴ Bates 1987; Barret/ Mc Evoy 1996. Für Deutschland: Bukow 1993; Esser 2003.

⁹⁵ Ähnliches wie Pütz (2000) in Frankfurt beobachtet; zeigen Leicht et al. (2005b) auch für Mannheim auf.

⁹⁶ Aldrich et al. 1984, Kloosterman et al. 1999.

Tabelle 9.3.1: Bedeutung von Kunden gleicher ethnischer Herkunft

Anteil von Kunden gleicher Herkunft an allen Kunden (%-Kategorien)							Mittelwert
0	1 - 10	11 - 25	26 - 50	51 - 100	Gesamt		
Verteilung der Unternehmen nach o.g. Kategorien							
Frauen							
türkisch	14,4	51,2	7,2	16,0	11,2	100	18,9
italienisch	29,0	61,3	8,1	0,8	0,8	100	5,2
polnisch	24,7	25,8	14,6	25,8	9,0	100	20,2
russisch	8,3	34,2	10,8	23,3	23,3	100	31,8
Männer							
türkisch	20,2	40,3	12,1	16,1	11,3	100	19,2
italienisch	19,7	71,3	4,1	3,3	1,6	100	6,4
polnisch	23,8	28,6	16,7	14,3	16,7	100	22,8
russisch	12,9	25,8	4,3	17,2	39,8	100	43,0

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Eine Abhängigkeit von der Co-Ethnie scheint bei den russischstämmigen Frauen am stärksten ausgeprägt. Fast ein Viertel (23%) der aus Russland stammenden Unternehmerinnen greift mehrheitlich auch auf russischstämmige Kunden bzw. auf Aussiedlerinnen aus der ehemaligen Sowjetunion zurück.⁹⁷ Im Mittelwert haben die russischstämmigen Frauen knapp ein Drittel Kunden aus dem „eigenen Kreis“. Bei den Frauen aus der Türkei und Polen liegt der Mittelwert bei rund einem Fünftel, während dieser Anteil bei Italienerinnen nur 5% beträgt.

Im Geschlechtervergleich zeigt sich, dass vor allem die Männer aus Osteuropa zu einem etwas höheren Anteil co-ethnische Kundschaft haben als ihre weiblichen Pendanten. Zwei Fünftel (40%) der selbständigen Männer russischer Herkunft haben mehrheitlich Landsleute als Kunden. Der Umstand, dass die türkischstämmigen Unternehmerinnen in etwa die gleiche Kundenstruktur wie ihre männlichen „Kollegen“ haben, sollte nur dann überraschen, soweit aus der Untersuchung von Hillmann (siehe oben) assoziiert wird, die Verflechtung türkischer Unternehmerinnen mit der eigenen Ethnie wäre nicht nur gering, sondern auch geringer als die der Männer. So kann man die Ergebnisse allerdings nicht interpretieren.

Um das Integrationsverhalten derjenigen mit hohem Anteil eigenethnischer Kunden besser einschätzen zu können war eine Differenzierung nach Branchensegmenten, Bildung und Einbürgerungsrate erforderlich. Da die Befragung hierfür nicht ausreichend hohe Fallzahlen bot, haben wir den Datensatz an dieser Stelle um die Zusatzdaten aus der für das BMWA durchgeführten Befragung (soweit auf Nordrhein-Westfalen bezogenen) ergänzt.⁹⁸ Hierdurch wird ersichtlich, dass unter den Selbständigen türkischer Herkunft diejenigen mit hohem Anteil co-ethnischer Kunden häufig in den wissensintensiven Branchen arbeiten⁹⁹ und daher im Durchschnitt auch besser gebildet und (aufgrund des Zusammenhangs mit Bildung) auch zu einem höheren Anteil eher eingebürgert sind. D.h., es sind die schon genannten Rechtsanwältinnen, Steuer- und Unternehmensberaterinnen, Apothekerinnen, Ärztinnen und Dolmetscherinnen usw., die durch ihre fachliche und kulturelle Kompetenzen als „Intermediäre“ bzw. als Vermittler zwischen Mehrheitsgesellschaft und Co-Ethnie fungieren. Dies ist ein treffliches Beispiel dafür, dass selbst ein großer Teil derjenigen, die aufgrund ihrer Kundenstruktur als Angehörige der ethnischen Ökonomie einzuordnen sind, eher weniger Anzeichen bieten, die ihre soziale Integration in Frage stellt. Demgegenüber sind diejenigen unter den russischstämmigen Selbständigen mit hohem Anteil co-ethnischer Kundschaft eher im Gastgewerbe und Handel zu finden. D.h., hier wäre viel eher zu befürchten, dass

⁹⁷ Hier ist zu berücksichtigen, dass unter den „russischstämmigen“ Selbständigen auch (Spät)Aussiedler sind (vgl. Kapitel 3). Allerdings wurden diese dann auch zu Kunden „russischer Herkunft“ gefragt.

⁹⁸ Vgl. Kapitel 3 sowie Kapitel 7.2.

⁹⁹ Der Anteil liegt bei über 40% obwohl die türkischstämmigen Selbständigen ansonsten vergleichsweise selten im Bereich wissensintensiver Dienstleistungen zu finden sind.

ihre „Karriere“ als Selbständige aufgrund des beschriebenen Konkurrenzdrucks zu einer prekären Situation und daher Marginalisierung führt. Hier handelt es sich zudem noch um Selbständige, die zu einem vergleichsweise geringen Anteil eingebürgert sind als die Selbständigen in anderen Branchen.

Welche Mechanismen bzw. Kräfte des Marktes stehen dahinter? Zunächst ist herauszustellen, dass die italienischstämmigen Selbständigen – ob Frauen oder Männer – die geringste Abhängigkeit von der Kaufkraft ihrer Landsleute haben, was wohl kaum verwundert, da die mediterrane Gastronomie schon immer ein „Magnet“ für deutsche Kundschaft war. In gleicher Weise steht heute ein Döner oder ähnliches nicht nur bei Türken, sondern auch bei einem Großteil der Deutschen regelmäßig auf dem Speiseplan. Ähnliche Zusammenhänge lassen sich auch mit Blick auf den Einzelhandel projizieren, da mediterrane Produkte längst von einer breiten Bevölkerungsschicht nachgesucht werden. Die Osteuropäer/innen haben hingegen in punkto Küche und anderen kulinarischen Produkten keine in Deutschland anerkannten kulturellen Kompetenzen vorzuweisen. Aber dennoch dürfte der hohe Anteil co-ethnischer Kundschaft unter den russischstämmigen Unternehmer/innen vielleicht überraschen. Im Berufsfeld der Selbständigen aus Russland und für ihre russischen Kunden spielen (ähnlich wie bei den polnischstämmigen Unternehmer/innen) der Handel mit russischen Waren (z.B. Musik, Videos, aber auch Lebensmittel oder Import/Export aller Art) eine Rolle.¹⁰⁰ Vielfach mag auch einfach von Bedeutung sein, dass die Anbieter von Dienstleistungen die polnische bzw. russische Sprache beherrschen.¹⁰¹

Dies ist auch für türkischstämmige Dienstleister/innen ein Wettbewerbsvorteil, wobei hier viel eher die wissensintensiven Dienstleistungen in Anspruch genommen werden. Türkischstämmige Unternehmerinnen sind – auch ausbildungsbedingt – zwar vergleichsweise selten im Bereich der rechtlichen, steuerlichen oder wirtschaftlichen Beratung oder auch als Medizinerinnen tätig, doch soweit dies der Fall ist, haben sie hier aufgrund von kulturellen und sprachlichen Kompetenzen ein attraktives Kundenpotenzial.¹⁰²

Sozialräumliche Konzentration ethnischer Angebote

Die Frage bei allem ist jedoch auch, in welchem sozialräumlichen Kontext die Selbständigen ihre Waren und Dienstleistungen anbieten und wie wahrscheinlich dort eine Konzentration nicht nur von Kunden sondern auch von Selbständigen aus der gleichen Ethnie ist. Da sich ethnische Ökonomien, oder auch Migrantenökonomien, nicht nur aus den Unternehmer/innen sondern auch aus deren Beschäftigten zusammensetzen, interessiert hier die gesamte Kontextsituation. Allerdings ist das Maß ethnischer Segregation mit einer Befragung schwierig zu erfassen, da es sich allenfalls um die Selbsteinschätzung der Probanden handelt und die subjektive Wahrnehmung der räumlichen „Ballung“ von Landsleuten von Person zu Person und von Ethnie zu Ethnie differiert. Behelfsweise bzw. mangels alternativer Erhebungsmethoden wurden die Unternehmer/innen auf Basis einer 5-er Skala gefragt, in welchem Maß sie folgender Aussage zustimmen: „Hier in der Gegend, in der ich arbeite, arbeiten auch viele andere Türkinnen (bzw. Italienerinnen ... usw.).“ In Abb. 9.3.2 ist der Anteil derer abgebildet, die dieser Aussage zustimmen oder sogar voll und ganz zustimmen.

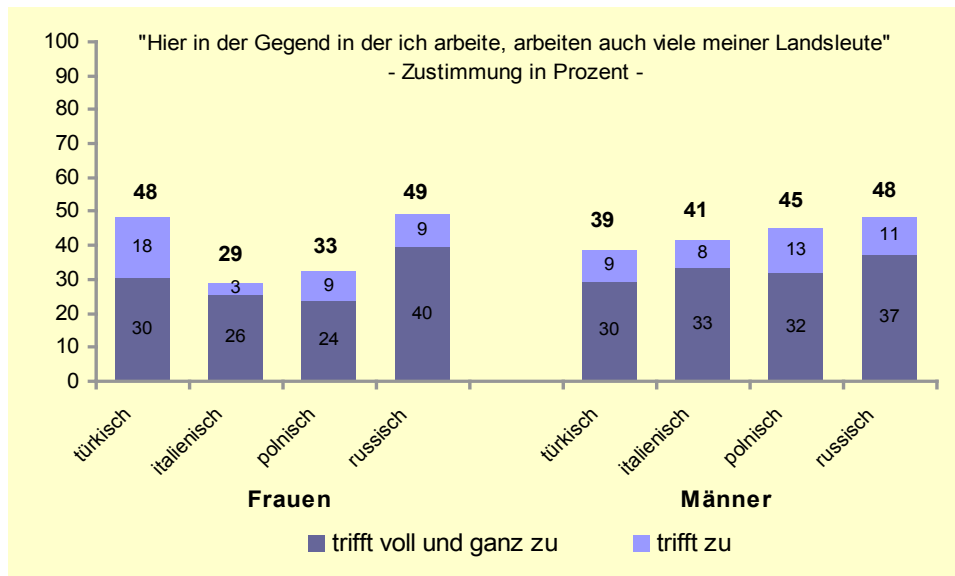
Demnach sind es vor allem die selbständigen türkisch- und russischstämmigen Frauen, die (nach eigener Einschätzung) in Quartieren mit einer hohen Zahl an Landsleuten arbeiten. In beiden Gruppen vertritt jeweils rund die Hälfte diese Einschätzung, während dies bei den Frauen aus Italien oder Polen nur bei knapp bzw. genau einem Drittel der Fall ist (Abb. 9.3.2).

¹⁰⁰ Vgl. auch Kapphan 1997.

¹⁰¹ Reimann (2006) verweist bspw. auf die russischsprachigen Hausdienstleistungen.

¹⁰² Zur Rolle von hochqualifizierten selbständigen Migranten und ihrer Funktion als „Intermediäre“ vgl. Leicht et al. 2005.

Abb. 9.3.2: Konzentration Erwerbstätiger gleicher ethnischer Herkunft am Arbeitsort der Selbständigen (Einschätzung der Befragten)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Im Vergleich mit den Männern ist (dieser Selbsteinstufung zufolge) bei den türkischstämmigen Unternehmerinnen von einer etwas stärkeren binnenethnischen Konzentration auszugehen. Hingegen weisen die Frauen aus Russland diesbezüglich das gleiche Niveau auf wie die Männer, während die Italienerinnen und Polinnen in Quartieren arbeiten, in denen sich offenbar weniger Erwerbstätige gleicher Herkunft konzentrieren als in den Quartieren ihrer männlichen „Kollegen“.

Es ist unschwer zu erkennen, dass dieses Muster an subjektiv empfundener „ethnischer Segregation“ zumindest in Bezug auf die Frauen und auf die Rangfolge dem zuvor betrachteten Maß co-ethnischer Kundschaft entspricht. Während der Befund zum Arbeitskontext der türkischstämmigen Frauen mit Blick auf die beschriebene Debatte wohl kaum überrascht, mag die räumliche Konzentration russischstämmiger Unternehmerinnen erstaunen. Auch deswegen, weil die Aktivitäten dieser Gruppe ansonsten weniger ins Auge fallen (zumal es sich zu einem beachtlichen Teil nicht nur um russischsprachiges Gewerbe sondern auch um Aussiedler/innen aus den Gebieten der russischen Föderation handelt). Ganz offensichtlich jedoch wird in der Debatte unterschätzt, dass neben den Türken auch andere Unternehmer/innen auf die räumliche Nähe zur eigenen Ethnie setzen. Zumindest bei den Männern scheint dies bei den anderen Gruppen sogar häufiger der Fall zu sein. Hier muss aber berücksichtigt werden, dass sich zwischenzeitlich in fast jeder kleineren Gemeinde mindestens ein türkischer Döner-Imbiss findet, was letztlich dazu führt, dass sich der Proporz an türkischen Unternehmen in ethnisch segregierten Stadtteilen entsprechend reduziert.¹⁰³ Demgegenüber üben die Selbständigen aus Polen und Russland meist solche Dienstleistungen aus, die viel eher in den urbanen Zentren nachgefragt werden. Entsprechend höher sind hier die Anteile an Selbständigen in Quartieren, in denen andere aus Osteuropa stammende Migrant(inn)en wohnen und arbeiten.

Bedeutung binnenethnischer Geschäftsbeziehungen

Co-ethnische Kundschaft und räumliche Konzentration bilden nur einen Teil der Charakteristika von „Migrant(en)ökonomien“. Von ähnlicher Bedeutung können binnenethnischen Beziehungen zu Lieferanten oder anderen Geschäfts- und Kooperationspartner/innen sein. Bevor wir uns im Folgenden hiermit befassen ist daran zu erinnern und zu betonen, dass die innerethnischen Beziehungen von Migrant(inn)en einer sozialen Integration natürlich nicht unbedingt entgegenstehen, vor allem dann nicht, wenn keine Gefahr besteht, dass sie in die Mobilitäts-Sackgasse führen (siehe oben). Zumindest in einer ökonomischen Sicht können gute Netzwerkkontakte, d.h., der Rückgriff auf ethnische Ressourcen u.U. von großem Nutzen für den

¹⁰³ Vgl. auch Fallenbacher 2001 zur Wohn- und Arbeitssituation türkischer Döner-Unternehmer.

Gründungserfolg sein.¹⁰⁴ Eine häufig geäußerte Befürchtung – ob nun begründet oder nicht – ist jedoch, dass eine starke Einbettung in das eigene ethnische Milieu zu einer Verringerung der Integrationsfähigkeit bzw. der Kulturation in der Mehrheitsgesellschaft führt. Diese Frage ist zunächst jedoch eher hypothetischer Natur, da vorerst festzustellen ist, in welchem Umfang die unternehmerischen Aktivitäten überhaupt auf co-ethnischen Beziehungen nicht nur zu den Kunden (siehe oben), sondern auch zu Geschäftspartnern beruhen.

Die Bedeutung binnenethnischer Geschäftsbeziehungen bemisst sich allerdings an unterschiedlichen Dimensionen. Hier ist zu unterscheiden, ob es sich um transnationale bzw. um internationale Beziehungen handelt, die bspw. bis ins Heimatland reichen, oder ob sich diese innerethnischen Kontakte auf die Lebens- und Arbeitssituation in Deutschland konzentrieren. Im erstgenannten Fall ist zu berücksichtigen, dass Auslandsbeziehungen im Zuge der Internationalisierung eher generell an Bedeutung gewinnen, wobei diesbezüglich kleine und mittlere Unternehmen weitaus seltener involviert sind.¹⁰⁵ In Bezug auf den zweiten Fall wird davon ausgegangen, dass sich die durch Herkunft bedingten Gemeinsamkeiten auch in den Geschäftsbeziehungen niederschlagen. Daher zeichnet sich ethnisches Unternehmertum bspw. durch eine hohe Verflechtung von Einzel- und Großhandelsunternehmen der gleichen Nationalität aus.¹⁰⁶ Zudem bestehen häufig zwischen Einzelhändlern enge Beziehungen (indem sie sich bspw. durch Einkaufsgemeinschaften Vorteile verschaffen).

Vor diesem Hintergrund wurde den Unternehmerinnen und Unternehmern in unserer Stichprobe die Frage gestellt, ob und inwieweit für den wirtschaftlichen Erfolg ihres Unternehmens bestimmte Kontakte zu bestimmten Personen eine Rolle spielen und von welcher Bedeutung diese sind. Abb. 9.3.2 zeigt zunächst die Bedeutung von Geschäftspartner/innen im Herkunftsland. Hier wird ersichtlich, dass solche Kontakte für die allermeisten selbständigen Migrantinnen keinerlei Relevanz besitzen. Am meisten noch für die Frauen aus Italien und der Türkei, von denen jeweils rund ein Fünftel (22% bzw. 19%) der Meinung ist, dass Geschäftskontakte in ihr Heimatland von „großer Bedeutung“ sind, danach kommen die Frauen aus Polen (17%), doch am wenigsten spielen solche Kontakte für diejenigen aus den russischen Gebieten eine Rolle (7%).

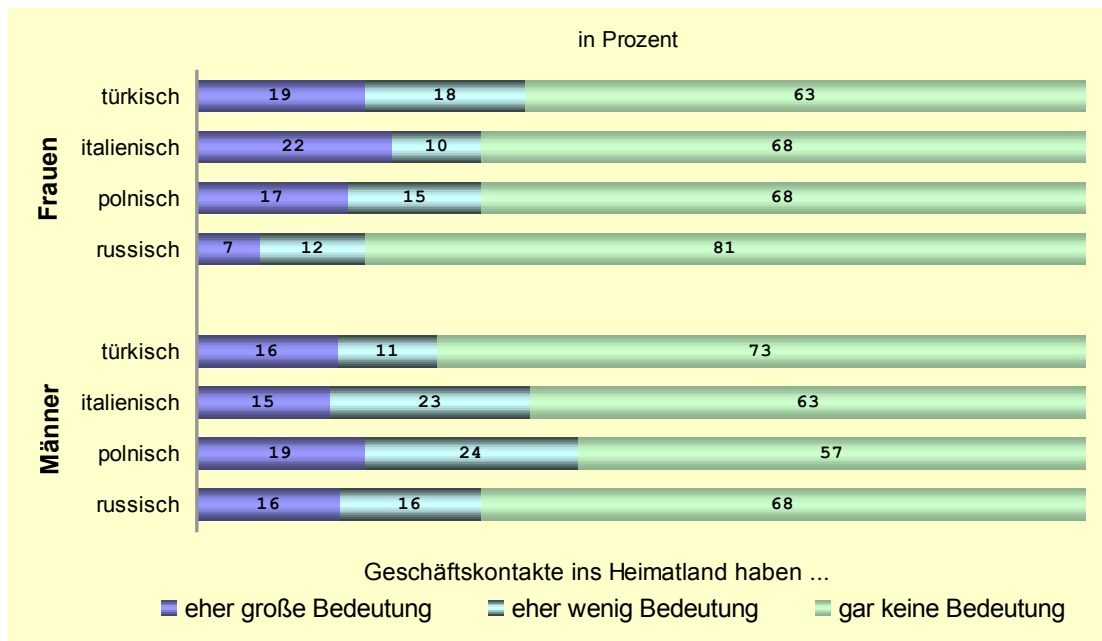
Im Geschlechtervergleich fällt auf, dass die Beziehungen ins Herkunftsland für Männer türkischer oder italienischer Herkunft sogar noch eine geringere Bedeutung haben als für die Frauen in dieser Gruppe. Hingegen werden von den russischstämmigen Unternehmern solche Geschäftskontakte ins Herkunftsland etwas wichtiger erachtet als unter den Frauen.

¹⁰⁴ Fernández-Kelly (1994) resümiert allerdings, dass ethnische Netzwerke nicht in jedem Fall eine selbständigkeitsfördernde Wirkung besitzen. Die Effekte hängen von der Größe einer ethnischen Gruppe und auch von deren wirtschaftlichen Stärke ab. Statusarme Migrantengruppen können nicht von sozialen Netzwerken profitieren, da häufig das gesamte Netzwerk über zu wenige Ressourcen verfügt.

¹⁰⁵ Semlinger/ von Behr 2004; Fieten et al. 1997

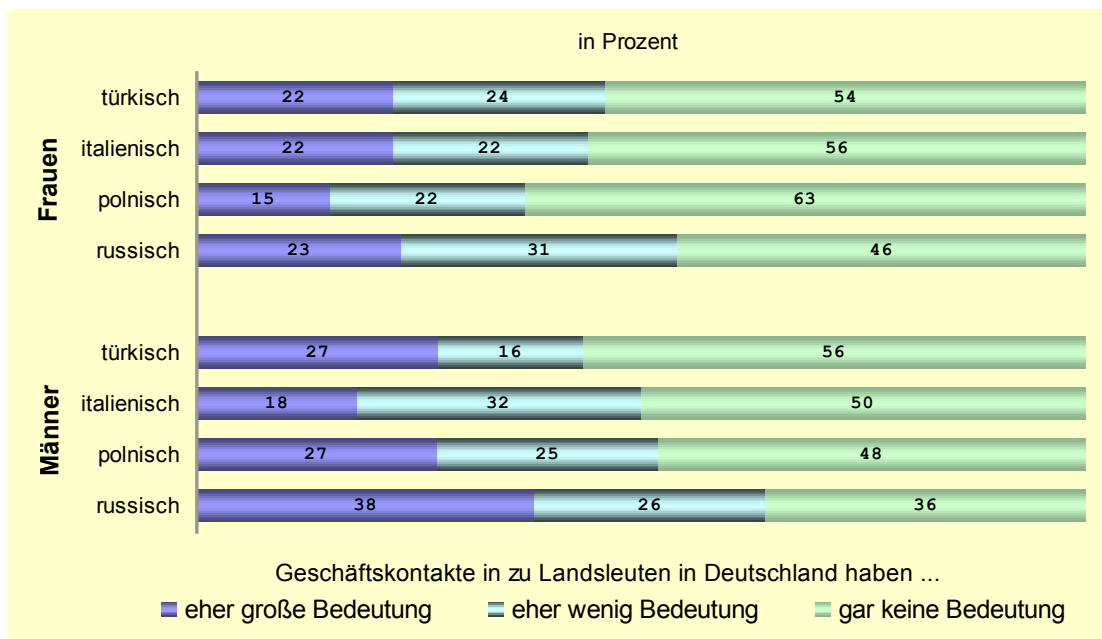
¹⁰⁶ Vgl. Pütz 2004.

Abb. 9.3.2: Bedeutung von Geschäftskontakten zu Personen im Heimat- bzw. Herkunftsland



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Abb. 9.3.3: Bedeutung von Geschäftskontakten zu Personen [der gleichen Herkunft] in Deutschland



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Zumindest in der Tendenz fallen die Anteile derjenigen Unternehmerinnen etwas höher aus, für welche die Geschäftskontakte zu Personen der gleichen Herkunft in Deutschland eine „große Bedeutung“ haben (Abb. 9.3.3). Dies zeigt sich zumindest daran, dass die Prozentwerte für die jeweilige Referenzgruppe bzw. für diejenigen geringer sind, die solchen Kontakten „gar keine Bedeutung“ zumessen. Ganz im Gegensatz zu der Frage nach den Kontakten im Heimatland sind es hier die Frauen aus Russland, für die solche Beziehungen zu anderen russischstämmigen Unternehmer/innen in Deutschland doch verhältnismäßig bedeutend sind. Knapp ein Viertel misst diesen Kontakten „große“ Bedeutung zu.

Binnenethnische Geschäftsbeziehungen innerhalb Deutschlands besitzen für die männlichen Unternehmensinhaber etwas mehr Relevanz als für Frauen. Ohnehin werden den selbständigen Frauen teils weniger Netzwerkkontakte zugeschrieben als den Männern, was allerdings auch von weiteren Kontextfaktoren abhängig ist.¹⁰⁷ In unserer Erhebung sind es wiederum die russischstämmigen Selbständigen, welche solchen Kontakten die größte Bedeutung zuordnen. Für 38% haben diese Beziehungen „große“ Bedeutung. Dieses Ergebnis passt durchaus in das zuvor gezeichnete Bild, wonach es insbesondere die aus Russland stammenden Unternehmer/innen sind, in deren Umfeld weitere Personen der gleichen Herkunft arbeiten (siehe Abb. 9.3.2). Dies legt nahe, dass in solchen räumlich konzentrierten Gebilden auch mehr Gelegenheiten zur Knüpfung von Netzwerken innerhalb dieser Community vorhanden sind.

Wie ist die Gruppe derer einzuschätzen, die den binnenethnischen Geschäftsbeziehungen große Bedeutung beimessen? Diese Frage interessiert insbesondere im Hinblick auf das Niveau sozialer Integration. Hier kann nicht ausführlich auf alle Zusammenhänge mit den Indikatoren für die Platzierung in der Gesellschaft eingegangen werden, aber kurz gefasst lässt sich folgendes resümieren: Unternehmerinnen (und auch Unternehmer) für die binnenethnische Geschäftsbeziehungen eine große Bedeutung haben zählen tendenziell eher zu den Bessergebildeten. Sie haben durchschnittlich häufiger ein Studium hinter sich. Was deshalb vielleicht weniger überrascht ist der Umstand, dass sie in etwa genauso häufig eingebürgert sind wie die Referenzkategorie. Sie haben allerdings einen geringeren Anteil an hierzulande Geborenen, d.h., bei den gut mit der eigenen Ethnie vernetzten Unternehmerinnen handelt es sich vor allem um solche der ersten Generation. Dies ist natürlich auch eine Frage des Alters und der dadurch erhöhten Chance entsprechende Beziehungen aufzubauen.

10. Gründungsmotive: Zur Rolle von Push- und Pullfaktoren

Mit dem Schritt in die Selbständigkeit besitzen die Gründerinnen zwar ein gemeinsames Ziel, in der Regel jedoch sehr unterschiedliche Motive. Ihren Gründungsmotiven kommt in mehrfacher Hinsicht eine zentrale Bedeutung zu: Sie teilen unter anderem mit, inwieweit die Entscheidung für eine unternehmerische Laufbahn auf Grundlage von persönlichen Eigenschaften und Fähigkeiten (z.B. Neigungen, Selbstverwirklichung, Gewinnstreben, Mut, spezifischem Wissen usw.) oder aber durch die äußeren Rahmenbedingungen (z.B. Marktchancen, Arbeitslosigkeit, Benachteiligungen usw.) herbeigeführt wurde. Oftmals greifen persönliche Faktoren und Umfeldfaktoren ineinander, doch letztlich treffen Personen zum einen eine individuelle Entscheidung und zum anderen beeinflussen strukturelle Bedingungen diese Entscheidungsfindung.

Die Wirkungsmacht der Faktorenbündel ist von Relevanz für die Wirtschafts-, Integrations- und Geschlechterpolitik, denn die jeweils zugrundeliegenden Motive sind in einem engen Zusammenhang mit den Fragen sozialer (Un)Gleichheit und ökonomischer Integration zu sehen. Je nach Ausgangsposition der Gründerinnen ist der Weg in die Selbständigkeit auch ein Pfad zu stärkerer Teilhabe und Integration. Dies ist bspw. dann der Fall, wenn sich Migrantinnen und Migranten durch eine unternehmerische Tätigkeit aus einer Situation der Benachteiligung – etwa aus der Arbeitslosigkeit – befreien und dadurch auf dem Arbeitsmarkt (re-)integrieren können. Eine unfreiwillige Selbständigkeit erfährt allerdings auch andere Bewertungen: So wird teils argumentiert, einer Gründung aus der ökonomischen Not würde die fachliche Eignung und damit die Basis für Nachhaltigkeit fehlen, weshalb sie nicht zu sozialem Aufstieg, sondern zu „einer Verlagerung vom marginalen Arbeitslosen zum marginalen Unternehmer“ führt (Plahuta 2005: 52). Diese Sicht erscheint jedoch eher unbegründet. Zum einen wird die Erfolgsrate ehemals arbeitsloser Gründer/innen unterschätzt¹⁰⁸ und zum anderen birgt das Verharren in der Arbeitslosigkeit eine weit größere Marginalisierungsgefahr.

Ziel dieses Kapitels ist es daher, den Weg in die Selbständigkeit von Migrantinnen sowie die Hintergründe genauer zu beleuchten. Welche Tätigkeit haben sie zuvor ausgeübt, erfolgte die Gründungsentscheidung auf freiwilliger Basis oder wurde sie aus einer ökonomischen Notlage heraus getroffen? Und mit welcher Sicherheit haben sie ihre Entscheidung umgesetzt?

¹⁰⁷ Vgl. auch die Übersicht von Welter/ Trettin 2006.

¹⁰⁸ Bei der Evaluation der geförderten Gründungen aus der Arbeitslosigkeit schneiden diese erstaunlich gut ab. Vgl. IAB-Kurzbericht 10/2007.

10.1 Situation vor der Gründung

Der Wille, die Fähigkeit oder auch der Zwang zur Gründung eines Unternehmens wird nicht zuletzt durch die Erwerbssituation vor der Gründung bestimmt. Insofern liefern die Daten zur Ausgangssituation einen ersten indirekten Hinweis darauf, welches Motiv der Gründungsentscheidung zugrunde gelegen haben könnte. Die eigentlichen bzw. die von den Gründerinnen und Gründern selbst genannten Motive werden im nachfolgenden Abschnitt (Kapitel 10.2) untersucht. Diese kleine aber wichtige Unterscheidung ist zu treffen, denn für sich genommen sagt die Information, in welcher Erwerbssituation sich Personen vor der Gründung ihres Unternehmens befunden haben, noch nichts darüber aus, ob der relevante Anstoß zum Schritt in die Selbständigkeit auch tatsächlich dem Wunsch entsprochen hat, die zuvor eingenommene Position zu verlassen. Es ist zudem durchaus wahrscheinlich, dass Gründerinnen mehrere Motive gleichzeitig haben.

Im Mittelpunkt steht natürlich die Frage, wie viele Migrantinnen und Migranten vor der Gründung ihres Unternehmens abhängig beschäftigt, arbeitslos oder auch gar nicht auf dem Arbeitsmarkt aktiv waren. (Wir haben diese Frage bereits in Kapitel 6.1.2 (qualitative Interviews) aufgegriffen und hierfür Beispiele geliefert.) Unter den auf internationaler Ebene sowie in Deutschland vorgetragenen Versuchen, die Zunahme selbständiger Migranten zu erklären, besitzt die „Reaktionsthese“ Prominenz, nach welcher der Boom an unternehmerischen Aktivitäten vorrangig ein Ergebnis von Arbeitslosigkeit ist.¹⁰⁹ Empirische Belege hierfür sind allerdings rar oder auf Aggregatvergleiche gestützt, die offen lassen, in welchem Maß zwischen Arbeitslosigkeit und Selbständigkeit nicht nur eine augenscheinliche Parallelität sondern eine kausale Beziehung besteht. Immerhin deutet die hohe Zahl der Gründungen, die mit Geldern der Arbeitsagenturen gefördert werden,¹¹⁰ auf einen solchen Zusammenhang hin. Doch mit Blick auf Migranten bestehen dann einige Zweifel was die Stärke des Effekts betrifft, weil Ausländer – gemessen an ihrem Arbeitslosenanteil – unter den geförderten Gründungen weit unterrepräsentiert sind.¹¹¹ Dies wird mit einem Mangel an Informationen über das Förderinstrumentarium erklärt.¹¹² Ein solcher Befund schließt aber nicht aus, dass auch viele jener Migrant(inn)en, die ohne Förderung gründen, dennoch aus der Arbeitslosigkeit kommen. Zumindest zeigen unsere Mikrozensusauswertungen (für Gesamtdeutschland), dass der Anteil der Gründungen aus der Arbeitslosigkeit bei Migranten einige Prozentpunkte über demjenigen von Deutschen liegt.¹¹³

Ein noch größeres Problem bzgl. der Interpretation von Befragungsdaten besteht darin, dass bei einem voraussichtlich beachtlichen Teil der Probanden die Situation unmittelbar vor der Gründung eher einer „verdeckten“ als einer gemeldeten Arbeitslosigkeit entsprach. Dies trifft vor allem auf jene zu, die sich nicht bei der Arbeitsagentur registrieren ließen oder bereits aus dem Meldesystem herausgefallen waren. Qualitative Untersuchungen legen nahe, dass Migrant(inn)en ohne Arbeitsplatz eine höhere Scheu besitzen, sich als „arbeitslos“ zu bezeichnen, weshalb sie in der Grauzone der Nichterwerbstätigkeit einen weniger diskreditierende Titel wählen.¹¹⁴ Dafür bietet sich die Position als „Selbständige“, als mithelfenden Familienangehörige, als Hausfrau/Hausmann oder eine andere Form der Nichterwerbstätigkeit an. Direkt nach der Schule oder Ausbildung, nach einem Ausbildungsabbruch sowie unmittelbar nach der Einwanderung erkennen viele gar keine reale Arbeitsmarktchance, weshalb sie ihre Erwerbsposition in irgendeiner Form selbst „organisieren“ oder definieren.

Dies ist auch ein Eindruck, der sich aus unserer Erhebung bzw. mit Blick auf die Frage nach der Erwerbsposition vor der Gründung ergibt: Eine überraschend geringe Zahl der Befragten beschrieb die Situation vor dem Schritt in die Selbständigkeit mit dem Begriff „arbeitslos“. Nur bis max. 7% der Selbständigen bekannte sich hierzu (Abb. 10.1.1). Allerdings waren, wenn man alle anderen Formen der Nichterwerbstätigkeit einbezieht, zwischen 16% bzw. 17% (Frauen aus Osteuropa und Italien) und 29% (Frauen türkischer Herkunft) zuvor nicht erwerbstätig (in Grafik Summe rechte Spalte), weil sie z.B. entweder noch in einer Ausbildung – möglicherweise auch in einer Fördermaßnahme – oder als Hausfrau tätig waren. Vor allem letztgenannte Ausgangsposition führt bei den Frauen dazu, dass sie häufiger als Männer aus der Nichterwerbstätigkeit gründeten. Die allermeisten

¹⁰⁹ International z.B. Clark / Drinkwater 2000; Light 1984 und 2004.

In Deutschland z.B. Loeffelholz / Hernold 2001; Loeffelholz 2002; Sen 2002; Pütz 2003.

¹¹⁰ Gründungszuschuss, zuvor sog. „Ich-AG“ bzw. Existenzgründungszuschuss und Überbrückungsgeld.

¹¹¹ Vgl. Förderdatenbank der BA sowie May-Strobl et al. 2005.

¹¹² Lehnert 2003.

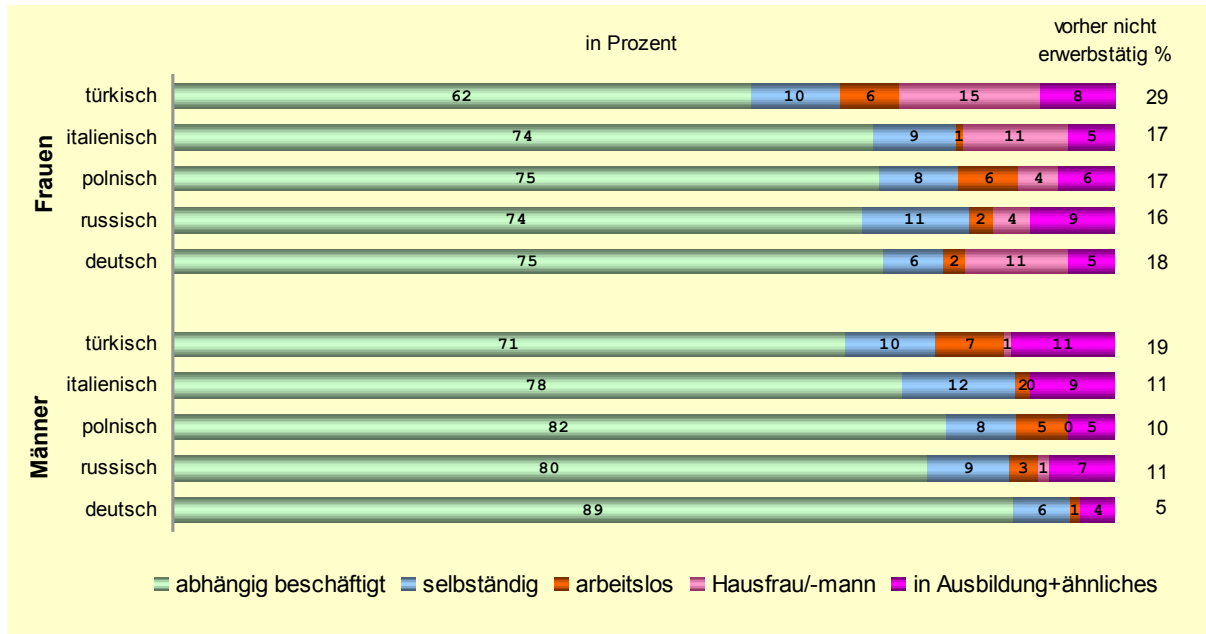
¹¹³ Leicht et al. 2007 sowie Leicht / Leiß 2006.

¹¹⁴ Vgl. Leicht et al. 2005a+b.

Existenzgründungen in Deutschland, das zeigen auch andere Untersuchungen, erfolgen aus einer abhängigen Beschäftigung heraus, von Frauen aber in leicht geringerem Umfang.¹¹⁵

In Bezug auf die Migrantinnen sind es insbesondere die Frauen türkischer Herkunft, die zuvor kaum Arbeitserfahrung in einer Arbeitnehmerinnenposition gesammelt haben (vgl. zusätzlich auch Kapitel 8.2). Fast jede dritte türkischstämmige Unternehmerin kommt aus einer Position der Nichterwerbstätigkeit.

Abb. 10.1.1 Erwerbssituation vor Gründung (Selbständigenbestand; mehrere Gründungsjahre)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Eigentlich ist davon auszugehen, dass auch dieser Anteil eher den unteren Rand abbildet, denn das Ergebnis muss zum einen vor dem Hintergrund gesehen werden, dass hier Unternehmen dabei sind, die in den Jahren mit niedrigerer Arbeitslosigkeit gegründet haben. Zum anderen wurden mit der telefonischen Befragung viel eher die markt- und bestandsfähigen Unternehmen erreicht.¹¹⁶ Es ist anzunehmen, dass ein Teil derer, die aus der Arbeitslosigkeit gründeten weniger marktauffällige Unternehmen führen (die bspw. öffentlich firmieren oder im Telefonbuch stehen). Daher wurden diejenigen, deren Überlebensfähigkeit in Frage steht oder die nur „nebenbei“ ein Unternehmen führen, mit der Befragung voraussichtlich seltener als durch die amtliche Statistik erfasst. Dies kann anhand der Mikrozensusergebnisse ungefähr nachvollzogen werden, wobei hier nicht die Pfade im gesamten Bestand an Selbständigen sondern nur die Übergänge innerhalb von einem Jahr bzw. in neuerer Zeit¹¹⁷ betrachtet werden können: Aufgrund der geringen Fallzahlen im Scientific Use File des Mikrozensus Nordrhein-Westfalen wurden die Frauen aus den ehemaligen Anwerbeländern¹¹⁸ sowie die osteuropäischer Herkunft¹¹⁹ jeweils zusammengefasst.

¹¹⁵ Vgl. Lauxen-Ulbricht/ Leicht 2002 und 2004.

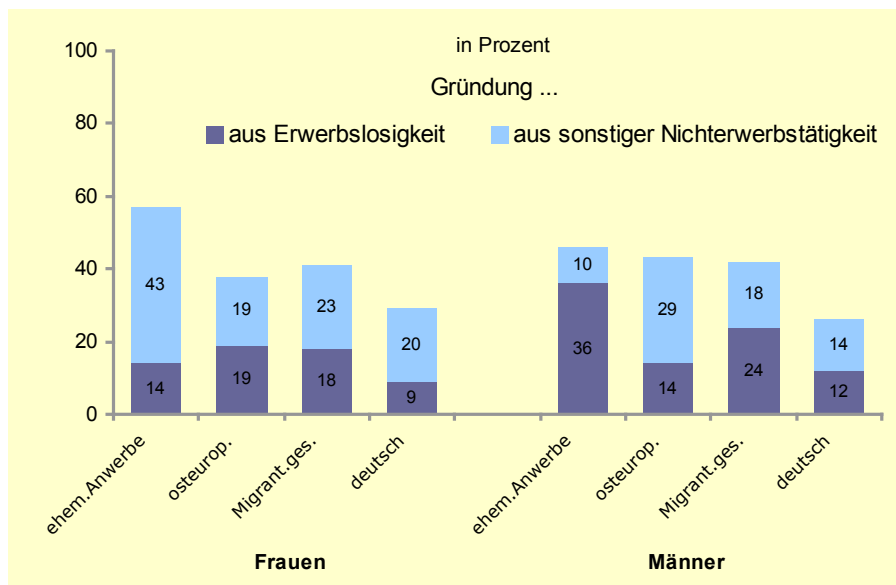
¹¹⁶ D.h., hier wirkt auch ein Survivor-Effekt.

¹¹⁷ Hier für 2005. Neuere Mikrodaten mit der Möglichkeit zur Analyse der Inflows liegen derzeit noch nicht vor.

¹¹⁸ Vor allem Gründer/innen aus der Türkei und Italien, aber auch aus dem ehemaligen Jugoslawien (n=21).

¹¹⁹ In der Mehrzahl aus Polen und der ehemaligen Sowjetunion (n=16).

Abb. 10.1.2 Übergänge (inflow) in Selbständigkeit 2004 -2005 und Erwerbsposition vor Gründung



Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2005 (SUF); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

In dieser Sicht (und in diesem Zeitraum) liegen die Anteile an Gründungen aus der Nichterwerbstätigkeit insgesamt wesentlich höher, wobei aber auch im Mikrozensus die Gründungen aus der „sonstigen“ Nichterwerbstätigkeit überwiegen (Abb. 10.1.2). Insgesamt betrachtet erfolgte bei den Frauen aus den ehemaligen Anwerbeländern zwar mehr als jede zweite Gründung aus einer Position der Inaktivität, doch waren hierunter nur 14% zuvor „erwerbslos“ (hierunter fallen nicht nur die offiziell als arbeitslos Gemeldeten). Insgesamt kommt von den Frauen aus den ehemaligen Anwerbeländern ein höherer Prozentsatz als unter den osteuropäischen Frauen aus der Nichterwerbstätigkeit, letztere jedoch etwas häufiger aus der Erwerbslosigkeit. Dies mag daran liegen, dass die türkischstämmigen Frauen (welche diese Gruppe dominieren) zu einem überdurchschnittlich hohen Anteil zuvor als Hausfrauen tätig waren oder auch direkt von der Ausbildung auf den Arbeitsmarkt kamen.

Etwas deutlicher als anhand der eigenen Erhebung kommt durch den Mikrozensus zur Geltung, dass Migrantinnen häufiger aus der Nichterwerbstätigkeit – und hierbei auch aus der Arbeitslosigkeit – gründen als die deutschen Frauen. Dies ist bei beiden Geschlechtern der Fall.

10.2 Gründungsmotive

Von der Ausgangsposition für den Schritt in die Selbständigkeit zu unterscheiden sind subjektiv empfundene Gründungsmotive, die unter Umständen – vor allem in der Erinnerung der Befragten – die Wirkung der situationsbedingten „Auslöser-Faktoren“ überschatten können. So ist es bspw. durchaus möglich, dass eine Gründerin zwar aus der Arbeitslosigkeit startet, aber die persönlich empfundenen Motive für den Schritt in die Selbständigkeit viel eher der Wunsch nach Autonomie und Selbstverwirklichung sind.

Die Beweggründe für die Aufnahme einer selbständigen Tätigkeit werden unter anderem danach unterschieden, ob die Gründer/innen bei ihrer Entscheidung eher von positiven Anreizen oder von Unfreiwilligkeit bzw. Zwängen geleitet wurden. So lassen sich, auch in qualitativer Sicht, zwei Extreme von Motivlagen bzw. Eintrittslogiken erkennen, nach welchen der Schritt in die berufliche Selbständigkeit entweder als Selbstverwirklichung (pull) oder als Ökonomie der Not (push) zu deuten ist.¹²⁰ Selbständigkeit als ein Pfad zur Selbstverwirklichung impliziert, dass der Wunsch nach Autonomie, Unabhängigkeit und Entscheidungsfreiheit überwiegt. Hierzu können auch kulturelle Werthaltungen beitragen. Im Gegensatz dazu impliziert die These von der Ökonomie der Not, dass die Gründe für die Entscheidung zur Selbständigkeit viel eher als eine Reaktion auf Arbeitslosigkeit

¹²⁰ Vgl. vor allem Bögenhold 1987 sowie Bögenhold/ Staber 1994.

oder auf eine Bedrohung des Arbeitsplatzes zu sehen sind, wobei auch Unzufriedenheit mit der Situation am Arbeitsplatz oder mit der Entlohnung eine Rolle spielen. Nicht selten jedoch treten Push- und Pullfaktoren auch gemeinsam auf. Die Gründungsforschung ist sich darin einig, dass für den Schritt in die Selbständigkeit kaum ein einzelnes Motiv sondern immer eher ein Bündel an Beweggründen verantwortlich ist.¹²¹

Bereits in Kapitel 6.1 (qualitativer Untersuchungsteil) wurde eine Reihe an Beispielen aufgelistet, die einen ersten Einblick in die Motivlagen der Gründerinnen mit Migrationshintergrund boten, wobei diese Auswahl zunächst willkürlich war. Im Folgenden gehen wir daher der quantitativen Bedeutung einzelner Push- und Pullfaktoren nach. Wir beginnen mit den Anreizen, auch deswegen, weil dies Gelegenheit gibt, eine häufig vernachlässigte Dimension in der „Motivforschung“ zu ergründen: Denn eine zentrale Frage ist, über welchen Zeitraum und mit welcher planerischer Voraussicht der Gründungswunsch entwickelt wurde.

Zeitrahmen der Entwicklung von Motiven: Wann entstand der Gründungswunsch?

Motive zur Gründung eines Unternehmens können sich spontan bzw. in kurzer Abfolge entwickeln, wenn sie aufgrund eines bestimmten Ereignisses mehr oder weniger plötzlich bzw. aus der Situation heraus „geboren“ werden. Zumeist jedoch reift der Gedanke oder der Wunsch, sich selbständig zu machen, über einen längeren Zeitraum heran und ist bspw. durch Rollenmodelle und entsprechende Fähigkeiten geformt.¹²² Und erst dann gelangt der Gedanke möglicherweise durch eine sich bietende Gelegenheit (oder durch einen Handlungsdruck) in den finalen Umsetzungsprozess. D.h., Wunsch und Fähigkeiten ergänzen und entwickeln sich unter Umständen zu einem adäquaten unternehmerischen Potenzial.¹²³ Während wir uns zuvor schon den unternehmerischen Fähigkeiten und selbständigkeitsrelevanten Ressourcen gewidmet haben (Kapitel 8), interessiert natürlich genauso, wie lange überhaupt ein Gründungswunsch heranreift bis er realisiert wird. Die Phase bis zur Umsetzung ist ein wichtiger Modus im Planungs- und Gründungsprozess. Denn je länger der gehegte Wunsch oder gar der gefasste Beschluss zurückliegt desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass sich eine Person zuvor mit den Erfordernissen einer unternehmerischen Karriere befasst hat.¹²⁴ Umgekehrt führen kürzere Planungsphasen möglicherweise zu unbedachten Entscheidungen und Fehlern.¹²⁵ Es geht also darum, zu ermitteln, ob es sich bei den Gründungen von Migrantinnen um längerfristig geplante Projekte oder um eher spontane Aktionen handelt, die sich etwa aus den situativen Bedingungen (bspw. einer Notlage) ergeben können.

Die Gründer/innen bzw. Unternehmer/innen wurden gefragt, wann ihnen zum ersten Mal die Idee kam, sich selbständig zu machen, wobei die Angaben sowohl Jahre als auch Monate umfassen durften. Die durchschnittlich von den einzelnen Ethnien verwendete Zeit von der ersten Idee bis zur Umsetzung des Vorhabens liegt (abgesehen von den italienischen und polnischen Männern) in einem Korridor zwischen zwei und drei Jahren (Abb. 10.2.1; Anhang). Unter den Frauen lassen sich anhand der Mittelwerte kaum Unterschiede identifizieren. In dieser Sicht bleiben die Unternehmerinnen tendenziell in der Planungsphase hinter ihren männlichen Pendanten zurück. Während die Selbständigkeit für Männer eher ein langfristig anvisiertes Ziel darstellt, entscheiden sich Frauen etwas häufiger in kürzerer Zeit.

Wie spontan sind die Gründungsentscheidungen von Migrantinnen und Migranten im Vergleich mit den Einheimischen sowie im Vergleich der Gruppen? Bisherige Untersuchungen zeigen, dass Migranten ihre Entscheidung für den Schritt in die Selbständigkeit schneller in die Tat umsetzen als Einheimische.¹²⁶ Diese Spontaneität mag aber unter Umständen auch ein Ergebnis dessen sein, dass Migranten häufiger aus der Not bzw. aus der Nichterwerbstätigkeit gründen (siehe vorheriger Abschnitt) oder auch zuvor schon zu einem höheren Anteil als die deutschen Gründer/innen Selbständigkeitserfahrung sammeln konnten (siehe Kapitel 8.2). Es ist naheliegend, dass sich Personen, die sich aus einer prekären Lage, wie etwa aus der Arbeitslosigkeit, befreien müssen, in einem kürzeren Zeitraum Entscheidungen treffen, an die sie zuvor noch nie gedacht hatten.

¹²¹ Welter/ Rosenblatt 1998.

¹²² Zum Beispiel durch die soziale Herkunft bzw. die Selbständigkeit der Eltern. Vgl. auch Kapitel 8.

¹²³ Ähnlich auch das Modell von Krueger/ Brazeal 1994.

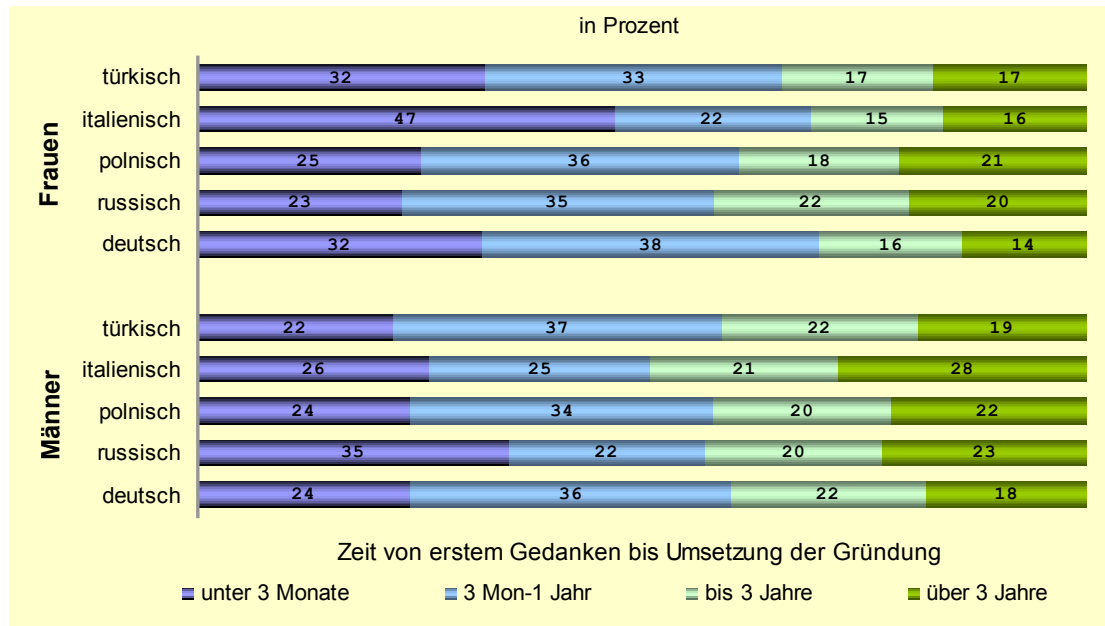
¹²⁴ Vgl. auch Leicht/ Leiß 2007.

¹²⁵ Dowling 2002.

¹²⁶ Leicht et al. 2005b sowie Leicht/ Leiß 2007.

Klammert man also diejenigen aus, die vor der Gründung entweder erwerbslos oder bereits selbständig waren, dann sind die Unterschiede hinsichtlich des „Reifeprozesses“ zwischen den Migrant(inn)en und den Einheimischen nicht mehr so groß.¹²⁷ Sowohl von den türkischstämmigen als auch von den deutschen Frauen gab rund ein Drittel (32%) an, die erste Idee zur Gründung eines Unternehmens erst maximal 3 Monate vor der Umsetzung entwickelt zu haben (Abb. 10.2.2). Bei den Italienerinnen ist dies allerdings schon bei der Hälfte der Fall (47%). Die Frauen aus den beiden osteuropäischen Gruppen gingen hier vergleichsweise behutsamer vor. Hier beträgt der Anteil an „Spontangründungen“ jeweils nur ein Viertel (25% bzw. 23%). Am anderen Ende der Skala ist zu erkennen, dass ein jeweils kleinerer Teil eine Planungsphase von mehr als drei Jahren hinter sich hat.

Abb. 10.2.2 Zeitdauer von der Entstehung des Gründungswunsches bis Umsetzung (gruppiert) (ohne zuvor Erwerbslose oder bereits Selbständige)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Ein Geschlechtervergleich zeigt, dass zumindest unter den türkisch- und italienischstämmigen sowie auch bei den deutschen Frauen der Anteil an schnell Entschlossenen jeweils höher als bei den männlichen Pentands ist. Umgekehrt ist hingegen das Verhältnis bei den Selbständigen aus der russischen Förderation: Hier sind es die Männer, die einen höheren Anteil an Gründern aufweisen, die relativ zügig ihr Vorhaben umsetzten. Unter den deutschen Männern liegt der Prozentsatz an Kurzentschlossenen eher gleichauf mit dem Durchschnitt.

Welche Relevanz hat die kulturelle Primärsozialisation im Herkunftsland?

Nicht zuletzt bei der Suche nach den Entstehungsbedingungen von ethnischem Unternehmertum wurde eine kontrovers geführte Debatte zum Einfluss von Traditionen und damit auch über die längerfristige Wirkung soziokultureller assets entfacht. Denn in den Ursprüngen war die Forschung noch mit der Frage befasst, inwieweit die unternehmerischen Neigungen bestimmter ethnischer Gruppen auf mit der Zuwanderung „importierten“ kulturellen Prädispositionen beruhen.¹²⁸ In einer vereinfachten „orthodoxen“ Auslegung kultureller Theorien wird der Wunsch zur Gründung eines Unternehmens durch das mit der Primärsozialisation entwickelte soziokulturelle Kapital von Zuwanderern und letztlich durch die aus dem Herkunftsland „mitgebrachten Werkzeuge“ erklärt. Dem steht die (inzwischen stärker akzeptierte) Auffassung gegenüber, dass sich dieser Wunsch viel eher in der Auseinandersetzung mit der Situation im Aufnahmeland entwickelt. Die qualitativen Interviews in Kapitel 6 haben bereits verdeutlicht, dass die Gründerinnen ihrer ethnischen Herkunft und den ggf. damit verbundenen kulturellen Ressourcen vergleichsweise wenig Bedeutung zumessen. Dieses Ergebnis hält auch einer quantitativen Analyse Stand:

¹²⁷ Sie sind allerdings ohnehin nicht mehr so groß, wie wir dies noch in der bundesweiten Untersuchung (Leicht et al. 2005) festgestellt hatten.

¹²⁸ Light 1972; Bonacich/ Modell 1980; Wilson/ Portes 1980.

Aus dem Abgleich mit der Zeitphase zwischen Zuwanderung und Gründung lässt sich annähernd abschätzen, ob die erste Idee zur Gründung eines Unternehmens bereits im Herkunftsland „geboren“ wurde oder erst im Zuge des Aufenthalts in Deutschland. Im Ergebnis zeigt sich, dass nur wenige Migrantinnen bereits mit einem solchen Wunsch nach Deutschland zugewandert sind. Die Anteile schwanken zwischen 1% bei den Frauen aus der Türkei und 4% bei den Italienerinnen (Abb. 10.2.3 im Anhang). Aber auch in der männlichen Vergleichsgruppe fällt die Zustimmung nicht höher aus. Den größten Anteil an Zuwanderern mit einem bereits erkennbaren Gründungswunsch im Gepäck findet sich bei den italienischen Männern (6%). Die Idee, sich mit einem Unternehmen selbständig zu machen ist also bei fast allen zugewanderten Unternehmerinnen erst bei der Auseinandersetzung mit den strukturellen Bedingungen in der Bundesrepublik entstanden.

Pull-Faktoren: Selbständigkeit als Anreiz und Chance

Triebkräfte, die sich als Anreize für eine Unternehmensgründung verstehen lassen, sind prinzipiell sowohl auf Seite der Nachfrage nach Unternehmer/innen (bzw. nach ihren Produkten und Dienstleistungen) zu suchen als auch auf der Angebotsseite, d.h., bei den unternehmerischen Talenten und ihren Fähigkeiten und Neigungen. Aus einer strukturellen Sicht sind es die Chancen auf den Märkten, die Personen bestimmter Prägung mehr als andere erkennen („opportunity recognition“). Aber das Konzept der Pullfaktoren zielt eher auf die Eigenheiten, Ressourcen und Bedürfnisse von Personen, die geeignet sind, den Schritt in die Selbständigkeit zu forcieren.¹²⁹ Nicht nur in der Erforschung ethnischen Unternehmertums, sondern in der Selbständigenforschung insgesamt wird diesbezüglich ein ganzes Bündel an Faktoren gehandelt, die als Anreize zur Gründung eines Unternehmens zu sehen sind. An vorderster Stelle steht der Wunsch nach Selbstverwirklichung und Autonomie. So werden Faktoren wie „Unabhängigkeitsstreben“ und „Selbstentfaltung“ oder „selbstbestimmtes Arbeiten“ durchgängig als überragendes und nahezu klassisches Motiv von Migranten für den Schritt in die Selbständigkeit genannt.¹³⁰ Diese Antriebskräfte wurden auch in einigen unserer bisherigen Untersuchungen als maßgeblich identifiziert; wobei hinzukommt, dass Pull-Faktoren für Migranten generell einen höheren Stellenwert als für Deutsche besitzen,¹³¹ aber die Frage nach dem Geschlechtereinfluss noch unbeantwortet blieb.

Ein in der Integrationsdebatte zentrales Pull-Motiv ist natürlich die Aussicht auf ein besseres Einkommen, ökonomischen Aufstieg und soziale Anerkennung. Solche Motivlagen lassen sich jedoch nicht immer eindeutig den Pull-Faktoren zuordnen, da der Wunsch nach ökonomischer Besserstellung häufig zunächst der Not entspringt, d.h., viel eher mit einem Zwang zur Selbständigkeit und daher mit Deprivation verbunden ist. In gewisser Weise können Aufstiegs motive daher auch in einem Korridor „zwischen“ Push- und Pull-Motiven liegen.

Bei der Operationalisierung des Fragebogens wurde mit Rückgriff auf die Forschungsliteratur versucht ein möglichst breites Spektrum an Indikatoren für einzelne Gründungsmotive zu berücksichtigen (Tabelle 10.2.2). Allein schon die Anzahl der bislang verwendeten Pull-Motive zeigt, wie vielschichtig und teils dominierend diese sind, während die Push-Faktoren durch weit weniger Motive abgedeckt werden.

¹²⁹ Clark/ Drinkwater 2000.

¹³⁰ Sen/ Goldberg 1994; Hillmann und Rudolph 1997; Yavuzcan 2003.

¹³¹ Leicht et al. 2004 und 2005.

Abb. 10.2.4: Zuordnung der Motive in der Push- und Pull-Dimension

Fragen / Items: „Ich habe mich selbständig gemacht, ...“	Indikatoren	Motiv
... um unabhängig und eigenständig zu sein	Autonomie und Eigenständigkeit	Pull
... um meine Zeit flexibler einteilen zu können	Autonomie und Eigenständigkeit	Pull
... um Familie und Beruf besser miteinander vereinbaren zu können	Autonomie und Eigenständigkeit	Pull
... um meine Fähigkeiten und Qualifikation besser verwerten zu können	Leistungsbereitschaft / Machbarkeitsdenken	Pull
... um meine Ideen verwirklichen zu können	Leistungsbereitschaft / Machbarkeitsdenken	Pull
... weil ich ein neues Produkt bzw. eine neue Dienstleistung anbieten wollte	Innovationsfähigkeit/ Chancenerkennung	Pull
... weil ich eine Marktlücke gefunden habe	Chancenerkennung	Pull
... weil Selbständigkeit unter <hier Herkunft nennen> einen hohen Wert besitzt	Kulturelle Eigenschaften	Pull
... weil ich durch meine Herkunft bestimmte unternehmerische Fähigkeiten besitze,...	Kulturelle Eigenschaften	Pull
... weil ich genau deswegen nach Deutschland gekommen bin.	Kulturelle Eigenschaften	Pull
... weil ich dadurch ein höheres Ansehen erlangen wollte	Soziale Mobilität / Sozialer Aufstieg	Pull
... um mehr verdienen zu können	Soziale Mobilität / Sozialer Aufstieg	Pull
... weil ich in meinem früheren Betrieb benachteiligt wurde	Benachteiligung	Push
... weil ich unzufrieden mit der Situation an meinem Arbeitsplatz war	Unzufriedenheit	Push
... weil ich keine feste Anstellung bei einem Arbeitgeber finden konnte	Bedrohung durch Arbeitslosigkeit	Push
... weil ich sonst arbeitslos geworden wäre	Bedrohung durch Arbeitslosigkeit	Push

Bezug: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Die Befragten sollten jeweils anhand einer 5er-Skala von „trifft überhaupt nicht zu“ bis „trifft voll und ganz zu“ angeben, in welchem Maße das vorgegebene Gründungsmotiv für den Schritt in die Selbständigkeit entscheidend war. In nachfolgenden Grafiken ist jeweils der Anteil der Aussagen „trifft zu“ und „trifft voll und ganz zu“ abgebildet. Es sollte jedes einzelne mögliche Motiv bewertet werden, da davon auszugehen ist, dass auch mehrere Faktoren für den Schritt in die Selbständigkeit verantwortlich waren.

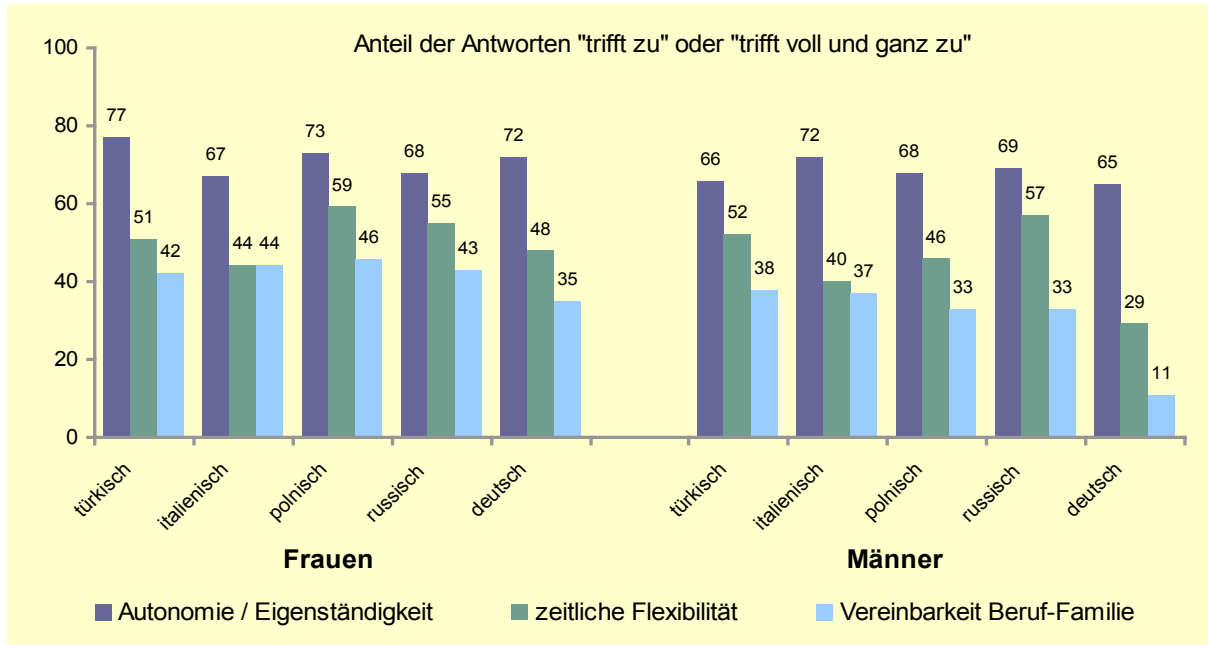
Motiv: Autonomie und Eigenständigkeit

Im Kanon der Forschungsliteratur stellt der Wunsch nach Autonomie und Eigenständigkeit das wichtigste und meistgenannte Gründungsmotiv dar.¹³² Diese Ziele weisen verschiedene Elemente auf: Unabhängigkeit bedeutet auch, über die Arbeitszeit selbständig bestimmen zu können und diese ggf. flexibel einteilen zu können; nicht zuletzt um das Problem der Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu lösen.¹³³ In der vorliegenden Befragung wurde daher versucht den Wunsch nach Eigenständigkeit und Autonomie auf einzelne bzw. weitere Indikatoren herunterzubrechen, weshalb die Gründungsmotive „zeitliche Flexibilität“ und „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ mit aufgenommen wurden.

¹³² Stevenson/ Gumpert 1985; Hisrich/ Peters 1998. Bei einer Befragung von türkischen Betrieben in Berlin nannten die Befragten als häufigstes Motiv für die Gründung den Wunsch „der eigene Chef“ bzw. „die eigene Chefin“ zu sein (Hillmann/ Rudolph 1997).

¹³³ Leicht et. al. 2004.

Abb. 10.2.5 Bedeutung des Gründungsmotivs „Unabhängigkeit“ und einzelne Komponenten



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Wie zu erwarten, nimmt der Wunsch nach „Autonomie und Eigenständigkeit“ bei den Frauen und Männern aller Gruppen einen ganz vorderen Platz ein (Abb. 10.2.5). Mindestens zwei Drittel (65%) aller Befragten bezeichneten dieses Motiv als relevant für die von ihnen getroffene Entscheidung. Unter den türkischstämmigen Frauen betonen dies sogar mehr als drei Viertel (77%), wobei hier der Unterschied gegenüber der Beurteilung durch polnische oder deutsche Frauen vernachlässigbar ist (73% bzw. 72%). Auch im Vergleich mit der Gruppe der Männer zeigen sich kaum Diskrepanzen. Erwähnenswert ist aber immerhin, dass die Autonomie und Eigenständigkeit für türkischstämmige, deutsche und (teils) für polnischstämmige Frauen wichtiger als für ihre männlichen Landsleute ist.

Eigentlich wäre davon auszugehen, dass Frauen – soweit sie denn ein Unternehmen gründen – dies wesentlich häufiger als Männer mit einer besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie mit dem Gewinn zeitlicher Flexibilität begründen (wenngleich letztgenanntes Motiv nicht nur im Kontext einer Familienverantwortung gesehen werden darf). Überraschenderweise jedoch lässt sich hinsichtlich der Relevanz „zeitlicher Flexibilität“ nur bei den polnischen und deutschen Frauen ein klarer Vorsprung gegenüber den Männern erkennen (Abb. 10.2.5). Insbesondere bei den einheimischen Frauen ist der Geschlechterunterschied äußerst auffällig, da die deutschen Männer diesem Motiv (auch im Vergleich mit den Männern anderer Ethnien) eine vergleichsweise geringe Bedeutung beimessen. Dies könnte damit zusammenhängen, dass die deutschen Männer auch in einer abhängigen Beschäftigung ein befriedigenderes Maß an Zeitsouveränität als Migranten verspüren, da sie meist auch bessere Jobs mit entsprechenden Freiheitsgraden haben. Für die deutschen Frauen trifft dies allerdings nicht in diesem Maße zu. Insgesamt jedoch ist festzuhalten, dass in den einzelnen Herkunftsgruppen rund die Hälfte aller Frauen das Motiv „zeitliche Flexibilität“ als mit entscheidend für den Schritt in die Selbständigkeit betrachtete.

Nicht ganz so relevant scheint das Motiv, mit einer Gründung die „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ bewältigen zu können (Abb. 10.2.5). Zwar halten dies erwartungsgemäß die Frauen für wichtiger als die Männer, aber die Zustimmung liegt hier jeweils in allen Gruppen unterhalb der Hälfte. Und auch hier ist bei den Migrantinnen der Abstand zu den Männern erstaunlicherweise geringer als bei den Einheimischen. Erstaunlicherweise ist für die männlichen Migranten die Vereinbarkeitsproblematik ein wichtigeres Gründungsmotiv.

Hier ist natürlich auch zu berücksichtigen, dass nicht alle Frauen und Männer Familienverantwortung tragen (die im Übrigen nicht nur für Kinder, sondern auch für Pflegebedürftige insgesamt gilt). Aus den Daten lässt sich nicht erkennen, ob zum Zeitpunkt vor der Gründung bereits Kinder im Haushalt waren oder die Gründung

einer Familie erst nach der Unternehmensgründung vorgesehen war. Nimmt man jedoch den Familienstand zum Zeitpunkt der Befragung, dann wächst für diejenigen die Bedeutung des Vereinbarkeitsmotivs, die derzeit Kinder im Haushalt haben: Hier erhöhen sich die Werte bei allen Gruppen um einige Prozentpunkte, am stärksten jedoch bei den deutschen Frauen.¹³⁴

Zusätzlich haben wir den Einfluss weiterer Faktoren auf die Zustimmung zum Motiv der „Vereinbarkeit“ mittels einer logistischen Regression (Tabelle 10.2.6 im Anhang) geprüft. Anhand der multivariaten Analyse zeigt sich, dass hier bspw. das Lebensalter und der Grad der Bildung keinen signifikanten Einfluss nimmt. Dagegen erhöht das Vorhandensein von Kindern im Haushalt die Relevanz des Vereinbarkeitsmotivs beträchtlich.

Allerdings ist bei allem zu beachten, dass in den beschriebenen Ergebnissen bisher nur die Motivlagen derjenigen Frauen und Männer gegeneinander verglichen wurden, die sich auch tatsächlich selbständig gemacht haben. Anders stellt sich die Situation dar, wenn die Bedeutung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf anhand eines Vergleichs mit den abhängig Beschäftigten der jeweiligen Gruppen bemessen wird (vgl. hierzu Kapitel 15.3). Hier zeigt sich dann, dass die Vereinbarkeitsproblematik insbesondere für die türkischstämmigen Frauen hohe Relevanz besitzt und die Wahrscheinlichkeit der Gründung eines eigenen Unternehmens deutlich erhöht.

Motiv: Leistungsbereitschaft und Machbarkeitsdenken

Ein Anreiz für den Schritt in die Selbständigkeit mag darüber hinaus auch durch eine ausgeprägte Leistungsbereitschaft oder ein Machbarkeitsdenken gegeben sein. Insbesondere ein ausgeprägter Leistungswille gilt in der Entrepreneurship-Forschung als eine zentrale Voraussetzung für unternehmerisches Wirken. Bereits Max Weber¹³⁵ hob diesbezüglich die innere Motivation und den Willen hervor, die eigene Leistungsfähigkeit durch „rastloses Schaffen“ unter Beweis zu stellen.¹³⁶ Dieses Streben könnte bei einer „Arbeit auf eigene Rechnung“ möglicherweise viel eher zum Erfolg führen als in einer abhängigen Beschäftigung. Ein Indikator für einen solchen Pull-Effekt ist das Motiv in der Selbständigkeit die „Qualifikation besser verwerten“ oder die „eigenen Ideen besser verwirklichen“ zu können. Diese Motive sind bereits in engem Zusammenhang mit solchen Anreizen zu sehen, die sich aus bestimmten Chancen auf den Märkten bzw. Gelegenheitsstrukturen oder durch die Möglichkeit des sozialen Aufstiegs ergeben. (Beides wird nachfolgend noch betrachtet.)

Das Gründungsmotiv, die eigenen „Fähigkeiten und Qualifikationen besser verwerten zu können“, nimmt eine ähnlich wichtige Bedeutung ein, wie schon der Wunsch nach Autonomie. Insbesondere für die Migrantinnen: Jeweils rund drei Viertel aller Frauen (zwischen 70% bis 77%) gaben an, dass die Qualifikationsverwertung für sie ein wichtiges Motiv für die Selbständigkeit war (Abb. 10.2.7). Die deutschen Frauen halten dieses Motiv zwar für etwas weniger wichtig als die Migrantinnen, aber auch dort liegt der Anteil bei 62%. Diese Differenz dürfte wohl aus dem Umstand resultieren, dass Migrantinnen geringere Chancen sehen, ihr Leistungsvermögen in einem abhängigen Beschäftigungsverhältnis adäquat zu beweisen.

Sie üben häufig ausbildungsinadäquate Tätigkeiten aus und selbst Höherqualifizierte werden unter ihrem Wert beschäftigt. Vor allem Migrant(inn)en aus Polen und der ehemaligen Sowjetunionen sind häufig mit dem Problem konfrontiert, dass sie zwar über teilweise hochwertige Berufsabschlüsse verfügen, diese aber in Deutschland nicht anerkannt werden.¹³⁷ Es ist daher auch nicht überraschend, dass diese beiden Ethnien hier deutlich häufiger das Motiv der Qualifikationsverwertung nennen als deutsche Frauen.

Ganz offensichtlich tritt dieses Problem auch bei den Männern auf, aber bei den polnisch- und russischstämmigen Männern in etwas geringem Maße als bei den Frauen. Geschlechterunterschiede zeigen sich insbesondere zwischen den Frauen und Männern aus der Türkei: Dies mag ein Hinweis darauf sein, dass türkische Männer mit guter Ausbildung vielleicht noch eher als die Frauen einen Job als Arbeitnehmer bekommen.

¹³⁴ Die Werte erhöhen sich um etwa 4-6%-Punkte bei Migrantinnen. Von den deutschen Frauen mit Kindern im Haushalt hielten 54% dieses Motiv für zutreffend.

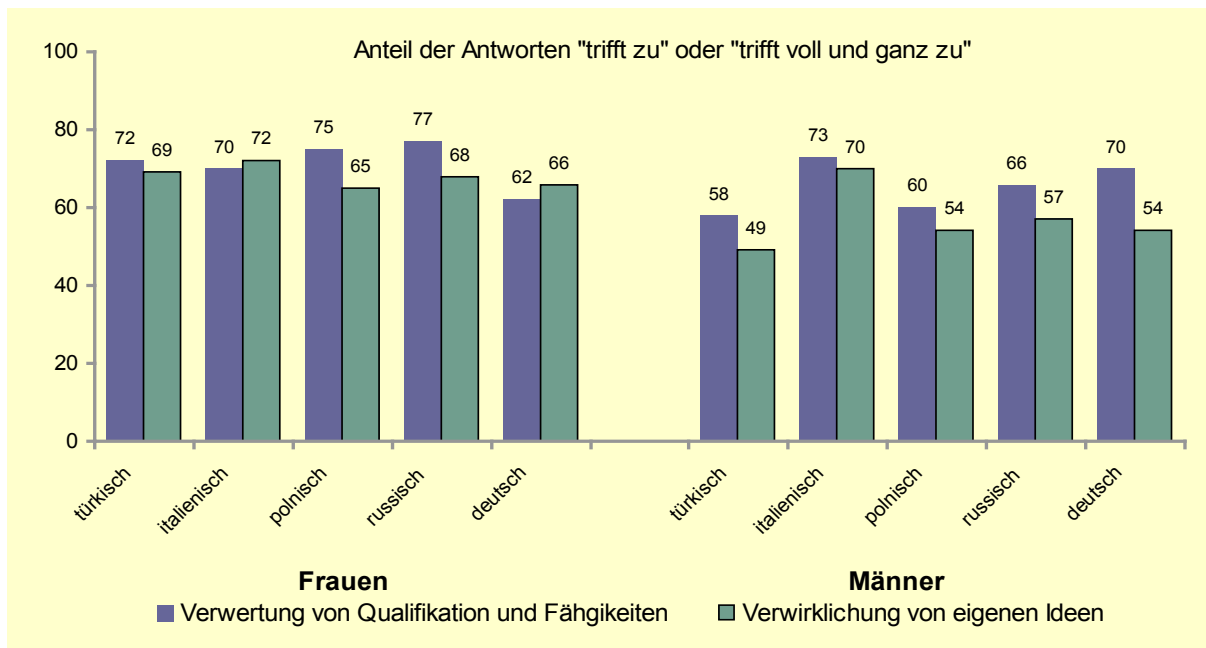
¹³⁵ Weber 1905 (Protestantische Ethik).

¹³⁶ Die klassischen Ansätze wurden vor allem von McClelland (1961) wieder aufgegriffen.

¹³⁷ Dietz 1995; Koller 1997.

Hebt man weniger auf den Qualifikationsbegriff sondern stärker auf die nicht zertifizierbaren Fähigkeiten und Ideen ab, ergeben sich zwar ähnliche hohe Motiv-Zustimmungen, allerdings in einem etwas anderen Verteilungsmuster: An vorderster Stelle unternehmen italienischstämmige Frauen (72%) durch eine Gründung den Versuch, „die eigenen Ideen zu verwirklichen“, während die Osteuropäerinnen diesem Motiv zwar zu zwei Dritteln (65% bzw. 68%) Relevanz beimessen, aber nicht in gleichem Maße wie der Verwertung formaler Qualifikation. Die selbständigen Italiener/innen sind auch wesentlich schwächer mit formalen Bildungsgütern ausgestattet (vgl. Kapitel 8.1), weshalb hier „Ideen“ eine größere Rolle spielen. Dies muss auch vor dem Hintergrund gesehen werden, dass die Italienerinnen (fast genauso wie die Männer) überproportional häufig im Gastgewerbe gründen. Möglicherweise lassen sich hier aus Sicht der Akteure viel eher Kreativität und Ideen verwirklichen aber in geringerem Maße formale Qualifikationen verwerten.

Abb. 10.2.7 Gründungsmotive „Verwertung von Qualifikation“ und „Verwirklichung von Ideen“



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Sieht man von den Italienern ab, dann ist den Männern das Motiv der Ideenverwirklichung etwas weniger wichtig als den Frauen. Es ist aber auch bei den Männern immerhin noch jeweils mindestens die Hälfte, die hier ein relevantes Gründungsmotiv sieht.

Motiv: Chancenerkennung und innovatives Denken

Der Fähigkeit, auf den Märkten Gründungsmöglichkeiten und -chancen zu identifizieren, wird in der Entrepreneurship-Forschung große Aufmerksamkeit geschenkt.¹³⁸ Denn Anreize für den Weg in die Selbständigkeit werden nicht nur durch persönliche Eigenschaften, sondern auch durch entsprechende Gelegenheitsstrukturen in Gang gesetzt; wobei die Erkennung solcher Gelegenheiten wiederum besondere Fähigkeiten verlangt. Die Güte dieser Form des Wissens unterliegt allerdings sehr der subjektiven Interpretation. Da Personen mit Migrationshintergrund am Arbeitsmarkt häufiger unterprivilegierte Positionen besetzen ist damit zu rechnen, dass sie mangels Alternativen viel eher als die Einheimischen von einer „guten Gelegenheit“ sprechen, was aber nicht bedeutet, dass viele Gründer/innen die Fähigkeit zur Chancenerkennung besitzen.

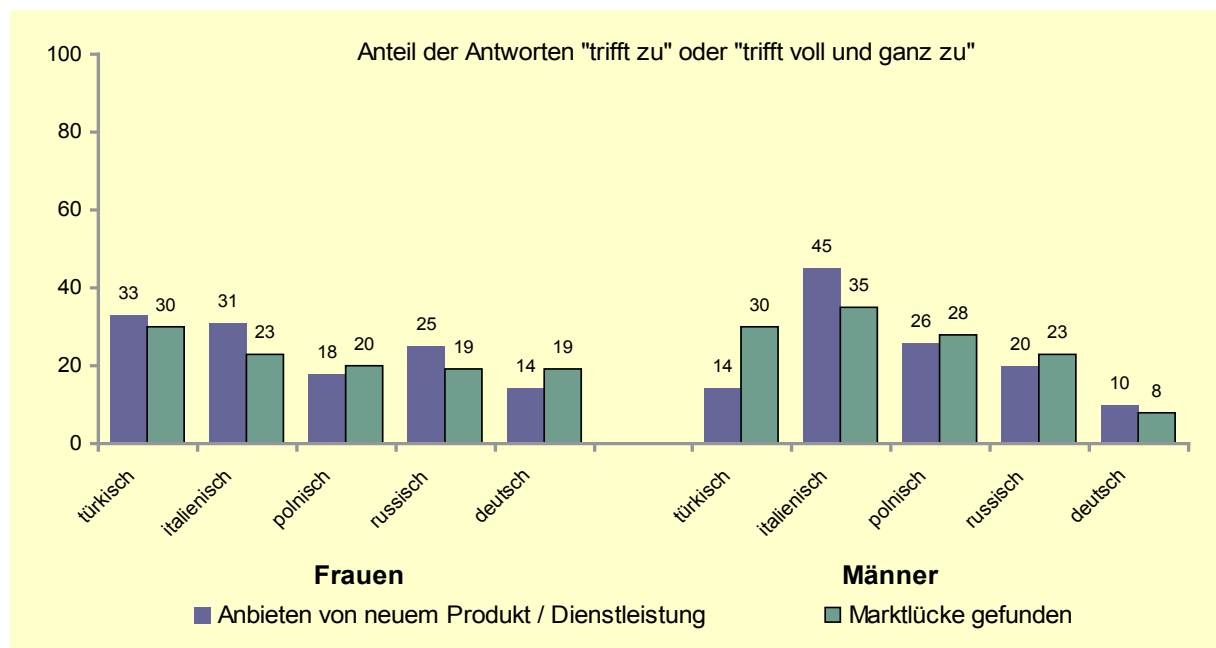
Zumindest verglichen mit den zuvor betrachteten Gründungsmotiven stellt die Fähigkeit, „ein neues Produkt bzw. eine neue Dienstleistung anzubieten“, offenbar keinen so großen Anreiz dar. Dies mag aber daran lie-

¹³⁸ Vgl. für einen Überblick mit Bezug auf Gründerinnen Ettl/Welter 2007.

gen, dass von den Gründerinnen eher selten neue Produkte oder Dienstleistungen entwickelt werden. In gewisser Weise ist dieses Gründungsmotiv daher auch im Zusammenhang mit einer (selbst attestierten) Innovationsfähigkeit zu sehen, wobei ein solchermaßen entwickelter unternehmerischer Esprit möglicherweise auch ein Defizit an formalen Humankapital kompensiert. Auffällig ist jedenfalls, dass es vor allem die formal weniger stark gebildeten Frauen aus der Türkei und Italien sind, für die eine solche „Innovation“ den Anlass zur Gründung gab (Abb. 10.2.8). Jede dritte Frau (33% bzw. 31%) zählt hierzu, während von den polnisch- oder russischstämmigen Frauen vergleichsweise wenige (hier nur 18% bzw. 25%) aufgrund solcher Fähigkeiten gegründet haben. Die deutschen Frauen sehen hierin allerdings noch viel weniger ein Gründungsmotiv (14%).

Eine herausragend hohe Relevanz messen diesem Motiv jedoch die italienischen Männer bei: Fast die Hälfte (45%) von ihnen hatte unter anderem deswegen gegründet, weil sie der Meinung waren, hierdurch ein neues Produkt bzw. eine neue Dienstleistung offerieren zu können.

Abb. 10.2.8 Gründungsmotive „Chancenerkennung“ und ihre Komponenten



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Zwischen einem Fünftel und nicht ganz einem Drittel der Migrantinnen haben gegründet, weil sie „eine Marktlücke gefunden haben“. Die Bedeutung und Verteilung dieses Gründungsmotivs entlang der Herkunftsgruppen ähnelt sehr der zuvor betrachteten Struktur (Abb. 10.2.8). D.h., es sind innerhalb der einzelnen Gruppen jeweils ungefähr genauso viel Frauen und Männer die sich selbständig gemacht haben, weil sie eine Marktlücke entdeckten. Aus diesem Grund erübrigt sich hier eine weitere Kommentierung der Befunde.

Kulturelle Faktoren als Motiv

Natürlich stellt sich beim Versuch, die Gründungsmotive von Migrantinnen und Migranten zu identifizieren, an vorderer Stelle die Frage, inwieweit der Schritt in die Selbständigkeit durch kulturelle Werthaltungen oder die Primärsozialisation im Heimatland beflügelt wurde. Denn schließlich wird bei der Erklärung von Migrantenselbständigkeit – zumindest in der öffentlichen Debatte und einem Teil der Forschung – den kulturellen Faktoren eine förderliche Wirkung zugeschrieben (siehe Kapitel 3). Diese Einschätzung rührt teils auch daher, dass die Selbständigenquote in den Herkunftsländern der Migrant(inn)en zumeist wesentlich höher als die in Deutschland (insgesamt)¹³⁹ ist. Daher wird den Deutschen auch häufig eine mangelnde Kultur der Selbständigkeit unterstellt.¹⁴⁰ Demgegenüber wird von einem Teil der Migranten (vor allem von den Türken)

¹³⁹ Allerdings nicht im Vergleich mit der Selbständigenquote der entsprechenden Herkunftsgruppen in Deutschland.

¹⁴⁰ Hier wird jedoch übersehen, dass die Selbständigenquoten international auf ganz anderen Wirtschaftsstrukturen beruhen und insbesondere in den ökonomisch schwachen Ländern naturgemäß hoch sind. Vgl. Lubert/ Leicht 2000.

angenommen, dass ihnen das „Geschäftemachen“ sozusagen „im Blut liegen“¹⁴¹ würde. Solche Ansichten sind teils mit dem Verdacht der Fremdethnisierung bzw. einer Zuschreibung „von außen“ konfrontiert.¹⁴²

Wie sehen sich die Migranten diesbezüglich selbst? D.h., welche Bedeutung messen sie ihrer kulturellen Diversität und letztlich dem Einfluss ihrer ethnischen Herkunft auf die Selbständigkeitsneigung bei? Zur Einschätzung der Relevanz solcher Faktoren, haben wir gefragt, inwieweit für die Gründungsentscheidung die aus der ethnischen Herkunft ableitbaren kulturellen Werte eine Rolle spielten (zum Wortlaut siehe Tabelle 10.2.4; verkürzt in Abb. 10.2.9).

Natürlich kann anhand dieser Bewertung durch die Befragten selbst nur annähernd eingeschätzt werden, welche Bedeutung kulturelle Faktoren „eigentlich“ haben, da diese Werthaltungen kaum ins Bewusstsein treten bzw. im Zuge der primären Sozialisation internalisiert wurden. Da hier aber die Gründungsmotive und damit die subjektiv empfundenen Anreize für Selbständigkeit im Vordergrund stehen, erscheint dieses Vorgehen durchaus berechtigt, zumal hierdurch zudem Gruppenvergleiche gezogen werden können.

Zunächst im Gesamtblick betrachtet fällt auf, dass kulturelle Faktoren vor allem von den Frauen und Männern aus der Türkei und Italien ins Spiel gebracht werden, wenngleich sich die Bedeutung dieser Faktoren als Gründungsmotiv – verglichen mit manch anderen Pull-Faktoren – in Grenzen hält (Abb. 10.2.9). Immerhin jedoch ist die Hälfte (49%) aller türkischstämmigen Frauen der Meinung, dass sie „durch ihre ethnische Herkunft unternehmerische Fähigkeiten besitzen, die andere nicht haben“. Und bei den Italienerinnen ist eine solche Haltung bei weit über einem Drittel (38%) ersichtlich und für die Gründungsentscheidung relevant. Für die Frauen osteuropäischer Herkunft hat dieser Faktor bzw. dieses Gründungsmotiv weit weniger Bedeutung, was nicht verwundert, da Selbständigkeit in diesen Ländern keine mit den Mittelmeerländern vergleichbare kulturelle Tradition besitzt.¹⁴³

Deutlicher wird dies noch anhand der Frage, ob sie sich deshalb selbständig gemacht haben, weil Selbständigkeit unter den Menschen ihrer Herkunft einen hohen Wert besitzt. Dem stimmte nur etwa jede zehnte Frau aus Polen, Russland oder auch Deutschland zu.¹⁴⁴ Demgegenüber hält dies in etwa jede dritte türkische Frau (32%) oder jede fünfte italienische (21%) für zutreffend.

Mit dem dritten Indikator, d.h., der Frage an die Probanden, ob sie nach Deutschland gekommen sind, um zu gründen, wird nur mittelbar die Bedeutung kultureller Einflüsse bemessen. Die Antworten geben aber einen Hinweis, inwieweit die Gründungsneigung soz. langfristig „verankert“ war und daher überhaupt als ein über die Grenzen hinweg transferierter Wert in Frage kommt. Es war bereits an der „Dauer des Gründungswunsches“ abzulesen (siehe oben sowie Abb. 10.2.3 im Anhang), dass nur sehr wenige Gründerinnen schon in ihrer Heimat an eine unternehmerische Karriere dachten. Wenn überhaupt, dann sind es die Frauen aus Italien, die solche Pläne mit nach Deutschland brachten.

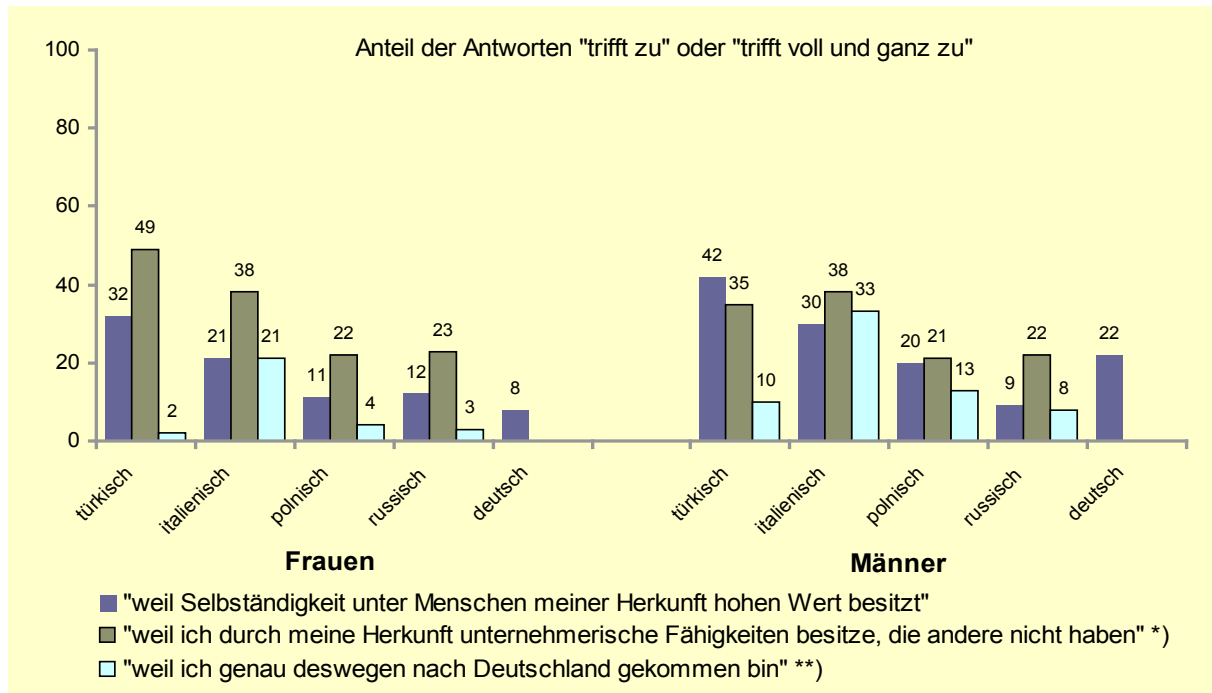
¹⁴¹ Zitat aus einer Homepage der IHK Mittlerer Niederrhein. Ähnlich Wiebe 1984.

¹⁴² Timm 2000.

¹⁴³ Zumindest mit Blick auf die jüngere Vergangenheit bzw. die planwirtschaftlichen Systeme in der Nachkriegszeit.

¹⁴⁴ Diese Frage wurde auch den Deutschen gestellt, die anderen Fragen jedoch nicht.

Abb. 10.2.9 Gründungsmotive "kulturelle Werte des Herkunftslands" und ihre Transformation



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

*) Diese Frage wurde nur Migrant(inn)en gestellt

**) Antworten ohne Zweite Generation.

Im Geschlechtervergleich wird deutlich, dass die türkisch- und italienischstämmigen Männer zu einem etwas geringeren Anteil als die Frauen ihrer Gruppe der Meinung sind, dass sie kulturell bedingte unternehmerische Fähigkeiten besitzen. Dafür jedoch nehmen sie vergleichsweise häufiger als Gründungsmotiv in Anspruch, dass Selbständigkeit in ihrem Herkunftsland einen höheren Wert besitzt.

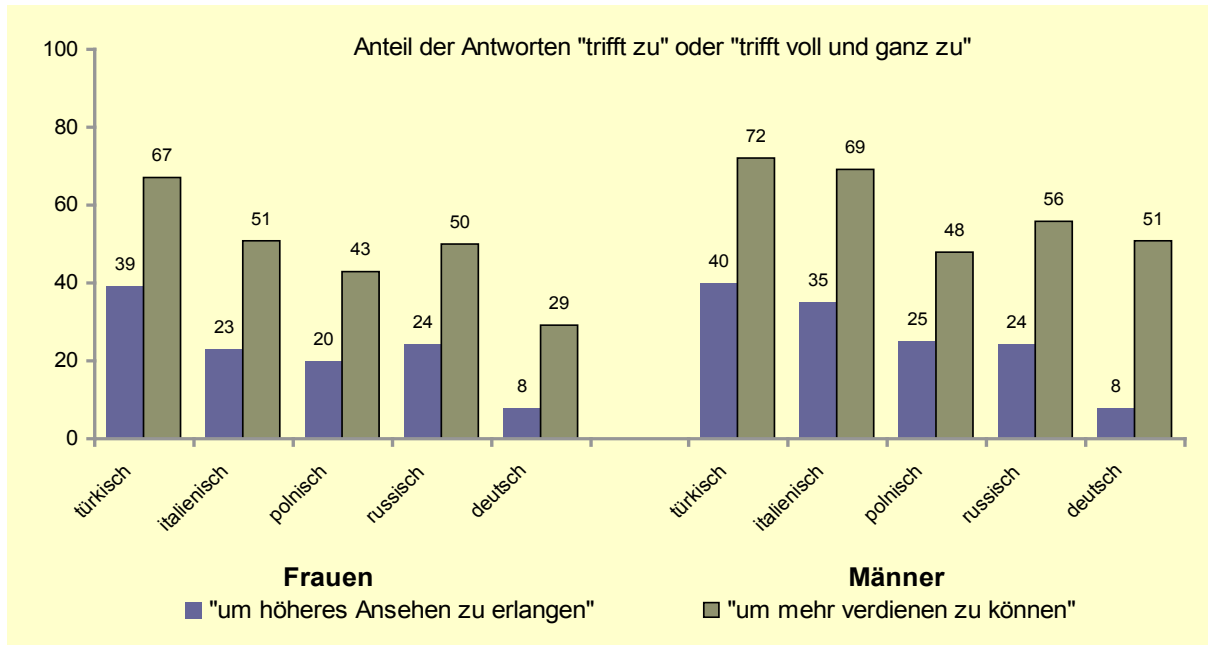
Motiv: Sozialer und ökonomischer Aufstieg

Mit Blick auf die Frage der Integrationswirkung einer unternehmerischen Aktivität geraten vor allem diejenigen Gründungsmotive in den Fokus, die sich mit dem Wunsch nach sozialem Aufstieg und ökonomischer Besserstellung in Verbindung bringen lassen. Berufliche Selbständigkeit bietet nicht zuletzt für Geringqualifizierte oder für die auf dem Arbeitsmarkt schlecht positionierten Personen eine Möglichkeit zum sozialen Aufstieg. Da Migrantinnen und Migranten auf dem Arbeitsmarkt häufig mit diskriminierenden Rahmenbedingungen, wie etwa begrenzten Zugangsmöglichkeiten oder einer blockierten Aufwärtsmobilität, zu kämpfen haben,¹⁴⁵ wäre davon auszugehen, dass für sie Gründungsmotive wichtig sind, die mit der Hoffnung auf eine Besserstellung einhergehen. Hier kommt zum einen ein sozialer Aufstieg im Sinne eines Prestigegewinns und zum anderen ein ökonomischer Aufstieg durch bessere Verdienstmöglichkeiten in Frage:

Den Schritt in die Selbständigkeit wagen türkische Frauen weit häufiger als andere mit dem Wunsch, hierdurch ein höheres Ansehen zu erlangen. Dies ist bei fast 40% der türkischstämmigen Frauen ein entscheidendes Motiv, womit der Anteil fast doppelt so hoch liegt wie bei den übrigen Migrantinnen (Abb. 10.2.10). Im Vergleich zu den Deutschen (8%) stimmen sie diesem Motiv sogar fünfmal häufiger zu. Bei den Frauen der übrigen Ethnien spielte die Aussicht auf einen Prestigegewinn bei jeweils einem Viertel bis einem Fünftel eine Rolle.

¹⁴⁵ Rea 1999; Clark/ Drinkwater 2000.

Abb. 10.2.10 Gründungsmotiv "soziale und ökonomische Aufstiegsmöglichkeit"



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Zumindest für die türkisch- und italienischstämmigen Männern hat das Prestige-Motiv eine jeweils etwas höhere Bedeutung als für die Frauen ihrer Ethnie, während ein solcher Geschlechterunterschied bei anderen Gruppen nicht zu beobachten ist.

Einige bisher vorliegende Studien kommen, zumindest mit Blick auf Selbständige insgesamt (d.h., nicht auf Migranten), zu dem Ergebnis, dass der Wunsch ein höheres Einkommen zu erzielen nur bei vergleichsweise wenigen Personen die Gründungsentscheidung beeinflusst.¹⁴⁶ Doch wie schon in unserer bundesweiten Erhebung¹⁴⁷ zeigt auch die Befragung in Nordrhein-Westfalen, dass dieses Motiv für Migrantinnen und Migranten weit wichtiger als für die einheimischen Selbständigen ist,¹⁴⁸ nicht zuletzt da ihre Arbeitsmarktchancen und ihre Zugangsmöglichkeiten zu besser bezahlten Jobs schlechter sind.

Vor allem die Frauen aus der Türkei sehen in der Aussicht, mehr verdienen zu können, einen entscheidenden Antrieb, denn zwei Drittel (67%) gaben dieses Motiv als zutreffend an (Abb. 10.2.10). Aber auch für die anderen Migrantinnen scheint dies ein zentrales Moment, denn auch dort ist es jeweils rund die Hälfte (bei den Polinnen etwas weniger), die aus diesem Grund in die Selbständigkeit wechselten. Die Aussicht auf eine ökonomische Besserstellung hat für Migrantinnen einen wesentlich höheren Stellenwert als für die deutschen Frauen (lediglich 29% Zustimmung).

Dieses Motiv besitzt für Männer noch mehr Gewicht, wobei hier der Unterschied zu den Deutschen nicht so gravierend ist. Bei den türkisch- und italienischstämmigen Männern war die Verdienstperspektive für etwas mehr als zwei Drittel ein entscheidendes Gründungsmotiv.

Ein Einwand welcher die beschriebenen Ergebnisse relativieren könnte mag lauten, dass der bei Migranten stärkere Anreiz, das soziale Prestige sowie das Einkommen zu erhöhen, darauf zurückzuführen ist, dass sie schlechter gebildet sind und daher ohnehin einen größeren Aufholbedarf sehen. Schließlich ist die schlechte Arbeitsmarktlage vieler Migranten nicht nur durch ihre Herkunft bestimmt, sondern auch häufig durch ihre eher geringe Humankapitalausstattung bzw. durch Probleme, vorhandene Berufsabschlüsse adäquat zu bewerten.

¹⁴⁶ Doppelreiter et al. 2000; Sternberg 2000.

¹⁴⁷ Leicht et al. 2004 und 2005.

¹⁴⁸ Leicht et al. 2004.

Daher wurde die Bedeutung des Gründungsmotivs „Statusorientierung“ (Streben nach Prestige und nach besserem Verdienst)¹⁴⁹ mittels einer logistischen Regression geprüft. Hierzu wurden für Männer und Frauen getrennte Modelle gerechnet und neben der Herkunft noch der Berufsabschluss und das Alter zum Gründungszeitpunkt kontrolliert (Tabelle 10.2.11).

Es zeigt sich, dass die Absicht das eigene Ansehen und den Verdienst zu verbessern für Migrantinnen sowie für Migranten ein wesentlich stärkerer Anreiz zur Gründung ist als für die deutschen Pendanten. Die Wahrscheinlichkeit, dass das Motiv „Statusorientierung“ bei der Gründungsentscheidung eine zentrale Rolle spielt ist bei einer türkischen Frau 16-mal so hoch wie bei deutschen Gründerinnen und bei einem Mann türkischer Herkunft 8-mal wahrscheinlicher als bei einem Deutschen. Insgesamt bestätigt sich somit die Vermutung, dass Migrantinnen und Migranten auch unabhängig von ihrem bisherigen Status bzw. von ihrer Bildung signifikant häufiger ein Unternehmen mit der Absicht gründen ihren Status zu verbessern.

Tabelle 10.2.11: Determinanten für das Gründungsmotiv „Statusorientierung“ (logistische Regression)

Unabhängige Variablen	Frauen		Männer	
	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.
Herkunft (deutsch)		***		
türkisch	16,7	***	8,6	***
italienisch	4,8	***	5,8	***
polnisch	4,3	***	3,0	**
russisch	6,5	***	4,4	***
Alter	1,0		1,0	
Kein Abschluss				
Berufsabschluss	0,8		0,9	
Studium	0,7		0,5	**
Konstante	0,1		0,2	*

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim
Signifikante Effekte: *** bei $p < 0,01$, ** bei $p < 0,05$, * bei $p < 0,1$.

Die Tatsache jedoch, dass die Aussicht auf ein höheres Einkommen die Gründungsabsichten von Migrantinnen beflügelt, sagt noch nichts darüber aus, ob sie dieses Ziel über den Weg in die berufliche Selbständigkeit auch erreichen. Dass dies der Fall ist, zeigen wir mit anderen Daten im nächsten Kapitel auf.

Push-Faktoren: Gründungen aus der Not

Zwänge bzw. Push-Faktoren resultieren im Wesentlichen aus den Bedingungen und ggf. Benachteiligungen am Arbeitsmarkt. Migrantinnen und Migranten sind überdurchschnittlich stark von den strukturellen Umbrüchen auf dem Arbeitsmarkt betroffen und damit weit häufiger als die Einheimischen arbeitslos oder auch von Arbeitslosigkeit bedroht (vgl. Kapitel 4.2).¹⁵⁰ In dieser Lagebeurteilung herrscht zwar Einigkeit, doch zur Frage, inwieweit Arbeitsmarktprobleme und ggf. auch Diskriminierungen zudem die wachsende Zahl selbständiger Migrant(inn)en erklären können, liegen teils unterschiedliche Einschätzungen vor. Nach Pütz (2003: 29) werden „Arbeitslosigkeit und Benachteiligung im Arbeitsleben vom Großteil der Unternehmer türkischer Herkunft als ausschlaggebend für ihre Betriebsgründung benannt.“ Auch Gieseck und von Loeffelholz (1994: 348) kommen zu dem Schluss, dass „die Gründung eines eigenen Betriebes [...] in vielen Fällen eine Reaktion auf ungünstige Arbeitsmarktchancen“ ist. Ähnlich äußert sich Şen (2002: 61), der bei drohender bzw. eingetretener Arbeitslosigkeit „ein wichtiges Moment für die Selbständigkeit“ insbesondere bei Türken bzw. Nicht-EU Bürgern aufgrund der rechtlichen Ausgangslage sieht.

¹⁴⁹ Dabei wurden die Ergebnisse der Fragen „selbständig, um mehr verdienen zu können“ und „... um ein höheres Ansehen zu erlangen“ zusammengefasst. Befragte die beides bejahten wurden als Status orientierte Gründer berücksichtigt, während diejenigen die bei keinem der genannten Motiv zustimmten als solche ohne Statusorientierung in das Modell eingeflossen sind.

¹⁵⁰ Zudem auch Hernald/ von Loeffelholz 2001; Fallenbacher 2001; Seifert 2001.

Hingegen gibt Seifert (2001: 26f) zu bedenken, „dass die Selbständigkeit allenfalls für einen Teil der ausländischen [...] Selbständigen durch geringere Arbeitsmarktchancen erzwungen war.“ Auch Rudolph und Hillmann (1997) kommen anhand einer Befragung türkischer Unternehmer im Nahrungsmittelsektor zu dem Ergebnis, dass Arbeitslosigkeit als Motiv für den Schritt in die Selbständigkeit kaum im Vordergrund stand. Dies entspricht auch Ergebnissen aus den USA, wonach Selbständigkeit von Migranten eher auf blockierte Aufwärtsmobilität und niedrigere Löhne zurückzuführen sind als auf Arbeitslosigkeit. Storey weist (1994) darauf hin, dass hohe Arbeitslosigkeit auf einem schlechtem wirtschaftlichen Klima beruht und damit einen Abschreckungscharakter auf potentielle Existenzgründer haben und somit als Push-Faktor eine geringe Rolle spielen dürfte. Insgesamt wird die Debatte um die Wirkung von Push-Faktoren dadurch geschürt, dass es an Befunden mangelt, die auf der Mikroebene einen kausalen Zusammenhang zwischen Arbeitslosigkeit und Gründungsaktivität belegen. Hinsichtlich der Bedeutung von Push-Faktoren kommen manche Studien ohnehin zu dem Schluss, dass „negative Motive“ eher zweitrangig für den Schritt in die Selbständigkeit sind,¹⁵¹ bzw. keine Erfolg versprechenden Ressourcen darstellen und Gründungen aus einer ökonomischen Notlage heraus auch häufiger scheitern.¹⁵²

Wie schätzen diejenigen Migrantinnen die Motivlage ein, die in Nordrhein-Westfalen ein Unternehmen gegründet haben? Nachfolgend wird die Bedeutung verschiedener Push-Faktoren geprüft, wobei nicht nur die Flucht aus der Arbeitslosigkeit, sondern auch die Bedrohung durch eine solche sowie die Benachteiligung am Arbeitsplatz eine Rolle spielen (vgl. zum Wortlaut der Fragen Tabelle 10.2.4).

Motiv: Benachteiligungen und Unzufriedenheit

Disadvantage-Theorien nehmen in der internationalen Ethnic Entrepreneurship-Forschung einen breiten Raum ein, da insbesondere Diskriminierungen – nicht nur im Arbeitsmarktzugang, sondern auch bei der Entlohnung und bei Aufstiegsmöglichkeiten am Arbeitsplatz – als eine Ursache von Migrantenselbständigkeit gesehen werden.¹⁵³ Für Deutschland lassen sich bisher jedoch noch keine Belege finden, die nahe legen, dass Benachteiligungen am Arbeitsplatz für Migranten einen stärkeren Antrieb in Richtung Selbständigkeit hervorrufen als für Personen ohne Migrationshintergrund.¹⁵⁴ Und offenbar sind auch in Nordrhein-Westfalen Diskriminierungen am Arbeitsplatz nicht von allzu großer Bedeutung hinsichtlich ihrer Wirkung als Gründungsmotiv: Nur zwischen 11% und 14% der selbständigen Migrantinnen sehen rückblickend ein Motiv für ihren Schritt in die Selbständigkeit darin, dass sie am früheren Arbeitsplatz bzw. im früheren Betrieb benachteiligt wurden (Abb. 10.2.12). Anders sieht es bei den männlichen Selbständigen aus, bei denen Benachteiligungen die Gründungsentscheidung etwas häufiger beeinflusst haben. Dies ist bei den Türken und Italienern zu rund einem Fünftel der Fall. Die insgesamt niedrige Zahl an Befragten, die aus diesen Beweggründen in die Selbständigkeit flüchteten ist eigentlich überraschend, da ja vor allem Migrantinnen und Migranten eher ausbildungsunadäquate und schlechter bezahlte Tätigkeiten ausüben. Dieses Ergebnis scheint aber auch nicht durch den Zeiteffekt beeinflusst zu sein: Mit Ausnahme der deutschen Gründerinnen und Gründer zeigen sich auch beim Blick auf neu gegründete Unternehmen keine höheren Betroffenenraten (hier nicht abgebildet).

Es ist zwar davon auszugehen, dass sich eine Benachteiligung auch in Unzufriedenheit ausdrückt. Aber eigentlich ist eine Unzufriedenheit am Arbeitsplatz nicht in jedem Fall auf eine Benachteiligung zurückzuführen, sofern nicht faktisch eine Ungleichbehandlung zugrunde liegt. Ein Beschäftigungsverhältnis kann auch aus ganz subjektiven Gründen Unzufriedenheit auslösen. Es ist unklar, ob die Befragten hier entsprechend differenzieren als sie gefragt wurden, ob sie sich selbständig gemacht haben, weil sie unzufrieden mit der Situation an ihrem Arbeitsplatz waren. Zunächst jedoch gibt es wenig Argumente anzunehmen, dass Migranten häufiger als Deutsche aufgrund purer Unzufriedenheit gründeten, wenn schon die Frage nach den Benachteiligungen wenig Differenzen erbrachte. Mit Blick auf die Befragungsergebnisse zeigen sich diesbezüglich tatsächlich auch keine größeren Unterschiede zwischen den Frauen der einzelnen Herkunftsgruppen (Abb. 10.2.12). Insgesamt war für ungefähr ein Fünftel der Befragten „Unzufriedenheit“ ein relevantes Gründungsmotiv.

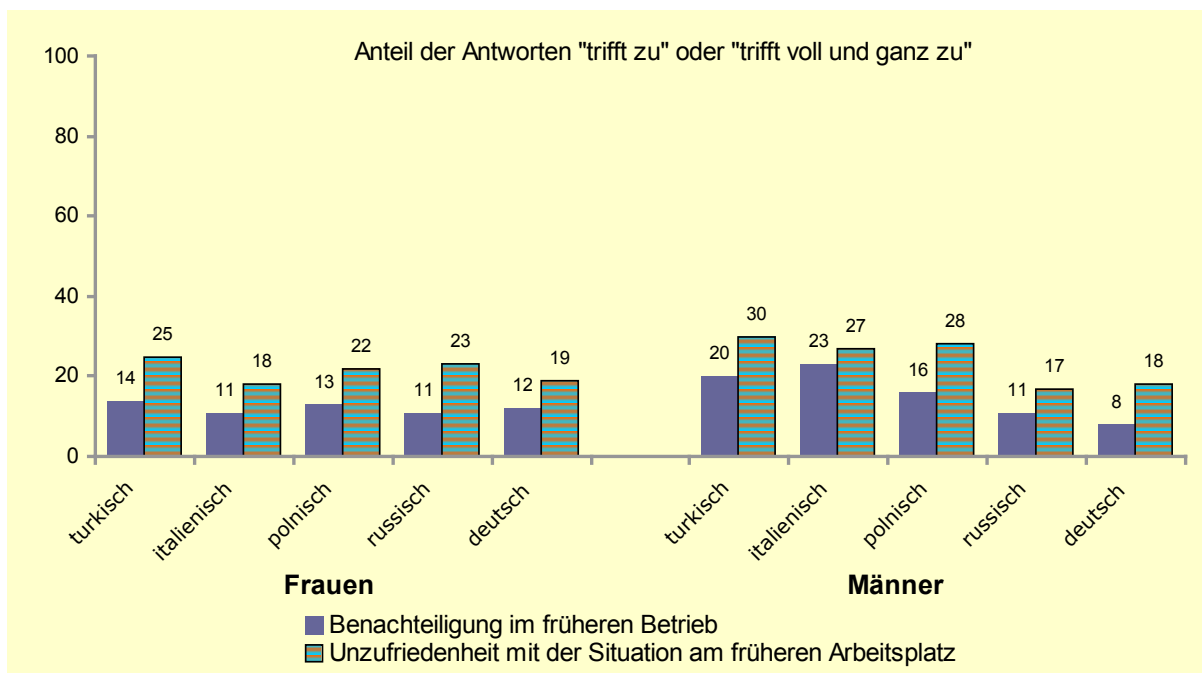
¹⁵¹ Leicht et. al. 2004; Preisendörfer 1999.

¹⁵² Light/ Rosenstein 1995.

¹⁵³ Clark/ Drinkwater 2000 und 2006.

¹⁵⁴ In einer bundesweit durchgeführten ifm-Studie hatten Benachteiligungen als Gründungsmotiv bei Deutschen und Migranten in etwa die gleiche Bedeutung (Leicht et al. 2004).

Abb. 10.2.12 Gründungsmotiv "Benachteiligung und Unzufriedenheit am früheren Arbeitsplatz"



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Dies ist ein unwesentlich geringerer Prozentsatz als bei den Männern der jeweiligen Gruppe. Am stärksten von Unzufriedenheit berührt und hierdurch zur Gründung angetrieben fühlten sich die türkischen Männer (30%).

Motiv: Drohende und durchlaufene Arbeitslosigkeit

International gesehen wächst die Zahl der Gründungen aus der Arbeitslosigkeit.¹⁵⁵ Dieser Befund galt zunächst auch für Deutschland, wo bis zur Mitte dieses Jahrzehnts oder spätestens bis zum Ende der „Ich-AG“ noch fast jeder zweite neue Selbständige zuvor arbeitslos gemeldet – oder zumindest aus dieser Position heraus gefördert war. Allgemein wird davon ausgegangen, dass die hierdurch ausgelösten Mitnahmeeffekte das Verhältnis zwischen Pull- und Push-Gründungen zugunsten letzterer verzerrten. Doch schließlich ging durch die von der BA veränderten Förderbedingungen auch die Zahl der durch Arbeitslosigkeit „erzwungenen“ Gründungen etwas zurück. Allerdings gelten eine bereits erfahrene oder auch eine drohende Arbeitslosigkeit immer noch als wichtigstes Push-Motiv (siehe vorherige Ausführungen).

Wie plausibel eine tatsächlich durchlaufene Arbeitslosigkeit als Motiv für die Gründungsentscheidung ist, ließ sich bereits anhand der Analysen abschätzen, die hier mit Blick auf die vorherige Erwerbssituation der Gründer/innen durchgeführt wurden (Kapitel 10.1). Gleichzeitig wurde in diesem Zusammenhang aber aufgezeigt, dass die allermeisten Gründungen aus der Position einer abhängigen Beschäftigung erfolgen. Diese Tatsache sollte nicht darüber hinwegtäuschen, dass sich auch hierunter viele push-motivierte bzw. zwingend herbeigeführte Gründungen befinden können, da eine Arbeitnehmerposition nicht immer gänzlich freiwillig aufgegeben wird.

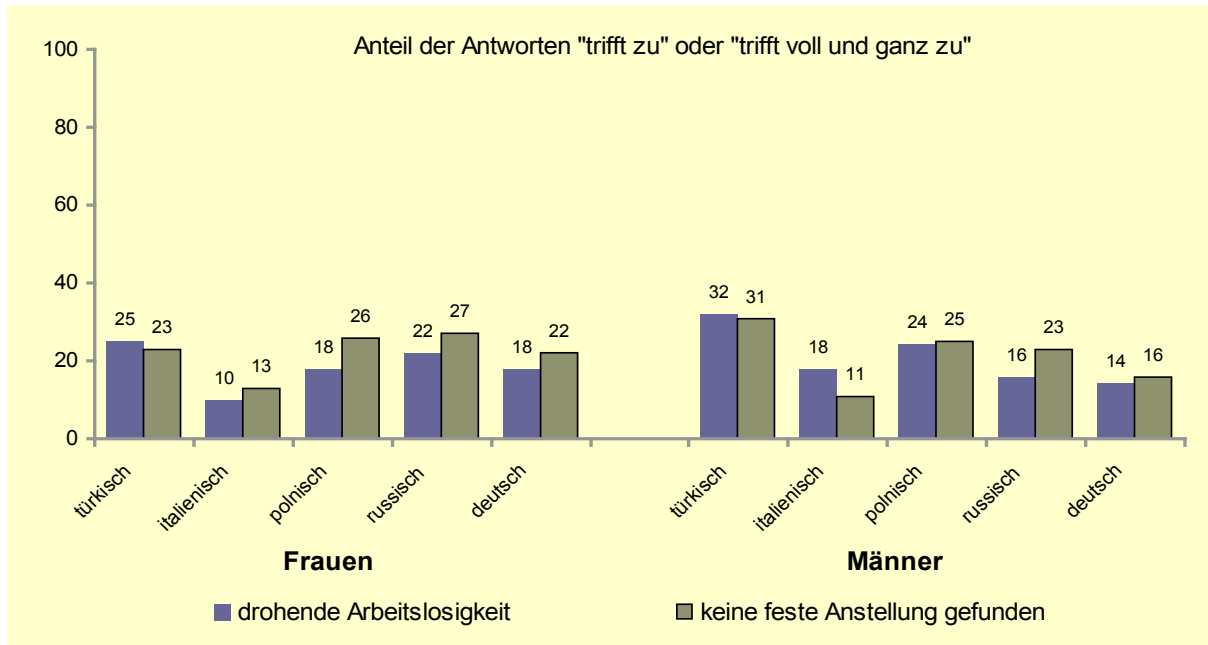
Daher wurde untersucht, wie viele Gründungen durch drohende Arbeitslosigkeit das heißt dadurch ausgelöst wurden, dass die Befragten damals ansonsten arbeitslos geworden wären. Da Migranten selbst bei gleicher Qualifikation stärker von Arbeitslosigkeit bedroht sind als die Deutschen,¹⁵⁶ war zu erwarten, dass sie den Schritt in die Selbständigkeit entsprechend häufiger aufgrund eines bevorstehenden Arbeitsplatzverlustes unternahmen. Den Befragungsergebnissen zufolge ist dies unter den Frauen allerdings nur bei den Türkinnen und Russinnen der Fall, die zu jeweils rund einem Viertel (25% bzw. 22%) das Motiv „drohende Arbeitslosigkeit“ nannten (Abb. 10.2.13). Beide Gruppen zählen auch zu denjenigen, die in Nordrhein-Westfalen eine besonders hohe Arbeitslosenquote aufweisen (vgl. Kapitel 4.2). Unter den deutschen Frauen waren vor der Gründung etwas weniger als ein Fünftel (18%) von Arbeitslosigkeit bedroht,¹⁵⁷ was dem Wert für die polnischstämmigen Frauen entspricht, während die Italienerinnen hierin nur zu 10% ein relevantes Motiv erkannten.

¹⁵⁵ Sternberg/ Lücken 2005; Acs et. al 2005.

¹⁵⁶ Kiel/ Werner 1998.

¹⁵⁷ Soweit das Gründungsmotiv Rückschlüsse auf die Situation vor der Gründung zulässt.

Abb. 10.2.13 Gründungsmotiv "Drohende und durchlaufene Arbeitslosigkeit"



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Auch ein Blick auf die neu gegründeten Unternehmen (siehe Abb.10.2.14 im Anhang) zeigt Überraschendes. Denn während eine Bedrohung durch Arbeitslosigkeit bei 40% der deutschen (Neu-)Gründerinnen eine Rolle spielte – einem Anteil der doppelt so hoch ist wie unter den deutschen Unternehmerinnen insgesamt – zeigen sich bei den Migrantinnen diesbezüglich keine Unterschiede zwischen „neuen“ Gründerinnen und den Gründerinnen insgesamt.

Auf der Seite der Männer waren, folgt man den Motiven, vor allem die Türken von drohender Arbeitslosigkeit betroffen. Rund ein Drittel (32%) von ihnen nannte dies als Antrieb für ihre Gründung. Danach folgen die Polen mit einem Anteil von einem Viertel (24%), während die deutschen Männer dieses Motiv seltener nannten (14%).

Ein teils noch höherer Anteil an Selbständigen gibt als Gründungsmotiv an, dass sie damals keine feste Anstellung gefunden haben. Unter den türkisch-, polnisch- und russischstämmigen Frauen trifft dies auf rund ein Viertel zu (zwischen 23% und 27%). Auch unter den deutschen Gründerinnen sind es 22% die aufgrund einer prekären Beschäftigungssituation gezwungenermaßen den Weg in die Selbständigkeit einschlugen. Verwundern mag, dass die Motivlage der Italienerinnen in diesem Punkt stark abweicht, obwohl sie teils häufiger als andere Ethnien arbeitslos sind. Dies mag daran liegen, dass ein hoher Anteil der Gründungen von italienischen Frauen als „Paar Gründungen“ (v.a. mit einem Ehepartner) erfolgten und die Frauen daher nicht zwingend aus der Erwerbslosigkeit gestartet sind.

Im Geschlechtervergleich zeigt sich, dass die türkischstämmigen Männer den höchsten Anteil an solchermaßen „gepushten“ Gründungen haben. Hier nannte rund ein Drittel dieses Motiv. Ansonsten liegen (mit Ausnahme der Deutschen) die Werte von Frauen und Männern in etwa gleichauf.

Insgesamt betrachtet ist die Tatsache, dass in fast allen Gruppen ein Viertel der Gründer/innen zuvor „keine feste Anstellung“ hatte, nicht nur ein bemerkenswert hoher Anteil sondern auch ein Hinweis, dass der Push-Faktor „Arbeitslosigkeit“ eine Erweiterung um andere Begriffe bzw. um Varianten der Nicht-Erwerbstätigkeit sowie um Formen prekärer Beschäftigung verlangt. Auf dieses Problem wurde bereits in Kapitel 10.1 hingewiesen. In vielen Fällen ist die „Nichterwerbstätigkeit“ die zur Bemessung von Push-Faktoren aussagekräftigere Ausgangsposition, zumal sich viele Befragte offenbar schwer tun, ihre Situation mit dem belasteten Begriff der „Arbeitslosigkeit“ zu beschreiben.¹⁵⁸ Die Formulierung „keine feste Anstellung“ (Fragetext) berücksichtigt

¹⁵⁸ In der Gründungsforschung wird auch vermutet, dass negative Faktoren bzw. Auslöser der Gründungsentscheidung häufig von den Befragten verschwiegen werden (Brüderl et. al 1996).

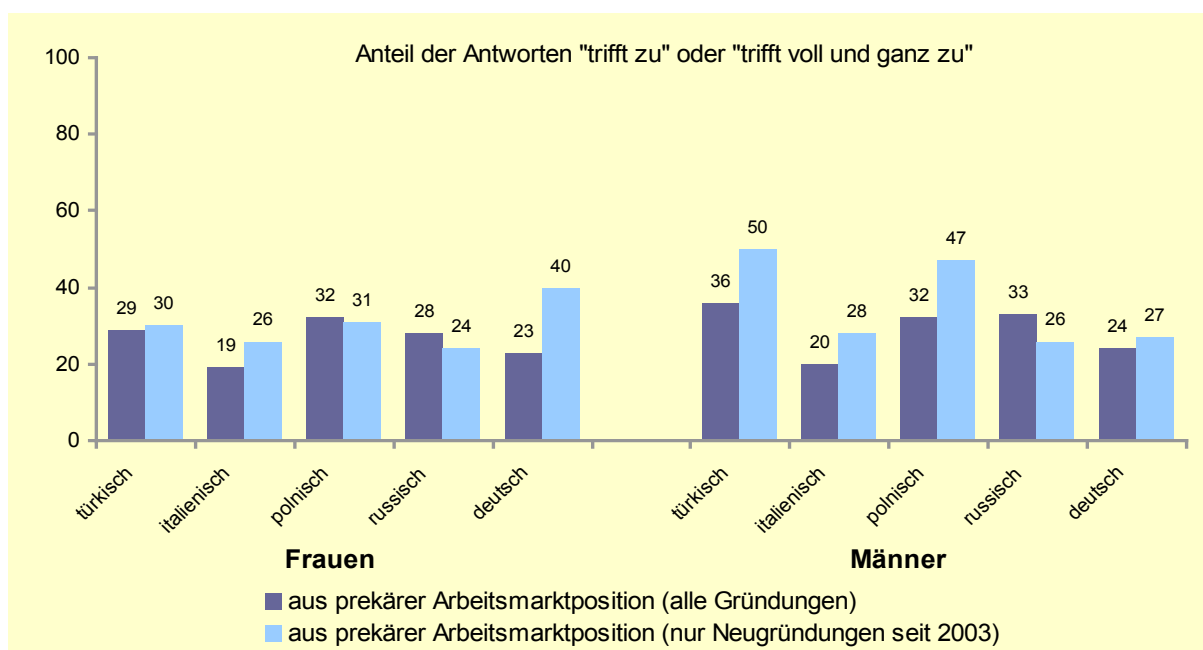
daher, dass sich viele Erwerbslose nicht bei der Arbeitsagentur arbeitslos gemeldet haben, sich aber dennoch in einer Position der Nichterwerbstätigkeit oder auch in einer prekären Erwerbssituation befanden (z.B. geringfügige oder befristete Beschäftigung, Ein-Euro- oder Mini-Job, etc.). Ferner wird der Tatsache Rechnung getragen, dass sich ein großer Teil der Gründungen aus anderen Formen der Nichterwerbstätigkeit entwickelt, etwa dann, wenn eine Ausbildung abgeschlossen oder auch abgebrochen wurde.

Gesamtsumme der durch Arbeitslosigkeit und prekäre Beschäftigung forcierten Gründungen

Sowohl generelle Nichterwerbstätigkeit (darunter Arbeitslosigkeit) als auch prekäre Beschäftigung sind demnach gewichtige Triebfedern für „erzwungene“ Selbständigkeit, wenngleich die in der Befragung erfassten Push-Gründungen noch unterhalb der aus den Mikrozensuswerten ermittelten Werte liegen (vgl. Abb. 10.1.2). Um den Einfluss von unterprivilegierten Arbeitsmarktpositionen insgesamt zu bewerten, haben wir die hiermit im Zusammenhang stehenden Gründungsmotive „drohende Arbeitslosigkeit“ und „keine feste Anstellung“ zu einem Gesamtindikator „prekäre Arbeitsmarktposition“ zusammengefasst (wobei Personen, für die vor der Gründung beide Situationen zutreffend waren, nur einmal gezählt wurden).¹⁵⁹ Die Ergebnisse sind in Abb. 10.2.15 dargestellt.

In dieser Perspektive sind es an vorderster Stelle die Frauen aus Polen, gefolgt von denen aus der Türkei und Russland, die besonders häufig aus einer prekären Arbeitsmarktposition heraus gegründet haben. Unter den polnischstämmigen Frauen trifft dies auf jede dritte Gründerin zu (32%) und von den türkischstämmigen Frauen waren immerhin 29% in einer solchen Lage. Bei den Männern hingegen nehmen die Türken die vordere Position (36%) ein, gefolgt von denen aus Russland und Polen, die zu fast gleichem Anteil aus einer prekären Situation gründeten. Am wenigsten betroffen waren, wie zu erwarten, die italienischen Frauen und Männer.

Abb. 10.2.15 Gesamtindikator für Gründungen aus einer prekären Arbeitsmarktposition



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Der Umfang an Gründer/innen, die wegen erfahrener oder drohender Arbeitslosigkeit gründen, schwankt natürlich von Jahr zu Jahr, da sich mit der Konjunktur auch der Arbeitsmarkt ständig verändert. Aus diesem Grund wurde in Abb. 10.2.14 zusätzlich nach solchen Frauen und Männern differenziert, die in den letzten 5 Jahren gegründet hatten. Hier dürfte sich auch der durch die BA-Förderungen (Gründungszuschuss bzw. „Ich-AG“

¹⁵⁹ Allein schon die Tatsache, dass für viele Personen beide Gründungsmotive zutreffend waren (20%), zeigt, dass Nicht-Beschäftigung oftmals eine Dynamik hat, in welcher die Betroffenen abwechselnd Phasen von Arbeitslosigkeit, befristeter Beschäftigung, prekärer Beschäftigung usw. durchlaufen, weshalb in der Erinnerung der befragten Gründerinnen teils nicht mehr genau nachzuvollziehen ist, in welcher Situation sie genau zum Gründungszeitpunkt waren, zumal dieser Zeitpunkt meist kein genaues Datum hat sondern einem Prozess entspricht. So ist als Indikator einzig wichtig, dass es sich um Selbständige handelt, die zuvor in einer prekären Arbeitsmarktposition verweilten.

und Überbrückungsgeld) ausgelöste Boom an Gründungen aus der Arbeitslosigkeit niederschlagen. Allerdings ist dies unter den Frauen nur bei den Deutschen zu beobachten, wo der Anteil dann mit 40% fast doppelt so hoch wie im Gesamtbild liegt. In der Motivstruktur der Migrantinnen ändert diese Unterscheidung hingegen wenig. Dies mag vor allem daran liegen, dass Migrantinnen – wie bereits dargestellt – in geringerem Umfang auf Fördergelder Rückgriff nehmen. Dies ist bei Männern nicht so, d.h., hier steigen die Anteile der aus einer prekären Situation gestarteten Gründungen in jüngerer Zeit an. In diesem Zeitraum betrachtet, erfolgt bei den Türken und Polen jede zweite Gründung aus einer drohenden oder durchlaufenen Arbeitslosigkeit.

Welche Bedeutung hat der Arbeitsmarkt für die Gründungsneigung in einzelnen Herkunftsgruppen, wenn man zudem die Wirkung unterschiedlicher Bildungsbeteiligung und deren Zusammenhang mit den Arbeitsmarktchancen bedenkt? Um dies einzuschätzen haben wir wieder mittels einer logistischen Regression geprüft, mit welcher Wahrscheinlichkeit die Angehörigen einzelner Ethnien aus einer prekären Arbeitsmarktposition heraus gründen und hierbei den beruflichen Bildungsabschluss sowie das Lebensalter kontrolliert (Tab. 10.2.16).

Tab. 10.2.16 Determinanten für Gründungsmotiv „prekäre Arbeitsmarktposition“

Unabhängige Variablen	Frauen		Männer	
	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.
Herkunft (deutsch)				
türkisch	1,8	*	1,9	**
italienisch	0,7		0,6	
polnisch	1,5		1,7	
russisch	1,3		1,4	
Alter	1,0		1,0	
Kein Abschluss				
Berufsabschluss	0,8		0,4	***
Studium	0,8		0,5	**
Konstante	0,4		0,3	

Signifikante Effekte: *** bei $p < 0,01$, ** bei $p < 0,05$, * bei $p < 0,1$.

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Demnach gründen türkische Frauen fast doppelt (1,8mal) so häufig wie deutsche Frauen aufgrund einer prekären Arbeitsmarktposition. Dagegen zeigen sich keine signifikanten Differenzen zwischen den übrigen Migrantinnen und deutschen Gründerinnen. Überraschend ist, dass Bildung auf die Zentralität des Gründungsmotivs keinen Einfluss nimmt bzw. keine signifikanten Werte aufweist (zumindest bei den Frauen). Tendenziell kommen jedoch diejenigen mit Berufs- oder Studienabschluss mit geringerer Wahrscheinlichkeit aus der Arbeitslosigkeit. Ganz anders sieht es bei den Männern aus. Die Wahrscheinlichkeit, dass sie aufgrund ihrer schlechten Arbeitsmarktposition ein Unternehmen zu gründen ist bei denen mit Studium oder Berufsabschluss nur halb so hoch wie bei Gründern ohne beruflichen Abschluss.

10.3 Motivlage und Unternehmerintypen (Faktorenanalyse)

In diesem Abschnitt wird der Versuch unternommen, die Komplexität der zuvor dargestellten Befunde zu reduzieren und dabei der Frage nachzugehen, für welches Geschlecht und für welche Herkunftsgruppe eher Anreize (Pull-Faktoren) und für welche eher Zwänge (Push-Faktoren) bei der Entscheidung zum Schritt in die Selbständigkeit wirksam werden. Auf dieser Basis werden dann adäquate Unternehmer(innen)typen gebildet, die wir darauffolgend den einzelnen Herkunftsgruppen, aber genauso den Frauen und Männern, zuordnen können:

Bei diesem Ziel und Vorgehen bedienen wir uns einer Faktorenanalyse. Letztlich handelt es sich um ein „Strukturen entdeckendes“ Verfahren, womit die Vielzahl der dargestellten Motive auf ein überschaubares Maß an relevanten Einflussfaktoren „eingeschmolzen“ und damit Komplexität reduziert werden kann. Es wird untersucht, ob sich bestimmte Variablen zu einem übergeordneten Faktor zusammenfassen lassen. Aus der Matrix der Korrelation aller Indikatorvariablen (siehe Fragenkatalog Tab. 10.2.4) werden sog. „Faktoren“ extrahiert, die einen besonders engen Zusammenhang mit den anderen Variablen beschreiben.

Im Ergebnis sind vier solche „Bündelungen“ zu identifizieren. D.h., es lässt sich eine sog. vier-faktorielle Ladungsstruktur erkennen, die im Wesentlichen die im vorherigen Abschnitt bereits vorgenommene Kategorisierung widerspiegelt. Sie wird allerdings mittels der Faktorenanalyse durch die Sicherheit ergänzt, dass die Zusammenführung tatsächlich nur solche Variablen enthält, die untereinander eine starke Beziehung aufweisen und sich gut gegenüber den anderen Faktoren abgrenzen lassen.

Anhand der Faktoren-Ladungs-Matrix (Tab. 10.3.1 im Anhang) zeigt sich, dass die teilweise zuvor schon gewählten „Variablenpaare“ relativ gute Indikatoren bieten, um auf dieser Basis nachfolgend sog. „Unternehmer(innen) typen“ herauszuschälen und mit dem Motivverhalten der einzelnen Herkunftsgruppen in einer Differenzierung nach Geschlecht zu konfrontieren. Auf eine Reihe anderer Gründungsmotive, deren Bedeutung bereits bemessen wurde, muss bzw. kann hierbei verzichtet werden. Die Ladungsmatrix erlaubt die Abgrenzung von vier Typen an Unternehmerinnen, die sich wie folgt umschreiben lassen:

Durch Anreize motivierte Gründer/innen (Pull-Faktoren):

1. „Markteroberer/innen“ (klassischer Typus): Der erste Faktor vereinigt solche Merkmale von Gründer/innen, die – zumindest im Vergleich mit den Anderen – dem Typus des Opportunity Entrepreneurs¹⁶⁰ oder den „klassischen“ Unternehmern Schumpeter'scher bzw. Kirzner'scher Prägung am nächsten kommen.¹⁶¹ Sie entwickeln Ideen, erkennen Chancen auf dem Markt und versuchen diese unternehmerisch zu nutzen.

2. „Selbstverwirklicher/innen“ (Lebensunternehmer/innen)¹⁶²: Der zweite Faktor beschreibt Gründerinnen, die weniger an ökonomischen Zielen sondern an Selbstverwirklichung interessiert sind. Wichtig ist ihnen Flexibilität und Autonomie in der persönlichen Lebensführung, vor allem auch zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Insbesondere mit Blick auf Frauen wird davon ausgegangen, dass ein großer Teil des Gründungsgeschehens auf dem Versuch einer biographischen Neuorientierung beruht.¹⁶³

Durch Zwang getriebene Unternehmer/innen (Push-Faktoren):

3. „Unzufriedene“ (Diskriminierte): Der dritte Faktor beschreibt Unternehmer/innen, die vor der Gründung zwar einen Arbeitsplatz in einer abhängigen Beschäftigung besessen haben, sich aber dort diskriminiert fühlten und (vielleicht auch deshalb) mit dieser Stelle unzufrieden waren. Sie suchen dem durch „Arbeit auf eigene Rechnung“ zu entgehen.

4. „Notgründer/innen“ (Existenzsicherer): Der vierte Faktor umfasst Unternehmer/innen, die im allgemeinen als „Necessity Entrepreneurs“ beschrieben werden und dem „klassischen“ Typus der aus Arbeitslosigkeit flüchtenden Selbständigen entsprechen, wobei wir hier die zuvor eingenommene prekäre Arbeitsmarktposition breiter fassen, d.h., auch Menschen mit unsicheren Jobs hinzuzählen.

Hier ist anzumerken, dass die Forschungsliteratur¹⁶⁴ natürlich eine ganze Reihe von ähnlichen und ergänzenden Typen oder vollkommen anderen Typen an Unternehmer/innen anbietet,¹⁶⁵ wir uns hier jedoch nicht auf theoretisch hergeleitete sondern lediglich auf aus dem Datensatz entwickelte Charakteristika berufen und konzentrieren.

Im Kontext unserer Untersuchungsziele interessiert, in welchem Maße die identifizierten Unternehmerintypen durch die Gründerinnen der einzelnen Herkunftsgruppen repräsentiert werden. Welche der Typen finden sich in den Ethnien wieder? In Abb. 10.3.2 (Anhang) sind die (Mittel-)Werte der Faktorenanalyse für die einzelnen Gruppen dargestellt. Es handelt sich um standardisierte Faktorenwerte, weshalb die Mittelwerte zwischen Null und der Standardabweichung von Eins liegen. Positive Werte sind ein Hinweis darauf, dass der Typus für

¹⁶⁰ Siehe auch die Unterscheidung zwischen Opportunity Entrepreneur und Necessity Entrepreneur im Global Entrepreneurship Monitor (GEM diverse Jahrgänge). Die Autoren zählen zu den Erstgenannten allerdings auch die „Selbstverwirklicher“ (Sternberg et al. 2007).

¹⁶¹ Nach Schumpeter (1926) liegt die Unternehmerfunktion unter anderem „im Erkennen und Durchsetzen neuer Möglichkeiten auf wirtschaftlichem Gebiet.“ Nach Kirzner (1978:32) handelt es sich um einen Entscheidungsträger, „dessen gesamte Rolle ausschließlich in seiner Findigkeit bisher unbekannter Gelegenheiten besteht“.

¹⁶² DER SPIEGEL 34 (2000).

¹⁶³ Leicht/ Lauxen-Ulbrich 2002; Kontos 2003; Leicht 2003; Bührmann et al. 2006 und 2007.

¹⁶⁴ Auf die theoriegeleiteten Klassifikationen kann hier nicht eingegangen werden. Sie vernachlässigen aber ohnehin die vielen unspektakulären Formen beruflicher Selbständigkeit. Vgl. zur Kritik auch Hakim 1988.

¹⁶⁵ Dies gilt auch für die frauenorientierte Gründungsforschung: So unterscheidet bspw. Bührmann et al. 2007 zwischen „Normalunternehmern“, Step-by-Step-UnternehmerInnen, „UnternehmerInnen durch kritische Lebensereignisse“ oder „Bricoleurs“.

die Gruppe von Bedeutung ist, während ein negativer Wert signalisiert, dass der Faktor für die jeweilige Ethnie keine Relevanz besitzt.

Der Faktorenanalyse zufolge finden sich die „Markterobererinnen“ bzw. die Gründerinnen Schumpeter'schen Prägung vor allem bei den italienischen Frauen und Männern und zudem noch bei den türkischstämmigen Frauen, dort allerdings in etwas geringerem Maße. Dagegen ist der Typus der „Selbstverwirklicherinnen“ am stärksten bei den polnisch- und russischstämmigen Frauen zu identifizieren. Dass dieser Typus in keiner Gruppe maßgeblich unter den Männern zu finden ist (nur schwach bei den Türken), verdeutlicht, wie sehr der Flexibilitätswunsch oder der Wunsch zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf ein „weibliches“ Selbstständigkeitsmodell ist. Fasst man mit Blick auf die Pull-Faktoren zusammen (und sieht von den italienischen Männern ab), dann lassen sich die von Anreizen getriebenen Motive viel eher bei den Frauen bzw. den Migrantinnen finden.

Schaut man auf die Seite der Push-Faktoren und zunächst auf diejenigen, die aus „Unzufriedenheit“ gründen, dann finden sich diese bei den Frauen und Männern türkischer Herkunft, aber auch bei italienischen Männern (in geringem Maß noch bei den Polen). Hingegen sind die „Notgründerinnen“ auf ein etwas breiteres Herkunftsspektrum verteilt: Sie sind bei den türkisch-, polnisch- und vor allem den russischstämmigen Frauen anzutreffen. Unter den Männern sind dies die Türken und in bescheidenerem Umfang die Polen.

Es fällt auf, dass die Türkischstämmigen jeweils mehrere Typen verkörpern, dafür mit etwas geringerer Relevanz. Bemerkenswert ist, dass sich die Deutschen zu keinem der vorgegebenen Typen so deutlich zuordnen lassen, dass positive Werte entstehen. Dies bedeutet nicht, dass Push- und Pullfaktoren dort keine Rolle spielen (siehe Kapitel 10.2), sondern nur, dass keine der Komponenten einen Typus ausreichend repräsentiert.

11. Arbeitspensum, Einkommen und Zufriedenheit

Die Debatte um das Für und Wider in der Frage, wie integrationsfördernd eine berufliche Selbständigkeit überhaupt ist, wird maßgeblich entlang der Indikatoren zur ökonomischen Integration geführt. Dazu zählt an vorderster Stelle das durch die unternehmerische Tätigkeit erzielte Einkommen, welches teils aber in Verbindung mit der Arbeitsleistung bzw. Arbeitszeit bewertet wird. Denn eine gelungene Integration setzt voraus, dass der Wechsel in eine selbständige Erwerbsarbeit nicht mit Nachteilen erkauft und vor allem nicht mit einer marginalen Position verbunden ist.

Der Blick auf das Arbeitspensum mag zunächst verwundern, geht aber auf den Verdacht zurück, dass sich Migrant(inn)en mangels ausreichender Qualifikationen vor allem in Sektoren mit niedrigen Zugangsbarrieren und daher in Bereichen mit starkem Konkurrenz- und Kostendruck bewegen.¹⁶⁶ Das Überleben am Markt wäre folglich nur durch die Kompensation mit ethnischen Ressourcen (z.B. Rückgriff auf Familienmitglieder) oder durch ein hohes Maß an Selbstausbeutung, d.h., durch starken Arbeitseinsatz möglich.¹⁶⁷ Andererseits jedoch gehen vom unternehmerischen Fleiß natürlich positive Zeichen aus, vor allem wenn er zu entsprechendem Erfolg und nicht zur Selbstausbeutung führt.

Daher kommt dem Einkommen eine zentrale Bedeutung in der Bewertung der strukturellen Integration zu. Der Pfad in die Selbständigkeit wird meist nur dann als Weg zur gesellschaftlichen Teilhabe verstanden, wenn sich auch die Verdienstmöglichkeiten verbessern. Während also den Erträgen selbständiger Migranten in Deutschland bisher – wenn überhaupt – insbesondere im Zusammenhang mit der Integrationswirkung Aufmerksamkeit zukommt,¹⁶⁸ nehmen Einkommensmessungen in der englischsprachigen Forschungsliteratur einen teils anderen Platz ein: Hier interessiert der Output nicht nur zur Feststellung der Opportunitätskosten beim Wechsel aus abhängiger Beschäftigung, sondern auch als Gradmesser des Aufstiegs innerhalb der eigenen Community.¹⁶⁹ D.h., ethnische Strategien werden eher als ökonomische Strategien betrachtet und nicht nur im strengen Kontext von Assimilation oder Integration gesehen.

¹⁶⁶ Waldinger et al. 1990; Özcan 2002; Loeffelholz/ Hernald 2001; Leicht et al. 2005.

¹⁶⁷ Bonacich 1993. Für Deutschland z.B. Yavuzcan 2003; Kontos 2005.

¹⁶⁸ Baumann 1999; Özcan/ Seifert 2000.

¹⁶⁹ Portes/ Zhou 1996; Li 2000; Lofstrom 2000;

11.1 Arbeitsvolumen

Selbständige Migrant(inn)en sind zu einem beachtlichen Teil in Branchen mit niedrigen Zugangsbarrieren und geringen Qualifikationsanforderungen vertreten. Dazu zählen vor allem das Gastgewerbe und der Handel (vgl. Kap. 7.2); mithin also Sektoren, die gleichzeitig durch ein hohes Maß an Konzentration und Wettbewerb gekennzeichnet sind. Demzufolge versuchen Migranten ihre oftmals geringere Formalqualifikation und den Konkurrenzdruck durch einen verstärkten Arbeitseinsatz wettzumachen.¹⁷⁰ Bspw. findet Yavuzcan (2003) im türkischen Kleingewerbe von Köln einen ständigen Kampf um die Existenz bei hoher Selbstausbeutung. Ähnliche Beobachtungen liegen auch zur Situation türkischer, italienischer oder griechischer Gastronomen und Händler in vielen anderen Städten vor.¹⁷¹ Geringe Ertragsaussichten werden nicht selten durch längere Öffnungszeiten, Wochenendarbeit und letztlich insgesamt längere Arbeitszeiten kompensiert. Lange Arbeitszeiten von Migranten werden daher auch als Indiz für ihre prekäre ökonomische Lage verwandt.¹⁷² Andererseits ist die Orientierung auf distributive Dienstleistungen teils ein Phänomen, das vorrangig unter den Angehörigen der ehemaligen Anwerbeländer zu beobachten ist, während sich die Selbständigen anderer Gruppen auch in Branchensegmenten mit teils geringerem Wettbewerbsdruck, höheren Qualifikationsanforderungen und daher teils höheren Freiheitsgraden engagieren.¹⁷³

Natürlich ist zu bedenken, dass lange Arbeitszeiten nicht immer mit Selbstausbeutung einhergehen, sondern u.U. ein Zeichen der Leistungsbereitschaft sind – so wie auch geringere Arbeitszeiten evtl. das Resultat dünner Auftragsbücher sind. Daher bietet das nachfolgend dargestellte Arbeitsvolumen selbständiger Migrantinnen und Migranten zunächst einmal nur eine Rahmeninformation, die dann in den Kontext weiterer Befunde (z.B. zum Einkommen) zu stellen ist. An dieser Stelle interessieren vorerst drei Fragen: Arbeiten Migrant(inn)en in der Ausübung einer selbständigen Tätigkeit mehr oder weniger als abhängig Beschäftigte? Und inwieweit unterscheidet sich das Arbeitsvolumen der Migrantinnen und Migranten von dem der deutschen Selbständigen? Vor allem jedoch: Was sagt der Geschlechtervergleich?

Selbständige und abhängig Beschäftigte im Vergleich

Mit unseren Erhebungsdaten kann zwar das Arbeitspensum der befragten Selbständigen einzelner Gruppen (siehe im Folgenden), aber natürlich nicht das der Arbeitnehmer/innen abgebildet werden. Aus diesem Grund ziehen wir hier wieder zusätzlich die Daten des Mikrozensus (scientific use file) heran. Es dürfte nicht verwundern, dass sich die Arbeitszeiten von Selbständigen und abhängig Beschäftigten in allen Herkunftsgruppen enorm unterscheiden, da für Arbeitnehmer in der Regel tarifvertragliche Regelungen gelten. Die Wochenarbeitszeit von abhängig Beschäftigten überschreitet daher in vergleichsweise geringem Maße die 40-Stundengrenze. In einigen Berufen und Branchen und vor allem in vielen Einzelfällen ist dies aber dennoch der Fall.¹⁷⁴ Das Arbeitsvolumen beider Gruppen weicht erheblich voneinander ab. Um den Unterschied deutlicher als bspw. über die Mittelwerte zu dokumentieren, sind in Tabelle 11.1.1 die Anteile derjenigen Erwerbstätigen abgebildet, die mehr als 40 Stunden in der Woche arbeiten.

Wie erwartet liegt der Anteil an Selbständigen, die mehr als 40 Stunden in der Woche arbeiten um ein vielfaches über dem Anteil bei den Arbeitnehmer/innen. Hier soll nur aufgezeigt werden, in welchem Umfang dies mit Blick auf einzelne Ethnien und auf Frauen und Männer der Fall ist. Hier ist zunächst zu konstatieren, dass der diesbezügliche Abstand zwischen selbständig und abhängig Beschäftigten bei den Männern weit größer als bei den Frauen ist. Eine Ausnahme bilden die italienischstämmigen Selbständigen.

¹⁷⁰ Vgl. z.B. Waldinger et al 1990; Özcan/ Seifert 2000.

¹⁷¹ Pütz 2004; Leicht et al. 2005b; Pütz et al. 2007.

¹⁷² Loeffelholz/ Hernold 2001.

¹⁷³ Leicht et al. 2005a; Leicht/ Leiß 2006 sowie Kapitel 7.2.

¹⁷⁴ Hierauf kann an dieser Stelle nicht näher eingegangen werden.

Tab. 11.1.1 Anteil der Erwerbstätigen mit mehr als 40 Wochenarbeitsstunden in Nordrhein-Westfalen*)

Herkunft	Frauen		Männer	
	Selbständige	abhäng. Besch.	Selbständige	abhäng. Besch.
türkisch	35,0	1,9	69,2	8,2
italienisch	70,0	3,0	75,7	8,9
polnisch	37,9	3,6	53,1	6,4
russisch	33,3	5,6	60,0	9,5
deutsch	37,2	6,2	69,1	17,8
D. mit MH	32,0	3,0	66,0	9,5
Ausländer	41,5	4,4	59,6	10,1

Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2005 (SUF); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

*) Nur Personen im Haupterwerb.

Im Vorgriff auf nachfolgende Ergebnisse aus unserer eigenen Erhebung kann hier schon beobachtet werden, dass das Arbeitspensum der italienischen Frauen auch weit über demjenigen der Frauen anderer Gruppen liegt: Über zwei Drittel (70%) arbeiten mehr als 40 Stunden in der Woche. Bei den selbständigen deutschen Frauen ohne Migrationshintergrund ist dies „nur“ bei über einem Drittel (37%) der Fall. Im Vergleich zu den Italienerinnen liegen die Anteilswerte der anderen Ethnien nicht so weit auseinander.

Die Mikrozensusdaten erlauben auch eine Unterscheidung zwischen Ausländern und Deutschen mit Migrationshintergrund. Hier zeigt sich, dass das Arbeitspensum derjenigen ohne deutschen Pass wesentlich höher liegt, was auch teils an den zugrundeliegenden Qualifikationen und den Branchen liegt.

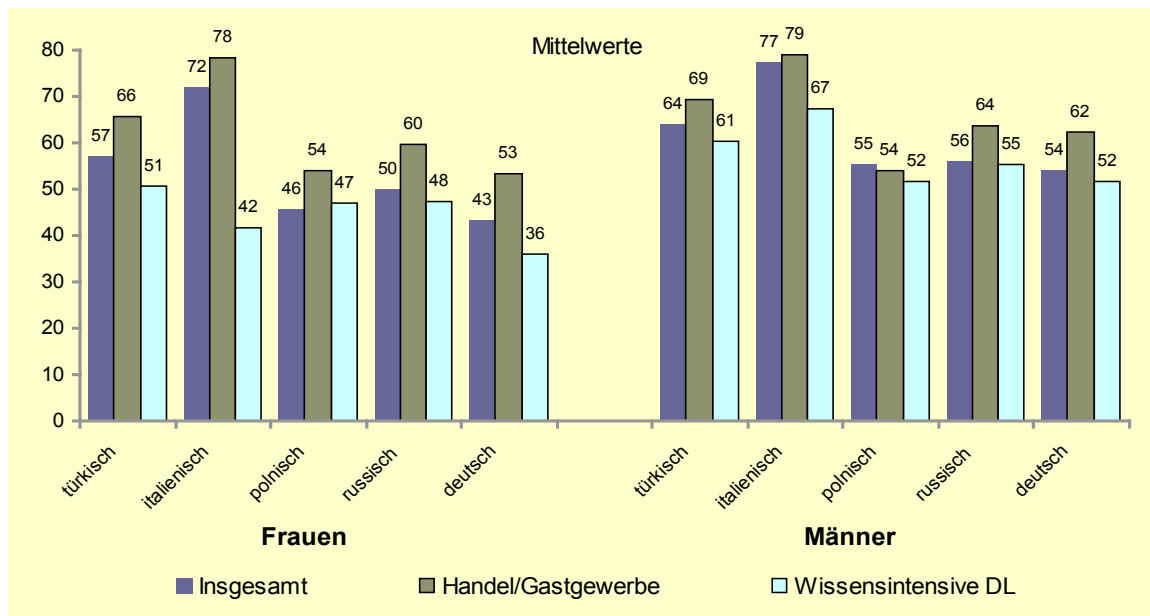
Selbständige und Herkunftsgruppen im Vergleich

Da unsere eigenen Befragungsdaten zu den Selbständigen wesentlich mehr Fallzahlen als der Mikrozensus aufweisen, greifen wir zum Vergleich der Arbeitsvolumina einzelner Herkunftsgruppen auf diese zurück. Hier legen wir der besseren Übersichtlichkeit halber die Mittelwerte zugrunde, um zusätzlich eine Differenzierung nach Wirtschaftssektoren vornehmen zu können (Abb. 11.1.2).

Betrachtet man zunächst die Mittelwerte für alle Wirtschaftszweige, ragen auch in dieser Perspektive die Arbeitszeiten der italienischen Frauen weit über die anderer Gruppen hinaus. Sie verbringen durchschnittlich 72 Stunden in der Woche mit ihrem Unternehmen. Das zweithöchste Volumen weisen die türkischstämmigen Frauen auf mit durchschnittlich 57 Stunden, gefolgt von den Frauen aus Russland und aus Polen. Zumindest in unserer Stichprobe liegt die durchschnittliche Wochenarbeitszeit von selbständigen Migrantinnen aus den ehemaligen Anwerbeländern deutlich höher als die von deutschen Frauen. Aber auch das Arbeitsvolumen der osteuropäischen Frauen liegt etwas höher.

Hinsichtlich des Geschlechtervergleichs ist festzuhalten, dass das Arbeitspensum der Frauen in allen Gruppen unter demjenigen der Männer liegt, was auch die Mikrozensusdaten bereits zeigten – und im übrigen auch bei allen abhängig Beschäftigten zu beobachten ist. Auch hier sind es wiederum die italienischen Männer, die durch ein besonders hohes Pensum auffallen.

Abb. 11.1.2 Durchschnittliches Wochenarbeitspensum in Stunden nach Wirtschaftssektoren



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Es stellt sich die Frage, inwieweit das teils hohe Arbeitspensum auf die Überrepräsentation in arbeitsintensiven Sektoren zurückzuführen ist. Die große Zahl an Gastronomen unter den Italiener/innen (vgl. Kap. 7.2) legt nahe, dass die dort üblichen Arbeitszeiten hierfür mit verantwortlich sind. Dies zeigt sich deutlich, wenn die Mittelwerte im Gastgewerbe und Handel gesondert betrachtet werden (Abb. 11.1.2). Auch bei den anderen Ethnien liegen hier die Stundenwerte durchweg höher. Wie sehr die Arbeitsintensität und die Wissensintensität der Leistungen korrespondiert, wird deutlich, wenn die Arbeitszeiten in den wissensintensiven Dienstleistungen betrachtet werden. Die dort höheren Qualifikationen führen zu durchschnittlich geringeren Arbeitszeiten. Insbesondere bei den türkisch- und italienischstämmigen Frauen sinken bei dieser Differenzierung die Werte auf ungefähr das Niveau der anderen Migrantinnengruppen. Dies ist ein indirekter Hinweis darauf, dass die im Vergleich zu den Deutschen gesamtwirtschaftlich höheren Arbeitsvolumina selbständiger Migrantinnen nicht nur durch höheren Fleiß sondern auch durch die Qualifikationen bedingt sind. Dies lässt sich auch direkt durch eine Differenzierung nach dem Bildungsabschluss feststellen: Insbesondere bei den türkisch- und italienischstämmigen Frauen mit einem abgeschlossenen Studium liegt der Mittelwert für die wöchentliche Arbeitszeit zwischen 6 und 8 Stunden unterhalb der Werte für die Nicht-Akademikerinnen (hier nicht abgebildet).

Inwieweit die insgesamt gegenüber den Deutschen längeren Arbeitszeiten von Migrant(inn)en auf Formen prekärer Selbständigkeit und daher ggf. auch auf eine Marginalisierung zurückzuführen sind, kann an diesen Aufstellungen noch nicht beurteilt werden. Hierzu muss auch das erzielte Einkommen und die Zufriedenheit mit der Erwerbsposition mit berücksichtigt werden, was im Folgenden betrachtet wird. Es darf aber ohnehin nicht in Abrede gestellt werden, dass der hohe Arbeitseinsatz von Migrantinnen und Migranten ein deutliches Zeichen für die Anstrengungen sind, ökonomisch „zur Mitte der Gesellschaft“ aufzurücken.

11.2 Persönliches Einkommen

Seit langem wird die Frage, ob Selbständigkeit als Weg zur sozialen und ökonomischen Etablierung in der Aufnahmegesellschaft gelten kann, von den erzielbaren Einkommen abhängig gemacht.¹⁷⁵ Natürlich nicht nur mit Blick auf Selbständigkeit: Einkommen und soziale Integration werden, wie auch der Integrationsmonitor der Bundesregierung unterstreicht, in einem engen Zusammenhang gesehen. Im diesbezüglich verwendeten Indikatorenset kommt Selbständigkeit bzw. Selbständigen allerdings per se eine integrationsfördernde Rolle zu, weshalb sie wohl auch als Zielgruppe von Einkommensverbesserungen erst gar nicht aufgeführt werden. Dies klingt selbstverständlicher als es ist: Folgt man einem Teil der wissenschaftlichen Debatte, so war oder ist hiervon nicht unbedingt auszugehen. Nicht zuletzt aber auch deswegen, weil die Zahl der Selbständigen

¹⁷⁵ Siehe Literaturangaben im vorherigen Abschnitt. Zu einer kritischen Betrachtung vgl. auch Schmidt 2000.

– und zwar nicht nur unter Migrantinnen und Migranten sondern generell – in den letzten Jahren auch durch den Druck des Arbeitsmarktes empor geschneit ist.¹⁷⁶ Mit entsprechenden Folgen für das Einkommensniveau: Einer G.I.B./IfM-Studie zufolge ist davon auszugehen, „dass sich knapp zwei Drittel bis drei Viertel der Ich-AG-GründerInnen im ersten Geschäftsjahr finanziell z.T. deutlich schlechter stellen als während der Arbeitslosigkeit mit Bezug von Lohnersatzleistungen“.¹⁷⁷

Mit speziellem Blick auf Migrant(inn)en werden aber nicht nur Zweifel an der Tragfähigkeit von Notgründungen laut: Nach Schmidt (2000: 337) „ist der Fall nicht selten, dass sowohl Unternehmer wie ihre Beschäftigten niedrigere Einkommen als auf dem allgemeinen Arbeitsmarkt erzielen – die ethnische Ökonomie stellt hier offenbar eine Mobilitätsfalle dar.“ Und Wilpert (2000) fasst einige Beobachtungen zur Situation in Deutschland zusammen, denen zufolge Existenzgründungen von Immigranten „eine Überlebensstrategie [...] und hauptsächlich in Sektoren mit niedrigen Profitraten angesiedelt“ sind.¹⁷⁸ Und auch Pütz et al (2007: 496) konstatieren, dass für die Mehrheit der Migranten Selbständigkeit ein permanenter finanzieller Überlebenskampf sei. Daneben gibt es aber auch Erfolgsmeldungen. Özcan und Seifert (2000) stellen eine im Vergleich zu den abhängig Beschäftigten günstigere Einkommensstruktur von selbständigen Migranten fest, was ihrer Meinung nach „ein Zeichen für deren allmähliche Integration darstellt“.¹⁷⁹

Was sagen diesbezüglich die Daten für Nordrhein-Westfalen? Wir greifen auch hier auf die Daten des Mikrozensus zurück, da wir in unserer Befragung nicht nach der Höhe des persönlichen Einkommens, sondern nur nach den betrieblichen Erträgen bzw. dem Umsatz des Unternehmens gefragt haben.¹⁸⁰ Der Mikrozensus weist das Netto-Einkommen von Erwerbstätigen aus, wobei bei Selbständigen eine gewisse Unsicherheit besteht, inwieweit die Befragten bei der Nettoangabe die persönlichen Vorsorgeleistungen tatsächlich auch in Abzug gebracht haben.¹⁸¹

Selbständige und abhängig Beschäftigte im Vergleich

Abb. 11.2.1 stellt die durchschnittlichen monatlichen Netto-Einkommen von Selbständigen und abhängig beschäftigten Migrantinnen und Migranten gegenüber. (Aufgrund mangelnder Fallzahlen für polnisch- und russischstämmige Selbständige wurden die beiden Gruppen zu einer Gruppe „osteuropäische“ Migrant(inn)en zusammengefasst.) Im Vergleich beider Erwerbsgruppen ist festzustellen, dass das Einkommensniveau von Selbständigen sowohl bei den Frauen als auch bei den Männern in allen Herkunftsgruppen deutlich über dem der Arbeitnehmer/innen liegt.

¹⁷⁶ Vgl. Kapitel 10.2.

¹⁷⁷ May-Strobl et al. 2005, S. 22.

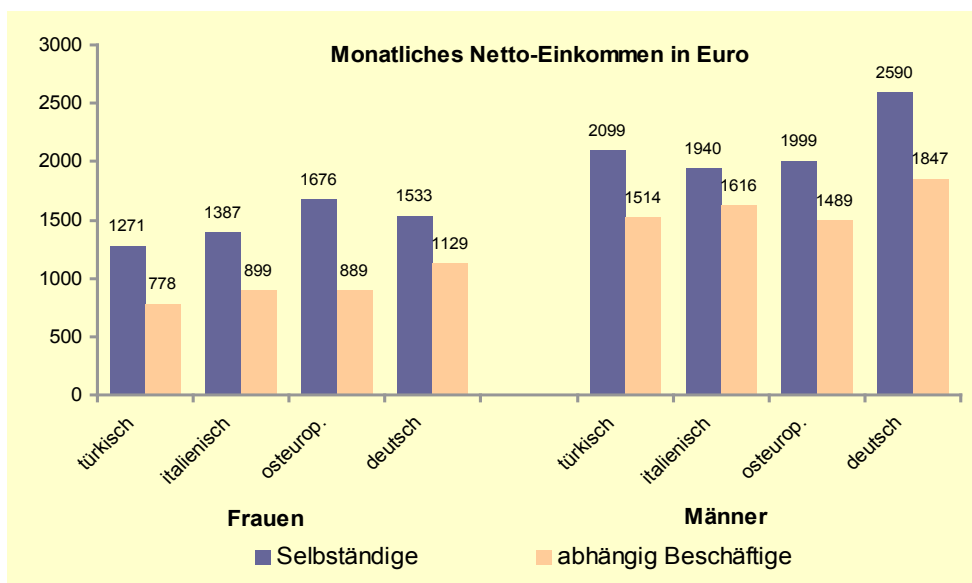
¹⁷⁸ ebenda, S. 45.

¹⁷⁹ ebenda, S. 300. Ähnliche Befunde zum Einkommen finden sich auch bei Constant/ Zimmermann 2006.

¹⁸⁰ Zu den betrieblichen Erträgen gemessen am Umsatz vgl. Kapitel 16.

¹⁸¹ Dies ist allerdings eine Unsicherheit, welche nur beim Vergleich mit dem Netto-Einkommen von abhängig Beschäftigten ein Problem aufwirft. Hinsichtlich der Vergleiche unter den Selbständigen ist davon auszugehen, dass diese Unsicherheit die Werte alle Ethnien gleichermaßen trifft.

Abb. 11.2.1 Durchschnittliches Netto-Einkommen von Selbständigen und abhängig Beschäftigten



Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2005 (SUF); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

Bildet man die Differenzwerte zwischen selbständig und abhängig Beschäftigten fällt auf, dass die Abstände bei den Frauen (relativ betrachtet) tendenziell etwas größer als bei den Männern ausfallen. D.h., Frauen verdienen zwar auch in der Selbständigkeit weniger als Männer, aber dafür erzielen sie sozusagen einen höheren relativen Zugewinn, wenn sie von einem Arbeitsplatz in abhängiger Beschäftigung in die Selbständigkeit wechseln.

Selbständige und Herkunftsgruppen im Vergleich

Unter den selbständigen Frauen liegt das Durchschnittseinkommen bei denen osteuropäischer Herkunft am höchsten (noch Abb. 11.2.1). Bei ihnen fällt auch die Diskrepanz zum Einkommensniveau der Arbeitnehmerinnen am deutlichsten aus. Sie verdienen (zumindest in dem dargestellten Aggregat) mit einer unternehmerischen Tätigkeit sogar durchschnittlich mehr als die deutschen Frauen, die hier auf dem zweiten Rang liegen. Am geringsten ist das monatliche Netto-Einkommen von türkischstämmigen Frauen (jeweils bezogen auf die Selbständigen). Dieses liegt rund 400 Euro unter dem Schnitt der Osteuropäerinnen. Die beiden übrigen Migrantengruppen liegen in der Rangfolge dazwischen.

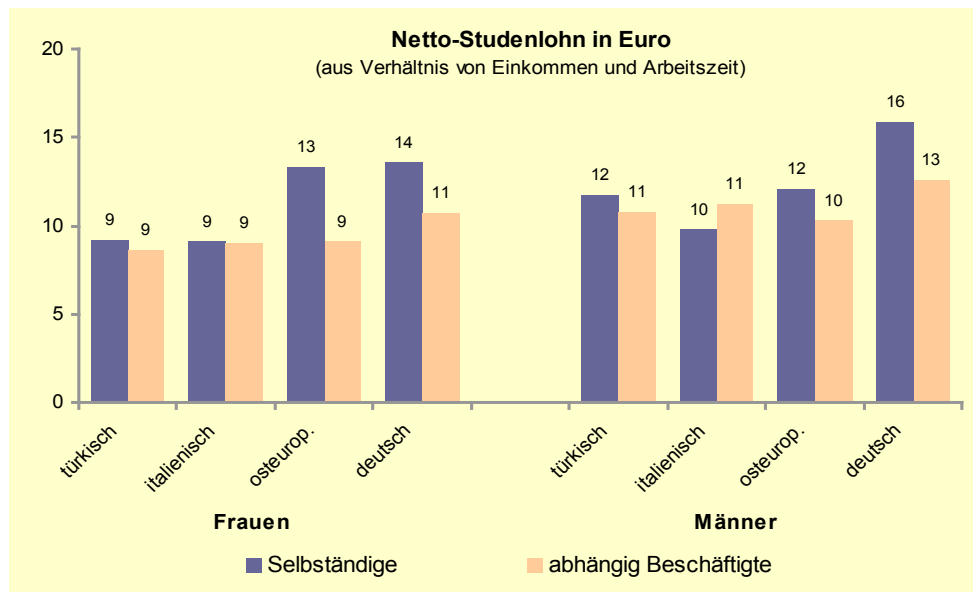
Was den Geschlechtervergleich betrifft, dürfte nicht überraschen, dass Frauen auch in der Selbständigkeit weniger Einkommen erwirtschaften als die Männer. Die Differenzen fallen bei den Osteuropäerinnen am geringsten aus, am höchsten dagegen unter den Deutschen und den türkischstämmigen Selbständigen. Hier erreichen die Frauen jeweils nur 60% des Einkommensniveaus der männlichen Pendanten, während das Einkommen der Italienerinnen und Osteuropäerinnen bis zu 71% bzw. 83% an den Level der Männer kommt. Erwähnenswert ist ferner, dass unter den Männern die deutschen Selbständigen das höchste Einkommensniveau erreichen.

Einkommen in Relation zum Arbeitsvolumen

Hier ist Gelegenheit, die im vorherigen Abschnitt aufgeworfene Frage nach dem Verhältnis zwischen Arbeitspensum und Ertrag nochmals aufzugreifen. Wie festgestellt (Kapitel 11.1) zeigen Migrantinnen und Migranten in der Selbständigkeit ein teils deutlich höheres Arbeitspensum als die Deutschen. Soweit es sich dabei um eine überlebenswichtige bzw. mehr oder weniger erzwungene „Zusatzleistung“ zur Kompensierung von wettbewerbsbedingten Ertragsnachteilen handelt, müsste nicht nur das gesamte Netto-Einkommen sondern auch dasjenige pro Arbeitsstunde unter dem von Deutschen liegen. Unter integrationsspezifischer Fragestellung interessiert natürlich auch, ob sich dieser gegenüber einer abhängigen Beschäftigung höhere Arbeitsaufwand – und damit der Wechsel in die Selbständigkeit – entsprechend bezahlt gemacht hat. Daher wurde das Einkommen auf die Arbeitsleistung umgerechnet.¹⁸²

¹⁸² Hier allerdings zur besseren Vergleichbarkeit jeweils nur auf Grundlage von Mikrozensuszahlen.

Abb. 11.2.2 Errechneter „Netto-Stundenlohn“ von Selbständigen und abhängig Beschäftigten



Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2005 (SUF); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

Die Ergebnisse sind in Abb. 11.2.2 dargestellt. Hier zeigt sich, dass die relativen Erträge von türkisch- und italienischstämmigen selbständigen und abhängig beschäftigten Frauen in etwa auf gleicher Höhe liegen. Und sie liegen zudem auch niedriger als die der osteuropäischen oder deutschen selbständigen Frauen. Bei den letztgenannten bleibt zudem auch der Abstand im Verdienstniveau zu den Arbeitnehmerinnen erhalten. Bei den Männern zeigt sich, wenn auch auf etwas höherem Niveau, in etwa das gleiche Bild.

Dies bedeutet, dass die Frauen (und Männer) türkischer und italienischer Herkunft mit dem Schritt in die Selbständigkeit nur dann ihr Einkommen verbessern, wenn sie ein entsprechend höheres Arbeitspensum erbringen. Vor dem Hintergrund, dass sie zu einem großen Teil in Branchen mit hoher Arbeitsintensität und geringen Gewinnaussichten (Handel und Gastgewerbe) tätig sind, ist dieses Ergebnis mehr als plausibel. Dies kann aber dennoch nicht unbedingt als Nachteil gewertet werden oder die Integrationsleistung schmälern, da in diesen Berechnungen auch diejenigen Frauen und Männer mit enthalten sind, die zuvor in gar keinem Arbeitsverhältnis standen.

Natürlich ist auch dieser Befund wiederum im Kontext der zur Verfügung stehenden Wissensressourcen zu sehen. D.h., mit höherer Bildung steigt auch die Chance, ein (im Verhältnis zum Arbeitspensum) günstigeres Einkommen zu erzielen. Aus diesem Grund lässt sich zudem auch feststellen, dass die besser gebildeten eingebürgerten Frauen und Männer türkischer Herkunft – auch unter Zugrundelegung des Stundenertrags – in der Selbständigkeit mehr als in der abhängigen Beschäftigung (und mehr als Ausländer/innen) verdienen.¹⁸³ Für die italienischen Frauen und Männer gilt dies allerdings nicht.

11.3 Zufriedenheit und „Zugehörigkeitsgefühl“

Diese Befunde sind, bis hierher dargestellt, die „objektive Sicht“, gewonnen aus den Strukturanalysen. Mindestens genauso bedeutend ist allerdings die subjektive Sicht der selbständigen Migrantinnen und Migranten. Erfolge hinsichtlich der sozialen und ökonomische Teilhabe an der Gesellschaft müssen sich auch in der persönlichen Überzeugung niederschlagen, um den Integrationsprozess zu ergänzen. Nachfolgend werden einige Einstellungen bzw. persönliche Einschätzungen vorgestellt, welche die selbständigen Migrantinnen in Bezug auf ihre Erwerbsposition einnehmen. Sie bieten gleichzeitig näherungsweise Informationen zum Zusammenspiel von struktureller und identifikativer Integration.

¹⁸³ Eingebürgerte selbständige Frauen türkischer Herkunft: 10,4 €/Std.; eingebürgerte abhängig Beschäftigte: 8,4 €/Std. und ausländische: 7,7 €/Std.

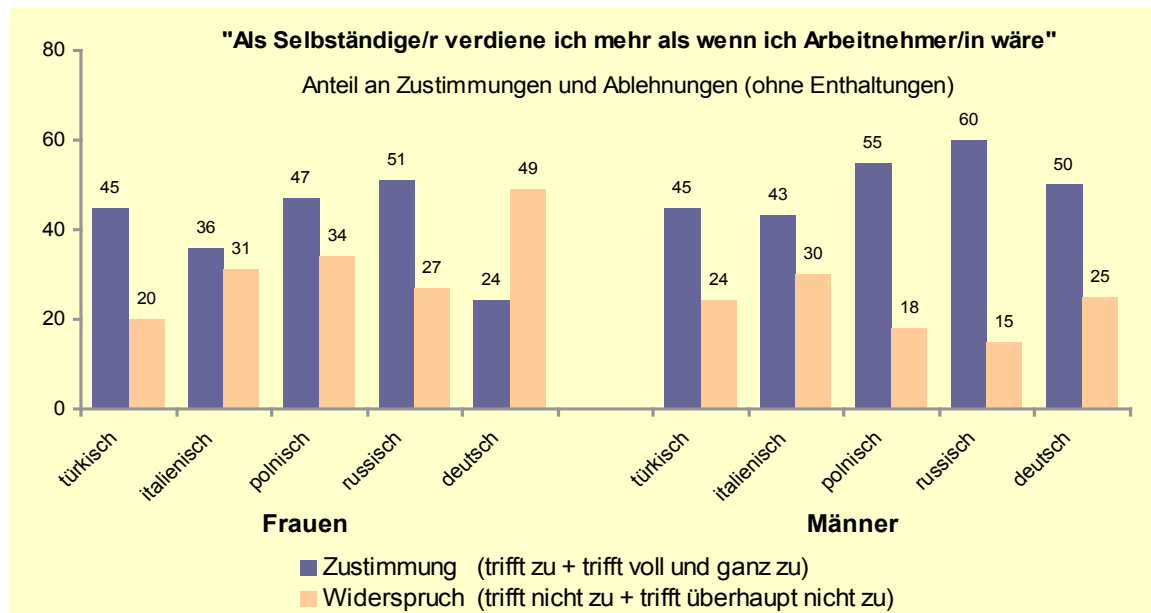
Zufriedenheit mit dem Einkommen

Eine zentrale Frage ist, ob die in die Selbständigkeit übergewechselten Migrantinnen und Migranten den größtenteils statistisch erkennbaren Einkommensvorsprung gegenüber den abhängig Beschäftigten auch aus subjektiver Sicht erkennen. Aus diesem Grund wurden die Selbständigen (in unserer eigenen Erhebung) anhand einer Skala gefragt, inwieweit sie der Aussage zustimmen, dass sie „als Selbständige mehr verdienen, als wenn sie Arbeitnehmer/in wären“. Die Antwort auf die Frage kann auch als Zufriedenheit mit den Einkommensmöglichkeiten in der beruflichen Selbständigkeit interpretiert werden.

Vorweg ist festzustellen, dass zwischen einem Viertel bis einem Drittel aller Selbständigen keine Meinung zu dieser Frage hatte, weshalb sich die Anteile derer, die dieser Aussage zugestimmt bzw. nicht zugestimmt haben, nicht zu 100% ergänzen. In Abb. 11.3.1 sind daher die Anteile derjenigen die dieser Aussage zustimmen denen gegenübergestellt, welche dieser widersprechen. In allen Herkunftsgruppen überwiegen die Zustimmungen, mit Ausnahme der deutschen Frauen, die hier zu einem erstaunlich hohen Anteil widersprechen. (Dieses Ergebnis korrespondiert aber auch mit anderen von uns durchgeführten Untersuchungen zum Einkommensniveau von selbständigen Frauen insgesamt.)¹⁸⁴ Die zuvor genannten Einkommens-Durchschnittswerte dürfen nicht darüber hinwegtäuschen, dass ein ganz erheblicher Teil der selbständigen deutschen Frauen vergleichsweise wenig verdient.

Wie sieht das Maß der Zustimmung im Gruppenvergleich aus? Die Migrantinnen sind zu einem wesentlich höheren Anteil als die deutschen Frauen der Meinung, dass sie durch ihre unternehmerische Tätigkeit ein höheres Einkommen als in der abhängigen Beschäftigung erzielen. Vor allem die Frauen aus der ehemaligen Sowjetunion sowie die aus Polen teilen diese Sicht. Hier ist jede zweite dieser Meinung. Ein fast so hoher Anteil ergibt sich auch bei den selbständigen Frauen türkischer Herkunft. Und selbst ein Drittel der Italienrinnen sehen häufiger als die deutschen Frauen in der Selbständigkeit bessere Verdienstmöglichkeiten als wenn sie Arbeitnehmerinnen wären.

Abb. 11.3.1 Subjektiv empfundener Einkommensvorteil von Selbständigen



Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2005 (SUF); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

Die Höhe der Zustimmung von türkischen und italienischen Frauen mag überraschen, da diese verglichen mit den anderen Frauen deutlich weniger verdienen, nicht zuletzt, weil sie häufig in Sektoren mit geringen Ertragsmöglichkeiten tätig sind. Andererseits sind ihre Verdienstaussichten auch in der abhängigen Beschäftigung entsprechend gering und allein schon ihr übermäßiger Arbeitseinsatz als Selbständige mag subjektiv zu dem Urteil führen, dass sich diese Anstrengungen dann auch lohnen müssen. Hier ist auch daran zu erinnern, dass es vor allem die türkischen Frauen waren, die zu einem hohen Anteil (zwei Drittel) in die

¹⁸⁴ z.B. Lauxen-Ulbrich/ Leicht 2002; Leicht 2003.

Selbständigkeit wechselten, weil sie eine bessere Einkommensquelle erschließen wollten. Bei den Italienerinnen war dies zur Hälfte der Fall (vgl. Kapitel 10.2).

Was den Geschlechtervergleich betrifft ist insgesamt festzustellen, dass Frauen zu einem tendenziell geringeren Anteil der Meinung sind, mit selbständiger mehr als durch abhängige Arbeit verdienen zu können. Lediglich bei den Frauen und Männern türkischer Herkunft herrscht zumindest diesbezüglich Parität.

Ein relativ hohes Maß an Zufriedenheit mit den Verdienstmöglichkeiten in der Selbständigkeit untermauert aus etwas anderer Perspektive den Befund, dass Selbständigkeit nicht nur die realen Verdienstmöglichkeiten sondern auch das Prestige erhöht (vgl. Kapitel 10.2). So ist eine durch den Wechsel in die Selbständigkeit wachsende ökonomische Teilhabe gewissermaßen auch aus subjektiver Sicht erfüllt.

Aber auch hier hängt die Zufriedenheit wiederum mit dem Arbeitsumfeld, sprich der Branche zusammen: Frauen, die ein Unternehmen im Gastgewerbe oder im Handel führen sind um einiges weniger mit ihrem Einkommen zufrieden bzw. sind tendenziell¹⁸⁵ zu geringerem Anteil der Meinung, dass sie besser als in der abhängigen Beschäftigung verdienen. So sind zum Beispiel nur 35% der Frauen türkischer Abstammung dieser Meinung. Arbeiten die türkischen Frauen hingegen in den wissensintensiven Diensten, dann vertreten sie zu 57% die Ansicht, mehr als in der abhängigen Beschäftigung zu verdienen.

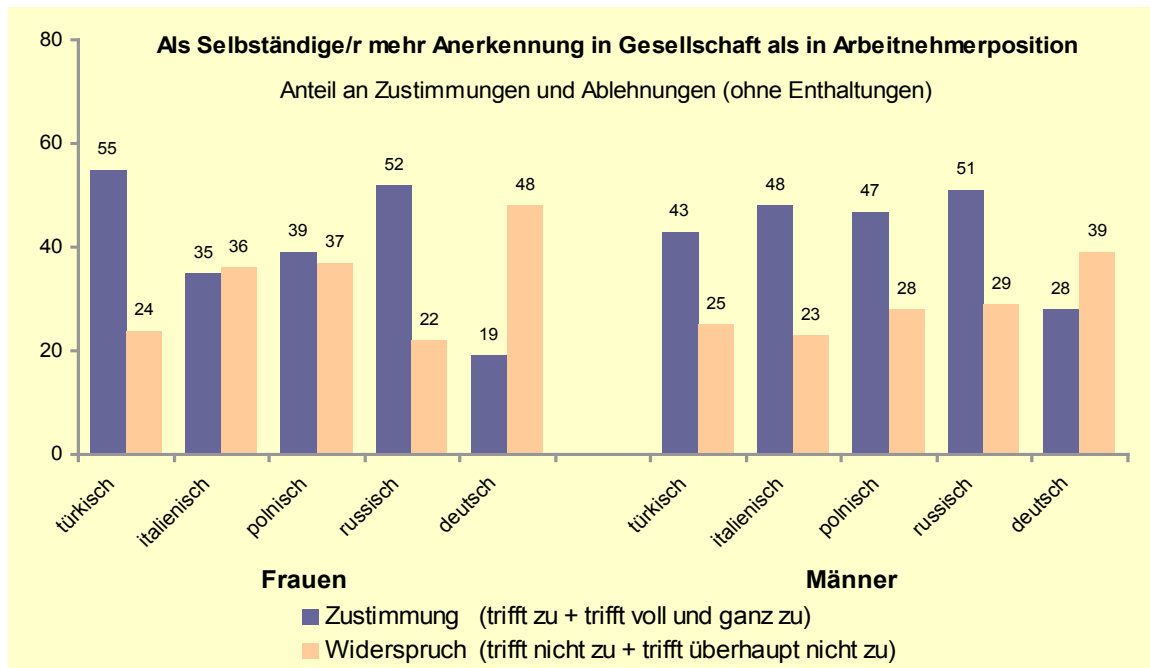
Gefühl der Anerkennung durch die Mehrheitsgesellschaft

Integration hat zwei Seiten, d.h., zum einen geht es um die Frage, in welchem Maß sich die selbständigen Migrant(inn)en durch Kulturation, Platzierung, Interaktion und Identifikation in die Mehrheitsgesellschaft einbringen und zum anderen darum, wie sie die Gesellschaft aufnimmt bzw. ihnen adäquate Chancen vermittelt, sich in den genannten Dimensionen zu integrieren. Letzteres lässt sich durch das „Zugehörigkeitsgefühl“ umschreiben. Entscheidend ist natürlich auch hier die bereits eingenommene Platzierung bzw. ob Selbständigkeit den Integrationsprozess aufgrund der durch die Gesellschaft erfahrene Anerkennung dieser Erwerbsposition erleichtert. Die Referenz in dieser Frage ist die Kategorie der abhängigen Beschäftigung, weshalb sich ein direkter Vergleich anbietet. Allerdings konnten wir nur Selbständige befragen. Wir haben die Probanden daher gefragt, inwieweit sie als Selbständige mehr Anerkennung in der deutschen Gesellschaft erfahren als in einer Arbeitnehmerposition. Entlang einer Skala sollte dieser Aussage in abgestufter Form zugestimmt oder widersprochen werden. Die Ergebnisse sind in Abb. 11.3.2 dargestellt, wobei auch hier wieder beachtet werden muss, dass die „mittlere Kategorie“ (weder Zustimmung noch Ablehnung) hier nicht enthalten ist.

Betrachtet man zunächst die Migrantinnen, zeigt sich, dass vor allem die Frauen türkischer und russischer Herkunft eine stärkere Anerkennung in ihrer Position als Selbständige im Vergleich zur Arbeitnehmerinnenposition erfahren. Jeweils über die Hälfte kann dieser Aussage zustimmen. Der Anteil an Widersprüchen ist jeweils nur halb so groß. Demgegenüber ist das Verhältnis von Zustimmung und Ablehnung der Aussage bei den Frauen italienischer und polnischer Herkunft in etwa gleich verteilt, d.h., für diese beiden Gruppen scheint es hinsichtlich der „gefühlten Anerkennung“ relativ unerheblich, ob sie selbständig oder abhängig beschäftigt sind. Die deutschen Frauen wurden als Referenz ebenfalls gefragt, wobei davon auszugehen ist, dass hier die Frage sicher so verstanden wurde, dass es generell um die Anerkennung in der Gesellschaft geht und nicht speziell um die in der „deutschen“ Mehrheitsgesellschaft. Entsprechend gering fiel hier auch die Zustimmung aus, was möglicherweise auch im Zusammenhang mit den enttäuschenden Erträgen zu sehen ist.

¹⁸⁵ Aufgrund geringer Fallzahlen in einigen Branchen sind diese Ergebnisse hier nicht dargestellt. Im Gastgewerbe und Handel genügen sie allerdings dem Analyseanspruch.

Abb. 11.3.2 Gefühl der Anerkennung von Selbständigen in der deutschen Gesellschaft



Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2005 (SUF); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

Der Geschlechtervergleich zeigt, dass sich die türkischstämmigen Frauen in etwas höherem Maße in ihrer Rolle als Selbständige in der deutschen Gesellschaft akzeptiert sehen als die männlichen Pendanten, während dies bei den italienischen Frauen und Männern gerade umgekehrt ist. (Die Häufigkeit und das Maß der Anerkennung gilt wohl bemerkt allerdings immer nur für den Vergleich mit der Anerkennung in der Arbeitnehmerinnenposition.) Relativ gleichförmig stellt sich dies bei den Selbständigen aus Russland dar, d.h., hier fühlen sich Frauen und Männer in gleicher Häufigkeit anerkannt.

Fragt man nach einzelnen Komponenten dieser Anerkennung, dann ist erwähnenswert, dass zumindest bei den türkischen und italienischen „Neugründerinnen“¹⁸⁶ die Zahl derer, die sich als Selbständige stärker akzeptiert sehen etwas über dem Durchschnitt liegt, während dieser Umstand bei den Frauen aus Polen und Russland keinen Effekt erzielt. Eine ähnliche Struktur zeigt sich auch mit Blick auf die akademisch Gebildeten unter den türkischen und italienischen Frauen. Haben sie ein Studium absolviert, steigt ihr Anerkennungsgefühl auch in ihrer Selbständigenposition. Entgegen unseren Erwartungen ergibt sich jedoch aus der Zugehörigkeit zur zweiten Generation hier kein positiver (aber auch kein negativer) Zusammenhang. Zumindest nicht bei den Frauen aus der Türkei oder Italien (unter den Osteuropäerinnen ist die Gruppe der zweiten Generation zu klein). Dies kann aber auch damit zusammenhängen, dass die in Deutschland geborenen Frauen türkischer Herkunft auch als abhängig Beschäftigte eine adäquate Anerkennung finden. Genauso geht von den Eingebürgerten kein erkennbarer Effekt dahingehend aus, dass sie sich als Selbständige eher anerkannt fühlen als in der Arbeitnehmerinnenposition. Möglicherweise sind auch sie diesbezüglich nicht auf eine bestimmte berufliche Stellung angewiesen, da sie die Anerkennung anderweitig holen können.

Der schwierige Weg zum eigenen Unternehmen

Der Weg in die Selbständigkeit erfordert nicht nur entsprechende Neigungen und Gelegenheiten, sondern auch ein hohes Maß an Wissen, Fähigkeiten und anderen Ressourcen (Zeit, Beziehungen usw.). Zudem müssen auch gewisse Restriktionen überwunden werden. Verschiedene Studien haben gezeigt, dass der Wunsch und der Wille zur Gründung eines eigenen Unternehmens noch lange nicht bedeutet, dass die einmal gefasste Absicht auch in die Tat umgesetzt wird bzw. umgesetzt werden kann. Zahlreiche Gründungsvorhaben scheitern nicht etwa erst aufgrund ihrer Erfolglosigkeit am Markt, sondern bereits in der Zeit davor, d.h., in der Phase der Gründungsvorbereitung. Dies führt dazu, dass ein relativ hoher Anteil geplanter Gründungen erst gar nicht realisiert werden kann. Zahlreiche Hemmnisse und Hindernisse sind hierfür verantwortlich. Und wo einheimische Gründer/innen schon vor erhebliche Probleme gestellt werden, liegt die Vermutung nahe, dass dies umso mehr auf jene Personen zutrifft, die nach Deutschland zugewandert sind oder deren Eltern hierher gekommen sind.

Erste Erkenntnisse diesbezüglich liegen vor,¹⁸⁷ wobei allerdings (schon aufgrund der Zahl) zumeist die männliche Population im Focus stand oder aber keine hinreichende Geschlechterdifferenzierung vorgenommen wurde. D.h., bislang gibt es – abgesehen von den beiden im Raum Hannover sowie in Berlin/Ruhrgebiet durchgeführten Befragungen¹⁸⁸ – noch wenige bzw. keine empirisch ausreichend gesicherte Studien über die Schwierigkeiten von Migrantinnen ein Unternehmen zu gründen. Eine Untersuchung der Deutschen Ausgleichsbank (DtA)¹⁸⁹ kommt – ohne Befunde für Frauen – zu dem Ergebnis, dass Migranten beim Schritt in die Selbständigkeit mehr Probleme haben als Einheimische: In einer Panelbefragung wurde festgestellt, dass nur 11% der nicht-deutschen Gründungsplaner ein Jahr später ihre Idee in die Tat umgesetzt haben, während dies unter Einheimischen immerhin 31% waren. Gleichzeitig haben von den Migranten etwa 29% ihr Gründungsvorhaben komplett abgebrochen („Deutsche“ 16%), während weitere 42% ihr Vorhaben verschoben haben („Deutsche“ 31%). Die restlichen 21% der gründungswilligen mit Migranten befanden sich zum Befragungszeitpunkt noch in der Vorbereitungsphase bzw. im Gründungsprozess („Deutsche“ 18%).

Es war im Rahmen der Untersuchung natürlich nicht möglich, die schon vor der Gründung gescheiterten Frauen und Männer zu befragen, was (soweit die im „Dunkel“ Gebliebenen überhaupt identifizierbar sind) sicher eine interessante Aufgabe wäre. In Kapitel 12 wird jedoch die nicht minder interessante Frage verfolgt, welche Hemmnisse die derzeit noch selbständigen Migrantinnen und Migranten im Verlauf des Gründungsprozesses erfahren haben.

Ungeklärt ist bislang, inwieweit neben den durch mangelndes Wissen oder durch institutionelle Hürden verursachten Problemen nicht auch das „engere Umfeld“ ein Hindernis auf dem Weg zum eigenen Unternehmen darstellen kann: Gemeint ist die Familie und die Frage nach der Vereinbarkeit mit den Erfordernissen beruflicher Selbständigkeit, da ein unternehmerisches Engagement auch entsprechende Ressourcen und Freiheiten, insbesondere Zeit, verlangt. Andererseits wird aber auch vermutet, dass gerade die „Arbeit auf eigene Rechnung“ die benötigte zeitliche und örtliche Flexibilität verschafft, um die work-life-Balance zu wahren (was sich dann allerdings auch auf die „Qualität“ von Selbständigkeit auswirken kann).¹⁹⁰ Vor diesem Hintergrund fragen wir in Kapitel 13, zunächst nach den Haushaltsstrukturen der Gründer/innen und Unternehmer/innen und sodann danach, ob und inwiefern das Vorhandensein von Kindern bzw. Familienverantwortung mit dem Gründungsprozess bzw. mit der Ausübung einer selbständigen Erwerbsarbeit in Einklang gebracht werden kann.

Die Gründung und Führung eines Unternehmens erfordert darüber hinaus vielfältiges Know-how und einen guten Plan. Beides ist häufig nur über externe Unterstützung zu erhalten. So liegen denn auch die politischen Interventionsmöglichkeiten wesentlich im Feld der Information und Beratung von Personen, die sich im Prozess der Gründung befinden. Wobei die öffentlichen Institutionen nicht die einzigen Quellen einer Beratung sind. Bisher besteht noch Uneinigkeit in der Frage, ob Unterstützungsleistungen herkunftsspezifisch unterschiedlichen Zuspruch finden. In Kapitel 14 wird daher untersucht, ob und in welchem Umfang und letztlich auch „aus welcher Richtung“ Beratungsleistungen in Anspruch genommen werden und welche Formen der Unterstützung von Migrantinnen (auch im Unterschied zu Männern) bevorzugt werden.

¹⁸⁶ Gründung in den letzten 5 Jahren.

¹⁸⁷ Leicht et al. 2005.

¹⁸⁸ Hayen/ Unterberg 2008; Jasper et al. 2008. Vgl. Hinweis in Kapitel 1.2.

¹⁸⁹ DtA (KfW) 2003.

¹⁹⁰ McManus 2001; Lohmann 2004; Leicht/ Lauen-Ulbrich 2005; Tonoyan et al. 2007b. Vgl. zum Stand der Forschung Kapitel 2.1.

Eine Identifizierung, Dokumentation und Bewertung der erfahrenen Probleme, Hürden und Präferenzen aus der Sicht derjenigen Frauen, die bereits auf dem Markt bzw. selbständig sind, lässt – wie eingangs erwähnt – noch offen, welche Faktoren letztlich darüber bestimmen, ob jemand gründet oder nicht. In Kapitel 15 werden daher abschließend wieder Mikrozensuszahlen verwendet, um auch die Nicht-Selbständigen in die Analysen aufzunehmen, wobei hier natürlich keine Informationen über die Gründungshemmnisse oder das Beratungsverhalten und dergleichen vorliegen können. Hier wird auf Grundlage von multivariaten Analysen den Determinanten beruflicher Selbständigkeit und damit der Frage nachgespürt, welchen Einfluss die „ethnische“ Herkunft, die Bildung, der Beruf, die Familienverantwortung und anderes auf die Wahrscheinlichkeit haben, ob jemand unternehmerisch engagiert ist oder nicht.

12. Gründungshemmnisse aus Sicht der Gründer/innen

Im Prozess der Unternehmensgründung werden Gründer/innen mit zahlreichen Hindernissen und Problemen konfrontiert, welche die Gründungsaktivitäten erschweren oder sogar zum Abbruch des Vorhabens führen können. Manche dieser Probleme sind individueller Art bzw. in der Person der Existenzgründer/innen (bspw. in deren unzureichendem Know-how) zu suchen, andere Probleme werden wiederum durch äußere strukturelle oder institutionelle Gegebenheiten hervorgerufen. Nachfolgend werden Ergebnisse vorgestellt, welche die Probleme und Hindernisse aus Sicht der Gründer/innen bzw. deren subjektiven Erfahrungen im Gründungsprozess widerspiegeln.

Mit Befragungen dieser Art ergeben sich für die Gründungsforschung einige Herausforderungen. Denn zum einen kommen in der subjektiven Sicht die persönlichen Defizite unter Umständen zu kurz (z.B. mangels Eingeständnissen). Zweitens ist bei der Interpretation der Ergebnisse zu beachten, dass in Unternehmensbefragungen nur die Inhaber/innen der tatsächlich gegründeten, und hierbei auch nur die der überlebenden Unternehmen befragt werden (können). Dies bedeutet, dass die aufgetretenen Schwierigkeiten die Gründung eines Betriebes „nur“ behindert aber letztlich nicht verhindert haben, da Personen die ihre Gründungsabsicht nicht realisieren konnten, mit Befragungen kaum zu erreichen sind bzw. auch nicht zur Untersuchungsgruppe gehören. Dennoch sollten die Befragungsergebnisse nicht als sogenanntes „Klagen auf hohem Niveau“ sondern als konkrete Hinweise auf Hürden verstanden werden. Soweit im Folgenden gravierende Gründungsschwierigkeiten identifiziert werden, wäre anzunehmen, dass viele andere (nicht befragte) Existenzgründer/innen hieran tatsächlich gescheitert sind, und genau deshalb keine Chance hatten in die Stichprobe zu gelangen.

Aufgrund der eingeschränkten Interviewdauer konnte den Befragten lediglich eine kleine Auswahl an möglichen und relevanten Hindernissen zur Beurteilung vorgelegt werden.

12.1 Gründungsfinanzierung und ihre Probleme

Die Gründungs- bzw. Unternehmensfinanzierung gehört zu den elementaren Voraussetzungen für einen erfolgreichen Start, doch die Beschaffung von Finanzkapital stellt Migrantinnen und Migranten vor besondere Herausforderungen. Zumindest kamen bisher mehrere Studien (aber vor allem im englischsprachigen Raum)¹⁹¹ zu dem Ergebnis, dass den Gründer/innen mit Zuwanderungsgeschichte häufiger ein Kredit verwehrt wird als den Einheimischen, weshalb sie unter anderem auch verstärkt auf die finanzielle Unterstützung durch alternative Quellen bzw. durch die Familie zurückgreifen.¹⁹²

Startkapital: Wenn überhaupt, dann wie viel?

Eine ganz andere Frage ist zunächst jedoch, ob und wenn ja, wie viel Startkapital die Gründer/innen überhaupt benötigt und eingesetzt haben. In der Befragung konnten wir allerdings nur letzteres in Erfahrung bringen. Finanzierungsfragen sind – wie nachfolgend noch deutlich wird – ohnehin ein eher schwieriges Unterfangen. Die Proband(inn)en wurden unter anderem nach der Höhe des Startkapitals gefragt,¹⁹³ womit sowohl das Eigen- als auch das Fremdkapital angesprochen wurde.

¹⁹¹ Light 1972; Ward/ Reaves 1980; Blanchflower et al. 2003; Deakins et al. 2003.

¹⁹² Rušinovič 2006.

¹⁹³ Für Betriebe die schon länger existieren wurde hier retrospektiv das Startkapital erfasst, das bei der Gründung zur Verfügung stand.

Bei der Interpretation der Befragungsergebnisse ist zu berücksichtigen, dass die Ausfallquoten (bzw. Antwortverweigerungen) bei einigen Gruppen sehr hoch ausfallen. Der Anteil derer, die keine Information zu der Höhe des Startkapitals geben mochten, beträgt über das gesamte Sample hinweg etwa 30%. Es ist allerdings bemerkenswert, dass die Auskunftsbereitschaft zwischen den verschiedenen Herkunftsgruppen und nach Geschlecht sehr unterschiedlich ausfällt: Insbesondere bei türkischen Frauen und Männern haben etwa die Hälfte der Interviewten hierzu keine Angaben gemacht, während bspw. bei polnischen (19%), russischen (16%) und deutschen (22%) Frauen der Anteil erheblich niedriger liegt (siehe Tab. 12.1.1 im Anhang).

Konzentriert man sich auf diejenigen Proband(inn)en, von welchen gültige Angaben vorliegen (Tab. 12.1.2), wird deutlich, dass eine große Zahl der Befragten ohne oder nur mit sehr geringem Startkapital (bis 5.000 €) gegründet haben. Bei Russischstämmigen liegt dieser Anteil bei fast der Hälfte der Gründerinnen, und fast ähnlich hoch bei den Italienerinnen (42%). Aber auch die Frauen deutscher Herkunft weisen einen hohen Anteil an Gründungen mit wenig Kapital auf, wobei hier allerdings immerhin jede Zehnte mit mehr als 100.000 € an den Start geht. D.h., hier ist, ähnlich wie bei den Italienerinnen insgesamt, die Struktur bipolar angelegt. Bei Gründerinnen türkischer und polnischer Herkunft dominieren hingegen Beträge im mittleren Bereich zwischen 5.000 und 20.000 €. Bei den Frauen aus der russischen Förderung handelt es sich allerdings auch in vielen Fällen um Tätigkeiten (künstlerische Berufe und personenbezogene Dienstleistungen),¹⁹⁴ die relativ wenig Startkapital erfordern.

Deutlich wird zudem, dass Frauen insgesamt betrachtet mit weniger Startkapital gründen als Männer, was u.a. auch an einem generell niedrigeren Anteil von Gründungen in der höchsten Kategorie mit mehr als 100.000 € ersichtlich wird. Der Anteil der Italienerinnen mit einem größeren Startkapital fällt zwar etwas höher aus als bei anderen Ethnien, dies ist allerdings dem Umstand geschuldet, dass diese häufiger im Team bzw. mit ihrem Lebens- oder Ehepartner gründen.

Es kann also insgesamt zunächst festgehalten werden, dass **(erstens)** die gründenden Frauen weit weniger Startkapital einsetzen als die Männer und dass **(zweitens)** die hohe Zahl an Migrantinnen, die eher mit geringen Summen gründen, nicht allzu ungewöhnlich ist, da auch die Frauen deutscher Herkunft häufig mit wenig Kapital anfangen. Ferner ist schließlich **(drittens)** zu konstatieren, dass die türkisch- und russischstämmigen Frauen am weitesten voneinander entfernt sind, da die erstgenannten deutlich mehr Kapital einsetzen. Dies ist aber u.U. auch ein Brancheneffekt, da letztere häufig persönliche Dienstleistungen erbringen.

Tab. 12.1.2: Höhe des Startkapitals (Zeilenprozente)

	0-5.000 €	5.000-20.000 €	20.000-100.000 €	>100.000 €
Frauen				
türkisch	20,0	36,9	35,4	7,7
italienisch	42,4	20,3	27,1	10,2
ital. ohne Teamgründung	57,1	23,8	19,0	
polnisch	35,1	39,0	19,5	6,5
russisch	48,5	29,1	19,4	2,9
deutsch	44,0	28,0	19,0	9,0
Männer				
türkisch	17,5	36,8	35,1	10,5
italienisch	27,2	27,2	37,0	8,7
polnisch	32,2	35,6	17,2	14,9
russisch	43,0	24,1	22,8	10,1
deutsch	29,4	32,4	25,0	13,2
Gesamt	35,1	30,7	25,0	9,1

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

¹⁹⁴ Vgl. Kapitel 7.2.

Woher kommt das Geld für die Gründung?

Im Vorfeld weiterer Betrachtungen interessiert zunächst, woher die befragten Unternehmer/innen ihr Gründungskapital erhielten und hierbei insbesondere in welchem Maße formelle oder informelle Finanzierungsquellen in Anspruch genommen wurden. Inwieweit profitieren Frauen mit Migrationshintergrund bei der Gründung ihres Unternehmens von Unterstützungsleistungen der eigenen Familie oder auch von Freunden und Bekannten? Diesbezüglich stellt sich dann die Frage, ob Frauen häufiger als Männer der gleichen Herkunft und auch häufiger als Deutsche auf Familienangehörige oder Freunde und Bekannte zurückgreifen (müssen), um ihren Finanzbedarf zum Aufbau ihres Unternehmens zu decken.

Tab. 12.1.3: Quellen der Gründungsfinanzierung (Mehrfachantworten; in Prozent)

	Familien- angeh., Verwandte	Freunde oder Bekannte	Bank / Sparkasse	staatliche Förderung (z.B. KfW)	sonstiges	Weiß nicht	Keine Antwort
Frauen							
türkisch	53	9	32	17	13	5	4
italienisch	40	7	52	6	16	2	6
polnisch	49	11	31	16	15	1	5
russisch	44	11	33	21	10		7
deutsch	55	5	33	19	9	6	5
Männer							
türkisch	40	8	20	4	25	11	10
italienisch	50	10	52	7	11		9
polnisch	24	11	36	13	36		7
russisch	23	19	27	39	13	1	9
deutsch	37	1	31	11	25	4	11

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

* nur Betriebe mit Startkapital > 0 Euro

Es wird ersichtlich (Tab. 12.1.3), dass Frauen zur Gründungsfinanzierung relativ häufig auf familiäre Beziehungen (Familienangehörige, Verwandte) zurückgreifen: Etwa die Hälfte der türkisch- und polnischstämmigen Frauen finanzierte ihr Gründungsvorhaben unter anderem auch auf diesem Weg. Dies ist bei Frauen – mit Ausnahme der Italienerinnen – häufiger als bei Männern der gleichen Ethnie der Fall. Informelle Finanzierungsquellen bilden bei Frauen die häufigste Form der Gründungsfinanzierung,¹⁹⁵ wobei hiermit nicht gesagt ist, dass über diese Beziehung auch das meiste Geld fließt. Hinzu kommt, dass in der Regel mehrere Quellen gleichzeitig genutzt werden.

Unter Einbezug der Mehrfachantworten dürfte ein etwas überraschender Befund sein, dass Migrantinnen nicht häufiger als die Frauen deutscher Herkunft eine Familienunterstützung bei der Finanzierung ihrer Gründung bekommen, sondern eher im Gegenteil.¹⁹⁶ Dies zeigt, wie notwendig und sinnvoll eine Differenzierung nach Geschlecht und gleichzeitig nach ethnischer Herkunft ist. Denn das ansonsten vermittelte Bild über den Ressourcenzugriff von Selbständigen mit Zuwanderungsgeschichte ist offenbar (erstens) wesentlich durch die Verhältnisse unter Männern und (zweitens) durch die Situation der Angehörigen aus den Anwerbeländern dominiert. Die Männer aus Polen und Russland können hingegen in Geldfragen weniger auf die Familie zählen als die Deutschen, was sich in der Tendenz auch bei den Frauen zeigt.

Bemerkenswerte Diskrepanzen zwischen Gründer/innen mit Migrationshintergrund und deutscher Herkunft werden hinsichtlich der Inanspruchnahme von Freunden und Bekannten deutlich: Während unter Gründer/innen mit Migrationshintergrund etwa jede/r Zehnte auf die Hilfe von Freunden und Bekannten baut, ist dieser Anteil unter den deutschen Gründer/innen verschwindend gering (Männer 1%, Frauen 5%).

¹⁹⁵ Sieht man von den genannten Ausnahmen ab.

¹⁹⁶ Die Ergebnisse verschiedener Untersuchungen unterscheiden sich aber nicht nur in Bezug auf die Gruppendifferenzierung, sondern manchmal auch aufgrund der Methodik. So bspw. darin, ob eine Frage Mehrfachantworten zulässt, wie im vorliegenden Fall, oder nicht.

Eine Finanzierung durch staatliche Fördermittel seitens der KfW oder ähnlichen Institutionen wird von den Gründer/innen italienischer Abstammung etwas seltener in Anspruch genommen, etwas häufiger hingegen (auch bei den Männern) von den aus Osteuropa zugewanderten Personen aus Polen und der ehemaligen Sowjetunion. Möglicherweise haben die Osteuropäer, und darunter auch viele Aussiedler/innen, mehr Erfahrung im Umgang mit Behörden und Förderanträgen, was noch an anderer Stelle ersichtlich wird.

Geringere Unterschiede zeigen sich bezüglich der Inanspruchnahme von Krediten und Darlehen von einer Bank oder Sparkasse. Zumindes bei den Frauen: Etwa jede Dritte – egal ob mit oder ohne Migrationshintergrund – finanzierte ihr Gründungsvorhaben unter anderem mit Hilfe eines Bankkredits. Bei den Italienerinnen – und insofern wiederum bei den dort häufig anzutreffenden Partnergründungen – liegt dieser Anteil mit 52% etwas höher.

In der Gesamtschau ist festzuhalten, dass Frauen tendenziell häufiger als Männer bei der Gründungsfinanzierung (auch) auf die Familie bzw. auf Verwandte zurückgreifen, wobei dies allerdings nicht häufiger als bei Frauen deutscher Herkunft der Fall ist. Darüber hinaus hat sich (mit Ausnahme der Italienerinnen ziemlich unabhängig von der ethnischen Herkunft) fast jede dritte Frau einen Bankkredit besorgt.

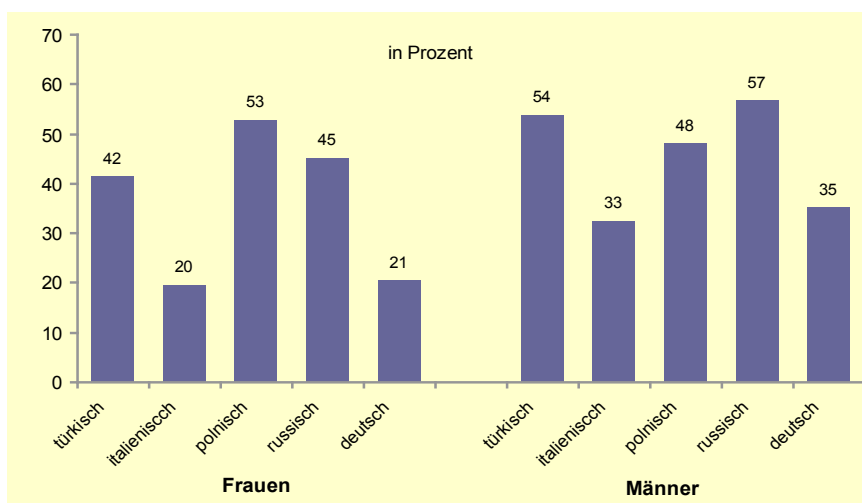
Bei allem muss jedoch berücksichtigt werden, dass nicht nur diejenigen als Maßstab genommen werden können, die tatsächlich einen Kredit bekommen haben.

Welchen Kreditzugang haben Migrantinnen und Migranten und wovon hängt er ab?

Dies bedeutet, dass auch die Kreditzugangsmöglichkeiten einer genaueren Betrachtung unterzogen werden müssen. Wie aus Abb. 12.1.4 hervorgeht, wurde vielen ein Kredit von der Bank oder Sparkasse verwehrt. Im Vergleich der Herkunftsgruppen lässt sich feststellen, dass die Unterschiede im Zugang zu einem Kredit, sofern beantragt, beträchtlich sind:

Sowohl Migrantinnen als auch Migranten sind deutlich häufiger mit der Ablehnung einer Kreditanfrage konfrontiert als Gründer/innen deutscher Herkunft. Mit am stärksten betroffen hiervon sind Frauen aus Polen und der russischen Föderation, von denen rund die Hälfte (53% und 45%) den benötigten Kredit nicht bekam. Unter den Frauen türkischer Herkunft erhielten 42% eine Absage. Bei Italienerinnen, die jedoch vielfach mit ihrem Ehepartner zusammen gründen, liegt dieser Anteil mit 20% etwa auf der gleichen Höhe wie bei deutschen Gründerinnen.

Abb. 12.1.4: Anteil abgelehnter Bankkredite



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Zudem interessiert hier der Geschlechtervergleich d.h., ob Frauen mit Migrationshintergrund einen schlechteren Kapitalzugang haben als die adäquate Gruppe der Männer. Bislang wird häufig davon ausgegangen, dass gründungswillige Frauen eher von Kreditinstituten diskriminiert werden.¹⁹⁷ D.h., es wurde teils die These vertreten, ihre Unternehmensideen würden kritischer beurteilt als jene von Männern, weshalb sie bei der Kreditbewilligung zumeist schlechter als ihre männlichen Kollegen abschneiden. Allerdings beschränken sich die bislang hierfür erbrachten Belege auf die Situation von Frauen der Mehrheitsgesellschaft und lassen keine Aussage zu, ob dies im Speziellen auch für Migrantinnen im Vergleich mit Migranten gilt.

Wie sieht es also aus, wenn die Faktoren „Herkunft“ und „Geschlecht“ zusammen kommen? Anhand unserer Befragungsdaten lässt sich eine Benachteiligung von Frauen gegenüber Männern bei der Kreditvergabe nicht bestätigen. Und dies gilt für Frauen und Männer sowohl mit als auch ohne Migrationshintergrund. Die Ergebnisse zeigen (mit Ausnahmen der Gründer/innen polnischer Herkunft) sogar eine Tendenz dahingehend, dass männlichen Migranten etwas häufiger ein Kredit verwehrt wurde als den weiblichen.¹⁹⁸ Allerdings liegen die gefundenen Unterschiede nicht in einem statistisch signifikanten Bereich.

Viel eher scheint die Frage von Relevanz, in welchem Zeitraum gegründet wurde. Differenziert man nach den Inhaber/innen von jungen Unternehmen (Gründung nach 2000) und älteren (vor 2000), wird ersichtlich, dass den Neugründungen signifikant häufiger ein Kredit verwehrt wurde (49%) als den vor längerer Zeit gegründeten Unternehmen (35%). Die Ergebnisse weisen also darauf hin, dass es für Gründer/innen auch generell im Zeitverlauf schwieriger geworden ist, einen Kredit zu bekommen.

Inwieweit korrespondiert dies mit der Aufenthaltsdauer bzw. mit der Frage, wie lange die Migranten schon hier in Deutschland sind? Differenziert nach Zuwanderungskohorten zeigt sich, dass vor allem die Selbständigen der jüngeren Zuwanderungskohorten von diesem Problem betroffen sind. Die Hälfte der neu Zugewanderten wurden beim Versuch einen Kredit zu erhalten abgewiesen. Dies ist sicherlich nicht nur im Zusammenhang mit der Aufenthaltsdauer und der entgegengebrachten Akzeptanz, sondern voraussichtlich auch mit Bildungsunterschieden und Sprachkenntnissen zu sehen. In kürzeren Zeitabschnitten kann oftmals kaum ausreichend Eigenkapital akkumuliert werden, so dass es an Komplementärmitteln fehlt bzw. die notwendigen Sicherheiten für die Banken nicht erbracht werden können.

Fasst man auch hier wieder zusammen ergibt sich folgendes Bild:

Während eine geschlechterspezifische Benachteiligung bzw. eine Diskriminierung von Frauen bei der Kreditvergabe nicht festgestellt werden kann, lässt sich erkennen, dass Gründer/innen mit Zuwanderungsgeschichte generell einen schwierigeren Zugang zu Fremdkapital als Einheimische haben. Diese Hürde wurde im Zeitverlauf der letzten Jahre eher noch höher und sie steigt auch dann, sofern es Zuwanderinnen mit einer relativ kurzer Aufenthaltszeit in Deutschland mit einem Kredit versuchen.

Die große Zahl an Ablehnungen unter Gründer/innen, die dann doch ihr Unternehmen letztlich auf dem Markt etablieren konnten, mag zu der Vermutung führen, dass es sich in vielen Fällen um überzogene oder um nicht ernsthaft verfolgte Ansprüche handelt. Daher stellt sich die Frage, inwieweit hier wirklich ein Problem vorliegen hat:

In welchem Maß wird die Kapitalbeschaffung als Problem bewertet?

Die Benachteiligung von Migrantinnen und Migranten beim Zugang zum Kapitalmarkt lassen sich durch weitere Befragungsergebnisse zu Problemen in der Gründungsphase (siehe hierzu nachfolgend Kapitel 12.2 und 12.3) untermauern.

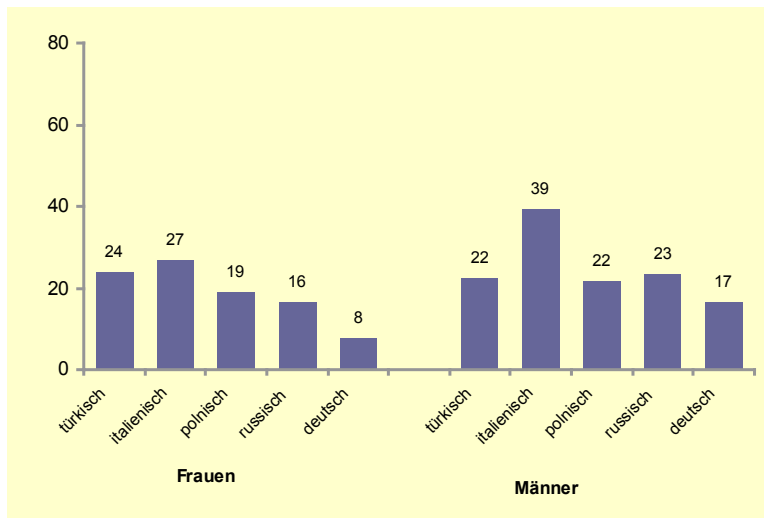
So wurde nicht nur nach der Inanspruchnahme und Bewilligung eines Bankkredits (harter Indikator) sondern auch danach gefragt, ob die Fremdkapitalbeschaffung subjektiv als Problem empfunden wurde (eher „weicher“ Indikator). Abb. 12.1.5 zeigt, dass sich die Gründerinnen mit Migrationshintergrund mit erheblich höheren Hürden einen Kredit bzw. das nötige Kapital zu bekommen konfrontiert sehen als ihre deutschen Pendanten ($t=2,340; p=0,20$).

¹⁹⁷ Vgl. auch Kapitel 2.

¹⁹⁸ Bei den Frauen beträgt die Ablehnungsquote im Durchschnitt 38% bei den Männern 45%.

Abb. 12.1.5: Gründung erschwert „durch Problem einen Kredit bzw. das nötige Kapital zu bekommen“

Anteil der Zustimmung („trifft zu“ oder „trifft voll und ganz zu“)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Die geringsten Hürden scheinen hierbei Frauen deutscher Herkunft nehmen zu müssen, von denen nur 8% dieses Problem als schwerwiegend erachten. Unter Personen italienischer Abstammung (unabhängig ob Frau oder Mann) zeigen sich hingegen die größten Probleme an das benötigte Startkapital zu kommen. Letztgenannter Befund steht allerdings im Widerspruch zu dem beschriebenen Problem der Bankkreditbeschaffung, welches ja gerade Italiener/innen weniger häufig als andere betrifft. Dies lässt darauf schließen, dass es ihnen zwar gelingt, das notwendige Startkapital zu akquirieren, hierfür aber erhebliche Anstrengungen notwendig sind. Dies passt durchaus ins Gesamtbild, denn einerseits engagieren sich die Italiener/innen mehrheitlich im Gastgewerbe (vgl. Kapitel 7.2), welches ein hohes Risiko birgt, andererseits genießen sie einen größeren Vertrauensvorsprung bei Deutschen und ihren Institutionen als manch andere Migrantengruppe,¹⁹⁹ weshalb sie möglicherweise ihren Kreditplan auch gegen Bedenken durchsetzen können.

12.2 Rechtliche und institutionelle Hürden

Unternehmensgründungen von Ausländern in der Bundesrepublik werden durch spezielle Gesetze geregelt. Eine wichtige Unterscheidung liegt hierbei zwischen EU-Ausländern und Drittstaatsangehörigen, da letztere nicht über das freie Niederlassungsrecht verfügen. Einen Überblick über die rechtlichen Bestimmungen und institutionellen Hürden gibt Kapitel 5.4.

Nachfolgend wird untersucht, in welchem Ausmaß sich Migrantinnen und Migranten aufgrund von formalen Hürden und institutionellen Regulierungen mit Schwierigkeiten konfrontiert sehen, ein Unternehmen zu gründen. Zu den Hürden für Existenzgründer/innen mag neben der Schwierigkeit eine Genehmigung für die Ausübung einer selbständigen Erwerbsarbeit zu erhalten vor allem der damit verbundene bürokratische Aufwand zählen. Behördengänge, Genehmigungsverfahren, Qualifikationsnachweise und andere institutionelle Regelungen können den Gründungsprozess entweder ganz unterbinden oder ihn auch behindern. Dies ist auch eine Frage der Kenntnisse im Umgang mit den Behörden. Es ist davon auszugehen, dass die Akquisition von „Institutionenwissen“ auch in engem Zusammenhang mit der Aufenthaltsdauer der zugewanderten Gründer/innen steht²⁰⁰ (vgl. zudem Kapitel 8.3). Zudem dürften Deutschkenntnisse und häufig auch eine höhere Bildung die institutionellen Hürden etwas niedriger erscheinen lassen.

¹⁹⁹ Schäfer/ Thränhardt 1998.

²⁰⁰ Leicht et al. 2004 und 2005 Allerdings kann die Aufenthaltsdauer nur als Näherungswert für bestimmte Kenntnisse dienen, da nicht für alle Ethnien sicher gestellt ist, dass ihr Aufenthalt auch mit dem Erwerb oder gar der Verbesserung der Sprachkenntnisse oder von Institutionenwissen verbunden ist. Insbesondere bei Bewohnern ethnischer Enklaven ist nicht per se davon auszugehen, dass sie im sozialen Austausch mit der einheimischen Bevölkerung stehen.

In der Erhebung wurde nach den Hemmnissen im Gründungsprozess und danach gefragt, welche Bedeutung einzelne Hürden bzw. Probleme haben. Im Vergleich mit anderen (nachfolgend aufgeführten) Hindernissen, wird sowohl von selbständigen Frauen türkischer, polnischer und deutscher Herkunft der bürokratische Aufwand als Gründungshemmnis am häufigsten genannt. Gleichzeitig sind aber auch Unterschiede bei Gründer/innen unterschiedlicher Herkunft ersichtlich (Abb. 12.2.1). Jede dritte türkischstämmige Frau und jede vierte italienischer, polnischer oder russischer Herkunft und sieht in dem hohen bürokratischen Aufwand ein starkes oder besonders starkes Gründungshemmnis.

Abb. 12.2.1: Gründung wurde erschwert „durch hohen bürokratischen Aufwand“

Anteil der Zustimmung („trifft zu“ oder „trifft voll und ganz zu“)

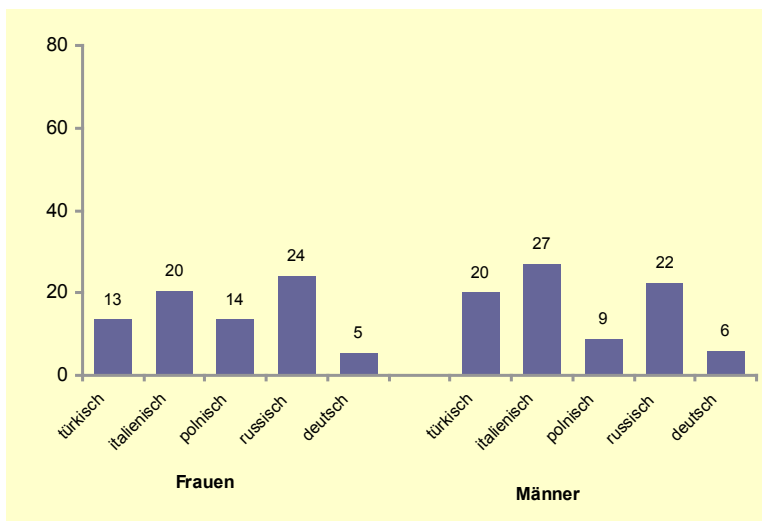


Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Bei den Frauen deutscher Herkunft ist dies nur bei jeder Fünften der Fall. Festzuhalten bleibt, dass bürokratische Hürden Migrantinnen und Migranten vor größere Probleme stellen als Deutsche. Dies gilt insbesondere für die weiblichen Gründerinnen, die im Vergleich zu den einheimischen signifikant höhere Werte angeben ($t=2,340$; $p=0,020$).

Abb. 12.2.2: Gründung erschwert „weil ich die formalen gesetzlichen Anforderungen nicht kannte“

Anteil der Zustimmung („trifft zu“ oder „trifft voll und ganz zu“)



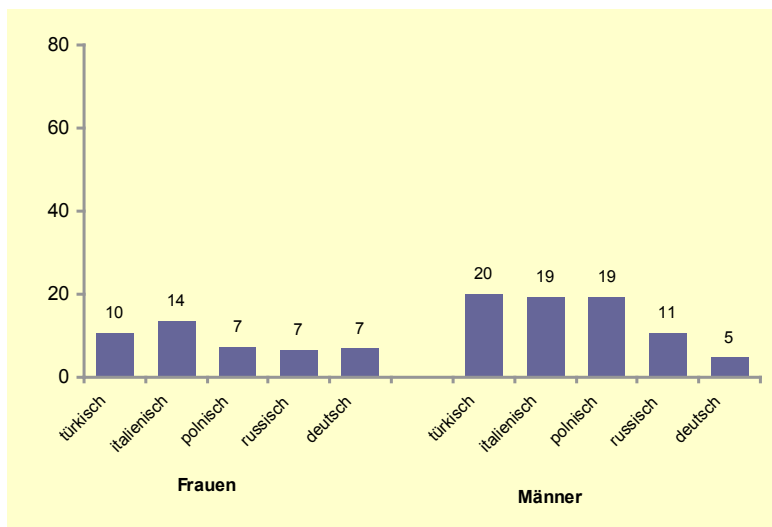
Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Auch die Frage, ob der Weg in die Selbständigkeit dadurch erschwert wurde, weil Kenntnisse über formale und gesetzliche Anforderungen fehlten (Abb. 12.2.3), wird von Frauen und Männern mit Migrationshintergrund deutlich häufiger bejaht, als von „einheimischen“ Selbständigen (Frauen: $t=6,046$; $p=0,000$; Männer: $t=3,433$; $p=0,01$). Hier sind es vor allem Gründer/innen aus der ehemaligen Sowjetunion und aus Italien welche auf diese Frage überproportional zustimmend reagieren. Probleme beim Erhalt einer Genehmigung werden allerdings von Männern mit Migrationshintergrund häufiger als Gründungshemmnis gesehen als von Frauen ($t=3,20$; $p=0,001$).

Weiterführende Analysen (hier nicht abgebildet) zeigen – wie oben schon vermutet – dass auch die Aufenthaltsdauer hierbei eine nicht unwesentliche Rolle spielt. D.h., die eher Neuzugewanderten haben größere Probleme mit den formalen gesetzlichen Anforderungen als die schon länger in Deutschland lebenden Migrant(inn)en.

Abb. 12.2.3: Selbständigkeit wurde erschwert durch Probleme beim Erhalt einer Genehmigung

Anteil der Zustimmung („trifft zu“ oder „trifft voll und ganz zu“)



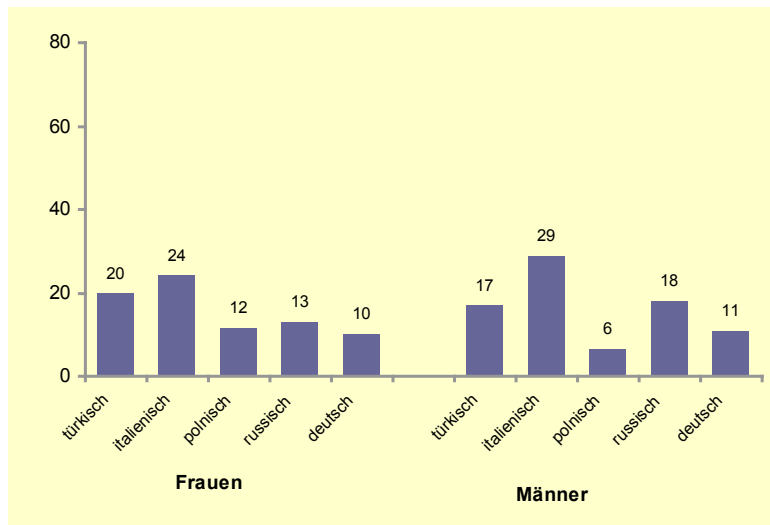
Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

In einem engen Zusammenhang mit den genannten Bürokratielasten und den formalen gesetzlichen Regelungen ist auch die Frage nach den Problemen beim Erhalt einer Genehmigung zu sehen (Abb. 12.2.3). Allerdings scheint dies eher ein Problem der Männer mit Migrationshintergrund darzustellen als eines von Frauen: Während bei türkischen, italienischen oder polnischen Männern etwa jeder Fünfte diesbezüglich auf große Schwierigkeiten stößt, ist dies bei den weiblichen Pendanten nur bei jeder Zehnten oder weniger der Fall.

Eine naheliegende Erklärung für diese Geschlechterunterschiede bietet allerdings ein Blick auf die unterschiedliche Branchenwahl von Frauen und Männern: So erklären sich die höheren Anteile bei türkisch-, italienisch- und polnischstämmigen Männern hauptsächlich dadurch, dass diese ihre Unternehmen häufiger im Baugewerbe oder im Gastgewerbe gründen, und somit in Wirtschaftsbereichen, in denen besondere Regelungen und Genehmigungsverfahren üblich sind.

Abb. 12.2.4: Gründung erschwert durch Problem, geeignete oder bezahlbare Räume zu finden

Anteil der Zustimmung („trifft zu“ oder „trifft voll und ganz zu“)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Analog ist auch das Problem, geeignete oder bezahlbare Räume zu finden (Abb. 12.2.4) vor allem in solchen Wirtschaftsbereichen anzutreffen, in denen größere Gewerberäume mit Kundenverkehr benötigt werden, was vor allem auf den Handel und das Gaststättengewerbe, teilweise auch auf nichtwissensintensive Dienstleitungen zutrifft. Hiervon betroffen waren immerhin jede vierte Frau italienischer und jede fünfte Frau türkischer Herkunft, während unter den Osteuropäerinnen nur jede zehnte hierin ein Problem sah.

12.3 Kognitive und physische Hürden

Nachfolgend werden die eher persönlichen Merkmale und Defizite, welche eine Gründung behindern oder erschweren können analysiert. Diese können durch fehlendes Wissen verschiedener Art bedingt sein oder durch Belastungen psychischer und physischer Art.

Natürlich wird hierbei von den nach ihren Gründungsproblemen Befragten ein gewisses Maß an Ehrlichkeit und die Fähigkeit zur Selbstwahrnehmung und ggf. auch eine Portion Selbstkritik verlangt, wenn sie über ihre persönlichen Defizite berichten sollen. Soweit es hinsichtlich dieser Fähigkeit keine interkulturellen Unterschiede gibt, lassen sich zumindest die Einschätzungen untereinander vergleichen.

Bereits in früheren Studien über die Probleme der Entwicklung in der Migrantenökonomie – allerdings ohne den Fokus auf Frauen – konnten fehlende kaufmännische Kenntnisse der Selbständigen als ein erhebliches Gründungshindernis identifiziert werden.²⁰¹ Gerade in diesem Bereich könnten persönliche Defizite durch gezielte Beratung oder Weiterbildungsangebote ausgeglichen werden.

Während „nur“ ein Zehntel der deutschen Gründer/innen bekennt, dass ihm/ihr bei der Gründung die notwendigen kaufmännischen Kenntnisse fehlten, wird dies von deutlich mehr polnischstämmigen (17%), türkischstämmigen (20%) und russischstämmigen (21%) Gründerinnen als Defizit eingeräumt. Insgesamt betrachtet haben Migrantinnen somit häufiger fehlende kaufmännische Kenntnisse zur Führung eines Unternehmens als etwa deutsche Gründerinnen ($t=2,006$; $p=0,046$). Einzig Italienerinnen schneiden diesbezüglich etwas besser ab als die anderen hier untersuchten Ethnien. Geschlechtsspezifische Unterschiede, etwa in der Art, dass Frauen häufiger kaufmännische Kenntnisse vermissen lassen als Männer, können durch unsere Befragung nicht bestätigt werden: Fehlende kaufmännische Kenntnisse werden von Frauen in etwa genauso häufig als Gründungsproblem genannt wie von den Männern ($t=1,408$; $p=0,160$).

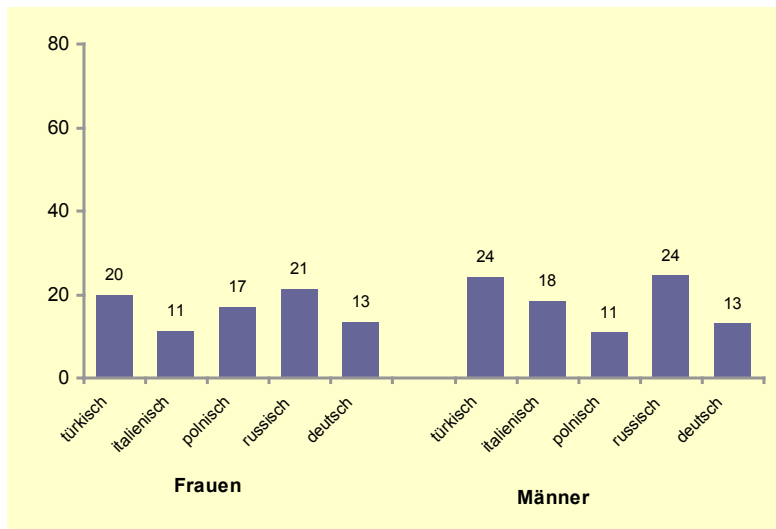
²⁰¹ Leicht 2004, 2006

Weiterführende Analysen zeigen hierbei aber auch, dass dies eine Frage des Bildungsniveaus ist: Je höher der formale Bildungsabschluss, desto seltener fühlen sich Gründerinnen mit ihren kaufmännischen Kenntnissen überfordert (nicht abgebildet).

Darüber hinaus fehlen vor allem solchen Frauen kaufmännische Kenntnisse die nach dem Jahr 2000 gegründet haben: Während unter älteren Gründungen von Migrantinnen nur 12% kaufmännische Defizite angeben, sind dies unter jüngeren Gründungen mit 22% fast doppelt so viel (nicht abgebildet).

Abb. 12.3.1: Gründung wurde erschwert, „weil die kaufmännischen Kenntnisse gefehlt haben“

Anteil der Zustimmung („trifft zu“ oder „trifft voll und ganz zu“)

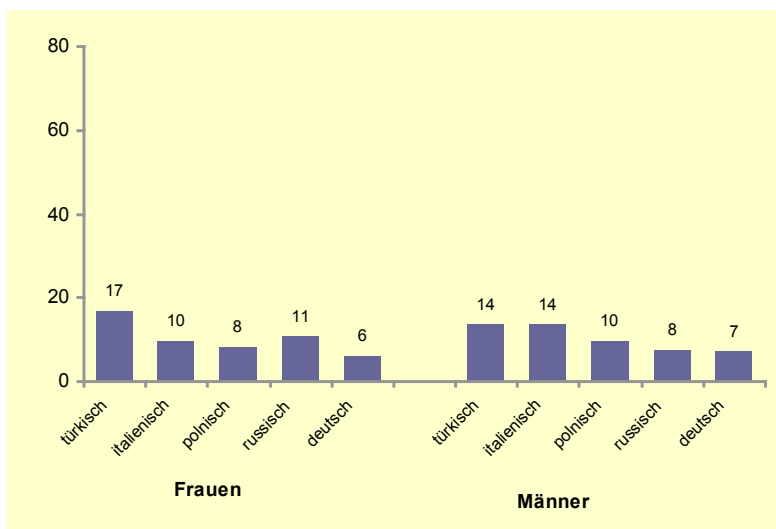


Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Erstaunlich gering fällt hingegen die Zustimmung zu der Frage aus, ob die Gründung durch eine falsche Einschätzung der Kundennachfrage erschwert wurde (Abb. 12.3.2). Dennoch ist auch hiervon die Gruppe der Migrantinnen stärker betroffen als Frauen ohne Zuwanderungsgeschichte ($t=2,34$; $p=0,020$).

Abb. 12.3.2: Selbständigkeit wurde erschwert, weil ich die Kundennachfrage falsch eingeschätzt habe

Anteil der Zustimmung („trifft zu“ oder „trifft voll und ganz zu“)

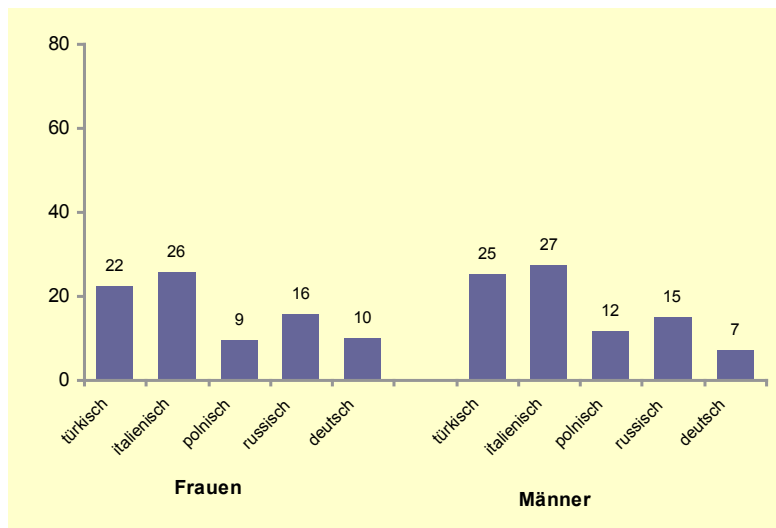


Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Die Frage nach Problemen geeignetes Personal zu finden, setzt natürlich voraus, dass die Gründung nicht als Solo-Selbständigkeit bzw. Einpersonunternehmen geplant war, sondern von Beginn an als Mehrpersonunternehmen. Dieser Sachverhalt ist auf der Basis unserer Untersuchung allerdings nicht rekonstruierbar, da diese Frage nicht Gegenstand des Erhebungsinstruments war. Identische Muster der Zustimmung sind hier für Frauen und Männer zu finden: Während unter türkischen und italienischen Gründer/innen etwa jede/r vierte angibt, dass dies ein erhebliches Problem darstellt, ist dies bei polnischen, russischen und deutschen Gründer/innen weniger der Fall.

Abb. 12.3.3: Gründung wurde erschwert, „weil ich kein geeignetes Personal finden konnte“

Anteil der Zustimmung („trifft zu“ oder „trifft voll und ganz zu“)

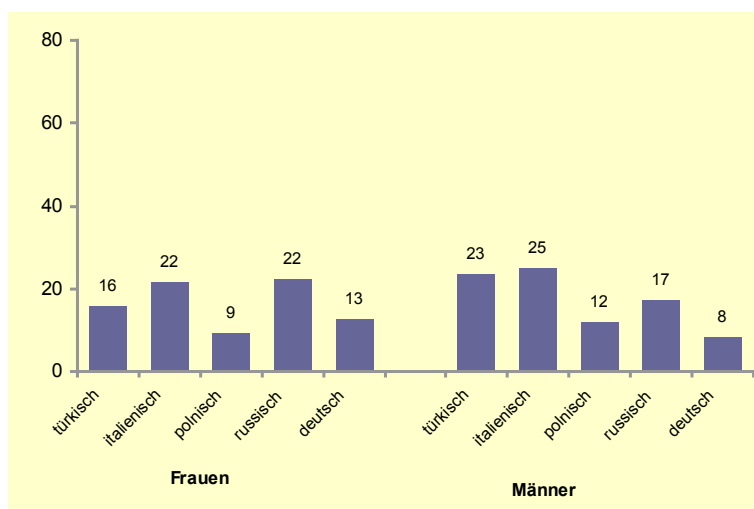


Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

In der Gründungsliteratur herrscht Einvernehmen darüber, dass der Aufbau eines Unternehmens häufig eine starke Belastung für das unmittelbare soziale Umfeld, etwa für die Familie, mit sich zieht, weshalb dies schon im Vorfeld die Entwicklung von Gründungsabsichten hemmen könnte. Daher interessiert im Folgenden, ob durch die Ausübung einer selbständigen Tätigkeit die sozialen Kontakte, insbesondere im familialen Umfeld in Mitleidenschaft gezogen werden sowie ob zudem auch persönliche physische und psychische Belastungen mit der Gründung eines Unternehmens einhergehen.

Abb. 12.3.4: Gründung wurde erschwert, weil die Belastung für die Familie/Partnerschaft sehr hoch war

Anteil der Zustimmung („trifft zu“ oder „trifft voll und ganz zu“)



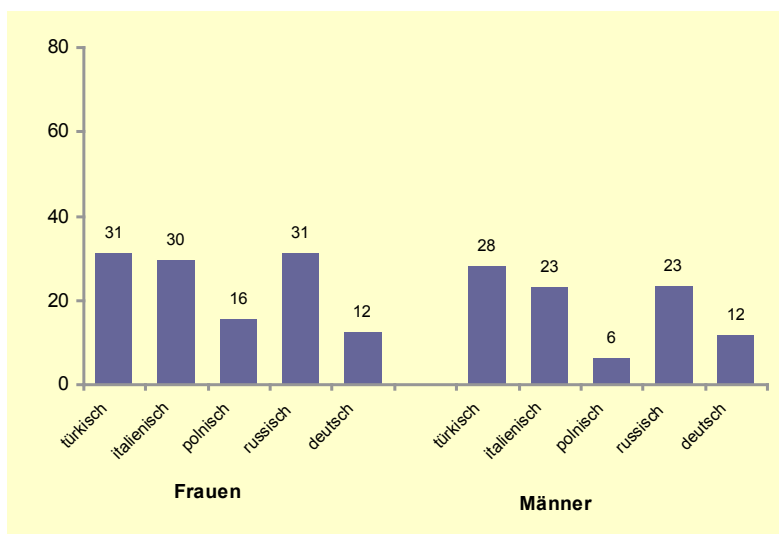
Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

In unserer Untersuchung zeigt sich eine doch recht große Zahl, die diese Frage bejahen, insbesondere unter türkischen, italienischen und russischen Migrantinnen (etwa 20%), während dieser Anteil unter Polinnen und Deutschen gerade mal halb so hoch liegt.

Hinzu kommt, dass gerade für Frauen mit Kind bzw. Kindern, das Wagnis Selbständigkeit ein Spagat zwischen Beruf und Familie und letztlich eine Doppelbelastung bedeutet, da Frauen zumeist auch den größten Teil der Familienverantwortung und -arbeit übernehmen (müssen). Aufgrund der Tatsache, dass in dieser Befragung der Gründungszeitpunkt in vielen Fällen schon Jahre zurück liegt, lässt sich nicht mehr rekonstruieren, ob die Person bereits zum Gründungszeitpunkt mit Kind(ern) und Partner zusammenlebte oder nicht. Nimmt man näherungsweise solche Frauen, die gegenwärtig im Familienkontext leben, zeigen sich die vermuteten Zusammenhänge, allerdings auf einem statistisch schwach signifikanten Niveau ($t=1,862$; $p=0,064$): Frauen mit Partner sehen stärkere Gründungshemmnisse durch die Belastung für Familie und Partnerschaft als Frauen ohne Partner.

Abb. 12.3.5: Gründung erschwert, „weil die körperliche oder psychische Belastung sehr hoch war“

Anteil der Zustimmung („trifft zu“ oder „trifft voll und ganz zu“)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

In einer Rangliste der wichtigsten Hemmnisse (vgl. Anhang Tabelle 12.3.6) rangiert die Zustimmung zu diesem Problem bei italienischen und russischen Gründerinnen auf dem ersten Platz, bei den Türkinnen auf dem zweiten. Ein Signifikanztest auf Mittelwertunterschiede zwischen Migrantinnen und Deutschen bestätigt auch hier wieder den deskriptiven Befund, dass Migrantinnen von diesem Problem wesentlich stärker betroffen sind als Frauen deutscher Herkunft ($t=5,41$; $p=0,000$).

12.4 Herkunftsbedingte Benachteiligung

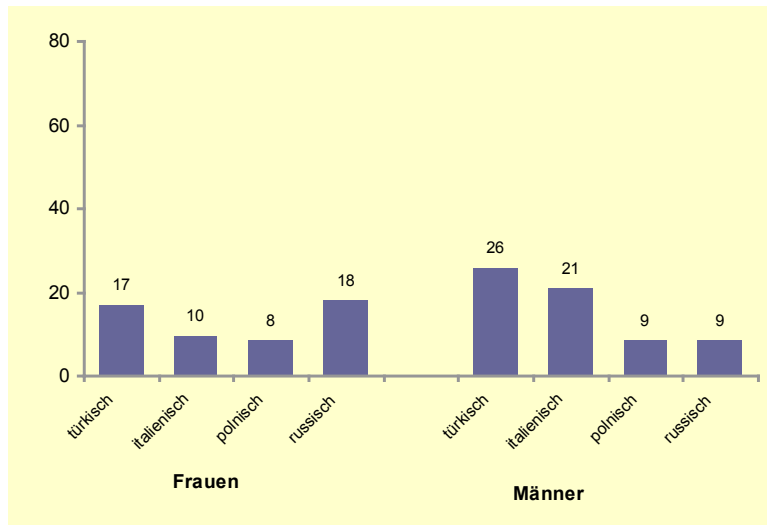
Abschließend wird der Frage nachgegangen, ob bzw. in welchem Maße Migrant(inn)en ihre Zugehörigkeit zu einer „ethnischen Minderheit“ als ein Erschweris für den Schritt in die Selbständigkeit ansehen. Wie sehen die Frauen und Männer ihre eigene Position diesbezüglich? Konkret wurden die Migrant(inn)en gefragt, ob der Gründungsprozess durch ihre ethnische Herkunft erschwert wurde. Es ist anzunehmen, dass hierdurch genauso auch subjektiv empfundene Benachteiligungen gegenüber der Mehrheitsgesellschaft zum Ausdruck kommen.

Insgesamt betrachtet spielt dieser Faktor (zumindest für die Selbständigen) keine so große Rolle wie dies vielleicht in Anbetracht der Benachteiligung von Migrant(inn)en am Arbeitsmarkt erwartet werden könnte. Im Vergleich zwischen Frauen und Männern zeigen die Ergebnisse ein teilweise uneinheitliches Bild (Abb. 12.4). So fühlen sich türkische Männer durch ihre Herkunft am stärksten benachteiligt (26%). Und auch bei den türkischen Frauen liegt dieser Wert (17%) noch relativ hoch. Uneinheitlich bzw. spiegelverkehrt erweisen sich hingegen die Einschätzungen bei den jeweils männlichen und weiblichen Russ/innen und Italiener/innen: Während sich fast jede fünfte russischstämmige Frau durch ihre Herkunft „benachteiligt“ fühlt, sind dies unter Männern

(9%) nur halb so viele. Demgegenüber sind es bei den Italienischstämmigen eher die Männer (21%), die sich stärker „diskriminiert“ fühlen als die Frauen (10%).

Abb. 12.4: Gründung wurde erschwert wegen (türkischer, usw.) Herkunft“

Anteil der Zustimmung („trifft zu“ oder „trifft voll und ganz zu“)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

12.5 Zusammenfassende Betrachtung (Faktorenanalyse)

Um einen Überblick über die vorgestellten Befunde zu den Hemmnissen zu erlangen und ihre Bedeutung im Gründungsprozess besser einschätzen zu können, wurde zusätzlich eine explorative Faktorenanalyse durchgeführt. Hierdurch ist es möglich eine Vielzahl von Variablen auf einige wenige zentrale Einflussfaktoren zu reduzieren (siehe auch Kapitel 10.3). Eine solche „zentrale Bündelung“ ist immer dann gegeben, wenn verschiedene Variablen auf einen gemeinsamen übergreifenden Faktor „laden“. Durch die Faktorenanalyse kann somit eine große Menge von Variablen auf weniger komplexe Hintergrundfaktoren zugeführt werden, was zu einer erheblichen Vereinfachung bei der Auswertung und Interpretation führt.

Die Ergebnisse erbringen eine zwei-faktorielle Ladungsstruktur, was bedeutet, dass sich die große Anzahl an Frage-Items zu den Gründungshindernissen auf zwei wesentliche übergreifende Faktorenbündel reduzieren lassen. Wie leicht zu erkennen ist, spiegeln sich in diesen zwei Bündeln auch zwei inhaltlich leicht interpretierbare Sachverhalte wider: Während durch das erste Faktorenbündel die institutionellen und formellen Hindernisse zum Tragen kommen (Bürokratie, Kapitalmarktrestriktionen, gesetzliche Anforderungen, Genehmigungen), werden durch das zweite Bündel die eher persönlichen Probleme wiedergegeben (Belastungen für Familie, physische und psychische Belastungen, fehlendes Wirtschaftswissen).

In Abb. 12.5.1 (Anhang) finden sich die jeweiligen (Mittel-) Werte der Faktorenanalyse für die hier relevanten Untersuchungsgruppen. Die Werte müssen vor dem Hintergrund interpretiert werden, dass es sich um sogenannte standardisierte Faktorenwerte handelt, was bedeutet, dass diese über alle Befragten hinweg einen Mittelwert von Null und eine Standardabweichung von Eins aufweisen: Werte unterhalb der Trennlinie von Null verweisen somit auf eine unterdurchschnittliche Bedeutung, während umgekehrt, Werte im positiven Bereich eine große Bedeutung anzeigen.

Vergleicht man zunächst Migrantinnen mit Gründerinnen deutscher Herkunft, wird deutlich, dass sowohl die strukturelle als auch die persönliche Komponente bei deutschen Frauen stark negative Werte aufweist (Abb. 12.5.2; Anhang). D.h., deutsche Frauen haben bezüglich beider Komponenten (strukturelle und persönliche) im Vergleich zu den anderen Gruppen nur unterdurchschnittlich starke Gründungsprobleme zu bewältigen – Migrantinnen also entsprechend höhere. D.h., Frauen mit Zuwanderungsgeschichte sehen im Vergleich zu denen deutscher Herkunft wesentlich stärkere Probleme bei der Überwindung struktureller und persönlicher Hindernisse:

In der Gesamtschau treten bei Migrantinnen vor allem die persönlichen Faktoren hervor, die eine Belastung im Gründungsprozess darstellen: Dies betrifft zumindest türkisch-, russisch- und italienischstämmige Gründerinnen. Mit Blick auf die psychischen und physischen Belastungen im persönlichen Umfeld, etwa im Bemühen um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, dürfte dies verständlich sein. Hinzu mag aber auch kommen, dass Frauen unter Umständen eher als die Männer gewisse Defizite eingestehen. Zumindest lassen die Ergebnisse der Hannoveraner Gründerinnenstudie den Schluss zu, „dass selbständige Migrantinnen grundsätzlich eine sensiblere Problemwahrnehmung als Migranten aufweisen“,²⁰² wobei – folgt man den Erkenntnissen der in Berlin bzw. im Ruhrgebiet durchgeführten Befragung²⁰³ – Frauen auch den Gründungserfolg schwerpunktmäßig auf an ihre Person gebundene Faktoren zurückführen.²⁰⁴

Insgesamt zeigt sich jedenfalls in unserer Untersuchung, dass die weiblichen Migrantinnen weniger als die männlichen Migranten von institutionellen bzw. strukturellen Hindernissen betroffen sind, aber dennoch mehr als die Deutschen. Eine Ausnahme bilden hierbei noch die Italienerinnen, die in etwa auf gleich hohem Niveau wie die Männer türkischer oder polnischer Herkunft über Hindernisse struktureller Art klagen, aber trotzdem in weit geringerem Umfang als ihre männlichen italienischen Pendanten. Im Vergleich zu den anderen Migrantinnengruppen schneiden – vor allem in Bezug auf die persönliche Komponente – Polinnen recht gut ab, was im Übrigen auch bei den polnischen Männern zu beobachten ist.

13. Vereinbarkeit von Familie und beruflicher Selbständigkeit

Nahezu jegliche Forschung im Feld der „ethnischen Ökonomie“ berührt oder streift zumindest das Thema „Familie“, weil diese gemeinhin als zentrale Ressource – und unter Umständen sogar als Triebfeder – der unternehmerischen Aktivitäten von Migrant(inn)en gesehen wird. Der Rückgriff auf die Familie als eine (im wahrsten Sinne des Wortes) lebendige Quelle zur Rekrutierung von Beschäftigten, von Kapital oder zum Aufbau von Beziehungsnetzwerken, ist ein Charakteristikum von Migrantenselbständigkeit schlechthin.²⁰⁵ Allerdings sollte nicht vergessen werden, dass Familienunternehmen nicht nur in der ethnischen Gemeinschaft, sondern auch in der Mehrheitsgesellschaft eine an Solidarität und Verpflichtungen orientierte soziale Funktion besitzen. Folgt man der Literatur ist die Besonderheit der familienwirtschaftlich organisierten Migrantenökonomie daher wohl viel eher darin zu sehen, dass sie es mehr als andere versteht, die Arbeitskraft der Familienmitglieder zu unternehmerisch vorteilhaften Bedingungen einzusetzen. Dies meint zumeist die Frau und die Kinder, weshalb in vielen Fällen ein patriarchalischer Wesenszug sicher nicht zu verleugnen ist.²⁰⁶ Doch seit Frauenselbständigkeit, wenngleich zögerlich, auch in der Welt der ethnischen Ökonomie und in der Forschung angekommen ist, stellen sich neue Fragen: Wie anderswo lässt sich auch hier erkennen, dass die Beziehung zwischen Familie und Unternehmen nicht nur Vorteile sondern auch Konflikte birgt. Die Frage der Vereinbarkeit von privater und beruflicher Sphäre, d.h., auch das Spannungsfeld zwischen Familien- und unternehmerischer Verantwortung, hat längst auch die Lebenswelt von Migranten- bzw. Migrantinnenselbständigkeit erreicht.

Andererseits jedoch wird deutlich, dass die Beziehung zwischen Familie und Unternehmen keine Einbahnstraße ist, das heißt die Familie nicht nur den unternehmerischen Aktivitäten dienen muss, sondern – umgekehrt – eine selbständige Erwerbsarbeit auch dem Familienleben (nicht nur in ökonomischer sondern auch in sozialer Sicht) entgegenkommen kann. Dieser Gedanke ist ohnehin eine neue Perspektive: Denn spätestens seit Schumpeter wird in der klassischen Entrepreneurship-Theorie der Gründer – eher selten auch die Gründerin – als Person beschrieben, die risikobereit neue Ideen umsetzt und hierzu Marktlücken aufspürt oder diese selbst kreiert. Doch dies scheint in neuerer Zeit nicht mehr der einzige und auch nicht mehr der dominierende Typus zu sein. Die Flexibilisierung von Unternehmen und Beschäftigung, Outsourcing, Computertechnologie sowie Heim- und Telearbeit haben zu neuen Chancen und Formen selbständiger Erwerbsarbeit geführt, die sich in mancherlei Hinsicht vom klassischen Bild des Entrepreneurs unterscheidet. Unter Umständen sind viele Gründer/innen auch gar nicht primär an neuen Märkten und Profit interessiert, sondern schätzen die Vorzüge einer selbständigen Erwerbstätigkeit in ganz anderer Hinsicht. Dies hängt damit zusammen, dass be-

²⁰² Hayen/ Unterberg 2008, S. 64. Auch mit Blick auf das „Fehlen an kaufmännischen Kenntnissen“ bemerken die Autoren, dass Frauen evtl. eher bereit sind, sich etwaige Probleme und Schwierigkeiten einzugestehen (ebenda S. 66). Allerdings wird in der Hannoveraner Studie nicht nach einzelnen Herkunftsgruppen differenziert, weshalb ein Vergleich mit unseren Ergebnissen nicht möglich war.

²⁰³ Vgl. den Hinweis in Kapitel 1.2 sowie Bührmann et al. 2007.

²⁰⁴ Jasper et al. 2008.

²⁰⁵ Z.B. Aldrich/ Waldinger 1990; Light/ Rosenstein 1995; Portes 1995; Flap et al. 2000; Struder 2001.

²⁰⁶ Struder 2001 und Hiebert 2003 konstatieren, dass in „ethnischen Familienunternehmen“ eher die Männer die Gewinner, Frauen und Kinder hingegen die Verlierer sind. Vgl. auch Hillmann 1999; Light 2004.

rufflicher Selbständigkeit noch andere Vorzüge inhärent sind, die einer abhängigen Beschäftigung eher selten anhaften: Dies betrifft vor allem den hohen zeitlichen und räumlichen Freiheitsgrad in der Arbeitsgestaltung, durch die eine selbständige Tätigkeit oftmals gekennzeichnet ist. Daher wird angenommen, dass berufliche Selbständigkeit vor allem von Frauen mit Kindern als eine Strategie zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf wahrgenommen wird. D.h., die Attraktivität beruflicher Selbständigkeit bestimmt sich unter anderem (!) auch durch die Möglichkeit mit hoher Autonomie flexibel zu arbeiten. Dies lässt u.U. andere Gründungsmotive in den Hintergrund treten (siehe hierzu auch Kapitel 10).

Die Frage, inwieweit Familienverantwortung und der damit verbundene Wunsch nach autonomen und flexiblen Arbeitsformen, die Gründungsneigung von Frauen, aber insbesondere von Migrantinnen erhöht, wird in Kapitel 15 aufgegriffen. Hierzu werden Daten für selbständig und abhängig Beschäftigte benötigt, welche in diesem Rahmen nur der Mikrozensus bietet. Nachfolgendes Kapitel geht demgegenüber viel eher der Frage nach, in welchem familialen Umfeld selbständige Migrantinnen überhaupt leben und inwieweit sich für Frauen mit Kindern eine Vereinbarkeit von Familie und Beruf als Selbständige realisieren lässt.

13.1 Haushaltsstruktur und Familienarbeit

Zunächst soll ein Bild über die familiäre Situation und die Lebensformen der Gründerinnen und Unternehmerinnen in Nordrhein-Westfalen gewonnen werden. Hierbei geht es um die Frage, in welchen Haushaltskontexten selbständige Migrantinnen leben. Neben der Frage, ob diese eher in einer partnerschaftlichen Lebensgemeinschaft oder aber alleine wohnen, interessiert auch die Herkunft der Partner und somit, ob es sich um eine bi-nationale bzw. interethnische Beziehung handelt. Von zentralem Interesse ist hierbei natürlich auch, ob und wie viele (eigene) Kinder im Haushalt leben und wie viele von diesen Kleinkinder sind (bis 6 Jahre).

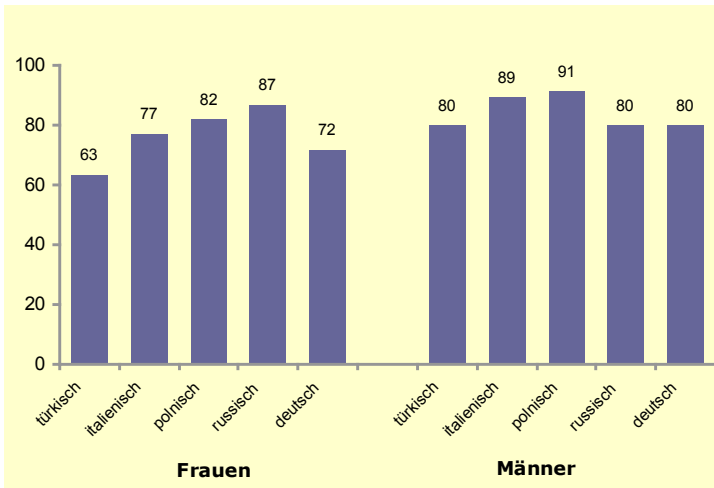
Partnerschaftliche Lebensformen

Wie aus Abb. 13.1.1 hervorgeht, lebt die Mehrzahl der selbständigen Migrantinnen und Migranten zusammen mit einem Lebenspartner in einem gemeinsamen Haushalt. So findet sich insbesondere unter Frauen russischer (13%) und polnischer Herkunft (18%) nur ein verschwindend geringer Teil „partnerloser“ Unternehmerinnen. Unter „einheimischen“ und italienischen Frauen leben immer noch drei von vier mit einem Partner zusammen (72% bzw. 74%). Überraschenderweise leben die von uns befragten Frauen türkischer Herkunft weitaus seltener mit einem Partner zusammen (63%) als die Migrantinnen anderer Herkunft.²⁰⁷ Allerdings haben wir auch bewusst nicht nach dem Familienstand sondern danach gefragt, ob die Unternehmerin „momentan“ mit einem Partner zusammenlebt, da in der Untersuchung die potenziell verfügbare Partnerunterstützung interessiert. Soweit ein Ehepartner u.U. vorübergehend an einem anderen Ort lebt, sei es in Deutschland oder in der Türkei, konnte dies nicht festgestellt werden.²⁰⁸

²⁰⁷ Die Überprüfung mit dem Mikrozensus fällt schwer, da hier die Fallzahlen noch kleiner als in unserer eigenen Erhebung sind. Mit Blick auf die größere Fallzahl an Selbständigen ohne Migrationshintergrund ergeben sich im Mikrozensus 74% Frauen mit einem Partner, weshalb der Wert in unserer Erhebung (72%) plausibel erscheint.

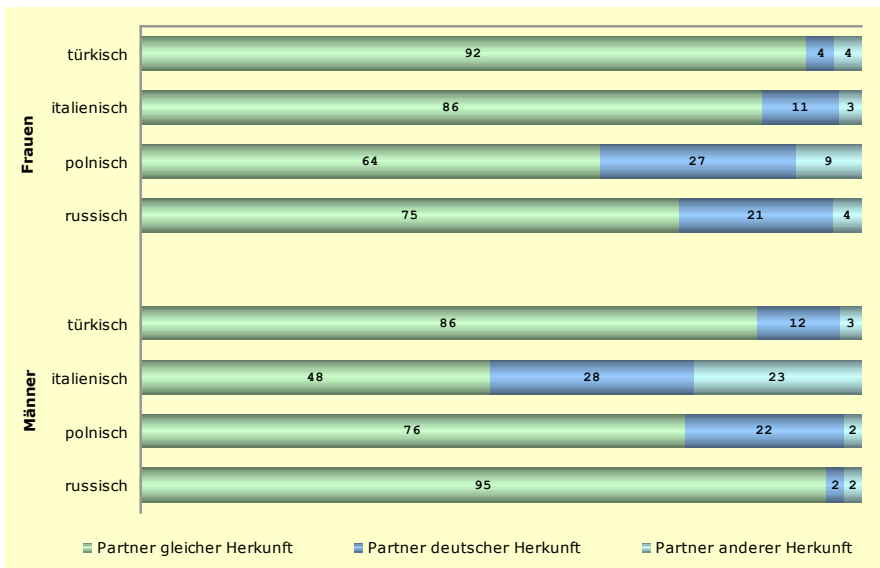
²⁰⁸ Zu fragen ist hier natürlich außerdem, ob die unterschiedliche Bedeutung der Lebensformen möglicherweise lediglich die Altersstrukturen in den Herkunftsgruppen widerspiegeln. Bspw. deswegen, weil die Selbständigen bestimmter Herkunftsgruppen jüngeren Alters sind und deshalb viele (noch) nicht mit einem Partner zusammen wohnen. Der Altersstrukturvergleich in Kapitel 8.2 untermauert zunächst diese Vermutung, zumindest mit Blick auf die Frauen türkischer und deutscher Herkunft. Mit einem Durchschnittsalter von 41 Jahren sind die Erstgenannten etwa 10 Jahre jünger als Frauen deutscher Herkunft (51 Jahre) und gleichzeitig im Schnitt auch 5 Jahre jünger als die Befragten in den anderen Gruppen. Erstaunliche Parallelen zeigen sich hingegen in der Altersverteilung zwischen Frauen und Männern, denn auch bei diesen finden sich unter den Türken die jüngsten (43 Jahre) und unter den Deutschen die ältesten (52 Jahre). Weiterführende Analysen (Tab. 13.1.3 im Anhang) zeigen jedoch, dass der vergleichsweise niedrige Anteil, der in einer Partnerschaft lebenden Türkinnen nicht allein auf deren jüngeres Alter zurückgeführt werden kann. In einem logistischen Regressionsmodell bleiben die signifikanten Unterschiede gegenüber anderen Migrantinnen auch dann bestehen, wenn das Alter der Befragten berücksichtigt bzw. statistisch kontrolliert wird.

Abb. 13.1.1: Anteil der Selbständigen, die „momentan“ mit einem Partner zusammenleben



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Abb. 13.1.2: Anteil interethnischer Partnerschaften¹ von Selbständigen



1) für Deutsche wurden keine Angaben zu interethnischen Partnerschaften erhoben

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Im Übrigen wird im Geschlechtervergleich zudem auch deutlich (Abb. 13.1.1), dass Männer und hierbei insbesondere solche mit Migrationshintergrund weit häufiger in einer Partnerschaft leben als ihre weiblichen Pendanten ($t=3,400$; $p=0,001$).

Interethnische Partnerschaften

Darüber hinaus interessiert an dieser Stelle vor allem, in welchem Umfang selbständige Migrantinnen sozusagen unter „ihresgleichen“ heiraten bzw. partnerschaftlich zusammenleben oder auch interethnische Beziehungen, z.B. mit Einheimischen, eingehen.²⁰⁹ Mit Blick auf die Verteilung in Abb. 13.1.2 machen sich deutliche Unterschiede zwischen den Gruppen bemerkbar: Nur ein verschwindend geringer Teil der in einer Partnerschaft lebenden türkischstämmigen Frauen hat einen deutschen Partner ohne Migrationshintergrund (4%). Etwas mehr finden sich unter den Italienerinnen (11%). Ein anderes Bild ergibt sich hinsichtlich der Partnerwahl der osteuropäischen Unternehmerinnen: Hier lebt im Durchschnitt jede vierte bis fünfte Frau (22%) mit einem deutschen Partner zusammen. In starkem Kontrast dazu stehen wiederum die Männer aus den russischen Gebieten, die nur sehr selten mit einer Deutschen zusammenleben, während Italiener generell den höchsten Anteil an gemischt-nationalen Beziehungen aufweisen.

²⁰⁹In der Befragung wurde nicht unterschieden zwischen ehelichen und nichtehelichen Lebensgemeinschaften.

Kinder im Haushalt

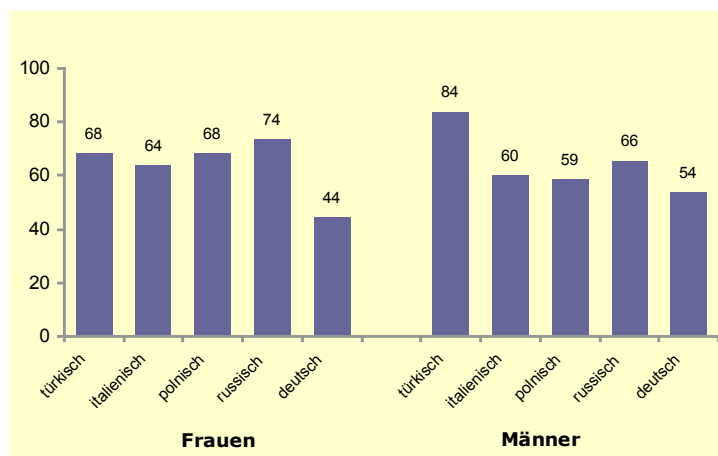
Viele der selbständigen Migrantinnen leben in ihrem Haushalt nicht nur mit Partner, sondern haben darüber hinaus Kinder zu versorgen (Abb. 13.1.4). Zwei Drittel der Unternehmerinnen mit Migrationshintergrund haben mindestens ein Kind im Haushalt, womit sie sich erheblich von den Frauen deutscher Herkunft unterscheiden, von denen nicht ganz die Hälfte Kinder im Haushalt hat. Dies ist ein Unterschied, der nicht nur durch Zufälligkeiten in der Stichprobe erklärbar ist ($t=4,845$; $p=0,000$).²¹⁰

Unterschiede zeigen sich auch im Vergleich der Geschlechter: Vor allem die Männer türkischer Herkunft heben sich mit einem Anteil von 84% an Haushalten mit Kindern von allen anderen hier betrachteten Gruppen ab, auch gegenüber den selbständigen türkischen Frauen. Unter russisch- und polnischstämmigen Frauen liegt der Anteil an „Kinderhaushalten“ hingegen um etwa 10% höher als unter den Pendanten männlichen Geschlechts, während er unter deutschstämmigen Frauen 10% niedriger liegt als unter deutschen Männern.

Höhere Belastungen durch Familienverantwortung, die immer noch eher die Frauen zu tragen haben, ergeben sich nicht allein dadurch, dass ein Kind im Haushalt lebt. Maßgeblich kann auch die Anzahl der Kinder sein, die versorgt werden müssen (Abb. 13.1.5 Anhang). Doch für die „Vereinbarkeitsfrage“ spielt letzteres – wie wir noch zeigen – keine so große Rolle.

Soweit Kinder im Haushalt leben, dominiert bei den selbständigen Frauen die Zweikindfamilie, während Mehrkindfamilien (3 Kinder und mehr) am häufigsten unter türkischstämmigen (27%) und italienischstämmigen (20%) Unternehmerinnen anzutreffen sind. Eine Ausnahme bilden die Selbständigen aus der russischen Föderation, bei denen fast jede zweite Frau nur ein Kind hat. Von diesem Muster weichen die „kinderreichen“ türkischstämmigen Männer ab: Einkindfamilien bilden unter diesen eine absolute Minderheit (17%), während gleichzeitig fast die Hälfte von ihnen (45%) mit drei und mehr Nachkommen im Haushalt lebt.

Abb. 13.1.4: Anteil der Selbständigen mit Kind(er) im Haushalt



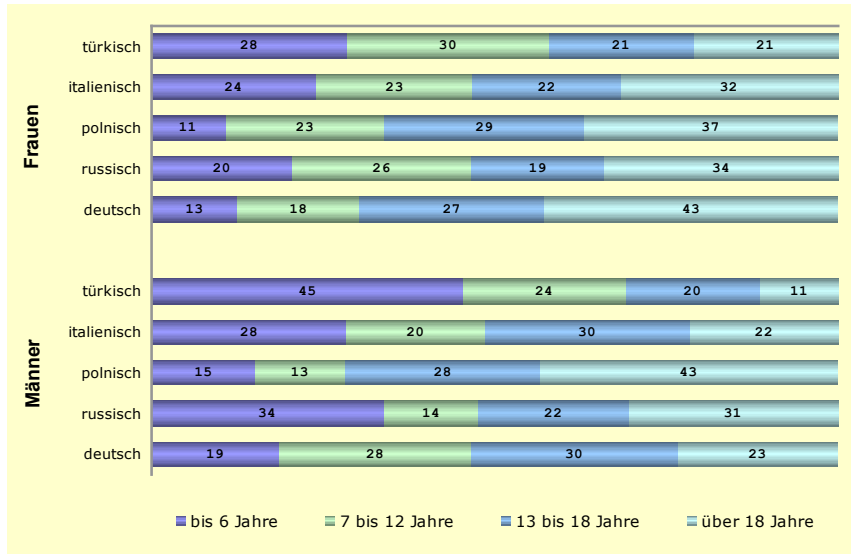
Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Ein zusätzlicher Indikator für das Gewicht des Familienfaktors und die Relevanz des Betreuungsproblems ergibt sich aus dem Alter der Kinder. Hohe zeitliche Belastungen für Frauen (und nach bisherigen Erkenntnissen weniger für Männer)²¹¹ resultieren vor allem aus der Versorgung von Kindern im Vorschulalter. Dies gilt umso mehr, wenn die Familienarbeit mit den Anforderungen der beruflichen Tätigkeit „unter einen Hut“ zu bringen ist. Hier mag die Ausübung einer beruflich selbständigen Erwerbsarbeit u.U. die nötigen Freiräume und Flexibilität verschaffen, um beide Sphären aufeinander abzustimmen. Einige Studien – insbesondere aus den angloamerikanischen Ländern – zeigen denn auch, dass unter Frauen mit kleinen Kindern die Gründungshäufigkeit zunimmt. Allerdings könnte eine Gegenthese lauten, dass die Versorgung von Kindern eher dazu führt, dass „auf der anderen Seite“ dann die Zeit zur Gründungsvorbereitung oder zur Ausübung einer unternehmerischen Tätigkeit fehlt. Vor diesem Hintergrund wird diese Frage an anderer Stelle näher untersucht (siehe im Folgenden).

²¹⁰ Auch hier zeigen Regressionsmodelle, dass die Altersunterschiede zwischen den Gruppen allein nicht ausschlaggebend für diese Differenz sind.

²¹¹ Statistisches Bundesamt 2003: Wo bleibt die Zeit? Die Zeitverwendung der Bevölkerung in Deutschland.

Abb. 13.1.6: Alter des jüngsten Kindes im Haushalt¹ (nach Altersklassen in %)



1) nur Befragte mit im Haushalt lebenden Kindern

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Berücksichtigt man ausschließlich das Alter des jüngsten Kindes bzw. nur diejenigen Haushalte mit Kindern unter 6 Jahren, finden sich unter türkischen (28%) und italienischen Unternehmerinnen (24%) die höchsten Anteile, während unter Frauen deutscher und polnischer Herkunft nur etwa jede zehnte Frau ein Kleinkind zu betreuen hat (Abb. 13.1.6). Frauen deutscher Herkunft haben zu einem höheren Anteil (43%) erwachsene Kinder, die noch im Haushalt leben (> 18 Jahre).

In allen Gruppen ist ein gegenüber den weiblichen Selbständigen leicht höherer Proporz an männlichen Selbständigen festzustellen, in deren Haushalt Kleinkinder (bis 6 Jahre) leben. Besonders stark fällt dieser Unterschied unter türkischen Selbständigen aus (45% Männer, 28% Frauen), und tritt auch unter Selbständigen russischer Herkunft deutlich zu Tage (34% Männer, 20% Frauen).

Doch wie verhält es sich nun mit der Kombination von partnerschaftlicher Lebensgemeinschaft und dem Vorhandensein von Kindern? Nicht alle in einer partnerschaftlichen Beziehung Lebenden haben Kinder, während andererseits die Existenz von Kindern auch nicht automatisch bedeuten muss, dass die Mütter oder Väter in einer Partnerschaft leben.

Erwartungsgemäß zeigt sich (Tab. 13.1.7), dass in allen Gruppen die traditionelle Familienform, d.h., eine Lebensgemeinschaft mit mindestens einem Kind, dominiert, allerdings in ganz unterschiedlicher Stärke: Sie findet sich unter den Frauen deutscher Herkunft erheblich seltener (38%) als bspw. unter russisch- 66%) oder polnischstämmigen (60%) Frauen. Ein Drittel der selbständigen deutschen Frauen lebt mit einem Partner aber ohne Kind, während der Anteil „kinderloser“ Paare unter den Migrantinnen weit niedriger bzw. bei rund einem Fünftel liegt oder wie bei den Türkinnen sogar noch geringer ausfällt.

Der Umstand, dass in unserem sample erstaunlich viele türkischstämmige Frauen Kinder haben, aber keinen „momentan“ im Haushalt wohnenden Lebenspartner, mag – wie auch der ungewöhnlich hohe Anteil Alleinstehender – auf Besonderheiten in der Beantwortung dieser Frage zurückzuführen sein.²¹²

²¹² Dies könnte – wie zuvor schon ausgeführt – in einigen Fällen auf dem Umstand beruhen, dass zwar eine (Ehe-)partnerschaft besteht aber der Vater des Kindes momentan woanders wohnt.

Tabelle 13.1.7: Lebensformen der Selbständigen nach Partner und Kind(er) im Haushalt

Herkunft	Alleinstehend ohne Partner, keine Kinder	mit Partner, keine Kinder	mit Partner, mit Kind(er)	Alleinerzieh. ohne Partner, mit Kind(er)	Gesamt
	in Prozent				
Frauen					
türkisch	22	10	53	15	100
italienisch	15	21	56	7	100
polnisch	9	22	60	10	100
russisch	6	21	66	8	100
deutsch	22	33	38	6	100
Männer					
türkisch	9	7	77	7	100
italienisch	17	23	57	3	100
polnisch	10	32	58	1	100
russisch	7	27	64	2	100
deutsch	18	29	51	2	100

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

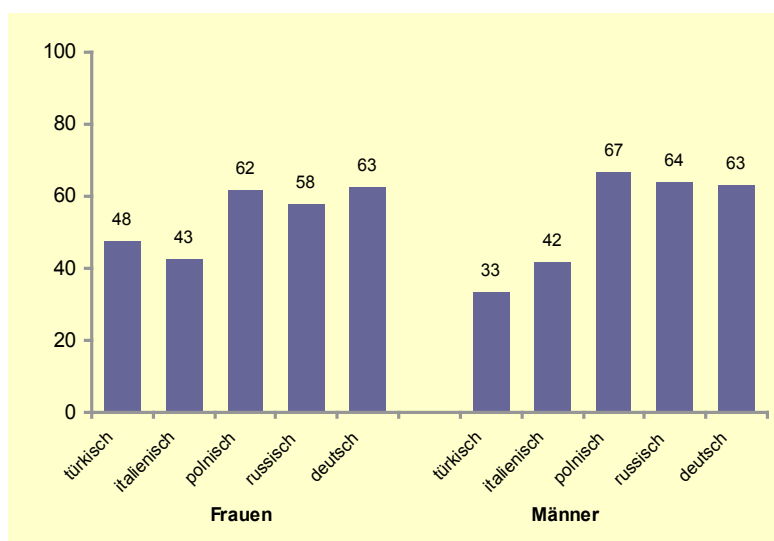
13.2 Familie: Stütze oder Hemmnis?

Der – auch im Vergleich mit den einheimischen Frauen – hohe Anteil an selbständigen Migrantinnen, die eigene und oft noch sehr junge Kinder haben, führt zu der Frage, wie sich die damit einhergehenden familiären Verpflichtungen mit der beruflichen bzw. unternehmerischen Tätigkeit vereinbaren lassen. Eine Lösung des Dilemmas könnte darin bestehen, dass die mit der Selbständigkeit erworbene Autonomie zur Anpassung der Arbeits- an die Kinderbetreuungszeit genutzt wird. Zu beachten ist allerdings, dass nicht jede unternehmerische Tätigkeit einen Flexibilitätsspielraum in zeitlicher und örtlicher Sicht eröffnet, da viele Selbständige auch an Termine, Öffnungszeiten oder restriktive Auftragsziele gebunden sind. Deshalb wurden die Unternehmer/innen danach gefragt, in welchem Maß sie ihre Arbeitszeit flexibel gestalten können.

Diesbezüglich werden deutliche Unterschiede ersichtlich (Abb. 13.2.1): während etwa drei von fünf der polnisch-, russisch- oder deutschstämmigen Frauen ihre Arbeitszeitgestaltung als sehr flexibel einschätzen, ist dies bei den italienisch- oder türkischstämmigen Frauen nur bei jeder zweiten der Fall. Dies ist ein Muster welches gleichzeitig auch bei den Männern erkennbar wird.

Abb. 13.2.1: Als Selbständige/r kann ich meine Arbeitszeit flexibel gestalten

(Anteil der Zustimmung „trifft zu“ oder „trifft voll und ganz zu“)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Weshalb bestehen so erhebliche Unterschiede? Eine von mehreren Ursachen kann in der Branchenwahl gesehen werden. So sind bspw. Betriebe im Gastronomiebereich oder im Handel an feste und regelmäßige Arbeits- und Öffnungszeiten gebunden, während in anderen und vor allem in vielen professionellen Dienstleistungsberufen Arbeitszeit und Arbeitsort oft in hohem Maße selbst bestimmt werden können. Diese These wurde mittels einer logistischen Regression (Tab. 13.2.2) empirisch überprüft und größtenteils verifiziert: So zeigen sich (im Vergleich zu der Referenzkategorie „Dienstleistungsunternehmen“) stark negative Effekte hinsichtlich der Möglichkeit einer flexiblen Arbeitszeitgestaltung, wenn die Selbständigkeit im Handel, Gastgewerbe oder im Baugewerbe ausgeübt wird. Darüber hinaus wird ein starker Arbeitszeiteffekt deutlich. D.h., die Möglichkeit flexibler Arbeitszeitgestaltung – unabhängig von der Branche – reduziert sich bei zunehmender Arbeitszeitbelastung (hier: wöchentliche Arbeitsstunden).

Abb. 13.2.2: Determinanten der flexiblen Gestaltung der Arbeitszeit von selbständigen Frauen (Logistisches Regressionsmodell)*)

Einflussfaktoren	Modell 1			Modell 2		
	Exp(B)	Standardfehler	Sig.	Exp(B)	Standardfehler	Sig.
Herkunft (Ref. Deutsch)			0,005			0,828
türkisch	0,55	0,26	0,018	0,77	0,287	0,370
italienisch	0,45	0,26	0,002	1,09	0,388	0,820
polnisch	0,97	0,28	0,904	0,91	0,299	0,741
russisch	0,82	0,26	0,454	0,83	0,282	0,522
Wirtschaftsbranche (Ref. Dienstleistungen)						
Verarbeitendes Gewerbe				1,41	0,555	0,538
Baugewerbe				0,33	0,578	0,057
Handel				0,43	0,302	0,005
Gastgewerbe				0,36	0,360	0,004
wöchentl. Arbeitszeit (ln)				0,52	0,206	0,002
Konstante	1,67	0,18	0,005	21,58	0,785	0,000

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

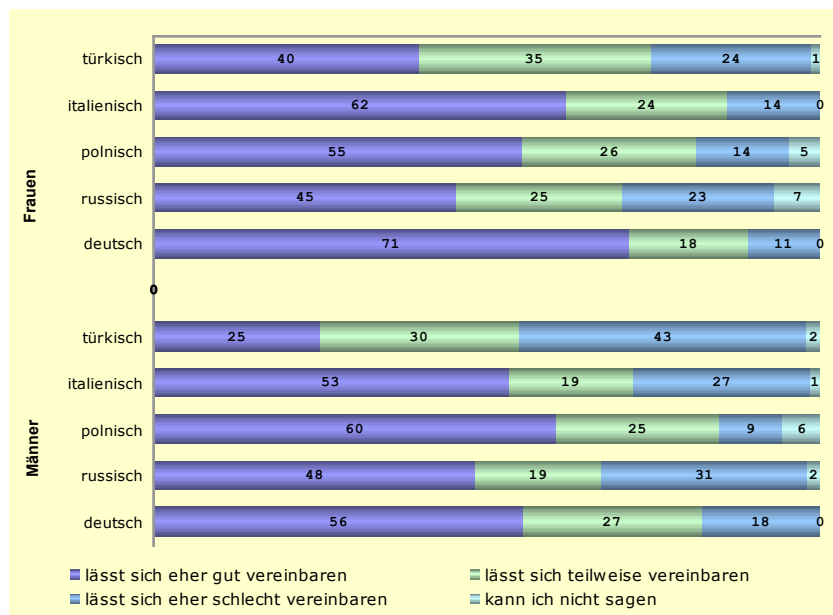
*) Abhängige Variable: Zustimmung zur Frage nach Nutzungsmöglichkeit.

In welchem Maße gelingt es selbständigen Migrantinnen mit sehr jungen Kindern die beruflichen Anforderungen und die Familienarbeit „unter einen Hut“ zu bringen. Hierzu wurden Frauen direkt auf die Vereinbarkeitsproblematik angesprochen und gefragt: „Lässt sich ihre berufliche Selbständigkeit mit familiären Verpflichtungen, wie Kinderbetreuung etc., eher gut, teilweise oder eher schlecht vereinbaren?“ Hier wurden nur Frauen mit Kindern befragt.

Im Vergleich zwischen Migrantinnen und Frauen deutscher Herkunft sind die ersteren in Bezug auf die Vereinbarkeitsproblematik schlechter dran ($t=3,484$; $p=0,001$). D.h., Migrantinnen sind weniger in der Lage, einen Ausgleich zwischen beruflichen und familiären Verpflichtungen herzustellen (Abb. 13.2.3). Unter türkischstämmigen Frauen sind es fast 60%, welche die Doppelbelastung nur „teilweise“ oder „schlecht“ bewerkstelligen können, unter russischstämmigen Frauen ist es etwa die Hälfte, während unter deutschen Frauen nur eine von fünf diesbezüglich Probleme hat. (Hier ist allerdings zu beachten, dass es sich um Frauen handelt, die bereits selbständig sind, wohingegen Familienverantwortung die Gründungsneigung von abhängig Beschäftigten anders beeinflussen kann; siehe auch Kapitel 15.3).

Natürlich sollte auch hier berücksichtigt werden, dass die Vereinbarkeit von Familie und Beruf von weiteren Faktoren abhängen könnte. Wie bereits gezeigt, haben die deutschstämmigen Frauen im Schnitt eher ältere Kinder, was die Betreuung einfacher macht. Ferner ist auch die Zahl ihrer Kinder geringer. Beide Faktoren können also die „Work-Life-Balance“ deutscher Frauen verbessern, zumal auch ihre wöchentlichen Arbeitszeiten (Abb. 13.2.4; Anhang) weniger belastend sind: Mit einer durchschnittlichen wöchentlichen Arbeitszeit von etwa 43 Stunden liegen diese zwar deutlich über dem Pensum von abhängig beschäftigten Frauen (vgl. Kapitel 11). Doch verglichen mit den selbständig erwerbstätigen Migrantinnen liegt diese Arbeitszeitbelastung am unteren Ende. Insbesondere Frauen italienischer (72 Std./Woche) und türkischer Herkunft (57 Std./Woche) verbringen deutlich mehr Zeit für ihre Berufstätigkeit als die Deutschen, was vermutlich aber auch durch die unterschiedliche Branchenwahl bedingt ist.

Abb. 13.2.3: Lässt sich ihre berufliche Selbständigkeit mit familiären Verpflichtungen, wie Kinderbetreuung etc., eher gut, teilweise oder eher schlecht vereinbaren?



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Zur Überprüfung der Hypothesen wurde ein ordinales Probitmodell zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf gerechnet (Tab. 13.2.5). Hierbei konnten die drei Stufen der Antwortvorgaben in ihrer ordinalen Form berücksichtigt werden (schlecht vereinbar < teilweise vereinbar < gut vereinbar). Doch die Hintergründe der unterschiedlichen Einschätzung zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie bei Frauen mit und ohne Migrationshintergrund können hierdurch nur teilweise beleuchtet werden, da auch nach Einführung der Erklärungsfaktoren signifikante Unterschiede zwischen Frauen türkischer bzw. russischer im Vergleich zu denen deutscher Herkunft bestehen bleiben.

Aus den Ergebnissen geht hervor, dass Frauen mit jüngeren Kindern (<6 Jahre) und mehr noch mit Kindern zwischen 7 und 12 Jahren größere Vereinbarkeitsprobleme haben als Frauen mit älteren Kindern. Dies dürfte weniger überraschen als der Befund, dass die Anzahl der Kinder im Haushalt hierbei keine wesentliche Rolle spielt. Ebenso ist es für die Vereinbarkeitsproblematik nicht von Relevanz, ob die Frau mit oder ohne Partner im Haushalt lebt, d.h., es gibt weder einen positiven „Entlastungseffekt“, noch einen negativen „Belastungseffekt“ durch das Zusammenleben mit einem Lebenspartner. Es kommt viel mehr darauf an, wie sich dieser engagiert. Andererseits schlagen sich hohe Arbeitszeitbelastungen in der Selbständigkeit negativ auf einen Ausgleich zwischen Familie und Beruf nieder, ebenso wie eine Tätigkeit im Bereich des Handels.

Tabelle 13.2.5: Determinanten der Vereinbarkeit von Familie und Beruf bei selbständigen Frauen (Ordinales Probitmodell)

Einflussfaktoren	Modell 1			Modell 2		
	Coef.	Standardfehler	Sig.	Coef.	Standardfehler	Sig.
Herkunft (Ref. deutsch)						
türkisch	-0,47	0,23	0,04	-0,44	0,24	0,06
italienisch	0,45	0,32	0,16	0,41	0,33	0,21
polnisch	-0,25	0,23	0,30	-0,22	0,24	0,36
russisch	-0,48	0,23	0,04	-0,47	0,23	0,04
Kinder (Ref. > 18 Jahre)						
bis 6 Jahre	-0,32	0,19	0,10	-0,45	0,20	0,02
7- 12 Jahre	-0,36	0,18	0,05	-0,45	0,19	0,02
13 – 18 Jahre	0,08	0,18	0,67	0,00	0,19	0,99
Anzahl Kinder im HH	0,09	0,10	0,35	0,09	0,10	0,38
Partner im HH	0,08	0,19	0,67	0,07	0,20	0,71
Arbeitszeit (in Std.)	-0,01	0,00	0,04	0,00	0,00	0,13
Wirtschaftszweig						
Baugewerbe	-0,37	0,38	0,33	-0,27	0,39	0,49
Gastgewerbe	-0,09	0,23	0,69	0,06	0,23	0,79
Handel	-0,64	0,26	0,01	-0,42	0,27	0,12
Flexible Arbeitszeit				0,25	0,04	0,00
Cut 1	-1,47	0,32		-0,57	0,36	
Cut 2	-0,64	0,31		0,33	0,36	

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Durch das zweite Modell (Abb. 13.2.5) wird allerdings deutlich, dass die Zeitsouveränität bei der Arbeitszeitgestaltung zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf wichtiger ist als nur kürzere Arbeitszeiten. Dies geht daraus hervor, dass durch die Hinzunahme des Faktors „flexible Arbeitszeitgestaltung“ im Modell 2 der Einfluss der „Länge der Arbeitszeit“ und auch von „Handel“ insignifikant wird. D.h., der zuvor negative Einfluss wird durch Kontrolle des „Flexibilitätsfaktors“ aufgehoben. Die Zeitsouveränität scheint also maßgeblicher als die Arbeitszeit.

14. Gründungsvorbereitung und Unterstützungsbedarf

Die Gründung eines Unternehmens ist mit hohen Risiken verbunden. Aus der amtlichen Statistik und der Gründungsforschung ist bekannt, dass ein hoher Anteil der Neugründungen bereits nach wenigen Jahren wieder schließen muss.²¹³ Die Ursachen des Scheiterns sind vielfältig. Neben persönlichen Eigenschaften, wie Risikobereitschaft und Selbstwirksamkeitsglaube, spielt vor allem die Ressourcenausstattung mit Human-, Finanz- und sozialem Kapital eine Rolle. Aber inwieweit eine Gründung am Markt bestehen kann, hängt genauso von einer sorgfältigen Planung und letztlich auch davon ab, in welchem Umfang bei der Umsetzung des Vorhabens auf eine externe Unterstützung, vor allem durch Information und adäquate Beratung, zurückgegriffen wird. Untersuchungen zeigen, dass sich eine gründliche Planung positiv auf den Erfolg und die Überlebenswahrscheinlichkeit neugegründeter Betriebe auswirkt.²¹⁴ Insbesondere Gründer/innen, die ihr Vorhaben durch einen Businessplan oder durch die Inanspruchnahme von Beratung unterfüttern, haben im allgemeinen mehr Erfolg als solche, die ihr Unternehmen ad hoc oder ohne systematische Vorbereitung starten und führen.²¹⁵

²¹³ Brüderl et al. 1996.

²¹⁴ Weber/ Jansen 2003; Kraus et al. 2007.

²¹⁵ Shane 2003; Weber/ Jansen 2003.

Die Entwicklung eines tragfähigen Konzepts ist in der Regel keine leichte Aufgabe, weshalb sich eigentlich bei vielen Selbständigen eine große Nachfrage nach Beratungs- und Unterstützungsleistungen ergeben müsste. Zur Gründung und Führung eines Unternehmens ist neben den berufs- und fachspezifischen Kenntnissen und Fertigkeiten zusätzlich strategisches Vorgehen und Wissen verlangt, welches im Rahmen der allgemeinen schulischen oder beruflichen Ausbildung i.d.R. nicht (oder selten) vermittelt wird. Dieses Wissen sollte von der Erstellung eines Businessplans über profunde kaufmännische Kenntnisse (Management Know-how) bis hin zu Kenntnissen über die Finanzierung, Markterkundung und Wettbewerbsanalyse usw. reichen. Bereits vorhandene Kenntnisse und mitgebrachte Erfahrungen müssen deshalb durch bedarfsorientierte Beratung und Betreuung komplementiert werden.

Die wenigen bislang vorliegenden Befunde zur Unternehmensplanung von Migrant(inn)en, insbesondere hinsichtlich der Inanspruchnahme von Beratung und Weiterbildung, lassen zunächst darauf schließen, dass Gründer/innen mit Zuwanderungsgeschichte seltener als „Einheimische“ professionelle Hilfe von Anderen in Anspruch nehmen.²¹⁶ Allerdings gibt es vereinzelt – je nach Stichprobe und untersuchter Gruppe – auch anderslautende Ergebnisse.²¹⁷ Dafür finden sich verschiedene und durchaus plausible Erklärungen: Da die Nachfrage nach Beratung auch eine Frage der Infrastruktur des Angebots ist, müssen die unterschiedlichen Befunde (erstens) vor dem Hintergrund variierender Angebotsformen und ggf. auch im Kontext der regionalen Disparitäten gesehen werden. Weitere Einflüsse ergeben sich (zweitens) aus der Tatsache, dass die Inanspruchnahme von bestimmten Förderleistungen, so etwa durch die Arbeitsagentur, oder der Zugang zu Krediten mit einem „Besuch“ fachkundiger Stellen und letztlich mit Beratung und Business-Planung verbunden ist. Auch hier dürften sich je nach Ort und Zeit sowie in Abhängigkeit von der Beschaffenheit der regionalen Arbeitsmärkte ein ganz unterschiedlicher Umfang an Beratungsteilnahmen ergeben. Hinzu kommt (drittens), dass die diversen Migrantengruppen natürlich nicht über den Kamm eines einheitlichen Informationsverhaltens geschert werden können. Durch die tendenziell steigende Zahl an Gründer/innen aus den ost- und mitteleuropäischen Ländern sind auch die Befunde zur Inanspruchnahme von Beratung „in Bewegung“. Denn einiges weist darauf hin, dass sich in Bezug auf die Konsultation von Behörden und öffentlichen Einrichtungen die Migranten aus Polen und Russland (darunter viele Aussiedler) von denen aus den ehemaligen Anwerbeländern unterscheiden.²¹⁸

Von Belang ist aber ohnehin nicht nur die Frage, ob die Gründungswilligen Beratung generell in Anspruch nehmen, sondern vor allem, bei welchen Stellen dies der Fall ist und welche Form und Qualität der Beratungsleistung damit einhergeht. Bisher finden sich nur wenige Informationen darüber, welches die relevanten Quellen der Informationsbeschaffung beim Start zur Gründung eines Unternehmens sind.

Mit Blick auf das Gründungs- bzw. Planungsverhalten von Frauen mit Zuwanderungsgeschichte ist noch weniger bekannt. Insgesamt liegen kaum Untersuchungen vor, in welchem Maße werdende Gründerinnen mit Migrationshintergrund öffentliche oder private Beratung in Anspruch nehmen oder ihr Vorhaben schriftlich fixieren (vgl. Kapitel 2.3).²¹⁹ Die Gestaltung von Maßnahmen zur effizienten Förderung und Sicherung von Existenzgründungen ist jedoch auf profundes Wissen darüber angewiesen, inwieweit Gründungen systematisch angegangen werden und welche Gruppen in welchem Umfang Beratung in Anspruch nehmen. Letztendlich geht es auch darum, den Beratungsbedarf zielgenau und gruppenspezifisch einschätzen zu können, um hieraus gezielt Förderangebote ableiten zu können.

14.1 Businessplan: Bereitschaft zur systematischen Gründungsplanung

Eine sorgfältige und erfolgversprechende Gründungsvorbereitung muss auf soliden und nachvollziehbaren Informationen aufbauen, weshalb die Ausarbeitung eines schriftlich fixierten Geschäftsplans meist unabdingbar ist. Ein „Businessplan“ bietet den Gründer/innen nicht nur selbst eine Entscheidungsgrundlage, sondern auch die Möglichkeit Andere von den Erfolgsaussichten des Vorhabens zu überzeugen. So ist auch bei der Kreditvergabe die Vorlage eines Geschäftsplans (siehe auch Kriterien von „Basel II“) eine zentrale Voraussetzung, genauso wie auch bei den meisten Förderinstitutionen eine adäquate Planungsgrundlage in

²¹⁶ Öksüz 2001; Aldag 2001; Leicht et al. 2004; Leicht/ Leiß 2007. Ausführlicher in Kapitel 2.3.

²¹⁷ Kohn/ Spengler 2007. Siehe Kapitel 2.3.

²¹⁸ Leicht et al. 2005.

²¹⁹ Die bereits erwähnte Studie im Raum Hannover (Hayen/ Unterberg 2008) untersucht zwar den Unterstützungs- und Beratungsbedarf, allerdings ohne gruppenspezifische Differenzierung. Eine andere, ebenfalls schon zitierte Studie in Berlin und im Ruhrgebiet (Jasper et al. 2008) fokussiert stärker auf die Frage, inwieweit die Beratungseinrichtungen dem Diversitätsanspruch gerecht werden können. Vgl. auch Bührmann et al. 2007.

schriftlicher Form von den Gründer/innen verlangt wird. Und nicht zuletzt sind auch die Beratungsstellen bei der Unterstützung auf „gut sortierte“ Informationen über das geplante Unternehmen angewiesen. Dies alles setzt voraus, dass die Frauen und Männer, mit oder ohne öffentliche Unterstützung, den Willen besitzen, ihr „Projekt“ genau zu beschreiben, zu kalkulieren und dementsprechend systematisch planend anzugehen.

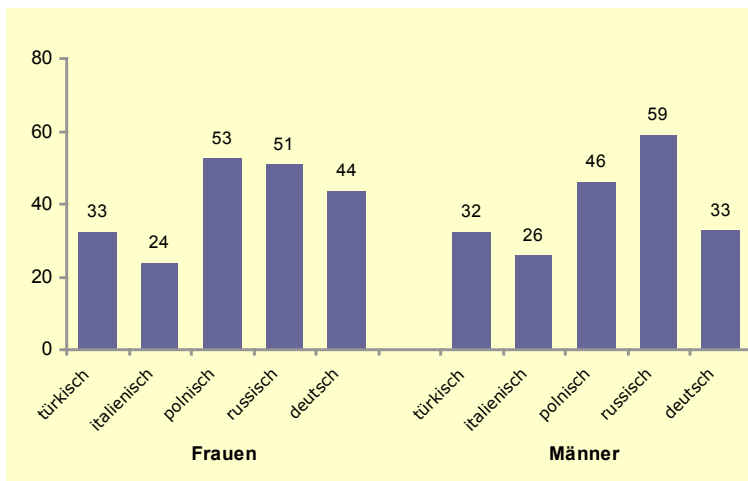
In dem schriftlich ausformulierten Businessplan muss das betriebswirtschaftliche Konzept des neu gegründeten Unternehmens dargelegt werden. Er umfasst zumeist die ersten drei bis fünf Jahre der geplanten Unternehmensentwicklung und dient im Kern der technischen und kaufmännischen Machbarkeitsprüfung für eine neue Geschäftsidee.²²⁰ Hierbei sollen nicht nur Stärken sondern auch Schwächen der Geschäftsidee aufgedeckt werden, was nicht zuletzt auch für externe Kapitalgeber eine wichtige Information darstellt (siehe oben).

Wie aus verschiedenen Studien hervorgeht, erhöht eine schriftliche Fixierung der Unternehmensziele sowie der erwarteten Ein- und Ausgaben die Performance und Überlebenswahrscheinlichkeit neugegründeter Unternehmen.²²¹ Allerdings gibt es hierzu auch kritische Stimmen: So sehen einige Autoren hierin „nur“ einen symbolischen Akt der Legitimation gegenüber externen Geldgebern. Das tatsächliche Verhalten der unternehmerisch tätigen Personen weicht zumeist erheblich von den Vorgaben und Plänen ab.²²²

Vor diesem Hintergrund interessiert, wie sich die Männer und Frauen unterschiedlicher Herkunft im Gründungsprozess vorbereitet haben, wobei die Erstellung eines schriftlichen Geschäftsplans natürlich nur einer von mehreren denkbaren Indikatoren für eine systematische Planung ist.

Abb. 14.1.1: Ausarbeitung eines schriftlichen Businessplans vor der Gründung

(Anteil der „Ja“- Antworten)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Mit Blick auf die Frage, ob für die Gründung des Unternehmens ein schriftlicher Businessplans erstellt wurde, werden erhebliche Differenzen zwischen den Herkunftsgruppen ersichtlich (Abb. 14.1.1). Während Frauen mit einem russischen oder polnischen Hintergrund sogar leicht häufiger einen Businessplan erstellt haben als Frauen deutscher Herkunft, schneiden Türkinnen und Italienerinnen in dieser Hinsicht deutlich schlechter ab ($t=5,117$; $p=0,000$). Ein fast identisches Muster ist auch bei Männern festzustellen, so dass es nicht verwunderlich erscheint, dass sich generell keine signifikanten Unterschiede zwischen der weiblichen und männlichen Population der jeweiligen Herkunftsgruppen zeigen ($t=0,665$; $p=0,506$).

Weiterführende multivariate Analysen (Tab. 14.1.2) bestätigen die naheliegende Vermutung, dass die schriftliche Ausarbeitung eines Geschäftsplans vor allem dann eine Rolle spielt, wenn die Gründung mit Hilfe externer Kapitalgeber durchgeführt wurde. Hier steigt die Wahrscheinlichkeit auf das Doppelte. In nur leicht schwächerer Stärke gilt dieser Befund auch für Gründer/innen, deren Versuch einen Kredit zu erhalten gescheitert ist. Außerdem muss von einem entscheidenden Einfluss des formalen Bildungsniveaus ausgegangen werden:

²²⁰Witt/ Merz 2005.

²²¹Jungbauer-Gans/ Preisendörfer 1992; Delmar/ Shane 2003; Willer 2007.

²²²Karlsson/ Honig 2008.

Gründer/innen mit Berufsabschluss oder abgeschlossenem Studium haben in der Regel 2,5 mal häufiger auf Basis eines Businessplans gegründet, als ihre Pendanten ohne Berufsabschluss. Zuletzt zeigen unsere Analysen aber auch, dass die Erstellung eines Businessplans ein Phänomen darstellt, welches in jüngerer Zeit durch die Anforderungen der Kreditgeber und anderer Förderinstitutionen immer stärker „obligatorisch“ wurde: Gründungen, welche nach dem Jahr 2000 vollzogen wurden, beruhen in etwa 2,6 mal häufiger auf einem Businessplan als die Gründungen die davor erfolgten.

Tab. 14.1.2: Determinanten einer Gründung mit oder ohne Businessplan (Logistisches Regressionsmodell)

Einflussfaktoren	Exp(B)	Standardfehler	Sig.
Herkunft (Referenz. Männer ohne MH)			
<u>Frauen</u>			0,006
türkisch	0,92	0,33	0,809
italienisch	0,96	0,35	0,907
polnisch	2,35	0,37	0,021
russisch	1,82	0,36	0,098
deutsch	1,50	0,31	0,193
<u>Männer</u>			
türkisch	1,28	0,34	0,479
italienisch	0,95	0,36	0,877
polnisch	2,13	0,36	0,038
russisch	2,96	0,38	0,004
Berufsabschluss (Ref. kein Berufsabschluss)			
Berufliche Ausbildung vorhanden	2,31	0,21	0,000
Studium abgeschlossen	2,42	0,22	0,000
Schulabschluss in Deutschland	1,47	0,18	0,033
Gründung nach 2000	2,57	0,14	0,000
Selbständig ohne Beschäftigte	0,80	0,16	0,152
Bankkredit (Ref. Kein Bankkredit)			
mit Kredit	2,00	0,17	0,000
Kredit abgelehnt	1,60	0,18	0,010
Konstante	0,10	0,36	0,000

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Zwar zeigen sich auch in der multivariaten Analyse herkunftsspezifische Unterschiede in der Bereitschaft einen Businessplan zu erstellen, doch (abgesehen vom Effekt bei den Männern russischer Herkunft) sind die Einflüsse unter Kontrolle der genannten Faktoren nicht mehr signifikant.

D.h., ob Migrantinnen und Migranten einen Businessplan erstellen oder nicht, hängt weniger von ihrem Geschlecht oder ihrer Herkunft sondern vor allem vom Niveau der formalen Bildung und von ihrem Kreditbedarf ab.

14.2 Grundsätzliche Einstellung zur Wissensaneignung

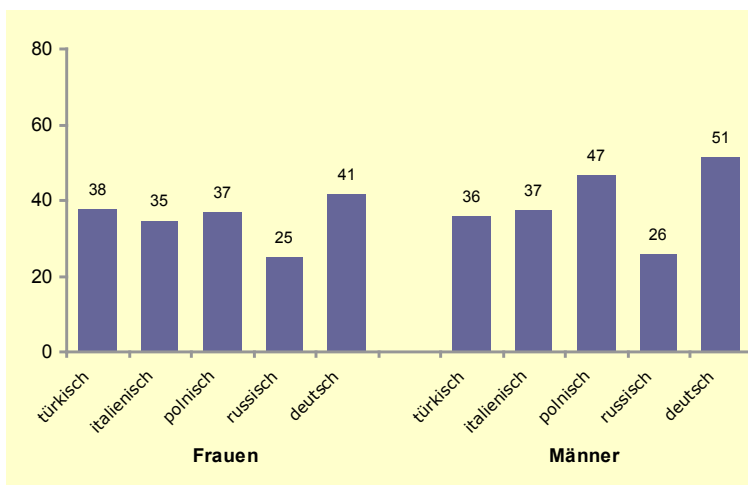
Bevor wir zum Thema „Gründungsberatung“ kommen geht es um die Frage, welche Einstellungen Unternehmer/innen bzw. Gründer/innen mit Migrationshintergrund gegenüber (öffentlichen) Beratungsangeboten, etwa hinsichtlich des Glaubens an den Nutzen oder die Notwendigkeit solcher Maßnahmen, haben. Vor dem Hintergrund früherer Befunde, welche zu dem Ergebnis kommen, dass viele Existenzgründer/innen mit Migrationshintergrund keine Beratung in Anspruch nehmen, interessiert, ob dies durch mangelnde Einsicht in die Notwendigkeit solcher Angebote hervorgerufen wird. Es ist anzunehmen, dass eine positive Einstellung gegenüber dem Nutzen und der Notwendigkeit der Beratungsangebote eine wesentliche Voraussetzung dafür schafft, dass Gründer/innen solche Angebote wahrnehmen.

Anhand einer Untersuchung der Klienten einer Existenzgründungsberatungsstelle in Hamburg kommt González (2003) zu dem Ergebnis, dass viele der Gründer/innen kaum Interesse an Beratung oder Weiterbildung haben, weil sie eigene Defizite und Fehler selbst nicht wahrnehmen oder auch zugestehen möchten. Ihre Lernbereitschaft ist entsprechend gering; nicht zuletzt auch, weil sie glauben, das Wissen anderer Personen nicht zu benötigen. González bezeichnet solche Gründer als „selbstgewisse Autodidakten“. Allerdings beschränken sich diese Ergebnisse auf Personen türkischer Herkunft und machen keine Angaben zu geschlechtsspezifischen Merkmalen oder migrantinnenspezifischen Besonderheiten.

In einem ersten Schritt wird deshalb der Frage nachgegangen, welche Einstellungen Migrantinnen und Migranten gegenüber externen Beratungsangeboten haben und welche Unterschiede hierbei zwischen verschiedenen Herkunftsgruppen vorzufinden sind.²²³

Abb. 14.2.1: Zustimmung zu „Kenntnisse für eine Gründung kann man sich selbst aneignen“

(Anteile in %)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Rund zwei Fünftel der Migrantinnen sehen keine Notwendigkeit die erforderlichen Kenntnisse zur Gründung eines Unternehmens durch das Wissen anderer Personen zu komplementieren (Abb. 14.2.1). Bei Migrant(inn)en aus der russischen Förderregion liegt dieser Anteil mit einem Viertel etwas niedriger. Allerdings unterscheiden sich hierbei Migrantinnen nicht wesentlich von Frauen deutscher Herkunft ($t=1,648$; $p=0,101$). Herkunftsspezifisch zeigt sich dieses Muster (mit etwas höherem Anteil bei den Polen) auch unter den Männern.

Ein überraschendes Ergebnis ist möglicherweise, dass nicht nur ein beachtlicher Teil der Migrantinnen und Migranten, sondern auch der Gründer/innen deutscher Herkunft keinen großen Wert auf das Wissen von Anderen legt. Denn auf Grundlage bisheriger Untersuchungen (allerdings nur unter Migranten) war anzunehmen, dass es eher die durchschnittlich geringer gebildeten Selbständigengruppen sind, die sich einer „Unterrichtung“ entziehen. Ansonsten wird davon ausgegangen, dass die Einsicht in die Notwendigkeit der Aneignung von Wissen zunächst ein hohes Maß an Bildung voraussetzt.²²⁴ Andererseits jedoch ist die Nähe oder Distanz zum Rückgriff auf externes Wissen natürlich nicht nur eine Frage der Allgemeinbildung, sondern auch des fachspezifischen Humankapitals der Gründerinnen. Zu vermuten ist, dass sich auch unter Hochqualifizierten, insbesondere in einigen Freien Berufen, die Meinung hält, der Prozess des Selbständigmachens erfordere zunächst nur Fachwissen und weniger betriebswirtschaftliches oder rechtliches Wissen.

²²³ Grundlage der nachfolgenden Auswertung bildet der Fragetext: Bleiben wir bei der Phase als Sie sich selbständig gemacht haben: Kann man sich eigentlich die notwendigen Kenntnisse für eine Gründung selbst aneignen oder braucht man dazu das Wissen von anderen Personen?

²²⁴ Mohr 1997.

Tab. 14.2.2: Determinanten einer positiven Einstellung gegenüber externer Wissensaneignung bei Migrantinnen (Logistisches Regressionsmodell)

Einflussfaktoren	Exp(B)	Standardfehler	Sig.
Bildung (Ref. Kein Schulabschluss)			0,271
Pflicht- oder weiterführende Schule	1,878	0,483	0,192
Studium in Deutschland	2,796	0,590	0,082
Studium im Herkunftsland	2,658	0,559	0,081
Herkunft (Ref. russisch)			0,222
türkisch	0,680	0,321	0,230
italienisch	0,817	0,401	0,616
polnisch	0,536	0,309	0,044
Wirtschaftsbereich (Ref. Dienstleistungen)			0,476
Verarbeitendes Gewerbe	2,916	1,094	0,328
Baugewerbe	4,112	1,078	0,190
Gastgewerbe	0,742	0,355	0,400
Handel	0,967	0,330	0,918
Konstante	1,324	0,548	0,608

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Mittels einer logistischen Regression wurde daher untersucht, von welchen Faktoren die Bereitschaft abhängt, sich dem Wissen von anderen, etwa von Beratungsinstitutionen, zu bedienen. Auf dieser Basis bzw. unter Kontrolle weiterer Einflussfaktoren zeigt sich (Tab. 14.2.2), dass Personen mit weiterführenden Schul- oder Berufsabschlüssen eher bereit sind, die Wissensaneignung durch externe Einrichtungen zu befürworten. Ansonsten weisen die mehrdimensionalen Analysen allerdings darauf hin, dass betriebliche Merkmale wie bspw. die Gründungsbranche oder die Größe des Betriebs diesbezüglich keine Rolle spielen.

14.3 Formen und Inanspruchnahme von Gründungsberatung

Es gibt vielerlei Faktoren, welche die Inanspruchnahme und den Erfolg der Gründungsberatung beeinflussen. Dazu zählen nicht nur die Einstellungen und Verhaltensweisen der gründenden Frauen und Männer mit und ohne Zuwanderungsgeschichte, sondern auch die Gestaltung der öffentlichen Informations- und Beratungsangebote. Zur besseren Einschätzung des Wirkungszusammenhangs wird zunächst ein kurzer Überblick zum institutionellen Aufbau der Gründungsberatung in Nordrhein-Westfalen und den Veränderungen der letzten Jahre gegeben:

Institutioneller Aufbau der Gründungsberatung in Nordrhein-Westfalen

2006 haben sich das Wirtschaftsministerium, die Handwerkskammern, die Industrie- und Handelskammern, die Kommunalen Spitzenverbände sowie die Wirtschaftsförderungseinrichtungen der Kommunen darauf verständigt, **STARTERCENTER in Nordrhein-Westfalen** einzurichten und damit die Gründungsberatung neu zu organisieren. Übergeordnetes Ziel dieser Reform ist es, die Zahl der Existenzgründungen und damit die Selbständigenquote, die in Nordrhein-Westfalen mit 10 % leicht unter dem Bundesdurchschnitt liegt, durch transparentere Gründungsberatung und vereinfachte Gründungsprozeduren zu erhöhen.

Bis zu diesem Zeitpunkt wurde in Nordrhein-Westfalen in etwa 250 Anlaufstellen für potenziell Gründungsinteressierte ein breites Spektrum unterschiedlicher Dienstleistungen mit unterschiedlicher Qualität angeboten. Mit den STARTERCENTERn NRW sollte dieses Angebot gebündelt werden. Die STARTERCENTER NRW sollen als „one stop shop“ betriebswirtschaftliche Beratung mit den erforderlichen Gründungsformalitäten zusammenführen und so eine Vereinfachung und auch Effizienzerhöhung durch integrierte Ablaufplanung bewirken. Eine neu entwickelte Software (Formularcenter) dient dazu, den Umfang schriftlicher Formalitäten erheblich zu reduzieren. Ein landesweit einheitliches Qualitätsniveau wird durch das Zertifizierungserfordernis gewährleistet.

Im Jahr 2006 entstanden erste STARTERCENTER NRW, bis Ende des Jahres 2008 waren es etwa 73 in Nordrhein-Westfalen. Meist wurden bestehende Kapazitäten bei den kooperierenden Organisationen zusammengeführt, weitergebildet und zertifiziert. Das STARTERCENTER NRW ist als „one stop shop“ der zentrale Zugang für alle gründungsinteressierten Gruppierungen, d.h., sowohl für Gründungen aus der Arbeitslosigkeit, technologieorientierte Gründungen, sowie Gründungen durch Frauen und Migranten sowie Migrantinnen.

Die Professionalisierung der Gründungsberatung ersetzt dennoch nicht die zielgruppenorientierte Ansprache. Derzeit kristallisiert sich demzufolge heraus, dass sich lokal bedarfsgerechte Profile der STARTERCENTER NRW durch entsprechende Mitarbeiter einerseits etablieren, andererseits die zielgruppenorientierte Ansprache durch Einsatz besonderer Vorbilder gelingt, z.B. die Mitarbeit erfolgreicher Gründerinnen mit Migrationshintergrund.

Modellhaft entwickeln sich derzeit „Stadtteilansätze“, in denen sich zielgruppenorientierte Beratungsstellen in Absprache mit den STARTERCENTERn NRW etablieren. Vorhandene Kompetenzen können so durch lokal orientierte Zusatzkompetenzen ergänzt werden, die z.B. in einer Anfangsphase beim STARTERCENTER NRW angesiedelt und von diesem finanziell unterstützt werden.

Da die Angebote der STARTERCENTER in Nordrhein-Westfalen noch im Aufbau sind, konnte und sollte auch nicht in Erfahrung gebracht werden, in welchem Maße sie durch welche Gründer/innen aufgesucht werden. Das Gros der Befragten hatte vor der Neugestaltung der Beratungslandschaft gegründet, weshalb in dieser Untersuchung das Feld „öffentlicher Beratung“ mehrere Einzelinstitutionen umfasst, die sich aber letztlich mit den STARTERCENTERn heutiger Prägung tendenziell decken (siehe im Folgenden). Prinzipiell können sich Gründer/innen „Beratung“ bei vielen Adressen und dabei in vielerlei Formen einholen. Hier wird daher zunächst auf die unterschiedlichen Quellen eingegangen, wobei wir uns anschließend hauptsächlich auf die öffentlichen Beratungsangebote und deren Inanspruchnahme konzentrieren.

Eine bislang in Forschung und Literatur strittige Frage ist, in welchem Umfang Gründer/innen mit Zuwanderungsgeschichte Beratungsangebote in Anspruch nehmen und wie sie sich diesbezüglich von Frauen und Männer deutscher Herkunft unterscheiden. Die Beurteilung des Informationsverhaltens von Migrant(inn)en ist u.a. wesentlich davon abhängig, welche Form der Beratung bzw. welche Beratungsquellen hier bewertet bzw. zugrunde gelegt werden. Nicht jede Beratung hat den gleichen Stellenwert. Sie kann von formeller und professioneller Natur sein oder auch informell über die Familie und über Bekannte erfolgen.

Welche Beratungsformen wählen die in Nordrhein-Westfalen gründenden Migrantinnen?

In den hier in Tab. 14.3.1 dargestellten Ergebnissen und Anteilswerten sind nur Personen einbezogen, die in irgendeiner Form Beratung in Anspruch genommen haben.²²⁵ Von den meisten wurde nicht nur eine einzige Institution zu Rate gezogen. Etwa die Hälfte (52%) der Beratenen holten sich bei mindestens zwei Institutionen Beistand. Die Mehrzahl griff dabei unter anderem auf professionelle Beratung im nicht-öffentlichen Bereich zurück. So nahm rund die Hälfte aller Migrantinnen (mit Beratung) die Hilfe einer Unternehmens-, Steuer- oder Rechtsberatung in Anspruch. Hierbei liegen die Anteile von Frauen aus Italien (62%) und Russland (58%) deutlich höher als die türkischer oder deutscher Herkunft (beide 45%).

Eine Beratung innerhalb des deutschen Verbandwesens, wie bspw. durch Unternehmer- und Fachverbände, wird hingegen von „einheimischen“ Frauen (27%) etwas öfter wahrgenommen als von Frauen mit Migrationshintergrund (15%; $t=2,051$; $p=0,076$). Keine nennenswerten Unterschiede ergeben sich (sieht man von den Frauen aus Polen und den Männern aus Russland ab) in Bezug auf die Beratung durch ein Kreditinstitut, weder in Bezug auf Unterschiede zwischen Migrantinnen und Deutschen noch zwischen Frauen und Männern generell. Beratungsstellen speziell für Frauen finden hingegen nur geringen Zuspruch, sei es weil diese Form der Beratung nicht gewünscht wird oder auch aus einer Unkenntnis über die Existenz dieser Beratungsstellen (siehe hierzu weiter unten).

²²⁵ Ergebnisse, welche die Gesamtheit der Unternehmer/innen in Betracht ziehen finden sich im Tabellenanhang.

Bei allem ist noch zusätzlich zu berücksichtigen, dass sich die oben dargestellten Werte in Bezug auf die einzelnen Beratungsformen stark verändern, wenn der Anteil an Beratungswilligen auf alle Selbständige (also einschließlich derer, die nicht beraten wurden) bezogen wird: In diesen Fällen sinken die Quoten beträchtlich und die Unterschiede zwischen den einzelnen Ethnien ebenfalls (Abb. 14.3.3 bis 14.3.10 im Anhang).

Tabelle 14.3.1: Inanspruchnahme von Beratungsangeboten nach Beratungseinrichtungen (nur Befragte mit Beratung)

	IHK / Handwerks- kammer	Bank, Sparkasse	Unter- nehmer-/ Fachver- bände	Untern.-/ Steuer-/ Rechts- berater	Arbeits- agentur oder Jobcenter	Beratungs- stelle für Existenz- gründer	Beratungs- stelle für Frauen	Andere Beratungs- stelle
Mehrfachnennungen (Prozent)								
Frauen								
türkisch	45	21	15	45	8	21	4	6
italienisch	40	22	12	62	10	9	7	3
polnisch	41	28	17	52	15	20	9	7
russisch	20	18	17	58	23	23	7	6
deutsch	27	18	27	45	2	20	5	5
Männer								
türkisch	41	20	24	56	20	15		7
italienisch	31	24	13	33	9	4		9
polnisch	19	23	16	42	16	12		14
russisch	34	27	19	66	13	24		3
deutsch	36	17	22	42	14	17		3
Gesamt	33	22	18	51	13	17	4	6

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Jenseits der Betrachtung von Einzelergebnissen stellen sich natürlich zwei eher übergeordnete Fragen, die wir nachfolgend behandeln: Zum einen geht es darum, ob denn die Gründer/innen mit Zuwanderungsgeschichte – aber insbesondere die Frauen – eher seltener oder eher häufiger Beratung in Anspruch nehmen. Zum anderen interessiert der Geschlechtervergleich.

Nehmen Migrant(inn)en seltener oder häufiger eine Gründungsberatung in Anspruch?

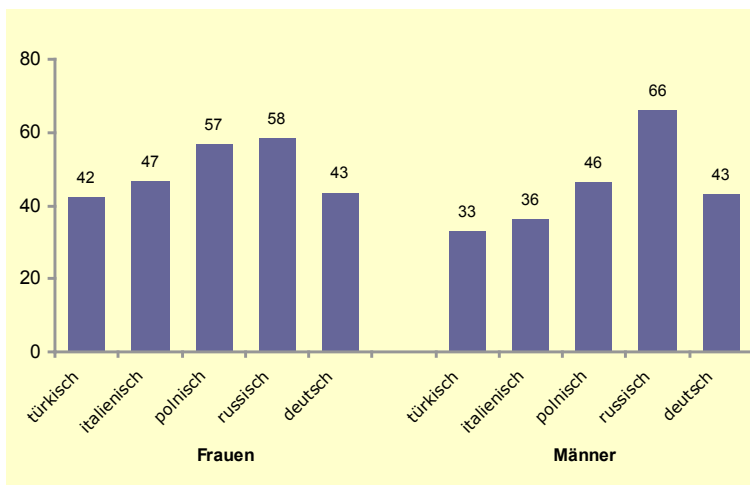
Bereits aus den zuvor dargestellten Einzelergebnissen ist abzulesen, dass Migrant(inn)en in Bezug auf die meisten Beratungsquellen und -formen keine geringere, sondern sogar eine leicht höhere Teilnahmequote aufweisen. Doch diese Feststellung ist bei näherer Betrachtung mit vielen Einschränkungen und Relativierungen verbunden. Um die Beratungsneigung insgesamt beurteilen zu können ist zunächst danach zu fragen, welche Gründer/innen denn überhaupt mindestens eine Form der Beratung in Anspruch genommen haben. Zweitens ist danach zu differenzieren, ob es sich um die Inanspruchnahme eines öffentlichen Beratungsangebots handelt, da nur hierüber auch politische Steuerungen möglich sind. Und drittens ist danach zu fragen, inwieweit es sich um selbstgesteuerte oder aber um obligatorische Beratung handelt.

1. Generelle Teilnahme: Mindestens eine Form der Beratung

Welche Gruppen erfüllten in welchem Umfang die Mindestanforderung, sich wenigstens für eine der möglichen Beratungsformen zu entscheiden? Schon diesbezüglich ist festzustellen, dass sich kaum Aussagen für die Gesamtheit der Migrant(inn)en treffen lassen, da die herkunftsspezifischen Unterschiede doch sehr auffällig sind: D.h., je nach Gruppe haben zwischen zwei und drei Fünftel der Gründer/innen überhaupt keine Form der Beratung in Anspruch genommen. Oder umgekehrt betrachtet: Die Anteile derer, die sich mindestens eine Form der Beratung ausgesucht hatten, liegen bei den Gründerinnen türkischer und deutscher Herkunft in etwa gleich auf (mit 42% bzw. 43%), während die Frauen aus Polen und Russland mit 57% und 58% an der Spitze liegen. Die Italienerinnen liegen mit 47% dazwischen (Abb. 14.3.2).

Abb. 14.3.2: Inanspruchnahme von mindestens einem Beratungsangebot in der Gründungsphase (alle Befragten und alle Formen und Institutionen der Beratung)

(Anteil der „Ja“-Antworten)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Trotz des gruppenspezifisch sehr heterogenen Verhaltens lassen sich diese Ergebnisse nicht so leicht mit bisherigen Beobachtungen in Einklang bringen. Jedoch ist das ansonsten²²⁶ aus einzelnen Beobachtungen bekannte Bild einer im Vergleich zu Deutschen geringeren Beratungsbereitschaft von Migrant(inn)en u.a. darauf zurückzuführen, dass dort zum einen nur die Angehörigen der Anwerbeländer betrachtet wurden und zum anderen, mangels Geschlechterdifferenzierung, vor allem die Männer. Denn diese dominieren in der Gesamtschau aufgrund ihrer zahlenmäßig starken Präsenz die Ergebnisse. Dies lässt sich auch mit den Daten für Nordrhein-Westfalen nachvollziehen: Unter den Männern liegt die Beratungs-Teilnahmequote von türkisch- und italienischstämmigen Gründern niedriger als bei den Deutschen. Höher liegt die Quote bei den Osteuropäern, die in vorherigen Studien i.d.R. noch wenig Berücksichtigung fanden.²²⁷ D.h., auf dieser Seite bzw. bei den Männern findet sich (leider) das gewohnte Bild.

2. Teilnahme an öffentlicher Beratung

Dieses Muster ändert sich aber ohnehin, wenn nur die Inanspruchnahme eines öffentlichen Beratungsangebots berücksichtigt wird (Abb. 14.3.11a).

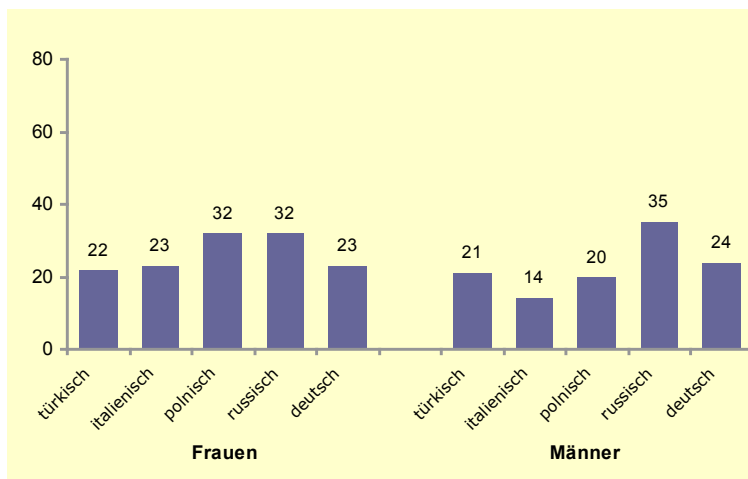
Hier ist zunächst generell festzuhalten, dass das Niveau der Partizipation insgesamt sehr niedrig ist, da nur ein geringer Anteil der Migrantinnen und Migranten öffentliche Beratungsangebote in Anspruch nimmt. Bei den Frauen türkischer (22%) und italienischer Herkunft (23%) ist dies weniger als jede vierte Gründerin, die eine öffentliche Beratungseinrichtung aufsuchte, wohingegen Frauen russischer und polnischer Herkunft (jeweils 32%) sich etwas häufiger beraten ließen.

²²⁶ Darunter auch eine eigene Untersuchung auf Bundesebene (Leicht et al. 2004).

²²⁷ Allerdings wurde bereits in der BMWA/BAMF-Studie des ifm (Leicht et al. 2005) festgestellt, dass die russlanddeutschen Selbständigen eine überdurchschnittlich hohe Teilnahmequoten haben. Vgl. auch Kapitel 2.3.

Abb. 14.3.11a: Inanspruchnahme öffentlicher Beratungsangebote¹ in der Gründungsphase

(Anteil der „Ja“- Antworten)

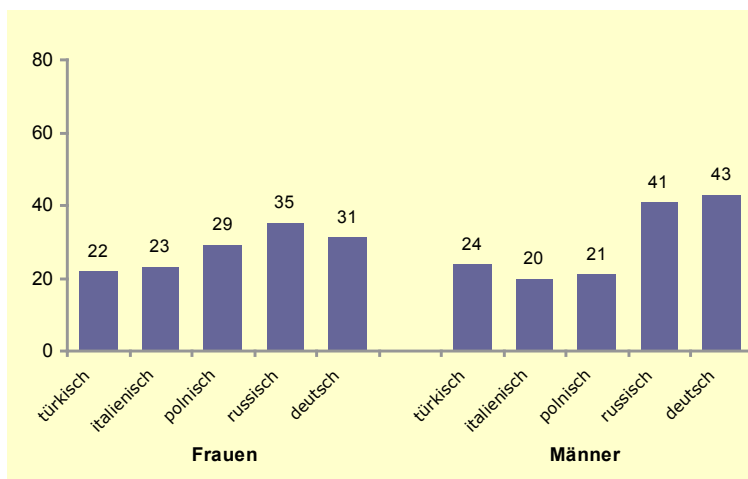


1) unter öffentlichen Beratungsangeboten wurden IHK, Handwerkskammer, Unternehmer-/Fachverbände, Beratungsstelle für Existenzgründer, Arbeitsagentur oder Jobcenter und Beratungsstelle für Frauen zusammengefasst.

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Abb. 14.3.11b: Inanspruchnahme öffentlicher Beratungsangebote¹ bei „jüngeren“ Gründungen (nach dem Jahr 2000)

(Anteil der „Ja“- Antworten)



1) unter öffentlichen Beratungsangeboten wurden IHK, Handwerkskammer, Unternehmer-/Fachverbände, Beratungsstelle für Existenzgründer, Arbeitsagentur oder Jobcenter und Beratungsstelle für Frauen zusammengefasst.

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Was besagt der herkunftsspezifische Vergleich? Letztendlich zeigen sich in dieser Betrachtungsweise keine wesentlichen Unterschiede zwischen den Frauen türkischer, italienischer und deutscher Herkunft (letztere 23%). Es sind vor allem die Frauen aus Russland und Polen, die sich von dem Niveau der Beratungsbereitschaft deutscher Frauen positiv unterscheiden. Ein wenigstens in Teilen ähnliches Bild zeichnet sich auch mit Blick auf die Männer ab: Dort nehmen die Deutschen aber immerhin schon den zweiten Rang ein.

Die Inanspruchnahme von Beratungsleistungen ist aber genauso eine Frage des Gründungszeitpunkts: Die Anzahl und Sichtbarkeit gründungsfördernder Institutionen hat gerade seit den 90er Jahren einen erheblichen Zuwachs erfahren. Insofern interessiert, in welchem Maße neuere Gründungen an den Beratungsleistungen partizipieren. Betrachtet man daher nur Unternehmen, die nach dem Jahr 2000 gegründet wurden (Abb. 14.3.11b), zeigen sich erhebliche niedrigere Beratungsquoten von türkischen und italienischen Migrantinnen im Vergleich zu Frauen deutscher Herkunft.

Vergleicht man diese Ergebnisse mit den vorherigen, so ist dies weniger ein Resultat einer geringeren Beratungsanspruchnahme von Migrantinnen in neuerer Zeit, sondern vielmehr dadurch bedingt, dass der Beratungsanteil der Deutschen bei neueren Gründungen erheblich höher liegt als unter den älteren. Dies ist vor allem auch bei den Männern der Fall. Hieraus lässt sich schließen, dass die deutschen Gründer/innen erheblich mehr an dem Zuwachs an Beratungsinstitutionen in neuerer Zeit partizipieren, als ihre Pendanten mit ausländischem Pass oder mit Zuwanderungsgeschichte.

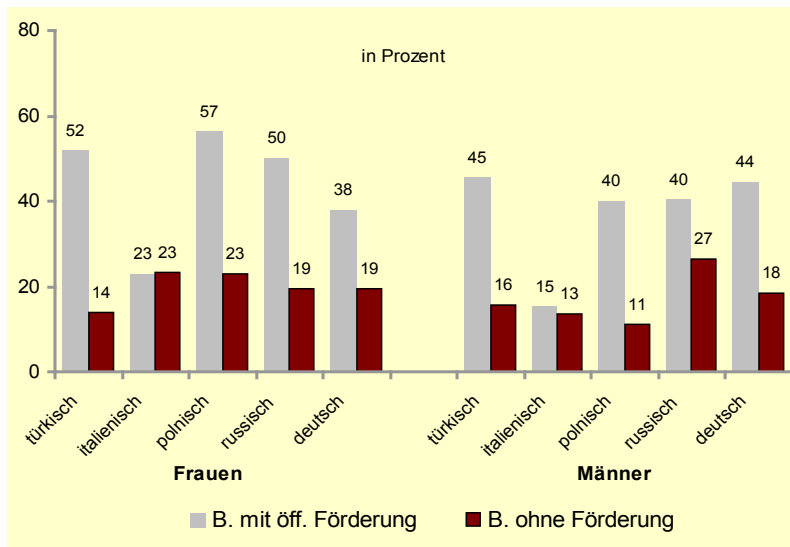
Hiervon weichen allerdings Personen mit russischem Migrationshintergrund erheblich ab: Mit Beratungsquoten von 35% bei den Frauen und 41% bei den Männern liegen diese in etwa gleichauf mit den Gründer/innen deutscher Herkunft.

3. Teilnahme an „obligatorischer“ Beratung

Der zumindest in der Gesamtschau doch relativ starke Beratungsbedarf der osteuropäischen Frauen ist allerdings vor dem Hintergrund zu sehen, dass sie weit häufiger als andere mit Fördermitteln der Bundesanstalt für Arbeit (z.B. Gründungszuschuss, Einstiegsgeld) und anderen Institutionen gründeten und sich allein schon deshalb einer Beratung oder zumindest einem „Orientierungsgespräch“ unterziehen mussten. Im Interview ist natürlich nicht zu klären, welche Tiefe und Qualität die in Anspruch genommene Beratung hatte. Aber allein schon eine Differenzierung nach Frauen, die mit oder aber ohne öffentliche Fördermittel gründeten zeigt den enormen Einfluss dieses Faktors (Abb. 14.3.12).

Abb. 14.3.12: Inanspruchnahme öffentlicher Beratungsangebote durch geförderte Gründer/innen

(Anteil der „Ja“- Antworten)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Werden nur diejenigen betrachtet, die keine öffentliche Förderung erhielten, schrumpft die Beratungsquote in allen Gruppen beträchtlich. Dann liegt der Anteil der Frauen, die öffentliche Beratung in Anspruch genommen haben, nur noch zwischen einem Fünftel und einem Viertel. Vor allem das Beratungsverhalten der Gründerinnen türkischer Herkunft variiert stark mit dem Förderkontext. Dies trifft aber auch auf die polnisch- und russischstämmigen Frauen zu. Zumindest die Frauen türkischer und russischer Herkunft sind in starkem Maße von Arbeitslosigkeit betroffen (vgl. Kapitel 4.2), weshalb es auch plausibel erscheint, dass diese Gruppen vergleichsweise häufig auf Mittel der Bundesagentur für Arbeit zurückgreifen.²²⁸

²²⁸ Es kann sich allerdings auch um andere Fördergelder, etwa der KfW handeln. Allerdings wurde sehr explizit nach BA-Förderung gefragt. Die Frage lautete: „Haben Sie bei der Gründung Ihres Unternehmens Fördergelder z.B. einen Gründungszuschuss, Ich-AG, Überbrückungs- oder Einstiegsgeld erhalten?“ Dies war immerhin bei einem Viertel der türkisch- und polnischstämmigen Frauen (24% bzw. 25%) und bei 41% der Frauen aus Russland der Fall.

Nehmen gründende Frauen seltener oder häufiger als Männer eine Beratung in Anspruch?

Die Frage nach den geschlechtsspezifischen Unterschieden in der Inanspruchnahme von Gründungsberatung wurde mehr oder weniger implizit mit der vorherigen Diskussion beantwortet, ohne die Diskrepanzen aber gesondert herauszustellen. Hierzu muss gezielt das Beratungsinteresse der Frauen einzelner Herkunftsgruppen mit dem Verhalten ihrer männlichen Landsleute verglichen werden.

Kurz zusammengefasst zeigt sich, dass zumindest die türkisch-, italienisch- und polnischstämmigen Frauen in Bezug auf alle Beratungsformen tendenziell eher besser als ihre männlichen Pendanten abschneiden. Lediglich bei den Frauen und Männern aus der russischen Föderation zeigt sich eine etwas andere Richtung. Doch insgesamt betrachtet halten sich die geschlechtsspezifischen Diskrepanzen in Grenzen. D.h., Frauen und Männern kann kein unterschiedliches Beratungsverhalten zugeschrieben werden, zumindest was den Umfang der Nachfrage nach Leistungen betrifft.

14.4 Beurteilung der Gründungsberatung (Sicht der Gründer/innen)

Nach den bis hierher beobachteten quantitativen Unterschieden interessieren im Folgenden vor allem qualitative Fragen der Beratungssuche. Wie zufrieden waren die Migrantinnen und Migranten mit der Gründungsberatung? Diesbezüglich können natürlich nur jene Frauen und Männer in Betracht gezogen werden, die irgendeine Beratungseinrichtung aufgesucht haben.

Es zeigt sich, dass die in Anspruch genommenen Beratungsleistungen tendenziell positiv bewertet werden (Abb. 14.4.1). Der Anteil an Migrantinnen welche das Beratungsergebnis als „wenig hilfreich“ oder „überhaupt nicht hilfreich“ erachten liegt lediglich zwischen 8% (russische Herkunft) und 17% (türkische Herkunft). Andererseits wiederum wird aber auch nicht von allen Gründerinnen volle Zufriedenheit signalisiert: Die höchste Stufe der Zufriedenheit („sehr hilfreich“) wurde nur von jeder fünften Italienerin (22%) und nur von jeder vierten türkischstämmigen Frau (28%) vergeben. Dieses Ergebnis wird sich auch in nachfolgend beschriebenen Ergebnissen teilweise widerspiegeln.

Frauen russischer (34%) und polnischer (43%) sowie auch deutscher Herkunft zeigen sich allerdings etwas zufriedener. Letztendlich erachtet die überwiegende Mehrheit der ethnischen Gründerinnen die Beratung als „teilweise hilfreich“ oder „hilfreich“. Dieses „Sowohl-als-Auch-Ergebnis“ kommt auch anhand der Mittelwerte (Abb. 14.4.2; Anhang) zum Ausdruck, die nicht unbedingt befriedigend erscheinen und was durchaus als Indiz dafür zu werten ist, dass die Beratungsleistungen noch weiter verbessert werden könnten.

Abb. 14.4.1: „Wie hilfreich war die Beratung für Sie?“

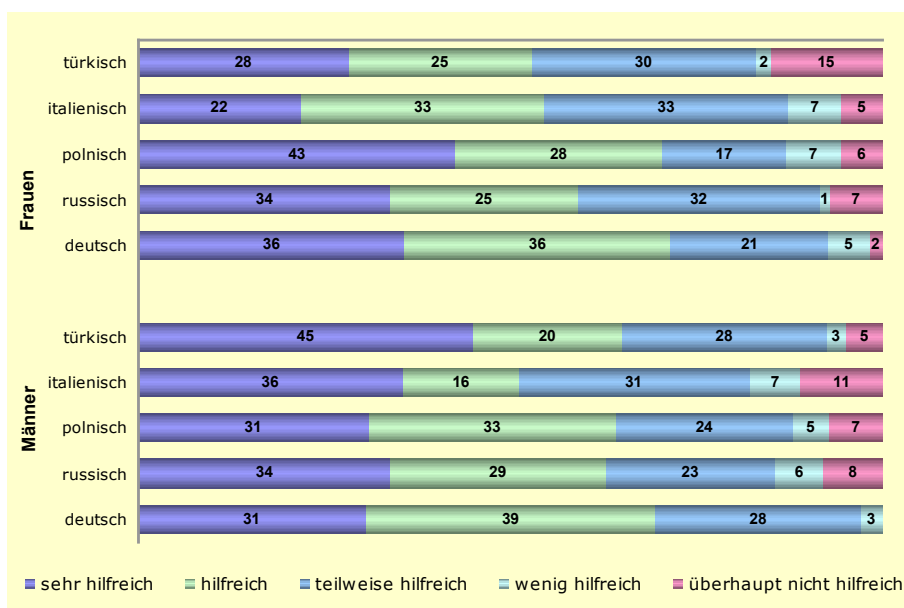


Tabelle 14.4.3: Determinanten der Zufriedenheit mit der Gründungsberatung (Ordinales Probit-Modell)

Einflussfaktoren	Modell Frauen			Modell Männer		
	Coef.	Standardfehler	p	Coef.	Standardfehler	p
Herkunft (Ref. deutsch)						
türkisch	-0,389	0,211	0,065	0,101	0,252	0,689
italienisch	-0,449	0,211	0,034	-0,248	0,244	0,309
polnisch	0,014	0,213	0,949	-0,195	0,249	0,433
russisch	-0,225	0,201	0,264	-0,247	0,230	0,283
Beratungseinrichtungen						
IHK / Handwerkskammer	-0,425	0,158	0,007	-0,251	0,198	0,204
Bank, Sparkasse	0,137	0,188	0,467	0,002	0,211	0,993
Unternehmer-/ Fachverbände	-0,278	0,188	0,138	-0,066	0,214	0,758
Unternehm.-/Steuer-/ Rechtsberater	-0,223	0,151	0,140	0,101	0,178	0,571
Arbeitsagentur oder Jobcenter	-0,113	0,222	0,610	-0,487	0,243	0,045
Beratungsstelle für Existenzgründer	-0,554	0,200	0,006	0,501	0,230	0,029
Beratungsstelle für Frauen	0,115	0,292	0,693			
sonst Beratungsstelle	-0,065	0,344	0,851	0,458	0,417	0,272
Anzahl der aufgesuchten Beratungseinrichtungen						
2 oder mehr	0,514	0,224	0,022	0,120	0,278	0,665

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Ein herkunftsspezifischer Effekt hinsichtlich der Zufriedenheit mit den Beratungsangeboten lässt sich durch weiterführende Analysen (ordinale Probitmodelle) identifizieren (Tabelle 14.4.3): Insbesondere italienische und türkische Gründerinnen sind mit den Beratungsangeboten signifikant weniger zufrieden als Frauen deutscher Herkunft. Ein Effekt, der allerdings im Modell nur bei Frauen zu Tage tritt, nicht im Modell für Männer. Die Zufriedenheit polnischer und russischer Migrantinnen unterscheidet sich hingegen nicht signifikant von derjenigen deutscher Gründerinnen.

Im multivariaten Modell konnte überprüft werden, ob die Inanspruchnahme ganz bestimmter Beratungseinrichtungen einen Einfluss auf die Zufriedenheit hat. Etwas unzufriedener zeigen sich jene Frauen, die bei der IHK bzw. Handwerkskammer oder in einer sonstigen öffentlichen Beratungsstelle für Existenzgründer²²⁹ beraten wurden. Allerdings scheint sich hierin eine „frauenspezifisches“ Problem bei der Unzufriedenheit mit den Beratungsleistungen der Kammern widerzuspiegeln. Mit Blick auf die Männer zeigt sich jedenfalls kein vergleichbarer Zusammenhang. Bei diesen werden die allgemeinen Beratungsstellen für Existenzgründer sogar mit höherer Zufriedenheit bedacht. Verständlicher wird dieses Ergebnis vor dem Hintergrund der nachfolgend erläuterten Befunde, wenn es bspw. um die Frage des Bedarfs an migranten- oder frauenspezifischer Gründungsberatung geht (vgl. Kapitel 14.5 und 14.6).

Gleichzeitig wird deutlich, dass Frauen, die mehr als eine Beratungsinstitution aufsuchten, die Beratung insgesamt als deutlich hilfreicher einschätzen als solche, die sich nur von einer Institution beraten ließen. Dies ist ein Effekt der ebenfalls nicht bei Männern feststellbar ist. Pikanterweise läuft dieser Befund manchen Bestrebungen zuwider, die Beratungsleistungen stärker auf die „One Stopp Shops“ zu konzentrieren, wenn gleich die Gründer/innen natürlich auch von dort weitergereicht werden – was sich auch als vorteilhaft erweisen kann.

²²⁹ Darunter auch die STARTERCENTER, wobei diese erst seit 2006 eingerichtet sind, weshalb nur wenige der befragten Gründer/innen ein solches aufgesucht haben dürften.

²³⁰ González 2003; Leicht et al 2004 und 2006.

14.5 Ursachen der Beratungsabstinenz

Die bei einem beachtlichen Teil der Gründer/innen sichtbar gewordene Distanz gegenüber einschlägiger Beratung lässt natürlich die Frage aufkommen, welche Ursachen diesem Phänomen zugrunde liegen. Es gibt bisher kaum Untersuchungen, mit welchen – wie mit der vorliegenden – die Chance bestand, auch diejenigen nach den Umständen ihres Verhaltens zu befragen, die im Gründungsprozess keine Beratungsstelle aufgesucht hatten. Aber gerade auf die Haltungen und Einschätzungen in dieser Gruppe kommt es an, wenn die Partizipation an Beratung mit entsprechenden Maßnahmen erhöhen möchte.

Bereits in einer vorhergehenden Studie wurde gezeigt, dass Gründer/innen oftmals deshalb keine Beratung in Anspruch nehmen, weil sie der Überzeugung sind, selbst über das notwendige Wissen zu verfügen.²³⁰ D.h., die Beratungsabstinenz beruht auf einer großen Portion Selbstgewissheit oder gegebenenfalls auch auf einer Selbstüberschätzung. Viele fühlen sich offenbar kompetent genug um auf Beratungsleistungen verzichten zu können. Hierbei spielt nicht selten die Qualifikation der Gründer/innen eine entscheidende Rolle, denn es sind oft die Geringqualifizierten, die seltener auf eine Beratung oder Weiterbildung zurückgreifen, da die Einsicht in den Nutzen von Wissen bzw. Beratung bereits ein ausreichendes Maß an Bildung voraussetzt (vgl. Kap. 14.2). Zum anderen muss aber auch ein gewisses Misstrauen gegenüber öffentlichen Institutionen und das Fehlen migrantenspezifischer Angebote als Ursache in Betracht gezogen werden. Teils wird gemutmaßt, öffentliche Beratungseinrichtungen könnten in den Augen von Migrant(inn)en den Status und das Image einer Behörde besitzen, weshalb sie diesen eher mit Misstrauen begegnen. Hinzu kommen Unsicherheiten, die sich möglicherweise aus kulturellen Differenzen und fehlenden Sprachkenntnissen erklären, weshalb viele Migrant(inn)en u.U. nur dann eine Beratungsstelle aufsuchen, wenn sie das Gefühl haben dort auch verstanden zu werden.²³¹ Möglicherweise wird die Distanz zur Wahrnehmung der Angebote auch durch einen Mangel an Informationen über das Vorhandensein und die Auffindbarkeit von Beratungsstellen hervorgerufen.²³² Nicht selten wird zudem ein Mangel an Zeit als Argument ins Feld geführt, da es sich bei den Gründungen von Zuwanderer/innen oftmals um Betriebe mit sehr arbeits- und daher zeitintensiven Tätigkeiten (Handel, Gastgewerbe) handelt. Und je nach angestrebter Beratungsform und -institution kommen auch Kostengesichtspunkte in Betracht, welche die Informationsbeschaffung verhindern.

Vor diesem Hintergrund wurden mit der Primärerhebung Antworten in Bezug auf vier mögliche Ursachen erhoben:

- die Selbstgewissheit, bereits über alles informiert zu sein,
- die Informationsdefizite über die Existenz und den Ort von Beratungseinrichtungen,
- das Misstrauen und die Unzulänglichkeiten in der Gründungsberatung, insbesondere in Bezug auf migrantenspezifische Probleme,
- die Ressourcenknappheit hinsichtlich monetärer und zeitlicher Kosten.

Nachfolgend werden die Gründe für die mangelnde Inanspruchnahme von Beratung mit Blick auf die genannten potenziellen Einflussfaktoren näher beleuchtet²³³ und einzelne Faktoren auf ihre diesbezügliche Relevanz geprüft:

Selbstgewissheit: Autodidakten und „Alleskönner“?

Die vorgefundene Beratungsabstinenz oder gar -resistenz rührt offenbar vor allem aus der Selbstgewissheit vieler Gründer/innen bzw. aus der Überzeugung bereits über ausreichende Kenntnisse zu verfügen bzw. zum Gründungszeitpunkt verfügt zu haben. Von allen hier untersuchten Einflussfaktoren stellt dieser den wichtigsten dar.

²³¹ Z.B. Hayen et al. 2006; ZWH 2006; Mainzer Appell 2006.

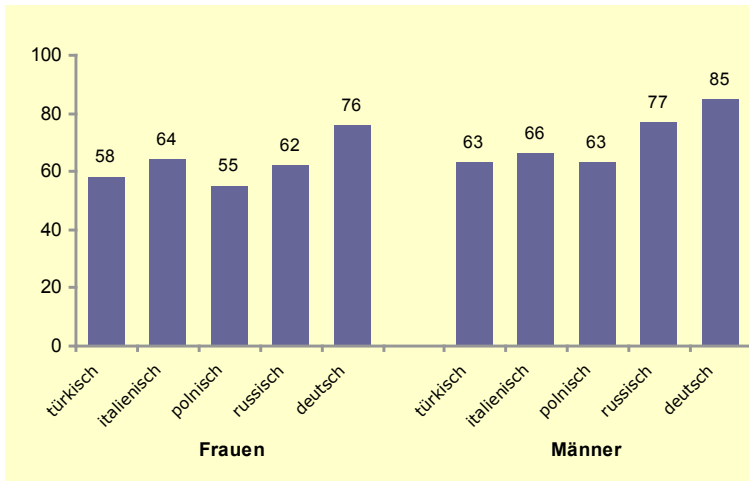
²³² Schmid et al. 2006.

²³³ Der Fragetext hierzu lautete: „Was waren die Gründe dafür, dass Sie kein öffentliches Beratungsangebot in Anspruch genommen haben? Ich nenne Ihnen nun einige Gründe und Sie sagen mir bitte, ob diese zutreffen haben oder nicht. Ich habe keine Beratung in Anspruch genommen weil...“

Die Differenzen zwischen den Herkunftsgruppen schwanken zwar, allerdings auf vergleichsweise hohem Niveau: Zwischen 55% (polnische Herkunft) und 64% (italienische Herkunft) der Frauen nannten das bei ihnen bereits ausreichend vorhandene Know-how als Grund für ihre Beratungsabstinenz (Abb. 14.5.1). Überraschenderweise liegen die Anteile von Migrantinnen hierbei noch unterhalb derer von Gründerinnen deutscher Herkunft, von denen immerhin drei Viertel ($t=2,745$; $p=0,007$) der Meinung waren, alles alleine bewältigen zu können; ein Faktum welches prozentual betrachtet noch stärker unter den beratungsfernen männlichen Gründern vorzufinden ist ($t=3,112$; $p=0,003$). Diese geschlechtsspezifischen Unterschiede liegen aber statistisch betrachtet im Zufallsbereich ($t=1,221$; $p=0,223$).

Abb. 14.5.1: Keine Beratung in Anspruch genommen aufgrund ausreichend vorhandener Kenntnisse

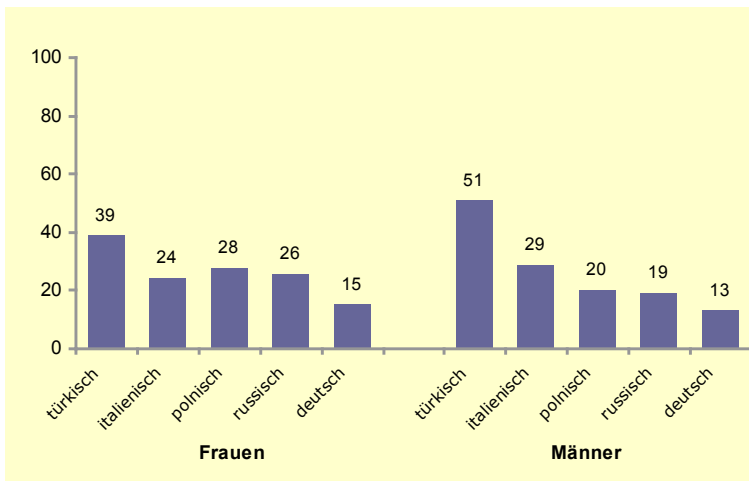
(Anteil der „Ja“- Antworten)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Abb. 14.5.2: Keine Beratung aufgrund fehlender Kenntnis über die Existenz von Beratungsstellen

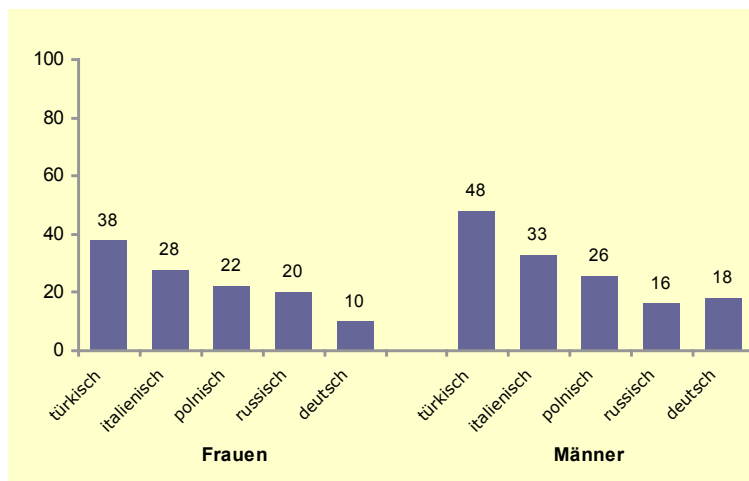
(Anteil der „Ja“- Antworten)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Abb. 14.5.3: Keine Beratung aufgrund von mangelndem Wissen darüber, wo Beratung angeboten wird

(Anteil der „Ja“- Antworten)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Weiterführende Analysen (hier nicht abgebildet) zeigen, dass dieses hohe Maß an Selbstgewissheit zum Teil auf einer früher gesammelten Erfahrung mit Selbständigkeit beruht, zum anderen aber auch darauf, dass Personen mit mittlerem und hohem formalem Bildungsabschluss ihre Kenntnisse und Fähigkeiten als ausreichend einschätzen. Viele Akademikerinnen vertrauen offenbar stärker auf ihr im Studium erworbenes Wissen als auf praktisches Wissen. Allerdings zeigt sich dennoch, dass Bildung aber dennoch in der Tendenz das Planungs- und Beratungsverhalten positiv beeinflusst (vgl. Kapitel 14.2 und 14.3).

Informationsdefizite

In Bezug auf Informationsdefizite sind es vor allem die Migrantinnen und Migranten, denen es an einschlägigen Informationen über bestehende Beratungsinstitutionen fehlt. Dies betrifft sowohl das fehlende Wissen bzgl. des Vorhandenseins von Beratungsstellen als auch den Mangel an Kenntnissen bzgl. der Frage, wo diese zu finden sind. (Abb. 14.5.2 und 14.5.3). Der Unterschied zu Frauen deutscher Herkunft liegt hierbei auf einem statistisch signifikanten Niveau ($t=3,192$; $p=0,002$). Das Informationsdefizit betrifft insbesondere türkische Gründerinnen (38%) aber auch etwa jede vierte italienischstämmige, polnische oder russische Frau. Besonders eklatant ist das Informationsvakuum bei Männern türkischer Herkunft, von denen etwa jeder zweite sagt, keine Kenntnis über Beratungseinrichtungen gehabt zu haben.

Mangel an migranten- oder frauenspezifischen Angeboten und fehlendes Vertrauen

Eine in der einschlägigen Beratungsliteratur heftig geführte Debatte kreist um die Frage, ob es die besonderen Umstände rechtfertigen, dass Migrantinnen und Migranten im Gründungsprozess dann auch in besonderer Weise durch speziell auf sie ausgerichtete Angebote beraten werden (vgl. Kapitel 2.3). Während ein Teil der Diskutanten dies als notwendig erachtet, um durch die Überbrückung kultureller Differenzen entsprechende Brücken und damit Vertrauen zu schaffen, hält ein anderer Teil dies für weniger wichtig, da im Gründungsprozess viel stärker noch andere Herausforderungen, darunter vor allem gründungsspezifische Fachfragen, im Vordergrund stünden²³⁴ (vgl. auch Kapitel 6; qualitative Interviews).

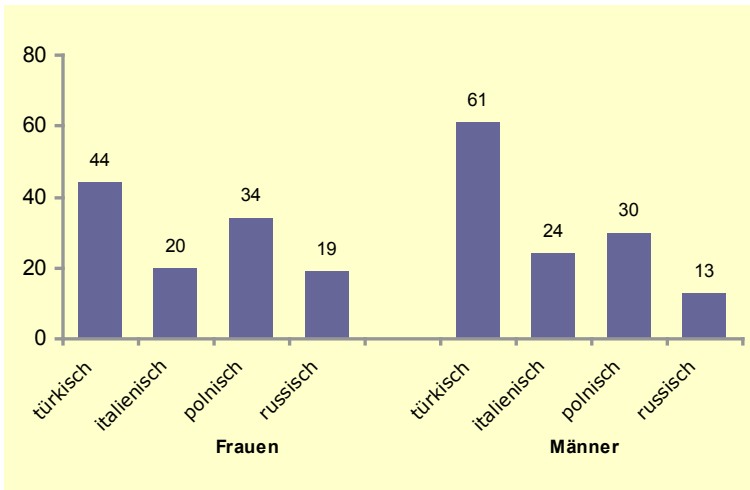
Welcher Meinung sind die Betroffenen? Hier ist daran zu erinnern, dass an dieser Stelle diejenigen zu Wort kommen, die sich gänzlich abstinert gegenüber Beratung verhalten haben, was ihre Position und Haltung umso interessanter macht (Abb. 14.5.4).

²³⁴ Vgl. u.a. Aldag 2001; Mainzer Appell 2006; Hayen et al. 2006; VDG 2006; Yilmaz 2007.

Ein Mangel an migrantenspezifischen Beratungsangeboten wird vor allem von Frauen türkischer Herkunft als Ursache ihrer Beratungsabstinz ins Feld gebracht. Unter diesen nennen immerhin 44% diese Beobachtung als Grund ihres Desinteresses. Und bei den türkischstämmigen Männern beträgt dieser Anteil sogar 61%. Aber auch von den Frauen polnischer Herkunft blieb immerhin jede dritte Gründerin (34%) den Beratungsstellen fern, weil sich diese – ihrer Meinung nach – nicht gezielt an Migrant(inn)en richten. Bei italienisch- und russischstämmigen ist dies immerhin noch jede fünfte Gründerin, welche diesbezüglich ein Problem gesehen hat.²³⁵

Abb. 14.5.4: Keine Beratung aufgrund mangelnder Angebote speziell für Migranten

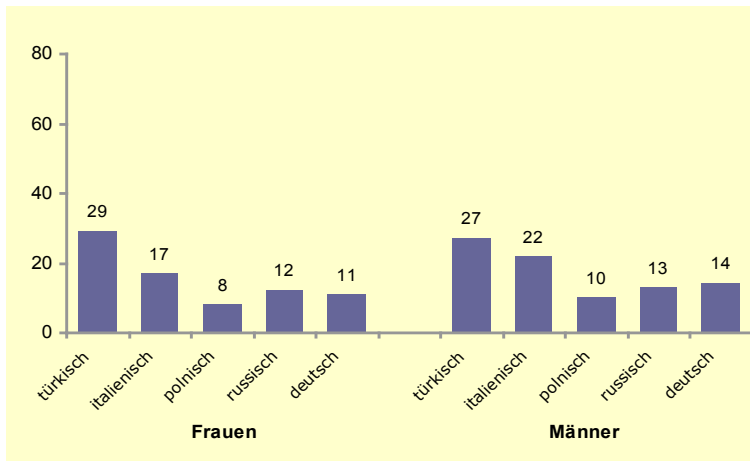
(Anteil der „Ja“- Antworten)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Abb. 14.5.5: Keine Beratung aufgrund von fehlendem Vertrauen in die Berater / Beratungsangebote

(Anteil der „Ja“- Antworten)

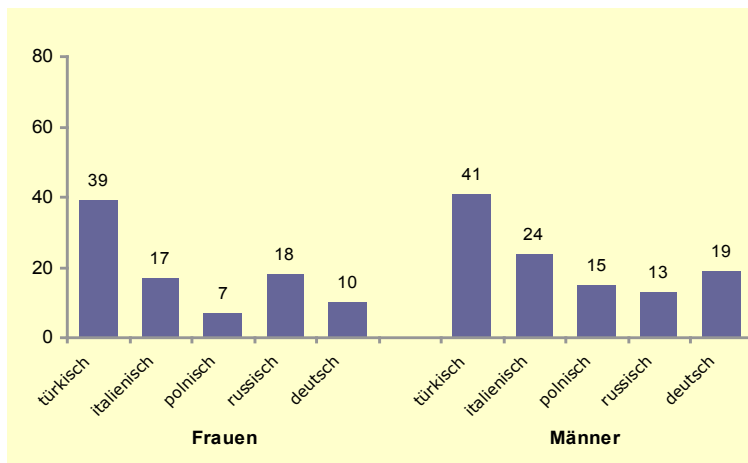


Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

²³⁵ Die Frage wurde aufgrund eines Filterfehlers auch an Gründer/innen deutscher Herkunft gerichtet, was entsprechend nicht interpretierbare Antworten produzierte.

Abb. 14.5.6: Keine Beratung, weil die Berater/innen „meine“ Probleme nicht verstehen

(Anteil der „Ja“- Antworten)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

In eine ähnliche Richtung zielte die Frage nach dem Vertrauen in die Berater/innen und die damit verbundenen Beratungsangebote. Entsprechend ähnlich sind auch die Befunde, wenngleich sich hier die Identifizierung mit dem Problem auf etwas geringerem Niveau als bei der Frage nach dem Mangel an migrantenspezifischer Beratung bewegt. Es sind wiederum vor allem die Frauen und Männer türkischer Herkunft, denen es an Vertrauen in die Beratungsleistungen fehlt (Abb. 14.5.5): Fast 30% nannten dies als Grund für ihre Abstinenz. Dies gilt in etwa gleichem Maße für die türkischstämmigen Männer. Unter den Frauen italienischer und russischer Herkunft spielt dieses Problem nur bei jeder Fünften bis Sechsten eine Rolle, während dies für diejenigen aus Polen und deutscher Herkunft relativ wenig Bedeutung hat.

Dieses Antwortmuster wiederholt sich mehr oder weniger auch bei der Frage danach, ob ein Grund für die Beratungsferne darin liegt, dass die Berater/innen die Probleme nicht verstehen – und daher vermutlich auch die im Gründungsprozess auftretenden Schwierigkeiten nicht nachvollziehen und beseitigen können (Abb. 14.5.6). Rund zwei Fünftel (39% bzw. 41%) der aus der Türkei stammenden Frauen und Männer nannten dies als Hindernis im Zugang zu einer Gründungsberatung, während dies wiederum bei den Frauen italienischer oder russischer Herkunft nur bei 17% bis 18% der Fall ist. Bei denen aus Polen sogar nur bei 7%.

Was die Gruppenspezifika betrifft lässt sich also festhalten, dass (**zum einen**) Vertrauen und Empathie wohl für die Gründerinnen mit Zuwanderungsgeschichte eine etwas bedeutendere Rolle beim Zugang zu Beratung spielen als für die Frauen deutscher Herkunft. Aber dennoch lautet wohl (**zum zweiten**) nicht für alle ethnische Minderheiten die Schlussfolgerung, dass hier in jedem Fall mit gruppenspezifischen Angeboten geantwortet werden muss. Allerdings ist (**drittens**) bei den türkisch- und polnischstämmigen Frauen der Anteil derer, bei denen der Mangel an migrantenspezifischen Angeboten eine Beratung verhindert hat, sehr hoch. Insbesondere die aus der Türkei stammenden Selbständigen benennen dies rückblickend als wesentlichen Grund für ihr Desinteresse an einschlägigen Informationen. Die Gruppe Türkischstämmiger hebt sich auch bei allen ähnlichen Indikatoren von den anderen Gruppen ab.

Diese Besonderheit mag vielleicht erklären, weshalb in der einschlägigen Literatur zur Gründungsförderung die Frage der migrantenspezifischen Beratung doch eine relativ hohe Bedeutung hat. Denn die wenigen hierzu vorliegenden Untersuchungen (oder teils auch „gesammelten Eindrücke“) haben mehrheitlich vor allem die türkischstämmigen Gründer/innen – aber eigentlich vor allem die Männer – im Blick. Aber auch dann, wenn andere Ethnien im Blickpunkt standen, sind die Ergebnisse keinesfalls eindeutig, wie auch die in vorliegender Untersuchung durchgeführten qualitativen Interviews illustrieren (Kapitel 6). Zu den kultur- und vertrauensbezogenen Erfordernissen gesellen sich vielfach auch andere Faktoren hinzu. Dies soll jedoch nicht heißen, dass dieses Problem bzw. das mangelnde Vertrauen in die durch „deutsche“ Institutionen geprägten Beratungseinrichtungen keine Bedeutung hätte. Ganz im Gegenteil: Da die Entwicklung der Zahl selbständiger Migrant(inn)en vor allem durch die Gründer/innen türkischer und polnischer Herkunft getrieben wird (Kapitel 5) und es gerade diese Gruppen sind, welche sich durch den Mangel an migrantenspezifischer Beratung an der

Informationsbeschaffung gehindert sehen, hat diese Frage weiterhin Relevanz. Für ihre Beurteilung müssen allerdings nicht nur die Einstellungen der Beratungsabstinenten, sondern auch die Meinungen derjenigen eingeholt werden, die sich beraten ließen. Deren Wünsche werden im nachfolgenden Abschnitt (Kapitel 14.6) mit berücksichtigt.

Zuvor jedoch interessiert eine andere Frage, die im Zusammenhang mit gruppenspezifischen Problemen und Bedürfnissen gehandelt wird. Denn neben dem Mangel an migrantenspezifischer könnte genauso ein Mangel an frauenspezifischer Beratung ein Grund dafür sein, dass sich bestimmte Gruppen nicht beraten lassen. Allerdings zeigt sich mit Blick auf die Antworten zu dieser Frage, dass dieser Faktor bei den meisten hier in Betracht gezogenen Herkunftsgruppen offenbar keine so große Rolle spielt (Abb. 14.5.7). So liegen die Zustimmungswerte bei italienischen, polnischen oder russischen Migrantinnen unter 10%, ebenso wie bei den Frauen deutscher Herkunft. Ausnahme sind hierbei allerdings Frauen türkischer Herkunft, von denen 39% angeben, keine Beratung aufgrund des Mangels an frauenspezifischen Angeboten in Anspruch genommen zu haben. Also bilden auch diesbezüglich die Türkischstämmigen wiederum eine Besonderheit.

Aus den genannten Antworten sollten aber dennoch keine voreiligen Schlüsse gezogen werden. Vor allem deshalb, weil die Befragungsergebnisse „nur“ die Meinung derer widerspiegeln, die es trotz Beratungsabstinenz geschafft haben, ihr Unternehmen auf dem Markt zu etablieren (vgl. die Anmerkungen zu Beginn von Kapitel 12). Keine Informationen liegen über diejenigen vor, die bereits im Vorfeld möglicherweise deswegen mit ihrem Vorhaben gescheitert sind, weil sie keine frauenspezifische Beratung in Anspruch nehmen konnten. So mag es sich bei den beratenen Gründer/innen u.U. um solche handeln, die aufgrund anderer Faktoren Erfolg verbuchen konnten. Daher ist es erforderlich, (alternativ) auch diejenigen zu befragen, die sich zwar irgendeiner Form der Beratung unterzogen haben, hiermit aber nicht zufrieden waren oder bestimmte Angebote vermisst hatten. Hierauf wird im Abschnitt 14.6 dieses Kapitels eingegangen.

Fehlende Ressourcen und Zeitknappheit

Unter ökonomischen Gesichtspunkten wäre anzunehmen, dass auch knappe Ressourcen monetärer oder zeitlicher Art ausschlaggebend für die Nichtteilnahme an Beratung sein können. Allerdings spielen diese Faktoren in der Gesamtschau nur eine untergeordnete Rolle. Für etwa jede vierte Migrantin (etwas weniger allerdings bei Italienerinnen) waren die monetären Kosten für Beratungsleistungen zu hoch (Abb. 14.5.8). Allerdings scheint dies dennoch ein spezifisches oder besonderes Problem von Migrantinnen darzustellen, denn unter Gründerinnen deutscher Herkunft treten Restriktionen dieser Art weit seltener auf ($t=-3,020$; $p=0,003$). Demgegenüber bewegen sich die Unterschiede bei Männern auf einem nicht-signifikanten Niveau ($t=-0,637$; $p=0,526$).

Zeitliche Restriktionen spielen hingegen eine geringere Rolle (Abb. 14.5.9). Unterschiede zwischen Migrantinnen und Frauen ohne Zuwanderungsgeschichte sind zwar in Anteilswerten ersichtlich, sie sind allerdings ebenfalls nicht signifikant.

Abb. 14.5.7: Keine Nutzung von Beratung aufgrund mangelnder Angebote speziell für Frauen

(Anteil der „Ja“- Antworten)

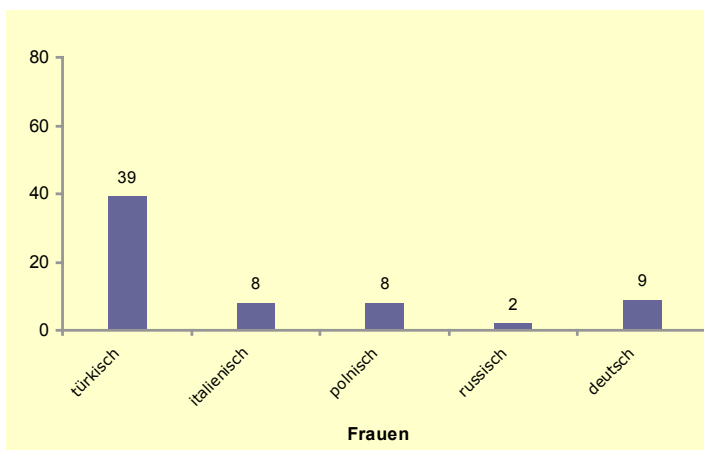
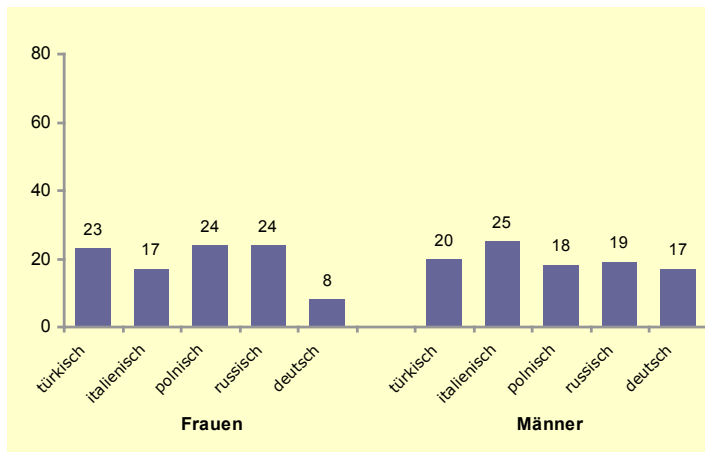


Abb. 14.5.8: Keine Beratung aufgrund zu hoher Kosten für die Beratung

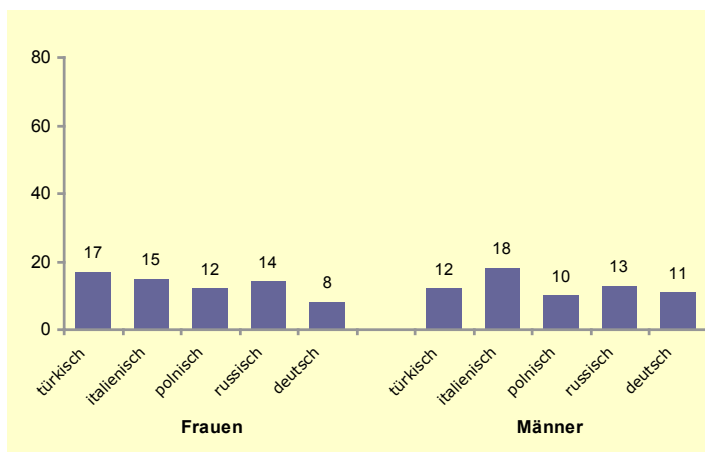
(Anteil der „Ja“- Antworten)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Abb. 14.5.9: Keine Beratung aufgrund mangelnder Zeit für die Beratung

(Anteil der „Ja“- Antworten)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

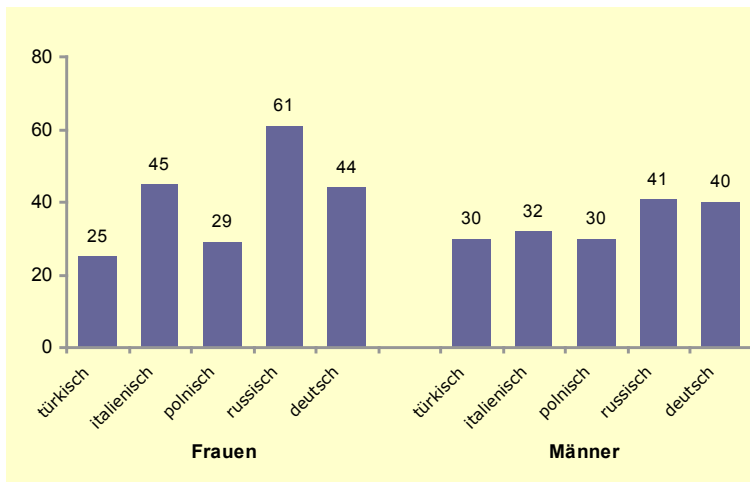
Exkurs: Substitution von Beratungsleistungen durch Verwandte und Bekannte

In den vorherigen Ausführungen (Abschnitt 14.5) wurden die Einschätzungen und Haltungen derjenigen behandelt, die keinerlei Beratung in Anspruch genommen hatten. Dazu zählen wir in dieser Untersuchung auch diejenigen, die sich ausschließlich bei Verwandten, Freunden oder Bekannten beraten ließen.

Eine Möglichkeit auf Beratung zu verzichten besteht in der Substitution der Gründungsberatung durch persönliche Beziehungen bzw. durch den Rückgriff auf vertraute Personen wie Freunde, Bekannte oder Familienangehörige – soweit diese entsprechendes Wissen vermitteln können. Obwohl dies als nicht ganz unbedenklich zu erachten ist, gibt ein erheblicher Anteil Gründerinnen dies als einzige Form der Beratung an. Auffällig sind aber auch hier interethnische Unterschiede: Während bei Frauen türkischer (25%) und polnischer Herkunft (29%) etwa jede Vierte auf diese Form der „Beratung“ zurückgreift, sind dies bei den Frauen aus der russischen Förderations (61%) mehr als doppelt so viele und bei den Italienerinnen fast die Hälfte (45%).

Abb. 14.5.10: Anteil der Selbständigen ohne formale Gründungsberatung, die nur durch Familienangehörige oder Freunde und Bekannte beraten wurden

(Anteil der „Ja“- Antworten)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Auffällig ist, dass sich diesbezüglich insbesondere die Frauen aus Italien und Russland stark von den männlichen Pendanten unterscheiden. Die Befragung liefert leider keine Möglichkeit, weiter zu differenzieren, ob die Beratung eher durch Familienangehörige oder aber durch den Freundes- oder Bekanntenkreis erfolgte und welchen Status die Informanten hatten.

Diese Form der Beratung bzw. der Umfang ihrer Inanspruchnahme kann hier nicht tiefer untersucht werden.

14.6 Wunsch nach professioneller und spezifischer Beratung

Auf der Suche nach den entscheidenden Handlungsfeldern für die nach „vorne“ gerichteten politischen Interventionen sind die personen- und gruppenspezifischen Bedarfe der Gründer/innen von besonderer Bedeutung. Dies betrifft insbesondere die Gestaltung und Entwicklung einer an den Bedürfnissen aber auch an den fachlichen Erfordernissen ausgerichteten Information und Beratung. Ein großes Problem hierbei ist, dass viele der „objektiven“ und teils auch kaum personenbezogenen Bedarfe von den Betroffenen selbst gar nicht erkannt und sozusagen in einem adäquaten Wunschpaket an die Beratungsinstitutionen vermittelt werden können. Denn viele Schwierigkeiten und Hürden ergeben sich erst im Verlauf des Gründungsprozesses, weshalb von den Beratungsstellen auch vorausschauende Hilfestellung eingefordert wird. Gerade diesbezüglich, aber auch im Hinblick auf die Vermittlung von betriebswirtschaftlich, steuerlich und rechtlich relevanten Informationen bis hin zur optimalen Ausschöpfung von Fördermitteln, ist kompetente Beratung gefragt.

Der Wunsch nach professioneller Beratung geht oftmals mit weiteren Bedürfnissen einher, die das Angebot ergänzen (oder unter Umständen auch konterkarieren) können: Denn das komplexe Gründungs-Know-how kann möglicherweise nur dann gut vermittelt werden, wenn für die Beratungssuchenden und -gebenden eine für beide Seiten akzeptable Ebene gemeinsamer Kommunikation gefunden wird. In diesem Zusammenhang wird die Forderung nach einer zielgruppenspezifischen Beratung laut, sei es speziell für Migranten oder auch für Frauen.

Der Wunsch nach professioneller und kompetenter Beratung

Zunächst interessierte, ob unter den Befragten der Wunsch nach mehr professioneller Beratung bestand bzw. besteht. Diese Frage wurde sowohl beratenen als auch nicht-beratenen Personen gestellt. Der Fragetext für beide Gruppen musste daher gegenseitig angepasst werden.²³⁶

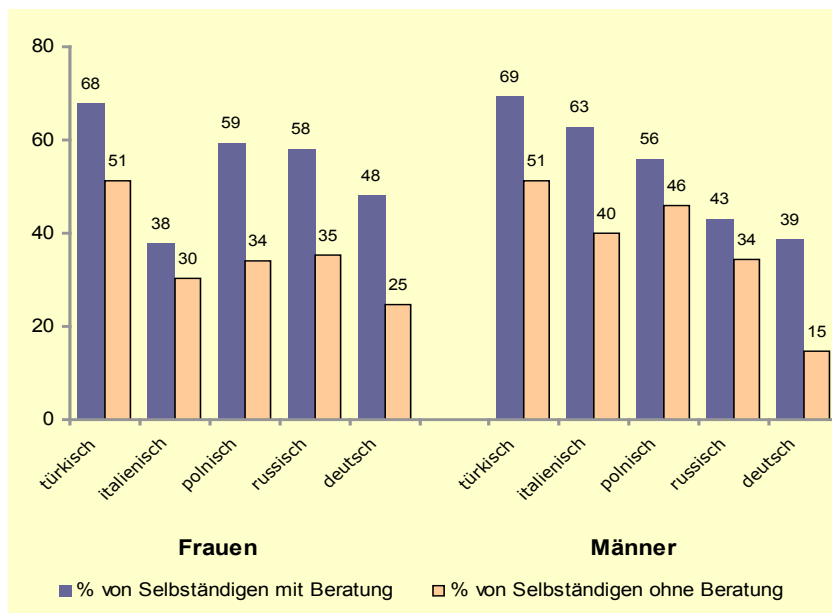
²³⁶ Selbständige ohne Beratungshintergrund wurden gefragt: „Wenn Sie noch einmal in der gleichen Situation wären, zu welchen Themen würden Sie sich beraten lassen?“, während Selbständige mit Beratungshintergrund gefragt wurden: „Wenn Sie noch einmal in der gleichen Situation wären, zu welchen Themen hätten Sie sich mehr professionelle Beratung gewünscht?“

Der Wunsch nach mehr professioneller Beratung ist über alle Untersuchungsgruppen hinweg deutlich erkennbar, er kommt allerdings bei Personen, die Beratung in Anspruch genommen haben deutlich stärker zur Geltung als bei den „Beratungsabstinenten“ (Abb. 14.6.1). Dies ist nachvollziehbar, da diejenigen, die eine Beratung aufsuchten, auch meist von vorneherein einen höheren Anspruch als die Beratungsabstinenten hegen. Maßgeblich ist ihr Urteil aber insbesondere deswegen, weil die die Frage der Professionalität im Beratungsangebot natürlich besser als die anderen beurteilen können.

Aus den Ergebnissen lässt sich erkennen, dass der Wunsch nach mehr professioneller Beratung bei den Migrantinnen insgesamt stärker ausgeprägt ist als bei Deutschen ($t=2,645$; $p=0,009$). Eine Ausnahme stellen allerdings Italienerinnen mit Beratung dar, von denen sich „nur“ 38% mehr professionelle Beratung gewünscht hätten, während dieser Anteil unter deutschen Gründerinnen um 10%-Punkte höher liegt. Von besonderem Interesse ist der Befund, dass auch ein sehr hoher Anteil derjenigen Gründer/innen, die selbst keine Beratung in Anspruch genommen haben, hier den Wunsch nach mehr professioneller Beratung äußert: Bei den Frauen italienischer, polnischer und russischer Herkunft ist dies etwa bei jeder Dritten der Fall. Und unter den Frauen aus der Türkei äußert diesen Wunsch sogar jede Zweite.

Abb. 14.6.1: Wunsch nach (mehr) professioneller Beratung von außen

(Anteil der „Ja“- Antworten)

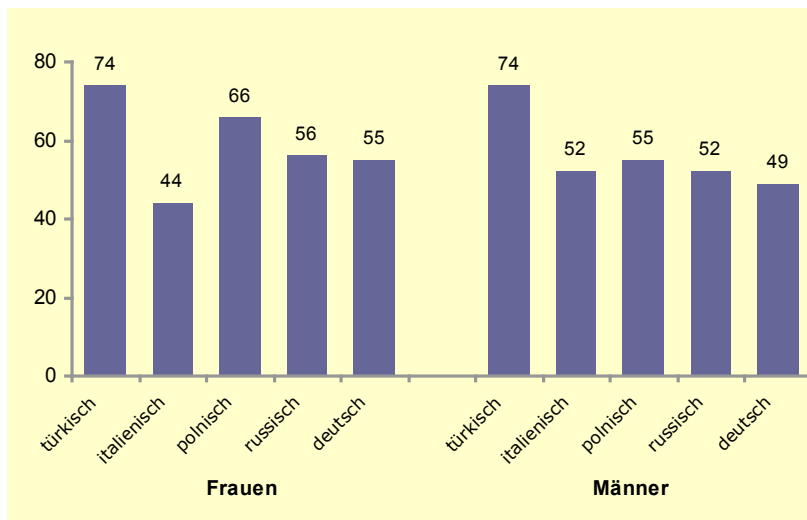


Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Der Wunsch nach „Kompetenz“ lässt sich auch aus der Antwort auf die Frage ablesen, ob die bzw. der Berater/ in selbst adäquate Gründungserfahrung aufweisen soll. Dies könnte bspw. dann der Fall sein, wenn die beratende Person zuvor ein Unternehmen gegründet oder geführt hat. Wie stark der Bedarf an erfahrenen Personen in der Beratung ist zeigt Abb. 14.6.2.

Abb. 14.6.2: Wunsch nach einem Berater / einer Beraterin mit Gründungserfahrung

(Anteil der „Ja“- Antworten)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Die Tatsache, dass sich die Hälfte der Frauen russischer und deutscher Herkunft und zwei Drittel der polnischen Frauen, aber vor allem drei Viertel der Türkischstämmigen eine bzw. einen Berater/in wünscht, die/der selbst schon ein Unternehmen gegründet hat, ist ein klares Signal, dass Berater/innen die zuvor selbst „betroffen“ waren ein größeres Vertrauen zukommt.

Resümierend ist – bei aller gebotenen Vorsicht bzgl. „Wünschen“ – festzuhalten, dass ganz offensichtlich ein hoher Bedarf nach professionellen Beratungsangeboten besteht, der (abgesehen von den italienischstämmigen Frauen) augenscheinlich bei den Migrantinnen und Migranten tendenziell höher als bei den Einheimischen ausfällt.

Zielgruppenorientierung: Die Bedeutung migranten- und frauenspezifischer Bedarfe

Welche Formen des „Entgegenkommens“ sind den Gründerinnen bei einer Beratung wichtig? Hierbei können sowohl migrantenspezifische als auch frauenspezifische Besonderheiten in Betracht gezogen werden. Es sei nochmals daran erinnert, dass zuvor bzw. in Abschnitt 14.5 dieses Kapitels lediglich die Hindernisse durch den Mangel an migranten- oder frauenspezifischen Beratungsangeboten betrachtet wurden, wobei hierzu ausschließlich die Beratungsabstinenten befragt wurden. Demgegenüber geht es im Folgenden nicht um die „Vergangenheit“ sondern um die gegenwärtigen Bedarfe und Wünsche und dabei sowohl derjenigen, die Beratung in Anspruch genommen haben als auch derer, die sich davon fern gehalten haben.²³⁷

a) Migranten- bzw. herkunftsspezifische Beratung

Eine migrantenspezifische Beratung wünscht sich über die Hälfte bzw. die Mehrheit (56%) der Gründerinnen türkischer Herkunft, aber auch etwa jede dritte (34%) italienischer Abstammung. Unter Frauen osteuropäischer Herkunft ist dies noch bei jeder vierten Gründerin der Fall (Abb. 14.6.3). Interessant ist hierbei aber auch, dass nur geringe Unterschiede zu den Männern bestehen, denn auch dort sind es wiederum die türkischen und italienischen Gründer, welche den höchsten Bedarf an spezieller Beratung für Migranten äußern.

Eine auf Zuwanderer/innen bezogene Beratung impliziert noch nicht, dass die Beratung in der Herkunftssprache erfolgen muss. Deshalb wurden die Probanden auch danach gefragt, ob es für sie wichtig sei, dass die Beratung in ihrer Herkunftssprache erfolgt (Abb.14.6.4). Im Gegensatz zur oben diskutierten Frage zeigt sich hierbei ein etwas heterogeneres Bild, auch wenn man die Dringlichkeit des Wunsches nach „migrantenspezifischer Beratung“ und nach einer „Beratung in der Herkunftssprache“ vergleicht: So wünscht sich ein Großteil der Personen türkischer Herkunft eine Beratung in türkischer Sprache. Dies ist bei über der Hälfte der türkisch-

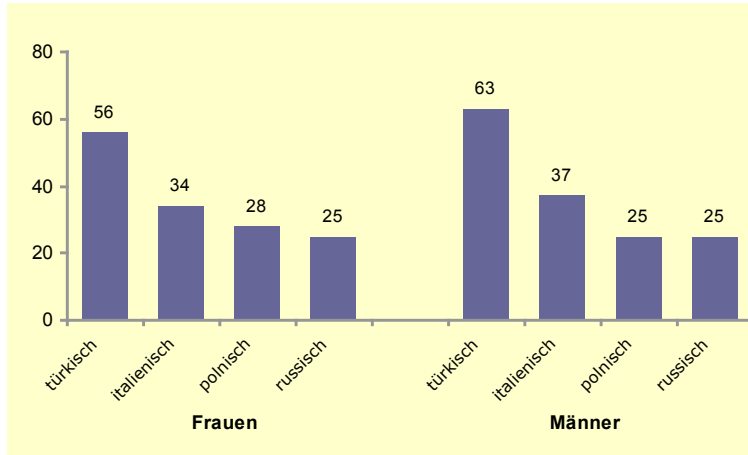
²³⁷ Der Fragetext hierzu lautete: Angenommen, Sie wären nochmals in der gleichen Situation und würden Beratung benötigen.

Was genau wäre Ihnen wichtig? Ich nenne Ihnen verschiedene Merkmale, und Sie sagen mir bitte, ob diese für Sie wichtig wären oder nicht. Mir wäre wichtig, dass.....

stämmigen Frauen und Männer der Fall, was mit dem zuvor betrachteten Wunsch korrespondiert. Bei Personen italienischer Herkunft überwiegt hingegen die Sprachkomponente (41%) gegenüber migrantenspezifischer Beratung (34%), während unter den Frauen aus Polen nur ein sehr geringer Teil (17%) eine muttersprachliche Beratung als wichtig erachtet.

Abb. 14.6.3: Wunsch nach mehr Beratung speziell für Migranten

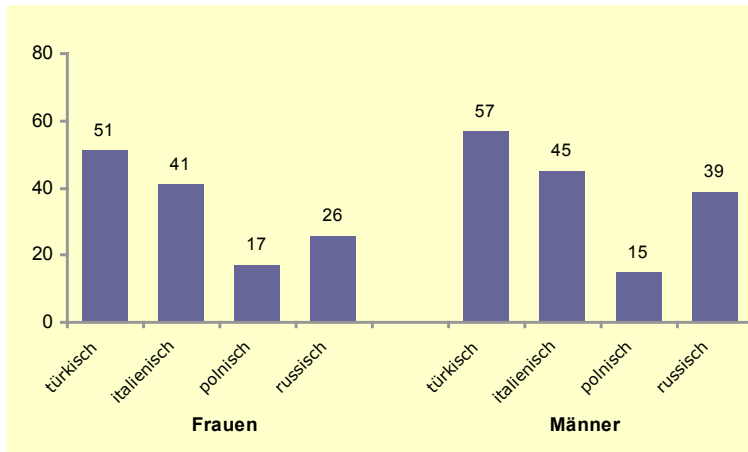
(Anteil der „Ja“- Antworten)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Abb. 14.6.4: Wunsch nach mehr Beratung in der Herkunftssprache

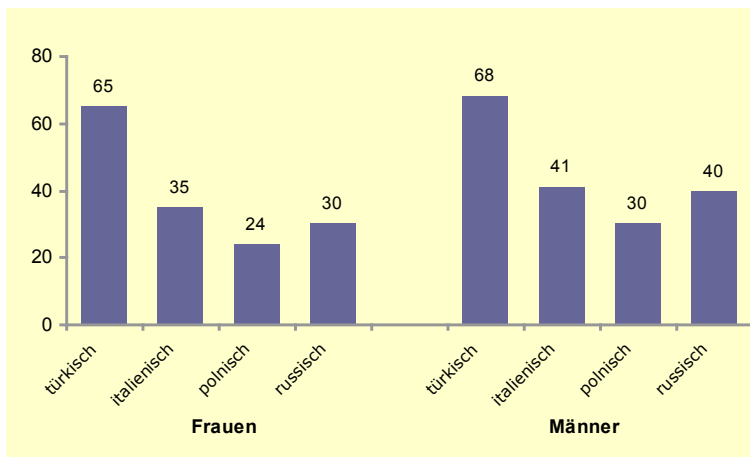
(Anteil der „Ja“- Antworten)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Abb. 14.6.5: Wunsch nach Verstehen des kulturellen Hintergrunds durch den Berater

(Anteil der „Ja“- Antworten)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Ein ähnliches Bild zeigt sich auch bei der Frage, ob das Verstehen des kulturellen Hintergrunds durch den Berater von Bedeutung ist (Abb. 14.6.5). Während dieser Frage etwa zwei von drei türkischstämmigen Gründer/innen zustimmen, sind dies unter den anderen Gründerinnen deutlich weniger. Unterschiede finden sich aber auch zwischen den Geschlechtern: Unter männlichen Gründern ist der Wunsch nach Verstehen des kulturellen Hintergrunds signifikant stärker ausgeprägt als unter den Frauen ($t=1,989$; $p=0,047$).

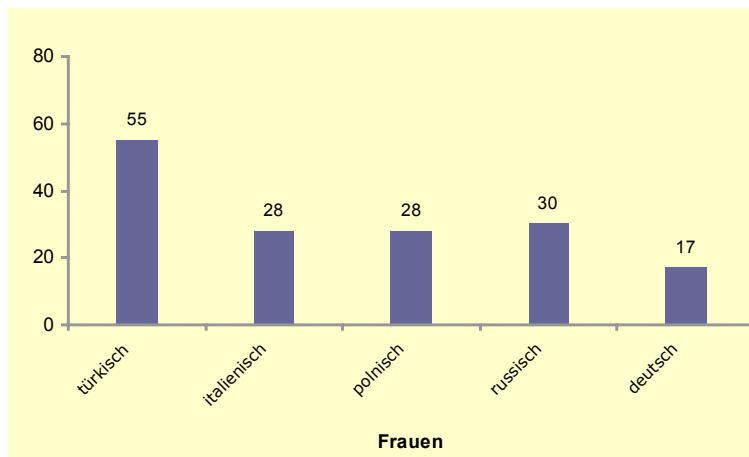
b) Frauenspezifische Beratung

Deutliche Unterschiede zwischen Migrantinnen und Gründer/innen ohne Zuwanderungsgeschichte treten auch hinsichtlich der Frage nach dem Bedarf an frauenspezifischer Beratung zutage (Abb. 14.6.6). Während von den Frauen deutscher Herkunft nur etwa 17% hierauf besonderen Wert legen, sind dies unter Migrantinnen erheblich mehr ($t=4,856$; $p=0,000$). So finden sich Zustimmungsanteile von etwa 30% der italienischen, polnischen oder russischen Unternehmerinnen, während unter türkischstämmigen Frauen sogar mehr als die Hälfte (55%) frauenspezifische Beratung als wünschenswert erachtet.

Dieser hohe Bedarf an gruppenspezifisch bzw. vornehmlich auf Frauen ausgerichteter Information kontrastiert teilweise die Antworten, welche die beratungsabstinenten Frauen bei der Frage nach den Ursachen ihres Verhaltens bzw. nach den Hürden gaben (Kapitel 14.5). D.h., der Mangel an frauenspezifischen Beratungsangeboten verhindert zwar nicht unbedingt die Inanspruchnahme von Gründungsberatung generell, aber ein teilweise beachtlich hoher Anteil der bereits anderweitig beratenen Frauen wünscht sich eine Zuspitzung des Beratungsangebots. Die Tatsache, dass dies wiederum vor allem bei den Frauen türkischer Herkunft zu beobachten ist, komplettiert das zuvor gewonnene Bild.

Abb. 14.6.6: Wunsch nach einer Beratungsstelle speziell für Frauen

(Anteil der „Ja“- Antworten)

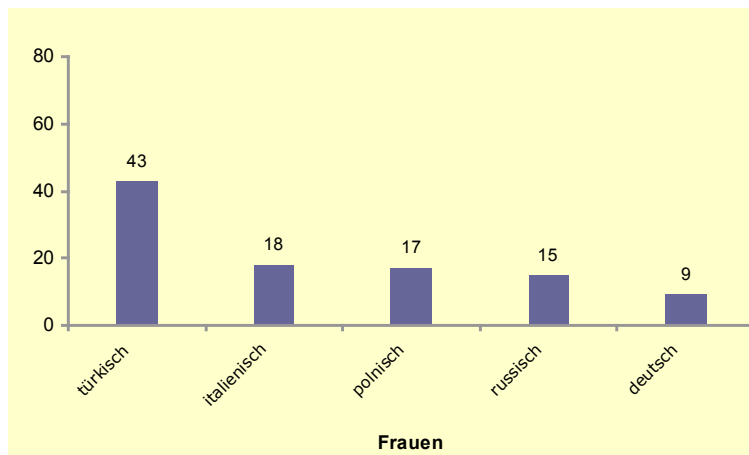


Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Auch hier gilt wieder, dass frauenspezifische Beratung nicht zwangsläufig bedeuten muss, dass die Beratung durch eine Frau erfolgt. Die Antworten auf diese Frage (Abb. 14.6.7) fallen zwar von der Tendenz her ähnlich aus wie die Frage nach frauenspezifischer Beratung, und zwar dahingehend, dass Frauen mit deutschem Hintergrund dies als weniger wichtig erachten als Migrantinnen ($t=4,393$; $p=0,000$). Allerdings liegen die Zustimmungsanteile zu dieser Frage (44% bei türkischer und etwa 15% bis 18% bei anderer Herkunft) deutlich unterhalb der Zustimmung zu frauenspezifischer Beratung. Aber dennoch weicht auch hier wiederum der Beratungsbedarf der türkischstämmigen Frauen stark von den anderen ab.

Abb. 14.6.7: Wunsch nach Beratung durch Frauen

(Anteil der „Ja“- Antworten)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Mit Blick auf die geschilderten Befunde stellt sich natürlich die Frage, weshalb sich gerade die Gründerinnen türkischer Herkunft in hohem Maße herkunfts- oder frauenspezifische Angebote wünschen. Zur genauen Beantwortung wären weitere und v.a. detailliertere Befragungen notwendig. Auf Grundlage der vorhandenen Ergebnisse ist anzunehmen, dass diese Gruppe (wie ihre männlichen Pendanten) zum einen stärker mit sprachlichen und bürokratischen Hürden zu kämpfen hat und zum anderen aufgrund der Größe der Population auch viel eher den Anspruch hegt, dass ihre Situation bei öffentlichen Unterstützungsangeboten eine stärkere Berücksichtigung als andere Migrantengruppen findet. Soweit hier jedoch eine spezifisch an Personen türkischer Herkunft ausgerichtete Beratung gefordert ist, wird die Gründungsberatung natürlich an Organisations- und Kapazitätsgrenzen stoßen.

Bei allem ist zu berücksichtigen, dass es möglicherweise nicht nur die Gründerinnen türkischer Herkunft sind, die hier sozusagen eine gesonderte Position einnehmen. Es wurden in dieser Untersuchung nur die größten vier Selbständigengruppen befragt.

Beratungsbedarfe nach einzelnen Themenfeldern

Bis hierher wurde stark darauf abgehoben, durch welche Art von Beratungsstellen und durch welche Personen Beratung am besten zu vermitteln ist. Eine ganz andere Frage ist jedoch, welche Themenfelder mit der angebotenen Beratung abgedeckt werden sollen.

Daher wurde ermittelt, in Bezug auf welche Themen sich die Gründerinnen unterschiedlicher Herkunft einen höheren Beratungsbedarf gewünscht hätten. Vor dem Hintergrund der starken Heterogenität der Gruppen, vor allem was die Zugehörigkeit zu einzelnen Wirtschaftsbereichen und das Bildungsniveau betrifft, ist anzunehmen, dass auch der Bedarf an Beratung und Weiterbildung zwischen den Gruppen erheblich variiert. Um passgenaue Beratungsangebote bereitstellen zu können, bedarf es deshalb detaillierter Analysen, welche Angebote den jeweiligen Anforderungen der Gründer/innen Rechnung tragen können. Aufgrund zeitlicher Restriktionen in den telefonischen Interviews konnten allerdings nur wenige ausgewählte Themenfelder angesprochen werden. Diese sind:

- Finanzierung
- Vermarktung und Verkauf (Marketing)
- Buchführung und Verwaltung (betriebswirtschaftliche Kenntnisse)
- Rechtliche Fragen (Rechtsformwahl, Arbeitsrecht, Handelsrecht usw.)
- Umgang mit Ämtern, Behörden (Anträge, Verordnungen)
- Anfertigung eines Businessplans
- Branchenspezifische Kenntnisse
- Umgang mit EDV / Computerprogrammen
- Verhandlungstechniken, Gesprächsführung, Rhetorik

Zur besseren Darstellung wurden die Themenbereiche nach der Wichtigkeit ihrer Nennungen absteigend für die verschiedenen Herkunftsgruppen sortiert dargestellt (vgl. Tabelle 14.6.8 im Anhang).

Bemisst man die Bedeutung der Problembereiche anhand der Anteile der Nennungen, so zeigt sich der größte Unterstützungsbedarf bei Frauen türkischer Herkunft. Insbesondere im Bereich „Finanzierung“ hätten sich etwa 44% der Türkinnen mehr professionelle Beratung gewünscht, etwas weniger betrifft dies den Bereich rechtlicher Fragestellungen (40%) und betriebswirtschaftlicher Kenntnisse (38%). Aber auch in den Themenbereichen „Bürokratie“ (37%), Branchenkenntnisse (30%) sowie Marketing (29%) fühlten sich viele Frauen türkischer Herkunft nicht ausreichend beraten. Selbst in den weniger häufig genannten Themen Businessplan (26%), EDV (22%) und Verhandlungstechniken /Rhetorik (21%) ist es immer noch mehr als jede vierte Frau türkischer Herkunft, welche hier Defizite äußert.

So unterschiedlich Migrantinnen in Bezug auf ihre Biographien, ihr Bildungsniveau oder ihre Gründungsbranche sind, so heterogen zeigt sich auch der von ihnen geäußerte Beratungsbedarf. Zumindest dominiert bei Frauen italienischer und polnischer Herkunft der Wunsch nach Verbesserung ihrer betriebswirtschaftlichen Kenntnisse, während bei einem Großteil der Gründerinnen russischer Abstammung (34%) rechtliche Fragestellungen stärker von Belang sind. Letzteres mag u.a. damit zusammenhängen, dass Frauen russischer Herkunft, sofern nicht eingebürgert, als Drittstaatsangehörige mehr Probleme im Zugang zur Selbständigkeit zu bewältigen haben. Ferner ist zu vermuten, dass bei letzteren auch Unsicherheiten über die Anerkennung oder Nichtanerkennung von Bildungszertifikaten eine Rolle spielen.

14.7 Determinanten des Beratungsbedarfs: Eine Gesamtsicht

Die große Zahl einzelner Befunde erschwert die Beurteilung der Frage, welche Faktoren das Beratungsverhalten der Gründer/innen unterschiedlicher Herkunft und unterschiedlichen Geschlechts am stärksten beeinflussen. Hierzu muss die Komplexität reduziert und es müssen zentrale Einflussgrößen identifiziert werden. (Nicht zuletzt auch zum besseren Verständnis.)

In Kapitel 14.5 wurde die Beratungsabstinenz bereits anhand der von den Befragten selbst genannten Gründe beleuchtet. An dieser Stelle werden nun die Charakteristika der Gruppe der Beratungsabstinenten und der beratenen Gründer/innen gegenübergestellt und eine multivariate Analyse zur Bestimmung der Determinanten

der Beratungsteilnahme durchgeführt.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse (Tab. 14.7.1), dass die Aufnahme eines Kredits vor allem für Frauen eine entscheidende Rolle hinsichtlich der in Anspruch genommenen Beratungsleistungen spielen. Frauen, die mit Hilfe eines Bankkredits ihr Unternehmen auf den Weg brachten, haben im Durchschnitt mit einer 60% höheren Wahrscheinlichkeit eine Beratung aufgesucht als Gründerinnen ohne Fremdkapital von einem Kreditinstitut.

Tabelle 14.7.1: Determinanten der Beratungsteilnahme (öffentliche Beratungen)

- Nur Migrantinnen und Migranten -

	Frauen			Männer		
	Exp(B)	S.E.	Sig.	Exp(B)	S.E.	Sig.
Herkunft						
(Ref. türkisch)			0,655			0,450
italienisch	1,15	0,39	0,722	0,70	0,43	0,419
polnisch	1,60	0,41	0,258	0,70	0,42	0,401
russisch	1,62	0,41	0,237	1,23	0,42	0,622
Wirtschaftszweig						
(Ref.: Gastgewerbe / Handel)						
Verarb. Gewerbe	1,38	0,84	0,705	1,65	0,59	0,391
Baugewerbe	3,80	0,80	0,097	1,63	0,50	0,323
Dienstleistungen	1,21	0,33	0,559	1,34	0,34	0,396
Gründung nach 2000	0,86	0,26	0,568	1,32	0,28	0,322
Bankkredit						
(Ref. kein Kredit)						
mit Kredit	1,55	0,26	0,095	2,14	0,32	0,018
Kredit abgelehnt	1,03	0,32	0,930	2,16	0,32	0,015
BA Fördermittel	3,53	0,27	0,000	2,77	0,28	0,000
eingebürgert	0,57	0,32	0,074	0,89	0,34	0,729
in Deutschland geboren	0,66	0,44	0,343	0,77	0,59	0,665
Berufsabschluss						
(Ref. kein Berufsabschluss)						
beruflicher Abschluss	1,30	0,34	0,448	1,34	0,36	0,411
Studium	1,72	0,39	0,163	1,49	0,39	0,301
Berufsabschluss in Deutschland	1,88	0,30	0,035	1,74	0,32	0,083
Angst zu scheitern	0,96	0,07	0,543	1,16	0,08	0,048
Constant	0,14	0,49	0,000	0,05	0,49	0,000

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Entscheidend für die Nutzung von Beratung ist auch die Tatsache, ob Fördermittel von der Bundesanstalt für Arbeit (Ich-AG, Gründungszuschuss, Überbrückungsgeld etc.) genutzt wurden. Die in dieser Weise geförderten Frauen haben eine 3,5 mal höhere Beratungswahrscheinlichkeit als Frauen ohne Förderung. Dieses Ergebnis ist sicher darauf zurückzuführen, dass für einen großen Teil dieser Personen eine Beratung mehr oder weniger obligatorisch erscheint, wollen sie die beantragten Mittel erhalten.

Darüber hinaus ist die Entscheidung sich beraten zu lassen vor allem auch davon abhängig, ob die Person in Deutschland oder in ihrem Herkunftsland ihren Schulabschluss erworben hat. „Bildungsinländerinnen“ zeigen hierbei eine deutlich höhere Beratungsbereitschaft als Frauen, die in ihrem Herkunftsland die Schule besucht haben.

Nicht zuletzt ist die Beratungsteilnahme auch davon abhängig in welchem Wirtschaftsbereich das Unternehmen auf den Markt tritt: Gründungen in der Baubranche zeigen hierbei eine deutlich höhere Beratungsbereitschaft als bspw. Dienstleistungsunternehmen ohne besondere Anforderungen (Gastgewerbe / Handel).

Der Einfluss des Migrationsstatus ist indifferent: Eigentlich wäre anzunehmen, dass Frauen und Männer, die sich stärker mit der deutschen Gesellschaft identifizieren (und vielleicht auch mit ihren Institutionen) eher Zugang zu Beratungseinrichtungen suchen. Doch entgegen unseren Erwartungen, haben sich Eingebürgerte sogar signifikant seltener beraten lassen als die Migrantinnen ohne deutschen Pass, obwohl im Modell der Einfluss von Bildung kontrolliert wurde. Diese Tatsache wirft Fragen auf, die im Rahmen dieser Untersuchung nicht geklärt werden können. Zu vermuten ist, dass Ausländer aufgrund von rechtlichen Problemen bei einer Gewerbeanmeldung eher Beratung vor einem Behördengang einholen.

Demgegenüber ist festzustellen, dass aus der zweiten Generation der Migranten kein Effekt in Richtung Beratungsbereitschaft resultiert, d.h., der Schätzwert hierfür ist nicht signifikant.

15. Förderliche und hinderliche persönliche Faktoren aus strukturanalytischer Sicht (Regressionsmodelle)

Ob sich Personen – oder speziell Migrantinnen und Migranten – unternehmerisch engagieren, hängt zum einen von den individuellen und gruppenspezifischen Eigenheiten, insbesondere von den zur Verfügung stehenden sozialen, kulturellen oder materiellen Ressourcen ab. Zum anderen wird die Entscheidung zur beruflichen Selbständigkeit sowie auch deren Erfolg genauso durch das institutionelle und private Umfeld bestimmt, in welchem die Ressourcen zum Einsatz kommen können. In den drei vorangegangenen Kapiteln wurden die für eine Gründung förderlichen und hinderlichen Faktoren aus Sicht der befragten Selbständigen untersucht. Hier standen die administrativen bzw. infrastrukturellen Rahmenbedingungen im Vordergrund. Nachfolgend rücken eher einige der persönlichen Eigenschaften in den Mittelpunkt. Soweit es sich um soziale Charakteristika, Haltungen oder Ambitionen handelt, kamen sie schon mit den Befragungsergebnissen ans Licht. Die Einschätzungen der Befragten lassen jedoch für sich genommen noch keine abschließende Beurteilung der Frage zu, welche Determinanten – insbesondere welche Umstände und Hemmnisse – dazu führen, ob Migrantinnen den Schritt in die Selbständigkeit wagen oder aber nicht. Dies erfordert einen größer gefassten Beobachtungskreis und letztlich komparative Analysen, die auch diejenigen einschließen, die sich nicht selbständig gemacht haben. Dazu zählen v.a. Personen, die in einer abhängigen Beschäftigung (oder auch in der Arbeitslosigkeit) verblieben.

In diesem Kapitel wird mit Hilfe multivariater Analyseverfahren der Frage nachgegangen, welche Faktoren die Wahrscheinlichkeit erhöhen bzw. verringern, dass sich Migrantinnen bestimmter Herkunft beruflich selbständig betätigen. Wir konzentrieren uns hierbei auf die hypothetisch relevanten bzw. die potenziell wichtigsten Einflussfaktoren. Dazu zählen neben der Zugehörigkeit zu einer bestimmten ethnischen Gruppe vor allem die mit der Migration verbundenen Charakteristika. Die Frage lautet daher: Ist der Umstand, dass eine Person selbst zugewandert ist oder zur zweiten Generation zählt oder ob sie einen deutschen Pass besitzt oder nicht, eher förderlich oder hinderlich was den Zugang zur Selbständigkeit bzw. den Verbleib in dieser betrifft? Vor allem aber interessiert hier, ob und in welchem Maße das Alter und damit die Arbeitserfahrung sowie die formale Bildung und der ausgeübte Beruf auf die Erwerbsposition Einfluss nehmen. Ferner ist zu untersuchen, in welcher Weise sich die Lebensform und Familienarbeit von Migrantinnen, d.h., ob sie mit oder ohne Partner bzw. mit oder ohne Kind in einem Haushalt leben, auf die Wahrscheinlichkeit auswirkt, dass sie unternehmerisch tätig sind.

Mehr oder weniger indirekt werden damit also einige der zuvor behandelten Themen sowie Struktur- und Gruppenvergleiche wieder aufgegriffen, doch an dieser Stelle mit einigen zentralen und für die Beurteilung doch sehr wesentlichen Unterschieden: Zum einen beruhen die Analysen nicht auf den subjektiven Einschätzungen der Betroffenen, sondern auf „objektiven“ Merkmalen bzw. Eigenschaften, die den jeweiligen Personen zuzuordnen sind. Und zum anderen wird durch die Anwendung mehrdimensionaler Analysen die Stärke des Einflusses bestimmter Faktoren unter der jeweiligen Kontrolle anderer Faktoren abgeschätzt.

Wir verwenden hierzu Mikrozensusdaten, dahierdurch gleichzeitig Informationen auf individueller Ebene für selbständig und abhängig Beschäftigte zur Verfügung stehen. Aufgrund der beschriebenen Fallzahlenproblematik müssen die Analysen über den Rand von Nordrhein-Westfalen hinaus auf Westdeutschland ausgedehnt werden, wobei davon auszugehen ist, dass die insgesamt identifizierten Merkmale gleichsam die Strukturen in Nordrhein-Westfalen adäquat widerspiegeln. Es wurden für jede Herkunftsgruppe (Personen türkischer und italienischer Herkunft) separate Regressionsmodelle erstellt. Mangels ausreichender Zellbesetzungen mussten

die Migrantinnen und Migranten aus Polen und Russland unter einem Aggregat, bestehend aus „Osteuropäern“ (ohne Ex-Jugoslawien), subsumiert werden.

Die logistischen Regressionen geben – jeweils in Bezug auf die Herkunftsgruppen – Auskunft darüber, welche Einflussfaktoren (unabhängige Variablen) die Wahrscheinlichkeit der Ausübung einer selbständigen versus einer abhängigen Beschäftigung (abhängige Variable) bei Frauen und Männern der einzelnen Herkunftsgruppen erhöhen oder verringern.

15.1 Einfluss von Migrationserfahrung und staatsbürgerlichem Status

Zwei Annahmen – und vielleicht auch Hoffnungen – prägen einen Teil der öffentlichen Debatte um Migrantenselbständigkeit: Zum einen wird vermutet, die Zweite Generation könne sich als ein unternehmerisch aktiver Hoffnungsträger erweisen, indem sich die Jüngeren durch ihr (zumindest gegenüber der ersten Generation) höheres Bildungsniveau vermehrt für eine berufliche Selbständigkeit entscheiden. Das noch geringe absolute Volumen an Selbständigen der zweiten Generation (vgl. Kapitel 7.1) lässt ja dennoch prinzipiell die Vermutung zu, dass sich die hierzulande Aufgewachsenen unter gleichen Bedingungen (z.B. auch in Bezug auf das Alter) genauso häufig oder gar öfter als die Zuwanderergeneration selbständig machen. Zum anderen wird vielfach davon ausgegangen, dass eine Einbürgerung bzw. der Besitz der deutschen Staatsbürgerschaft eine Gründung oder unternehmerische Betätigung beflügelt. Zumindest wird diese These bisher durch die gegenüber Ausländern höhere Selbständigenquote unter den Eingebürgerten türkischer Herkunft (Kapitel 5.3) und durch den überproportionalen Anteil von „deutschen Türken“ unter den Selbständigen (Kapitel 7.1) gestützt. Aber auch hier stellt sich die Frage, inwieweit dies unter gleichen Bedingungen (z.B. gleiches Alter und gleiche Bildung) nicht auch für die Ausländer/innen zutrifft, d.h., dies also folglich gar kein Effekt der deutschen Staatsangehörigkeit ist.

Beide Fragekomplexe wurden in einem Zweistufenmodell untersucht (Tab. 15.1 bis 15.3). Im ersten Schritt wurden (ausschließlich) zwei Variablen in das Regressionsmodell aufgenommen, die Angaben darüber enthalten, ob a) die Befragten in Deutschland geboren wurden und b), ob es sich bei um Eingebürgerte oder um Ausländer/innen handelt. Im zweiten Schritt wurden weitere Determinanten in die Modelle aufgenommen, um zu prüfen, inwieweit die im ersten Schritt festgestellten Einflüsse unter Kontrolle weiterer Variablen Stand halten bzw. unter Umständen sogar höheren Erklärungswert besitzen.

In allen Herkunftsgruppen bzw. Modellen zeigt sich im ersten Analyseschritt (d.h., ohne Kontrolle weiterer Variablen), dass die Tatsache, ob eine Frau zugewandert ist oder nicht, keinen signifikanten Einfluss auf ihre Selbständigkeitsneigung nimmt. Bei Männern ist dies im Prinzip ähnlich; mit Ausnahme der Italiener, bei denen sich ein signifikanter Effekt beobachten lässt ($p < 0,1$): Denn hier machen sich die zugewanderten Männer mit 1,5fach höherer Wahrscheinlichkeit selbständig als diejenigen der weiten Generation (Tab. 15.1).

Tab. 15.1: Determinanten der Wahrscheinlichkeit einer selbständigen vs. abhängigen Beschäftigung (logistische Regression) für Migrant(inn)en türkischer Herkunft in Westdeutschland

MH türkisch	Schritt 1		Schritt 2	
	Frauen	Männer	Frauen	Männer
unabhängige Variablen	Exp (B)			
zugewandert (Ref.: in D. geboren)	1,15	0,89	0,93	0,84
eingebürgert (Ref.: Ausländer/in)	1,79 **	1,64 ***	1,09	1,23
Alter			1,30 *	1,08
Alter quadriert			1,00	1,00
Ref: ohne Berufsabschluss				
HS+MR mit Berufsabschluss			2,55 ***	1,29
Abitur m/o Berufsabschluss			1,96	1,53
FH/Uni			3,71 **	2,20 ***
Ref: Einfache Tätigkeiten				
Qualifizierte Tätigkeiten			3,47 ***	1,86 ***
Semi/Professionelle Tätigkeiten			3,22 **	3,19 ***
Ref: Alleinstehend ohne Kind				
Partner/in			2,11	0,65
Partner/in + Kind(er)			3,30 *	0,65 *
Alleinerziehend + Kind(er)			0,85	0,31
Konstant	0,03 ***	0,10 ***	0,00 ***	0,01 ***
PseudoR ²	0,01	0,01	0,14	0,08

Signifikante Effekte: *** bei $p < 0,01$, ** bei $p < 0,05$, * bei $p < 0,1$.

Quelle: Statistisches Bundesamt (scientific use file 2005); Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Tab. 15.2: Determinanten der Wahrscheinlichkeit einer selbständigen vs. abhängigen Beschäftigung (logistische Regression) für Migrant(inn)en italienischer Herkunft in Westdeutschland

MH italienisch	Schritt 1		Schritt 2	
	Frauen	Männer	Frauen	Männer
unabhängige Variablen	Exp (B)			
zugewandert (Ref.: in D. geboren)	1,12	1,50 *	1,21	1,68 *
eingebürgert (Ref.: Ausländer/in)	0,87	0,45 *	0,61	0,33 **
Alter			1,19	1,01
Alter quadriert			1,00	1,00
Ref: ohne Berufsabschluss				
HS+MR mit Berufsabschluss			1,60	1,80 ***
Abitur m/o Berufsabschluss			1,89	4,23 ***
FH/Uni			0,75	2,34 **
Ref: Einfache Tätigkeiten				
Qualifizierte Tätigkeiten			1,44	0,91
Semi/Professionelle Tätigkeiten			3,04 **	1,02
Ref: Alleinstehend ohne Kind				
Partner/in			0,57	0,79
Partner/in + Kind(er)			0,70	0,97
Alleinerziehend + Kind(er)			0,46	1,92
Konstant	0,11 ***	0,16 ***	0,002 **	0,08
PseudoR ²	0,00	0,01	0,07	0,06

Signifikante Effekte: *** bei $p < 0,01$, ** bei $p < 0,05$, * bei $p < 0,1$.

Quelle: Statistisches Bundesamt (scientific use file 2005); Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Tab. 15.3a: Determinanten der Wahrscheinlichkeit einer selbständigen vs. abhängigen Beschäftigung (logistische Regression) für Migrant(inn)en osteuropäischer Herkunft in Westdeutschland

MH Osteuropa unabhängige Variablen	Schritt 1		Schritt 2	
	Frauen	Männer	Frauen	Männer
	Exp (B)			
zugewandert (Ref.: in D. geboren)	2,93	1,29	3,14	1,25
eingebürgert (Ref.: Ausländer/in)	0,56 ***	0,42 ***	0,58 ***	0,39 ***
Alter			1,01	1,18 ***
Alter quadriert			1,00	0,998 **
Ref: ohne Berufsabschluss				
HS+MR mit Berufsabschluss			1,94 *	1,03
Abitur m/o Berufsabschluss			2,67 **	1,19
FH/Uni			5,35 ***	1,37
Ref: Einfache Tätigkeiten				
Qualifizierte Tätigkeiten			3,66 ***	2,16 ***
Semi/Professionelle Tätigkeiten			2,48 ***	2,79 ***
Ref: Alleinstehend ohne Kind				
Partner/in			0,86	0,92
Partner/in + Kind(er)			0,85	0,82
Alleinerziehend + Kind(er)			0,95	1,48
Konstant	0,03 ***	0,16 ***	0,00 ***	0,00 ***
PseudoR ²	0,01	0,03	0,11	0,09

Signifikante Effekte: *** bei $p < 0,01$, ** bei $p < 0,05$, * bei $p < 0,1$.

Quelle: Statistisches Bundesamt (scientific use file 2005); Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Tab. 15.3b: Determinanten der Wahrscheinlichkeit einer selbständigen vs. abhängigen Beschäftigung (logistische Regression) für Migrant(inn)en aus Osteuropa (ohne Aussiedler) in Westdeutschland

MH Osteuropa ohne Aussiedler unabhängige Variablen	Schritt 1		Schritt 2	
	Frauen	Männer	Frauen	Männer
	Exp (B)			
zugewandert (Ref.: in D. geboren)	3,02	1,67	3,13	1,61
eingebürgert (Ref.: Ausländer/in)	0,66 **	0,48 **	0,63**	0,42***
Alter			0,98	1,04
Alter quadriert			1,00	1,00**
Ref: ohne Berufsabschluss			***	
HS+MR mit Berufsabschluss			2,43**	1,16
Abitur m/o Berufsabschluss			3,00***	1,23
FH/Uni			6,23***	1,62
Ref: Einfache Tätigkeiten			***	***
Qualifizierte Tätigkeiten			3,31***	2,05***
Semi/Professionelle Tätigkeiten			2,28***	2,56***
Ref: Alleinstehend ohne Kind				
Partner/in			0,83	0,92
Partner/in + Kind(er)			0,92	0,88
Alleinerziehend + Kind(er)			1,08	1,09
Konstant	0,03 ***	0,13 ***	0,01 ***	0,02***
PseudoR ²	0,01	0,02	0,10	0,08

Signifikante Effekte: *** bei $p < 0,01$, ** bei $p < 0,05$, * bei $p < 0,1$.

Quelle: Statistisches Bundesamt (scientific use file 2005); Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Ohne Kontrolle weiterer Variablen zeigt eine Einbürgerung einen größtenteils hochsignifikanten Einfluss: Zumindest bei den Migrant(inn)en türkischer und osteuropäischer Herkunft und in geringerer Weise auch bei italienischstämmigen Männern. Allerdings mit jeweils **entgegengesetzten Effekten**. Denn die eingebürgerten türkischstämmigen Frauen und Männer sind mit 1,8 bzw. 1,6fach höherer Wahrscheinlichkeit selbständig als diejenigen ihrer Gruppe ohne deutschen Pass. Demgegenüber verhält sich dies unter den Männern italienischer Herkunft, aber vor allem unter den Frauen und Männern aus Osteuropa gerade umgekehrt: Besitzt eine Osteuropäerin die deutsche Staatsangehörigkeit ist sie nur halb so häufig selbständig als diejenigen mit einem ausländischen Pass (Tab. 15.3a).

Ähnliches gilt für die Männer dieser Gruppe. So besteht natürlich der Verdacht, dass hierfür ein Aussiedlereffekt verantwortlich ist, da sich die aus Polen und Russland zugewanderten (Spät-)Aussiedler weit weniger stark unternehmerisch betätigen (vgl. Kapitel 5.3).²³⁸

Da deren staatsbürgerliche Position jedoch i.d.R. allein schon durch die Zuwanderung und nicht durch eine bewusste Entscheidung für die Einbürgerung zu erklären ist, wären die Einbürgerungseffekte unter den Türkischstämmigen nicht mit denen unter Osteuropäer(inne)n zu vergleichen. Daher wurden in einem Zusatzmodell (Tab. 15.3b) ansatzweise all diejenigen herausgerechnet, von denen aufgrund bestimmter Informationen anzunehmen ist, dass es sich um Aussiedler handelt.²³⁹ Die Modellergebnisse verändern sich hierdurch allerdings nicht. Oder anders formuliert: Migrantinnen und Migranten aus den osteuropäischen Ländern, die ihren Status als Ausländer beibehalten (müssen), betätigen sich mit weit höherer Wahrscheinlichkeit selbständig als diejenigen, die einen deutschen Pass erwarben.

Doch wie sind diese Ergebnisse zu interpretieren? Sind die Deutschen türkischer Herkunft tatsächlich stärker unternehmerisch orientiert und damit ggf. auch risikobereiter als diejenigen mit türkischer Staatsangehörigkeit? Und weshalb sollte dies bei den Osteuropäer/innen und bei den italienischstämmigen Männern in umgekehrter Weise gelten?

Nach unseren bisherigen Befunden in Kapitel 7.1 muss zumindest die These verworfen werden, dass sich Personen aus Drittstaaten wie der Türkei vor allem deswegen einbürgern lassen, um hierdurch formale bürokratische Hürden im Gründungsprozess zu umgehen. Dies erscheint zumindest mit Blick auf einen großen Teil der Türkinnen und Türken wenig plausibel, da hier der Einbürgerungs- und Gründungszeitpunkt weit auseinander liegt.

Ohnehin dürfen in Beantwortung dieser Fragen nicht allein die „Bruttoeffekte“ des Einbürgerungs- bzw. Ausländerstatus betrachtet werden. Aus bisherigen Untersuchungen ist bekannt,²⁴⁰ dass Migrant(inn)en mit einer Einbürgerungsabsicht ein durchschnittlich jüngeres Lebensalter sowie ein höheres Bildungsniveau als die Referenzgruppe aufweisen. Gleichzeitig haben sich Alter und Bildung in der Gründungsforschung als wichtige Einflussfaktoren erwiesen. Allerdings mit unterschiedlichem Effekt: Denn während Bildung und Selbständigkeit den gleichen positiven Richtungszusammenhang wie in der Frage der Einbürgerung besitzen, senkt ein junges Lebensalter die Gründungsfähigkeit.

Zu prüfen ist daher, ob der (je nach Herkunftsgruppe) festgestellte positive oder negative „Einbürgerungseffekt“ nicht letztlich ein Ergebnis einer jeweils unterschiedlichen Alters- oder Bildungsstruktur ist. Hierzu müssen zusätzliche Einflüsse auf die Selbständigkeit (statistisch) kontrolliert werden, um die Nettoeffekte der staatsbürgerlichen Position zu bemessen.

²³⁸ Vgl. auch Leicht et al. 2005 in Bezug auf Russlanddeutsche.

²³⁹ Da im Mikrozensus 2005 der Aussiedlerstatus noch nicht erfasst wurde, handelt es sich um eine Hilfskonstruktion auf Basis von Informationen zum Zuwanderungs- und Einbürgerungszeitpunkt sowie zu dem Geburtsort und vorheriger Nationalität (ähnlich Birkner 2007 sowie LDS 2008).

²⁴⁰ Unter anderem: Salentin/ Wilkening 2003; Seifert 2007; Integrationsbericht NRW 2008.

Mit Blick auf den zweiten Analyseschritt und hierbei auf das Modell für Personen türkischer Herkunft (Tab. 5.1) wird ersichtlich, dass die vormals positiven Effekte der Einbürgerung der Kontrolle weiterer selbständigkeitsrelevanter Variablen, vor allem unter Berücksichtigung von Alter und Bildung, nicht „standhalten“, d.h., sich nicht mehr auf signifikanten Niveau bewegen.²⁴¹ In den für die italienischstämmigen Männer (Tab. 15.2) und vor allem für die osteuropäischen Frauen und Männer (Tab. 15.3a+b) erstellten Regressionen bleibt der Einfluss des Faktors „deutsch oder nicht“ jedoch weitestgehend stabil. D.h., auch unter Kontrolle weiterer potenzieller Faktoren zeigt sich, dass sich in diesen Gruppen mit höherer Wahrscheinlichkeit diejenigen selbständig machen, welche die Staatsangehörigkeit ihres Herkunftslandes beibehalten bzw. sich nicht einbürgern lassen haben.

Es ist anzunehmen, dass für deren höhere Gründungsneigung andere bzw. nicht im Modell überprüfbare Mechanismen verantwortlich sind. Dazu dürften zum einen die Arbeitsmarkteffekte zählen, da die aus Polen und Russland stammenden Ausländer/innen in weit höherem Maße als die Eingebürgerten erwerbslos sind (vgl. Kapitel 4.2). Von noch größerer Bedeutung sind allerdings die Charakteristika der Neuzuwanderung aus Polen und teils auch aus der russischen Förderation. Für Nordrhein-Westfalen kann dies zwar aufgrund mangelnder Fallzahlen im Mikrozensus nicht nachvollzogen werden, aber in Westdeutschland insgesamt weisen die seit 2000 neu Zugewanderten aus Polen (ohne deutschen Pass) außerordentlich hohe Selbständigenquoten auf. D.h., auch wenn sich die immensen Gründungsaktivitäten der „zwischen den Grenzen wandelnden“ Polinnen und Polen (Kapitel 5.1.2) nicht sämtlich in einem dauerhaften Selbständigenbestand niederschlagen, lassen sich dennoch einige mit den Daten identifizieren. Bei allem ist darüber hinaus daran zu erinnern: Dass in einigen Gruppen die Ausländer – entgegen manchen Erwartungen – eine teilweise stärkere unternehmerische Neigung zeigen als die Eingebürgerten, ist nicht allein bei den Migrant(inn)en osteuropäischer Herkunft, sondern auch bei manchen Angehörigen von EU-Ländern, insbesondere aus den ehemaligen Anwerbestaaten, zu beobachten.

15.2 Einfluss von individuellen Ressourcen: Bildung und Wissen

Bildung und Humankapital ist von zentraler Bedeutung für die Neigung und Fähigkeit zur Gründung sowie den Erfolg eines Unternehmens. So sehr dies inzwischen zum Kern aller gründungspolitischen Überlegungen zählt, so unsicher ist dabei doch, ob und inwieweit diese Formel auch auf das unternehmerische Verhalten von Migrantinnen und Migranten übertragen werden kann. Denn das sich diesbezüglich bietende Bild wird von zwei scheinbar widersprüchlichen Erscheinungen geprägt: Einerseits wird die Entwicklung beruflicher Selbständigkeit insgesamt in Deutschland seit langem durch die überproportional starken Gründungsaktivitäten von Migrantinnen und Migranten – und dabei vor allem von Ausländer/innen – getragen. Andererseits ist seit der bildungspolitischen Debatte um die Chancen von Zugewanderten und ihren Nachfahren bekannt, dass die hierfür erforderlichen Qualifikationen vielfach noch immer fehlen. Daher stellt sich die Frage, ob das unternehmerische Engagement von Migrant(inn)en weniger als bei den Autochthonen durch Erfahrung, Bildung und Wissen, sondern ggf. durch andere Faktoren angetrieben wird.

Die Regressionsschätzungen belegen allerdings, dass Arbeitserfahrung, Bildung und berufliche Qualifikationen (zwar weniger im Aggregat, aber auf individueller Ebene) auch für Migrantinnen und Migranten von entscheidender Bedeutung für ihre Gründungsneigungen und -fähigkeiten sind. Dies ist an mehreren Indikatoren festzumachen:

Das Alter von Erwerbstätigen wird im allgemeinen als Näherungswert für das im Arbeitsleben akquirierte Erfahrungswissen verwendet. Die Modelle für die Beschäftigten türkischer Herkunft (Tab. 15.1) zeigen zumindest mit Blick auf Frauen, dass ein höheres Alter positiven Einfluss nimmt. Von größerer Relevanz ist allerdings die formale Bildung. Jeweils im Vergleich zu erwerbstätigen türkischstämmigen Frauen ohne Berufsabschluss machen sich solche mit mindestens einem Hauptschul- und Lehrabschluss mit 2,5fach und die mit einem Hochschulabschluss mit 3,7fach höherer Wahrscheinlichkeit selbständig. Bei Frauen türkischer Herkunft ist der Bildungseffekt sogar um einiges stärker als bei den Männern. Soweit sich türkischstämmige Frauen

²⁴¹ Der „konternde“ Effekt von Alter und Bildung lässt sich durch schrittweise Einführung in die Modelle oder aber durch die Interaktionseffekte (nicht abgebildet) erkennen.

unternehmerisch betätigen, sind sie zudem weit häufiger als die Arbeitnehmerinnen in qualifizierten oder (semi-)professionellen Berufen anzutreffen. Entscheidend hierbei ist, dass dies nicht ein Ergebnis ihrer höheren schulischen Bildung ist, da deren Effekt ja zusätzlich berücksichtigt wurde. Vielmehr kann hierin ein Mobilitätseffekt der Selbständigkeit gesehen werden: Frauen mit vergleichbarem Bildungsniveau gelingt es in der Selbständigkeit eher eine qualifizierte oder professionelle Tätigkeit auszuüben als ihren Pendants in einer abhängigen Beschäftigung (was im Übrigen auch unter dem Blickwinkel der Integrationsfrage von Bedeutung ist).

Im Vergleich zu den türkischen lassen sich mit Blick auf italienische Migrantinnen nur wenige einflussreiche Determinanten finden (Tab. 15.2). Dies mag damit zusammenhängen, dass diese oftmals mit ihrem Lebenspartner ein gemeinsames Unternehmen gründen (vgl. Kapitel 12). Interessanterweise sind es unter den Italienischstämmigen vor allem die Männer, bei denen ein höherer Bildungsabschluss den Weg in die Selbständigkeit ebnet (wobei sie dann trotzdem oftmals Gastwirt sind; vgl. Kap. 8.1). Immerhin arbeiten selbständige Italienerinnen häufiger als Arbeitnehmerinnen auf der Basis einer (semi-)professionellen Qualifikation.

Eine gute Humankapitalausstattung in Form schulischer und beruflicher Bildung ist insbesondere für die osteuropäischen Frauen eine entscheidende Voraussetzung für unternehmerisches Engagement (Tab. 15.3a+b). In dieser Gruppe haben Akademikerinnen eine mehr als fünf mal so hohe Wahrscheinlichkeit selbständig zu sein als die ungelerten Frauen gleicher Herkunft. Dies ist in Anbetracht der zuvor schon beobachteten Präsenz „medizinischer“ Berufe (Kapitel 7.2) verständlich. Werden auch hier die Aussiedlerinnen ausgeklammert, steigt der Bildungseffekt sogar noch an. Doch neben den Hochschulabsolventinnen kommen bei den Osteuropäerinnen noch andere Qualifikationen ins Spiel: Ganz im Gegensatz zu den italienischen Frauen, bei denen (semi-)professionelle Berufe die stärkste Triebkraft in Richtung Selbständigkeit entwickeln, sind es bei den Osteuropäerinnen in stärkerem Maße die Berufe mit einem mittleren Qualifikationsniveau, die zu einer Gründung führen. Diese Diskrepanz zu den Effekten formaler Bildung mag darauf zurückzuführen sein, dass die Osteuropäerinnen ihre zumeist im Herkunftsland erworbene Hochschulausbildung (vgl. Kapitel 8.1) weder in der abhängigen noch in einer selbständigen Beschäftigung adäquat einsetzen können, d.h., sie eher im Feld mittlerer Qualifikationsanforderungen tätig werden. Darüber hinaus dürfte überraschen, dass unter Männern osteuropäischer Herkunft das formale Bildungsniveau keine Rolle für die Entscheidung zu einer selbständigen Erwerbsarbeit spielt. Dies mag sicher auch daran liegen, dass hier vielfach vor allem handwerkliche Fähigkeiten „über die Grenze“ gebracht werden, was sich bspw. im Anstieg von Gründungsaktivitäten im Baugewerbe beweist.

Bei Frauen und Männern deutscher Herkunft zeigt sich der aus vielen Studien bekannte positive Einfluss des Alters bzw. der Berufserfahrung ²⁴²(Tab. 15.4; Anhang). Während formale Bildung unter den Erwerbstätigen nicht-deutscher Herkunft eine jeweils bei Frauen und Männern ganz unterschiedliche Bedeutung besitzt, erweist sich die schulische und berufliche Bildung bei Deutschen beiderlei Geschlechts als selbständigkeitsförderlich. Der Bildungseffekt bei deutschen Frauen ist jedoch nicht ganz so stark wie unter den Osteuropäerinnen.

15.3 Einfluss von Familie: Zur Bedeutung von Lebenspartner und Kindern

Während es hier vor allem um die Bedeutung bzw. Stärke bestimmter Determinanten beruflicher Selbständigkeit geht, sollte nicht vergessen werden, dass Frauen nach wie vor – und über alle Herkunftsgruppen hinweg – seltener als Männer ein Unternehmen gründen und führen (vgl. Kapitel 5). Die Entscheidung zur beruflichen Selbständigkeit wird bei Frauen und Männern von teilweise divergierenden Ressourcen, Gelegenheiten und insbesondere von unterschiedlichen Restriktionen geleitet. Einige der hinderlichen Faktoren wurden bereits in den vorangegangenen Kapiteln vorgestellt und bewertet.

Doch neben den institutionellen Rahmenbedingungen sind es vor allem die aus der Sozialisation und aus tradiertem Rollenverhalten resultierenden Faktoren – und damit auch Hürden im privaten Umfeld, welche Frauen eine unternehmerische Betätigung erschweren. Die mangelnden Möglichkeiten der Entwicklung und des Rückgriffs auf Ressourcen stehen in unmittelbarem Zusammenhang mit den durch die Rollenmodelle hervorgerufenen

²⁴² in Form eines umgekehrt u-förmigen bzw. inversen Verlaufs. D.h., die Wahrscheinlichkeit der Ausübung einer beruflichen Selbständigkeit steigt bis zu einer gewissen Altersgrenze kontinuierlich an und geht nach dieser Altersgrenze wieder zurück.

Restriktionen.²⁴³ Da Familienarbeit größtenteils noch immer Frauensache ist, werden die Lebensumstände bzw. die Doppelbelastung durch Haushalt und Beruf, d.h., auch der Mangel an Zeit, als zentrale Hindernisse im Zugang zur beruflichen Selbständigkeit diskutiert. Je nach unternehmerischer Performance erfordert der Wettbewerb die „ganze Frau“. Andererseits jedoch wird der Not auch vielfach eine „Tugend“ zugeschrieben: Denn die Gründung eines eigenen Unternehmens eröffnet unter Umständen auch mehr Chancen, Familien- und Erwerbsarbeit durch eine räumlich und zeitlich flexible Arbeitsgestaltung unter einen Hut zu bekommen.²⁴⁴ Aus diesem Grund haben wir uns in Kapitel 13 ausführlich mit der Haushaltsstruktur von Migrantinnen und mit der Frage befasst, welche Vereinbarkeitsprobleme bei Frauen unterschiedlicher ethnischer Herkunft ersichtlich werden bzw. inwieweit Familienarbeit ein Hindernis für die Ausübung einer selbständigen Erwerbsarbeit ist. Im Ergebnis hat sich u.a. gezeigt, dass Migrantinnen (v.a. türkischer und russischer Herkunft) weit weniger als die „einheimischen“ Frauen in der Lage sind, einen Ausgleich zwischen beruflichen und familiären Verpflichtungen herzustellen. Ursächlich hierfür sind – neben anderen Faktoren – die Unterschiede in den wirtschaftlichen Tätigkeiten, aber auch die höheren Arbeitszeiten.²⁴⁵

Im Mittelpunkt dieser Analysen standen also Frauen, die zwar (mehr oder weniger stark) Probleme bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie reklamierten, sich aber dennoch (!) unternehmerisch engagieren. Daher ist noch nicht die weit zentralere Frage beantwortet, ob Familienverantwortung letztlich dazu führt, dass sich ein anderer Teil der Frauen gar nicht erst zum Schritt in die berufliche Selbständigkeit entschließt. Gleichzeitig wird jedoch davon ausgegangen, dass die Möglichkeiten einer flexiblen Arbeitsgestaltung Frauen eher zu diesem Schritt beflügeln. Es ist ferner anzunehmen, dass diesbezüglich beachtliche kulturelle Differenzen bestehen. Unsere Daten liefern teils überraschende Befunde was die unterschiedliche Bedeutung von Partnern und Kindern bei der Ausübung beruflicher Selbständigkeit betrifft:

Die Regressionsmodelle machen ersichtlich, dass insbesondere Frauen türkischer Herkunft, die in einer Lebensgemeinschaft mit mindestens einem Kind zusammenleben, mit dreifach höherer Wahrscheinlichkeit als Selbständige arbeiten als alleinstehende Türkinnen ohne Kind (Tab. 15.1). Und dies obwohl das Alter kontrolliert wurde. Ein solch deutlicher Zusammenhang findet sich bei keiner der anderen Gruppen, wenn man die statistische Signifikanz der Beziehungen berücksichtigt. Selbst unter den Frauen deutscher Herkunft ist der Einfluss der Haushaltszusammensetzung nicht so groß: Hier gilt (wie übrigens auch für die Männer), dass eine Partnerschaft mit Kind(ern) die Wahrscheinlichkeit einer selbständigen Tätigkeit um etwa 10% erhöht (Tab. 15.4 im Anhang). Unter den italienischen Frauen sind offenbar nur diejenigen der Meinung, Familienverantwortung würde sich mit einer beruflichen Selbständigkeit vereinbaren lassen, die sich bereits unternehmerisch betätigen (Tab. 15.2 im Kontext der Ergebnisse in Kapitel 13.2). Ist dies nicht der Fall, wirkt Familienarbeit, wie auch bei den Frauen aus dem osteuropäischen Raum eher gründungshemmend (Tab. 15.3a+b). Wenn auch nicht signifikant, so zeigt doch zumindest die Richtung der odds ratios, dass hier ein negativer Zusammenhang zwischen Familienverantwortung und Selbständigkeit besteht.

Sieht man von den in einer Partnerschaft und mit Kind lebenden Männern deutscher Herkunft ab, so findet sich auch bei den aus der Türkei, Italien oder Osteuropa stammenden Männern kein Hinweis dafür, dass Familienverantwortung ein Triebmittel in Richtung Selbständigkeit wäre. Eher im Gegenteil: Dieser Beziehungszusammenhang ist bei den türkischstämmigen Männern mit Partnerin und Kind(ern) sogar signifikant negativ (Tab. 15.1).

Das heißt: Sieht man von den türkischstämmigen Frauen ab, zeigt sich, dass die ansonsten (bei Frauen deutscher Herkunft) förderlichen „Familienverhältnisse“ bei den Migrantinnen keinen positiven Einfluss hinsichtlich der Frage einer unternehmerischer Betätigung entfalten. Offensichtlich führen dort die durch eine selbständige Erwerbsarbeit in Aussicht gestellten Freiheitsgrade nicht dazu, dass sich die Frauen aus Italien oder aus Osteuropa eher für eine selbständige als für eine abhängige Beschäftigung entscheiden. D.h., die Frage der Kinderbetreuung und der Doppelbelastung stellt sich für Migrantinnen auch in der beruflichen Selbständigkeit, weshalb die „Vereinbarkeitspolitik“ die Selbständigen nicht ausklammern darf.

²⁴³ Auf den wesentlichen und das gender gap stark erklärenden Einfluss von beruflicher Segregation kann an dieser Stelle nicht eingegangen werden. Vgl. u.a. Leicht/ Lauen-Ulbrich 2005; Strohmeier/ Tonoyan 2005.

²⁴⁴ Vgl. McManus 2001; Lohmann 2004 sowie Kapitel 2.1.

²⁴⁵ Anschauliche Beispiele für die Vereinbarkeitsproblematik finden sich sowohl in Kapitel 6 als auch in der vom MGFFI (2007) herausgegebenen Broschüre „Erfolgreich arbeiten mit zwei Kulturen“.

Betriebliche Charakteristika, Strategien und Erfolg

Die unternehmerischen Aktivitäten von Zugewanderten sind in den letzten Jahren allein schon deshalb stärker als bisher in den Fokus von Politik und öffentlicher Debatte gerückt, weil Migrantenselbständigkeit – wie auch der Integrationsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen betont – „zu einem unverzichtbaren volkswirtschaftlichen Faktor geworden ist.“²⁴⁶ Dies zeigen zunächst die enormen Zuwachsraten an Gründungen und Selbständigen. Allerdings ist über das damit verbundene betriebliche bzw. wirtschaftliche Potenzial bislang noch relativ wenig bekannt – und erst recht nichts über dasjenige der Unternehmen von Frauen.²⁴⁷ Zwar befassen sich einige wenige Studien (ohne Geschlechterdifferenzierung) mit der ökonomischen Bedeutung von Migrantenselbständigkeit, allerdings konzentrieren sie sich entweder auf die türkischstämmigen Unternehmer in Nordrhein-Westfalen (ZfT-Studien)²⁴⁸ oder nehmen Bezug auf die Situation in Gesamtdeutschland (ifm-Studie zur „Ethnischen Ökonomie“)²⁴⁹ und betrachten zudem nur Ausländer (RWI-Studie)²⁵⁰ oder ausgewählte ökonomische Indikatoren.²⁵¹

Erschwert wird die Beurteilung der volkswirtschaftlichen Bedeutung von Migrantenselbständigkeit allerdings durch den Mangel an Daten. Bisher gibt es keine einzige Statistik, durch welche unternehmens- und personenbezogene Daten so zu verknüpfen wären, dass die betrieblichen Leistungspotenziale mit der ethnischen oder nationalen Herkunft der Unternehmensinhaber in Zusammenhang zu bringen sind. Soweit dies jedoch mit Unternehmensbefragungen (wie der hier vorliegenden) der Fall ist, können zwar betriebliche Merkmale von inhabergeführten Unternehmen²⁵² erfasst, aber mangels Referenzsystem und Fallzahlen nur mit großen Unsicherheiten auch zu volkswirtschaftlichen Kenngrößen hochgerechnet werden.

Durch unsere Befragung ist es zumindest möglich, die betrieblichen Strukturen und einige daraus ableitbare Leistungspotenziale zu beschreiben. Nachfolgende Analysen befassen sich mit den Charakteristika, Beschäftigungspotenzialen und wirtschaftlichen Strategien der Unternehmen von Migrantinnen und Migranten in Nordrhein-Westfalen. Es ist daran zu erinnern, dass wir bereits in vorherigen Kapiteln einige betriebs- und wirtschaftsstrukturelle Betrachtungen angestellt hatten, soweit dies im Kontext der Fragestellungen erforderlich war. So wurde in Kapitel 7.2 die Branchenorientierung der Unternehmer/innen beschrieben (v.a. deswegen, weil die darauffolgenden Analysen teils eine Branchendifferenzierung verlangten). Ferner haben wir in Kapitel 9.3 die innerethnischen Beziehungen zu Kunden und Geschäftspartnern untersucht (da dies zur Einschätzung der Integrationsbedingungen beigetragen hat). Und in Kapitel 11 wurden mit Blick auf das Arbeitsvolumen und das Einkommen gleichfalls einige ökonomisch relevante Fragestellungen aufgegriffen.

Im nachfolgenden Kapitel 16 werden zunächst einige Eigenschaften und Strukturen der Unternehmen beschrieben sowie vor allem die Beschäftigungspotenziale betrachtet. Und in Kapitel 17 wird abschließend untersucht, welche Strategien die Migrantinnen mit ihren Unternehmen verfolgen und welche Erfolge sich diesbezüglich zeigen.

16. Betriebsstrukturen²⁵³ und Beschäftigungspotenziale

In Bezug auf welche Eigenschaften unterscheiden sich die Migrantenunternehmen von den Unternehmen der Deutschen? Und wo liegen die Unterschiede mit Blick auf die Betriebe einzelner Ethnien? Während in Kapitel 9 die Bedeutung von co-ethnischen Beziehungen nach „außen“, d.h., zu den Kunden oder Partnern, zur Diskussion standen, interessiert hier viel eher die „innere“ Zusammensetzung, so etwa auch die Frage, welche Bedeutung die Landsleute, oder speziell die Familie oder der Partner in den Unternehmen haben.

²⁴⁶ MGFFI 2008, S. 118.

²⁴⁷ Soweit einige wenige Studien vorliegen (vgl. Kapitel 2.3) sind sie eher qualitativer Natur und beziehen sich zudem kaum auf ökonomische Indikatoren.

²⁴⁸ Zentrum für Türkeistudien: zu NRW vgl. Sauer 2004.

²⁴⁹ Leicht et al. 2005.

²⁵⁰ Loeffelholz et al. 1994.

²⁵¹ z.B. zur Bedeutung von Selbständigen für den Arbeitsmarkt (Leicht/ Leiß 2006) oder zur Branchenstruktur oder zum Einkommen (Özcan/ Seifert 2003).

²⁵² Kapitalgesellschaften bieten in rechtlicher und vor allem sozialer Sicht keine Wesensmerkmale, um das Unternehmen einer bestimmten Person bestimmter (ethnischer) Herkunft zuzuordnen.

²⁵³ Im Folgenden wird der Begriff „Unternehmen“ und „Betrieb“ synonym verwendet, wohl wissend, dass ein Betrieb auch als Arbeitsstätte und damit als Teil eines Unternehmens verstanden werden kann.

Die wohl wichtigste „Ausstattung im Innenleben“ eines Unternehmens sind die Beschäftigten, zumal in kleinen und mittleren Betrieben, da sie sich den Rationalisierungs- und Globalisierungstendenzen noch weitestgehend entziehen. Insbesondere in Migrantenunternehmen kommt dem Beschäftigungsreservoir eine zentrale Rolle zu. Etwa dann, wenn durch den Rückgriff auf Familie und Landsleute „ethnische Ressourcen“ zu mobilisieren sind. Dies ist zunächst auch eine Frage des Alters und der Größe des Betriebs. Ferner kommt es darauf an, ob die Ethnie überhaupt eine ausreichende Populationsgröße besitzt, um Landsleute akquirieren zu können. Von Interesse ist aber nicht nur, wer in Migrantenbetrieben Arbeit findet, sondern natürlich genauso, wie groß das Beschäftigungspotenzial unabhängig von der Herkunftszusammensetzung ist. In diesem Zusammenhang interessiert auch der Ausbildungsbeitrag.

Bezüglich der verwendeten Daten ist anzumerken, dass wir – wie schon an einigen Stellen zuvor – auch hier auf den erweiterten Datensatz (Pool unserer NRW-bezogenen Migrantenbefragungen)²⁵⁴ zurückgreifen, um bei stärker differenzierenden Analysen eine ausreichende Fallzahlengröße zu erzielen. Dies macht natürlich unter thematischen und methodischen Gesichtspunkten nur in Bezug auf mittelfristig stabil bleibende Strukturdaten Sinn.²⁵⁵ Es liegen ohnehin nicht für alle Themen adäquate Indikatoren aus mehreren Befragungen vor.

16.1 Sozialer Kontext der Unternehmensentwicklung und -führung

Bevor wir uns den Beschäftigten zuwenden, steht die Frage an, in welcher Form und durch welche Personen das Unternehmen seinen Anfang nahm; d.h., ob es selbst gegründet, übernommen oder zusammen mit anderen Inhabern geführt wird. Wir haben bezüglich der „Regentschaft“ allerdings nicht nach den Führungsverhältnissen zum Erhebungs- sondern zum Gründungszeitpunkt gefragt, da in der Untersuchung zunächst viel eher die Strategien von Gründerinnen und weniger die von etablierten Selbständigen im Vordergrund standen.

Gründungen, Unternehmenseintritte und -übernahmen: Ethnische Sukzession?

Inwieweit wird die Unternehmensentwicklung durch den Prozess ethnischer Sukzession bestimmt bzw. in welchem Umfang haben die Gründer/innen ihre Unternehmen von Landsleuten und dabei auch von der eigenen Familie übernommen?

Vorweg ist festzuhalten, dass die Frauen und Männer ihre Unternehmen zum überwiegenden Teil neu gegründet und nur etwa ein Viertel bis ein Drittel von ihnen diese von anderen übernommen haben oder dort eingetreten sind (Tab. 16.1.1).

²⁵⁴ Vgl. Kapitel 3.3 sowie Kapitel 7.2.

²⁵⁵ Bspw. kann das nachfolgend betrachtete Alter der Unternehmen natürlich nur am aktuellen Rand, d.h., mit den zuletzt erhobenen Daten ermittelt werden.

Tab. 16.1.1 Gründungen und sozialer Kontext der Unternehmensübernahmen

	Originäre Gründungen	Unternehmen übernommen von				Gesamt
		Familie/ Verwandtschaft	Freunden/ Bekanntem	Lands- leuten	Personen dt. oder and. Herkunft	
in Prozent						
Frauen						
türkisch	65	4	6	18	7	100
italienisch	64	8	3	18	7	100
polnisch	75	0	0	3	22	100
russisch	73	2	2	4	20	100
deutsch	76	17	2	0	5	100
Männer						
türkisch	72	3	2	15	7	100
italienisch	65	14	1	16	5	100
polnisch	81	1	0	2	16	100
russisch	76	1	1	9	14	100
deutsch	68	25	2	0	5	100

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Die meisten Übernahmen finden sich bei den Unternehmerinnen türkischer oder italienischer Herkunft, was vor allem ein Effekt ihrer starken Präsenz im Handel und Gastgewerbe ist. Ein wesentlicher Unterschied zu den Übernahmen durch Polinnen oder Russinnen besteht darin, dass jeweils 18% der türkisch- und italienischstämmigen Frauen das Unternehmen von Landsleuten „eingekauft“ haben, während die Vorbesitzer der von den osteuropäischen Frauen übernommenen Unternehmen zu über 20% deutscher oder anderer Herkunft waren. Weitergaben innerhalb der Familie sind dagegen in allen Migrantinnengruppen eher selten, wenngleich (wie schon in Kapitel 8.2 festgestellt) der Anteil an Gründerinnen, deren Eltern selbständig waren, bei Türkinnen und Italienerinnen bei rund einem Viertel liegt. Da aber nur wenige Migrantenfamilien auf eine lange Aufenthaltszeit in Deutschland zurückblicken können ist auch die Chance der Unternehmensvererbung hierzulande gering. Logischerweise ist unter den deutschen Frauen der Anteil an Übernahmen aus dem Kreis der Familie höher.

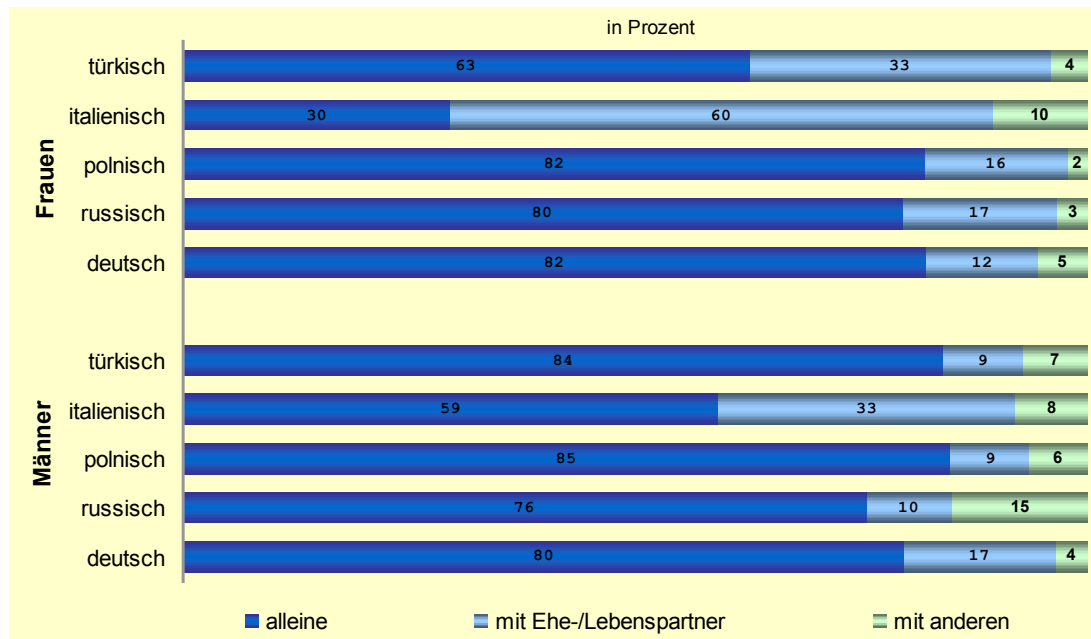
Das beschriebene Muster findet sich im übrigen in ähnlicher Weise bei den Männern, wobei hier originäre Gründungen eine geringfügig größere Bedeutung als bei den Frauen haben. Dies ist, wie nachfolgend deutlich wird, im Zusammenhang damit zu sehen, dass viele Frauen ihr Unternehmen von Anfang an mit dem Ehepartner teilen.

Allein, mit dem Partner oder im Team?

Wie sieht die personelle Zusammensetzung in der Unternehmensführung – und damit ein wichtiger Teil des „Innenlebens“ der Betriebe aus? Wie nicht anders zu erwarten wurden die Unternehmen (abgesehen von denjenigen der Italienerinnen) überwiegend alleine gegründet bzw. übernommen (Abb. 16.1.2). Dies gilt zumindest für die Frühphase der meisten Unternehmen. Fast zwei Drittel (63%) der türkischstämmigen Frauen und über vier Fünftel der polnisch- oder russischstämmigen Frauen (84% bzw. 81%) haben ihren Betrieb allein auf den Weg gebracht. Die Frauen aus Italien hingegen gründeten zu weniger als einem Drittel (30%) alleine. Fast 60% starteten zusammen mit ihrem Ehe- oder Lebenspartner. Diese Struktur weicht von der anderer Gruppen deutlich ab. Aber immerhin ist es auch unter den türkischen Frauen genau ein Drittel, welches das Unternehmen zusammen mit dem Ehemann zum Laufen brachte.

Insgesamt gründen oder übernehmen Migrantinnen häufiger als deutsche Frauen mit ihrem Lebenspartner ein Unternehmen. Dies ist auch bei den Osteuropäerinnen der Fall. Demgegenüber liegt bei den meisten Gruppen der Anteil an Gründungen, bei denen eine andere Person als der Partner beteiligt war, deutlich unter der 10%-Marke.

Tab. 16.1.2 Zusammensetzung der Unternehmensführung zum Zeitpunkt der Gründung / Übernahme



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Sieht man von den Russen ab, dann tendieren Männer etwas häufiger dazu, ein Unternehmen alleine zu gründen und zu führen (was aber nicht heißt, dass sie dies ohne Beschäftigte tun)²⁵⁶. Dieser Geschlechterunterschied ist bei Selbständigen aus Polen weniger stark ausgeprägt als bei denen aus der Türkei oder Italien. Bei letzteren resultiert die Diskrepanz aus den hohen Anteilen an Lebenspartner- bzw. „Familiengründungen“ durch Frauen. Diese sind überdurchschnittlich häufig im Gastgewerbe und Handel zu beobachten, wo dann der Anteil an „Ehe- bzw. Familienunternehmen“ jeweils über zehn Prozentpunkte höher liegt (nicht abgebildet).

16.2 Alter und Größe der Unternehmen

Während wir in Kapitel 8.3 – im Kontext der persönlichen Ressourcen und Merkmale – das Lebensalter und die Aufenthaltsdauer zum Gründungszeitpunkt betrachtet haben, stehen an dieser Stelle die betrieblichen Merkmale und dabei zunächst das Alter der Unternehmen und schließlich die Beschäftigungsgröße im Vordergrund.

Alter der Unternehmen

Die Unternehmer/innen wurden gefragt, in welchem Jahr sie das Unternehmen gegründet oder aber übernommen haben. Im Falle einer Übernahme oder eines Eintritts in ein bestehendes Unternehmen können wir das Betriebsalter jedoch nicht in der vollen Dimension sondern nur annähernd erfassen.²⁵⁷ Zur besseren Übersicht und zum leichteren Verständnis lässt sich das Alter der Unternehmen nach folgenden Kategorien ordnen (Tab. 16.2.1): Unter „Neugründungen“ fassen wir jene zusammen, die im Zeitraum zwischen 2004 und 2008 aus der Taufe gehoben wurden. Betriebe, welche die kritischen vier Anfangsjahre überstanden haben, befinden sich zunächst in der „Konsolidierungsphase“. Hingegen sollen als „etablierte Betriebe“ jene bezeichnet werden, welche mindestens acht Jahre und höchstens 19 Jahre am Markt tätig sind. Von „Altbetrieben“ wird gesprochen, wenn diese bereits länger als 20 Jahre bestehen.

²⁵⁶ Siehe nächster Abschnitt.

²⁵⁷ Soweit ein Unternehmen aus einer Neugründung hervorgegangen ist und nicht nur von einem anderen Eigentümer übernommen wurde, lässt sich das „Betriebsalter“ in den meisten Fällen bereits an der Dauer der selbständigen Erwerbstätigkeit erkennen. Es sein denn, der neue Eigentümer hat bereits ein anderes Unternehmen.

Bei allem ist zu berücksichtigen, dass die Erhebung nur die Alterstruktur derjenigen Unternehmen wiedergibt, die über die Zeit am Markt überlebt haben. Auf die hohe Fluktuation durch Schließungen wurde bereits in Kapitel 5.1 eingegangen.

Natürlich spiegelt sich die unterschiedlich lange Aufenthaltsdauer der Angehörigen einzelner Herkunftsgruppen bzw. deren Zuwanderungszeit auch im Alter der von ihnen geführten Unternehmen wider (vgl. Kapitel 7.1). So dürfte nicht überraschen, dass der mit weitem Abstand höchste Anteil an neuen Unternehmen unter russischstämmigen Frauen zu finden ist: Von diesen haben zwei Fünftel (41%) ihren Betrieb innerhalb der letzten vier Jahre gegründet, weitere 34% befinden sich in der Konsolidierungsphase, während nur jedes vierte „russische Unternehmen“ als etabliert zu bezeichnen ist. Es wurde bereits auf das Problem hingewiesen, dass in unserer Stichprobe die Neugründungen polnischer Frauen und Männer eher untererfasst sind, da es sich ansonsten vielfach um Formen „transnationaler“ Selbständigkeit oder schlicht um Scheingründungen handelt, die mit einer telefonischen Befragung kaum zu erreichen sind.²⁵⁸ Wohl auch aus diesem Grund beträgt der Anteil an Neugründungen durch polnischstämmige Frauen „nur“ etwas mehr als ein Viertel (27%).

Ein Beispiel dafür, dass das Unternehmensalter nicht allein von der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer der Herkunftsgruppen beeinflusst wird, sind die Betriebe türkischstämmiger Frauen: Auch hier sind viele jüngeren Alters. Etwa ein Drittel sind Neugründungen, weitere 22% sind in der Konsolidierungsphase. Im Vergleich zu den türkisch- bzw. russischstämmigen Migrantinnen kann ein Großteil der deutschen und vor allem auch italienischen Frauen auf eine längere Betriebstradition zurückblicken: Mehrheitlich handelt es sich um etablierte (deutsche Frauen 32%, italienische 45%) oder sogar um „alteingesessene“ Betriebe (deutsche Frauen 30%, italienische 26%).

Tabelle 16.2.1: Gründungsjahr / Jahr der Übernahme des Unternehmens

	Alt-betriebe	etablierte Betriebe	Konsolidierung	Neugründungen	Gesamt	Betriebsalter / Selbständigkeitsdauer		
	> 1987	1988 - 1999	2000 - 2003	2004 - 2008		Mittelwert	Median	
	in Prozent							
Frauen								
türkisch	9	38	22	32	100	9,5	8	
italienisch	26	45	10	18	100	15,6	15	
polnisch	7	42	23	27	100	9,7	8	
russisch	1	23	34	41	100	6,2	5	
deutsch	30	32	14	24	100	14,6	13	
Männer								
türkisch	9	33	21	37	100	9,1	7	
italienisch	27	40	13	20	100	14,7	12	
polnisch	10	52	16	21	100	11,9	10	
russisch	2	30	22	46	100	6,7	5	
deutsch	35	40	12	13	100	16,9	15	

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

²⁵⁸ U.a. in Kapitel 5.1 und 7.1.

Diese Zweiteilung wird auch mit Blick auf die Durchschnittswerte und den Median deutlich (Tabelle 16.2.1). Die Hälfte der von uns befragten italienischstämmigen selbständigen Frauen ist bereits seit mehr als 15 Jahren auf dem Markt. Dieser Wert übertrifft sogar noch denjenigen der deutschen Frauen, von denen die Hälfte ihr Unternehmen höchstens seit 13 Jahren führt. Dies zeigt auch, dass ein beachtlicher Teil der italienischen Unternehmen in Deutschland eine lange Tradition besitzt. Zwar ist, wie wir gesehen haben (Kapitel 5.1.2), die Zahl der Betriebsschließungen am aktuellen Rand relativ hoch, doch viele der heute noch bestehenden italienischen Unternehmen werden von „Italiener/innen der ersten Stunde“ geführt, die einst vom Gastarbeiter- in den Selbständigenstatus wechselten. Deutlich jünger ist hingegen das Gros der Unternehmen von türkisch- und polnischstämmigen Frauen, von denen die Hälfte der Betriebe (Median) nicht länger als acht Jahre am Markt sind.

Betriebsgrößen und Beschäftigungspotenzial

Ein wichtiger Indikator zur Bestimmung der Leistungsstärke eines Unternehmens ist in der Anzahl der Beschäftigten zu sehen. In der Regel besitzen größere Betriebe eine höhere Bestandsfähigkeit als kleinere oder gar Kleinstgründungen.²⁵⁹ Aber die Personalausstattung eines Unternehmens ist vor allem ein Näherungswert zur Beurteilung des gesamten betrieblichen Leistungsvermögens, da sie indirekt auf weitere Potenziale verweist. Bspw. korrelieren die Beschäftigtenzahl und Wertschöpfung einer Produktionseinheit relativ eng.²⁶⁰ Aber zuvorderst verkörpert die Mitarbeiterzahl natürlich den Beschäftigungsbeitrag von Unternehmen. Vor diesem Hintergrund stellt sich dann die Frage, welche beschäftigungspolitische Bedeutung den von Migrant(inn)en geführten Unternehmen beizumessen ist. D.h., wie viele dieser Unternehmen schaffen nicht nur einen Arbeitsplatz für die Gründerin oder den Gründer, sondern können darüber hinaus noch zusätzliches Personal beschäftigen? Und wie groß sind die Betriebe von Migrant(inn)en im Vergleich zu denen der Deutschen?

Zunächst liegt die Vermutung nahe, dass Migrantinnen im Vergleich zu einheimischen Gründerinnen ungünstigere Bedingungen zum Aufbau eines Unternehmens haben und daher die Beschäftigtenzahlen i.d.R. geringer ausfallen. Dies ist teils auf die Rahmenbedingungen der Migration, d.h., bspw. darauf zurückzuführen, dass ausländischstämmige Selbständige weit seltener als Deutsche das Glück und die Chance besitzen, ein etabliertes und über Jahrzehnte gewachsenes Unternehmen durch Erbschaft bzw. Nachfolge zu übernehmen. Soweit es sich um neu Zugewanderte handelt, sind oftmals ungleich schwierigere Bedingungen gegeben, da der Auf- und Ausbau eines Unternehmens entsprechende Zeit und damit eine adäquate Aufenthaltsdauer erfordert. Andererseits gibt es aber auch genügend Beispiele, die zeigen, dass Migrantinnen/Unternehmer/innen die sich bietenden Chancen zu nutzen wussten und ihr Unternehmen relativ schnell auf den Wachstumspfad lenkten.

Im ersten Schritt zur Einschätzung von Betriebsgrößen und Beschäftigungspotenzial stellt sich die Frage, wie viele Unternehmerinnen überhaupt noch zusätzliche Mitarbeiter/innen beschäftigen. Zunächst ist daher zwischen Ein-Personen-Unternehmen (sog. „Soloselbständigen“) und Mehrpersonen-Unternehmen zu unterscheiden.

Grundsätzlich stehen zwei Datenquellen zur Ermittlung der Zahl an Soloselbständigen bzw. Ein-Personen-Unternehmen zur Verfügung: der Mikrozensus und unsere eigene Befragung. Die Fallzahlen im Mikrozensus sind (zumindest für Nordrhein-Westfalen und in einer Differenzierung nach ethnischer Herkunft und Geschlecht) jedoch sehr klein und vermitteln daher nur ein grobes Bild. Hingegen weisen die eigenen Befragungsdaten wesentlich mehr Fallzahlen, dafür aber ein anderes Manko auf: Es ist davon auszugehen, dass mit unserer Erhebung die Summe an Soloselbständigen bzw. „kleinen“ Selbständigen unterschätzt wird, da viele nicht im Telefonbuch firmieren, das heißt bspw. im Privathaushalt arbeiten oder nicht beständig aktiv am Markt sind. Daher können Abweichungen gegenüber einer systematischen Flächen- und Haushaltsstichprobe wie dem Mikrozensus nicht ausgeschlossen werden, da hier auch solche Selbständige erfasst werden, die nicht wirklich „wirtschaftlich aktiv“ sind.

Aufgrund der hieraus resultierenden Ergebnisabweichungen berücksichtigen wir in Tabelle 16.2.2 zunächst beide Konzepte, wobei die Mikrozensusdaten für Nordrhein-Westfalen noch durch die für Gesamtdeutschland ergänzt wurden, um das Problem der geringen Fallzahlen zu kompensieren. Anhand des Mikrozensus wird ersichtlich, dass die soloselbständigen Frauen in allen Herkunftsgruppen zwischen der Hälfte und zwei Drittel aller Unternehmerinnen stellen. Und dies ist sowohl in Nordrhein-Westfalen als auch in Gesamtdeutschland

²⁵⁹Brüderl 1998.

²⁶⁰Fritsch 1987; Leicht 1995.

der Fall. Die Frauen aus der Türkei und Italien haben geringere Anteile an Soloselbständigen bzw. vice versa die höchsten Anteile an Mehrpersonen-Unternehmen. Demgegenüber arbeiten die Frauen aus Osteuropa weit häufiger alleine. Hier hat nur ein Drittel der Unternehmen auch Beschäftigte, wobei hier kaum Differenzen zum Anteil bei den Unternehmen deutscher Frauen bestehen. Betrachtet man die Wirtschaftszweige, in denen die osteuropäischen Frauen tätig sind (darunter viele therapeutische und auch künstlerische Berufe; vgl. Kap. 7.2), dann wird leicht verständlich, dass dies kaum Bereiche sind, in denen Selbständige zusätzliche Mitarbeiter beschäftigen.

Die Ergebnisse unserer Befragung zeigen tendenziell ähnliche Strukturen wie im Mikrozensus, nur auf einem hinsichtlich des Anteils Soloselbständiger dann zumeist niedrigerem Niveau. Wir gehen davon aus, dass unsere Erhebung mehr wirtschaftsaktive bzw. weniger inaktive Unternehmen erfasst (s.o.). Daher fällt der Anteil an Mehrpersonen-Unternehmen eher etwas höher aus.²⁶¹ Insgesamt ist zu resümieren, dass grob betrachtet lediglich etwas mehr als die Hälfte der von Frauen geführten Unternehmen zusätzliche Beschäftigte haben.

Tabelle 16.2.2: Soloselbständigkeit und Mehrpersonen-Unternehmen (Verteilung)

	Mikrozensus: BRD	Mikrozensus: Nordrhein-Westfalen ¹⁾		ifm-Erhebungen Nordrhein-Westfalen (Pool)		
	Anteil Soloselb.	Solo- selbständige	Mehrpersonen- Unternehmen	Solo- selbständige ²⁾	Mehrpersonen- Unternehmen	Befragte absolut Σ 1.541
Frauen	%	%	%	%	%	Anzahl
türkisch	51	45	55	54	46	159
italienisch	59	(30)	70	38	62	146
polnisch	69	70	30	56	44	95
russisch	66	(69)	31	43	57	154
deutsch	64	60	40	49	51	148
Männer						
türkisch	48	54	46	47	53	236
italienisch	46	54	46	34	66	224
polnisch	72	61	39	52	48	92
russisch	59	(50)	50	34	66	145
deutsch	51	47	53	40	60	142

Quelle: Statistisches Bundesamt (scientific use file 2005); Berechnungen ifm Universität Mannheim und Pooldaten der ifm-Erhebungen „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen 2008“ und „Ethische Ökonomie 2005“ (Nordrhein-Westfalen-Subfile); ifm Universität Mannheim

¹⁾ Zahlen in Klammern und kursiv: n<10. ²⁾ Zur besseren Angleichung an den Mikrozensus: Selbständige mit keinen weiteren Beschäftigten außer Familienangehörigen wurden als Soloselbständige gezählt.

Aus beiden Datensätzen wird zudem erkennbar, dass Frauen in allen Herkunftsgruppen häufiger solo arbeiten als die Männer. Dies entspricht auch einem Standardbefund in der Gründungsforschung,²⁶² der bislang aber im Feld der Migrantinnenunternehmen noch keine Überprüfung gefunden hat.

In geschlechterübergreifender Sicht ist zunächst festzuhalten, dass die Migrantinnen und Migranten fast genauso oft (oder teils sogar öfter) wie die Deutschen sog. Mehrpersonen-Unternehmen bzw. solche mit zusätzlichen Beschäftigten führen. Die Frage ist jedoch, wie beschäftigungsstark sind diese Mehrpersonen-Unternehmen bzw. wie viele Beschäftigte weisen die Unternehmen insgesamt im Durchschnitt auf?

Einen ersten Eindruck vermittelt der Anteil an Kleinstbetrieben mit einem bis zu vier Beschäftigten an allen Arbeitgeberbetrieben. Mit Ausnahme der italienischen haben drei von vier Migrantinnenunternehmen (74% bis 77%) maximal vier Beschäftigte (Tab. 16.2.3). Dies ist aber bei den Unternehmen der deutschen Frauen auch bei mindestens zwei von dreien der Fall (68%). Bei den Männern liegen die Kleinstbetriebsanteile nur unwesentlich niedriger und bei den Polen sogar leicht höher.

²⁶¹ Möglicherweise aus diesem Grund weichen auch die vom Zentrum für Türkeistudien ermittelten Anteile an Einpersonen- bzw. Mehrpersonen-Unternehmen unter den Türken (ohne Geschlechterdifferenzierung) stark von den Ergebnissen des Mikrozensus ab. Dem ZfT zufolge haben nur 13% keine Mitarbeiter (Sauer 2004, S. 36). Im Mikrozensus ist es knapp über die Hälfte.

²⁶² Vgl. z.B. Lauxen-Ulbicht/ Leicht 2002; Leicht 2003; Leicht/ Philipp 2007.

Tabelle 16.2.3: Beschäftigungsgrößen

	%-Anteil Kleinbetriebe 1-4 Besch.	Mittelwert Alle Betriebe	Median	Mittelwert nur Arbeitgeberbetriebe	Median	Befragte absolut
Frauen						
türkisch	74,5	2,6	1	4,2	2	160
italienisch	62,7	3,7	3	4,6	4	146
polnisch	73,5	3,1	1	6,1	2	95
russisch	76,8	2,3	1	3,7	2	154
deutsch	68,1	2,5	1	4,1	3	149
Männer						
türkisch	72,3	3,9	2	5,0	3	238
italienisch	59,8	5,1	3	5,8	4	224
polnisch	76,4	2,7	1	4,5	3	92
russisch	65,0	5,8	2	8,1	3	145
deutsch	65,0	6,2	2	8,5	3	142

Quelle: Pooldaten der ifm-Erhebungen „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen 2008“ und „Ethnische Ökonomie 2005“ (NRW-Subfile); ifm Universität Mannheim

Eine bessere Übersicht als die ausgewählte Größenklassenkategorie bieten die durchschnittlichen Beschäftigungsgrößen (Mittelwerte). Die Mittelwerte in Bezug auf alle Betriebe, also einschließlich der Einpersonen-Unternehmen, fallen kleiner aus als die Mittelwerte für die Arbeitgeberbetriebe, da die teils hohe Zahl an Soloselbständigen den Wert „nach unten zieht“ (Tab. 16.2.3). Konzentrieren wir uns auf die Betriebe mit Beschäftigten, dann haben diejenigen der polnischstämmigen Frauen die durchschnittlich höchste Beschäftigungszahl (6,1) und die der russischen Frauen die niedrigste (3,7), wobei die durchschnittlichen Personalstärke der Betriebe türkischer oder deutscher Frauen nicht weit davon entfernt liegt (4,2 bzw. 4,1). D.h., Frauen aus Polen führen zwar relativ selten ein Mehrpersonen-Unternehmen, doch soweit dies der Fall ist, stellen sie dann etwas mehr Beschäftigte als die Frauen anderer Gruppen ein. Der auf dem zweiten Rang folgende Mittelwert der Unternehmen italienischer Frauen (4,6) erklärt sich hingegen aus mehreren Komponenten, d.h., sowohl aus einer größeren Zahl an Mehrpersonen-Unternehmen als auch an darin Beschäftigten. Die Hälfte der von italienischen Frauen geführten Betriebe hat mehr als 3 Beschäftigte (siehe Median), ein Wert, der von keiner anderen Herkunftsgruppe erreicht wird. Unter den Arbeitgeberbetrieben hat die Hälfte sogar mindestens 4 Mitarbeiter/innen.

Insgesamt ist im Vergleich mit der Größe der Unternehmen von deutschen Frauen zu konstatieren, dass die Unternehmen der Migrantinnen – mit Ausnahme der russischstämmigen Frauen – durchschnittlich etwas größer sind. Der Unterschied ist aber eher geringfügig und daher statistisch auch nicht signifikant ($t=0,476$; $p=0,634$). Die etwas geringere Beschäftigtengröße der Unternehmen von deutschen Frauen ist aber auch ein Resultat der Branchenorientierung, da diese häufiger in Wirtschaftszweigen mit geringerer Arbeitsintensität tätig sind.

Natürlich stellt sich die Frage, ob die von Frauen geführten Betriebe nicht nur insgesamt kleiner sind als diejenigen von Männern (was die bisherige Forschung zeigt),²⁶³ sondern ob diese Beobachtung auch mit Blick auf die Betriebe der Migrant(inn)en Gültigkeit besitzt. Ein Vergleich der durchschnittlichen Mitarbeiterzahl von frauen- und männergeführten Betriebe bestätigt diese Annahme weitestgehend, d.h., wenn man von den polnischstämmigen Selbständigen absieht. In allen anderen Ethnien haben die Unternehmen der Männer mehr Beschäftigte aufzuweisen als die der Frauen (Tab. 16.2.3). Dies ist ein Befund, der kaum überrascht und sich zudem durch einen statistischen Signifikanztest untermauern lässt ($t=-1,908$; $p=0,057$). Besonders beschäftigungsstark erweisen sich hierbei die aus Russland stammenden Männer mit durchschnittlich 5,8 Beschäftigten (bzw. unter den Arbeitgeberbetrieben 8,1 Beschäftigten). Dies ist auf einige wenige größere Betriebe im sample zurückzuführen, während die Betriebe der italienischstämmigen Selbständigen auch einige mittelgroße Betriebe stellen.

²⁶³ Vgl. z.B. Fehrenbach/ Leicht 2002.

Daher erreicht der Median bei den italienischen einen höheren Wert als bei den russischen Männern. Die durchschnittliche Mitarbeiterzahl der türkischen Unternehmer liegt (je nach Basis) zwischen 3,9 und 5 Beschäftigten.²⁶⁴ Erwartungsgemäß haben die deutschen Unternehmer mit durchschnittlich 8,5 Beschäftigten²⁶⁵ die größten Betriebe, was unter anderem natürlich auch auf die Vererbungsmöglichkeiten bzw. die Familiennachfolge zurückzuführen ist.

16.3 Bedeutung co-ethnischer Beschäftigung

Die Beschäftigung von Familienmitgliedern und von Angehörigen gleicher ethnischer Herkunft ist ein zentrales Charakteristikum der „ethnischen Ökonomie“, zumal der Begriff schon per Definition nicht nur auf Selbständige sondern auch auf das durch Familienarbeit und co-ethnische Beschäftigung geprägte Umfeld verweist.²⁶⁶ Inwieweit es sich beim Rückgriff auf Landsleute um Formen der innerethnischen Solidarität und normativer Verpflichtung oder um rein ökonomische Motive handelt und inwieweit co-ethnische Beschäftigung die Betriebsentwicklung langfristig fördert oder eher behindert, ist teilweise unklar. Einerseits eröffnen Netzwerke und Beziehungen Chancen, aus dem Kreis von Landsleuten und Familienmitgliedern einen Pool an kostengünstigen Arbeitskräften zu rekrutieren, der ggf. auch einen flexiblen Personaleinsatz erlaubt.²⁶⁷ Immerhin suchen Neuzuwanderer mangels Kontakten und Sprachkenntnissen zunächst eine Beschäftigung bei „Ihresgleichen“, weshalb das Arbeitskräfteangebot meist günstig ist. Der Ressourcenmobilisierungshypothese von Brüderl und Preisendörfer (1998) zufolge, greifen Selbständige, denen es an adäquaten Finanz- und Humankapital mangelt vermehrt auf die Hilfe aus dem Familienumfeld zurück. Andererseits können aus traditionsgebundenen Verpflichtungen genauso wirtschaftliche Nachteile erwachsen, etwa dann, wenn Familienmitglieder und Angehörige der eigenen Ethnie nicht aufgrund ihrer fachlichen Eignung sondern aus Solidarität in den Beschäftigtenstamm aufgenommen werden bzw. werden müssen. Nach Granovetter (1995) erweisen sich Netzwerke daher nur dann als erfolgreich, wenn sie ungerechtfertigte Besitzansprüche und ein „Zuviel“ an ethnischer Solidarität auch abwehren können.

Ethnische Ökonomien bilden allerdings ohnehin nur einen Spezialfall von Migrantenselbständigkeit. Zunächst wäre davon auszugehen, dass co-ethnische Beschäftigung nur innerhalb jener Herkunftsgruppen von Bedeutung ist, die über eine ausreichend große Population in Deutschland und damit auch über ein adäquates Reservoir an potenziellen Arbeitskräften verfügen. Andererseits können sich solche Potenziale auch unter Ethnien mit geringer Größe entwickeln, wenn sie sich auf bestimmte Quartiere konzentrieren.

Co-ethnische Beschäftigungsstrukturen werden bislang vor allem mit Blick auf große Gruppen, d.h., vor allem bei Türken offenbar. Nach Sauer (2004) sind zwei Drittel der Arbeitsplätze in den türkischen Unternehmen in Nordrhein-Westfalen durch türkische Mitarbeiter besetzt. Nach einer älteren Studie von Hillmann und Rudolph (1997) beschäftigen türkische Kleinbetriebe in Berlin „fast ausschließlich Türken“ und vier Fünftel davon setzen sich aus mithelfenden Familienangehörigen zusammen. Abgesehen von der Höhe des Anteils stellt sich die Frage, ob dies nur ein Phänomen türkischer Unternehmen ist. Zumindest in einer bundesweiten Studie des ifm stellen Leicht et al. (2005a+b) einen hohen Beschäftigtenbesatz an Landsleuten nicht nur bei kleinen türkischen sondern auch bei griechischen und italienischen Betrieben fest. Generell ist aber davon auszugehen, dass die Anteilswerte co-ethnischer Beschäftigung mit der Größe der Betriebe merklich abnehmen, da auch der Anteil an Familienangehörigen sinkt.

²⁶⁴ Nach Berechnungen des ZfT haben türkische Unternehmen (ohne Geschlechterdifferenzierung) durchschnittlich 5,4 Mitarbeiter (Sauer 2004, S. 36). In einer ZfT-Studie von 2007 wird von durchschnittlich 5,0 Mitarbeiter ausgegangen (ZfT 2007, S. 13.)

²⁶⁵ Dieser Durchschnittswert für die im Sample enthaltenen Einzelunternehmen ist zwar nicht auf die Gesamtwirtschaft unter Einschluss der großen Kapitalgesellschaften übertragbar. Aber nimmt man zum Vergleich die Unternehmens- und Beschäftigtenzahlen im Unternehmensregister von NRW, dann beträgt die durchschnittliche Beschäftigtenzahl im KMU-Bereich knapp 8 Beschäftigte (Radmacher-Nottelmann 2008). Vor diesem Hintergrund erscheint die Güte unserer auf KMU fixierten Stichprobe durchaus akzeptabel.

²⁶⁶ Smelser/ Swedberg 1994.

²⁶⁷ Aldrich und Waldinger (1990, S. 130) zufolge „manipulieren“ ethnische Unternehmer sogar die Ausdauer und Loyalität der Familie und von Personen gleicher Herkunft, aber sie laden sich damit auch Verpflichtungen auf (siehe im Folgenden). Butter et al. (2007) sehen zudem in der Reduzierung von Informationskosten sowie in der gruppeninternen Vertrauensbildung wichtige Vorteile. Sie geben aber auch zu bedenken, dass co-ethnische Beschäftigung längerfristig in die „ethnische Falle“ führen kann, da der Anreiz zur Weiterqualifizierung gering sei.

Allerdings wurden in bisherigen Studien keine Aussagen zu frauen- vs. männergeführten Betrieben gemacht. Es ist anzunehmen, dass die von Migrantinnen geführten Betrieben teils noch stärker als die der männlichen Pendanten versuchen, eine unzureichende Ressourcenausstattung durch Familien- bzw. co-ethnische Beschäftigung zu kompensieren. Allerdings sind hier erhebliche Gruppenunterschiede zu erwarten, die auf kulturelle Unterschiede zurückzuführen sind. In Kulturen mit hohem „family-based social capital“ wie z.B. in südeuropäischen Ländern, spielt die Familie auch im wirtschaftlichen Leben eine weitaus stärkere Rolle.²⁶⁸

Beschäftigung von Familienangehörigen

Wie hoch ist der Anteil an „Familienbeschäftigung“ in den von Migrantinnen und Migranten geführten Betrieben in Nordrhein-Westfalen und welche geschlechtspezifischen Unterschiede zeigen sich? Betrachtet man zunächst den Anteil der Arbeitgeber-Unternehmen,²⁶⁹ die überhaupt keine Familienangehörige beschäftigen, dann weisen die osteuropäischen Frauen den höchsten Prozentsatz auf (Tab. 16.3.1). D.h., rund zwei Drittel der Unternehmen von polnisch- oder russischstämmigen Frauen stellen keine Familienmitglieder ein. Bei den Betrieben türkischstämmiger Frauen ist dies genau zur Hälfte und bei den Italienerinnen nur zu etwas mehr als einem Viertel der Fall. D.h., zumindest unter den Frauen haben die Italienerinnen den höchsten Anteil an Unternehmen mit mindestens einem Familienangehörigen.

Wie viele Familienangehörige werden beschäftigt bzw. wie intensiv fällt diese „Familienbeschäftigung“ aus? Die Mittelwerte für die Anteile an Familienangehörigen zeigen, dass auch diesbezüglich die Italienerinnen weit vorne liegen: 41% aller Beschäftigten gehören hier zur Familie, während dies bei den Unternehmen der Türkinnen „nur“ bei 34% der Fall ist. Dies ist ein Anteil, der aber jeweils höher als bei den Unternehmen von deutschen Frauen (24%) und denen der Osteuropäerinnen (20% bzw. 15%) liegt.

Deutlich wird dies auch, wenn man die „Anteilsklassen“ zugrunde legt: In 31% der Unternehmen von Italienerinnen liegt der Anteil von Familienangehörigen bei über der Hälfte (Tab. 16.3.1). Eine solch hohe Dichte tritt bei 28% der Unternehmen von Türkinnen auf. Die Daten zeigen also, dass es unter den von Frauen geführten Unternehmen gar nicht so sehr diejenigen der Türkinnen sind, sondern die der Italienerinnen, die besonders viele Familienangehörige beschäftigen.

Tabelle 16.3.1: Familienangehörige (Anteilsklassen Betriebe)* und % der Beschäftigten (Mittelwert)

	% - Betriebe mit Anteil Familienangehörigen von .. bis ... %					Mittelwert
	0	1 - 25	26 - 50	51 - 100	Gesamt	% - Familienangehörige
Frauen						
türkisch	50,0	8,2	13,6	28,2	100	34,1
italienisch	28,6	16,7	23,8	31,0	100	40,9
polnisch	67,3	8,2	10,2	14,3	100	20,1
russisch	68,9	13,2	9,4	8,5	100	14,6
deutsch	61,1	8,4	12,6	17,9	100	24,0
Männer						
türkisch	34,3	15,2	16,7	33,8	100	41,9
italienisch	30,2	18,1	19,5	32,1	100	41,0
polnisch	49,1	16,4	12,7	21,8	100	30,2
russisch	60,7	17,1	16,2	6,0	100	15,3
deutsch	41,6	23,9	17,7	16,8	100	27,9

Quelle: Pooldaten der ifm-Erhebungen „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen 2008“ und „Ethnische Ökonomie 2005“ (NRW-Subfile); ifm Universität Mannheim

Lesehilfe: 8,2% der Unternehmen von türkischen Frauen haben einen Anteil an Familienangehörigen von unter einem Viertel.

²⁶⁸ Arum/Müller 2004. Dies gilt aber auch für die Situation in Deutschland. Brüderl und Preisendörfer (1998) attestieren Migrantenbetriebe eine hohe „family-embeddedness“.

²⁶⁹ Hier in Bezug auf Anteil an allen Unternehmen mit Beschäftigten (Arbeitgeberbetriebe).

Das Bild der Familienbeschäftigung in den Männerbetrieben ist durchaus ähnlich, aber unterscheidet sich in mindestens zwei Punkten: Hier haben eher die Türken die „Nase vorn“, wenn auch knapp. Zudem stellen die polnischen Unternehmer deutlich mehr Verwandte als ihre weiblichen Pendants ein.

Die These, dass Frauen häufiger mit Familienangehörigen arbeiten als die Männer, hat sich nicht bestätigt. Während der Anteil bei Italiener/innen und Russ(inn)en ungefähr gleich liegt, greifen türkische und polnische sowie deutsche Unternehmer noch häufiger auf die Unterstützung von Familienmitgliedern zurück als die weiblichen Unternehmerinnen ihrer Gruppe.

Beschäftigte der gleichen ethnischen Herkunft

Natürlich bestimmt der Anteil an Familienmitgliedern im Unternehmen auch das Niveau co-ethnischer Beschäftigung, da sich die Familie häufig (aber nicht unbedingt) aus Personen gleicher ethnischer Herkunft zusammensetzt. Andererseits können es sich Unternehmen, die eine gewisse Größe überschreiten oder die spezifisch ausgebildetes Fachpersonal benötigen, kaum erlauben, ihre Arbeitskräfte nur aus dem engen Familienkreis zu rekrutieren. Hier kennt die innerethnische Solidarität sicher ihre Grenzen. Soweit aber dennoch bestimmte Faktoren, wie die Herkunftssprache, kulturelle Kompetenzen, geringere Arbeitskosten oder auch die Möglichkeit der sozialen Kontrolle über Netzwerke eine Rolle spielen, kann die Beschäftigung von Landsleuten, auch wenn sie nicht zum Kreis der Familie gehören, ökonomische Vorteile bieten. Hier ist aber daran zu erinnern, dass die Herkunftsgruppen je nach Größe ihrer Population ein sehr unterschiedliches Reservoir für co-ethnische Beschäftigung bieten.

Unserer Befragung zufolge greifen diejenigen, die auch den niedrigsten Anteil an Familienmitgliedern im Unternehmen haben auch bei der Rekrutierung von sonstigen Arbeitskräften etwas seltener auf andere Landsleute zurück. In den Unternehmen der polnischstämmigen Frauen arbeiten „nur“ 30% Polinnen oder Polen und die russischen Unternehmerinnen stellen zu 43% Landsleute ein (Mittelwerte in Tab. 16.3.2). Demgegenüber stammt in den Betrieben der türkischen und italienischen Frauen weit mehr als jede zweite Person (59% bzw. 55%) aus dem Herkunftsland. Betrachtet man die Anteilsklassen wird ersichtlich, dass rund die Hälfte aller türkisch- und italienischstämmigen Unternehmerinnen einen Beschäftigtenstamm aufweist, in welchem über die Hälfte der gleichen Herkunft wie die Chefinnen sind.

Tabelle 16.3.2: Co-ethnische Beschäftigte (Anteilsklassen Betriebe) und % der Beschäftigten

	% - Betriebe mit Anteil co-ethnischer Beschäftigung von .. bis ... %					Mittelwert
	0	1 - 25	26 - 50	51 - 100	Gesamt	% - Landsleute
Frauen						
türkisch	24,3	6,3	17,1	52,3	100	58,8
italienisch	20,0	10,4	21,6	48,0	100	55,2
polnisch	46,9	16,3	16,3	20,4	100	29,6
russisch	40,6	11,3	10,4	37,7	100	43,2
Männer						
türkisch	15,5	5,8	15,0	63,6	100	67,4
italienisch	18,1	14,0	19,1	48,8	100	56,8
polnisch	29,1	14,5	21,8	34,5	100	44,9
russisch	32,5	6,8	15,4	45,3	100	50,3

Quelle: Pooldaten der ifm-Erhebungen „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen 2008“ und „Ethnische Ökonomie 2005“ (NRW-Subfile); ifm Universität Mannheim

Aber dennoch ist diese teils hohe Konzentration an co-ethnischer Beschäftigung etwas geringer als in den Unternehmen der männlichen Pendants. Die Betriebe der türkischen Inhaber weisen zu zwei Dritteln auch türkische Beschäftigte auf.²⁷⁰ Dieser Anteilswert liegt deutlich höher als bei den Frauen und übertrifft auch die Rate in den anderen Gruppen. Aber auch die polnisch- und russischstämmigen Männer stellen mehr Landsleute als die Frauen ein.

²⁷⁰ Das ZfT kommt hier (ohne Geschlechterdifferenzierung) zu fast dem selben Wert (Sauer 2004).

Nicht alle Familienangehörigen gehören zur gleichen Ethnie wie die Befragten, aber der Besatz an Familienmitgliedern im Unternehmen und der Anteil an co-ethnischen Beschäftigten korreliert natürlich stark bzw. weist einen signifikanten Zusammenhang auf ($P < 0,01$).²⁷¹ In Abb. 16.3.3 sind zur besseren Übersicht die durchschnittlichen Anteile an Beschäftigten gleicher ethnischer Herkunft dargestellt. Der Anteil co-ethnischer Beschäftigung wurde hier mit dem Umfang an Familienangehörigen konfrontiert, wenngleich anhand der Daten nicht sicher zu identifizieren ist, in welcher Spannweite die Zweiten tatsächlich eine „echte“ Subgruppe der Erstgenannten bilden. Anhand der Darstellung ist jedoch zu erkennen, dass der hohe Anteil an Landsleuten unter den italienischen Frauen voraussichtlich stark durch Familienbeschäftigung erklärbar ist, während unter den russischstämmigen Frauen eher die „sonstigen“ Landsleute überwiegen. Dies ist ähnlich auch bei den Männern dieser Gruppen der Fall.

Abb. 16.3.3: Anteil co-ethnischer Beschäftigung und (voraussichtlich) enthaltener Familienmitglieder



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Bei all diesen Betrachtungen ist außerdem zu bedenken, dass hier jeweils die Probanden selbst nicht zu den co-ethnischen Beschäftigten gezählt wurden, doch deren Berücksichtigung (d.h., Selbständige + Arbeitnehmer/innen) den Anteil an co-ethnischer Beschäftigung nochmals erhöhen würde. Dies macht sich dann insbesondere in der Beschäftigtenzahl kleiner Betriebe stark bemerkbar. Aber die Betriebsgröße nimmt erwartungsgemäß ohnehin Einfluss auf den Anteil co-ethnischer Beschäftigung: Je mehr Beschäftigte die Unternehmen haben desto geringer ist der Anteil an Landsleuten. Dieser Zusammenhang ist statistisch signifikant (Pearson $-0,087$; $p=0,029$). In größeren Unternehmen fällt der Anteil an Familienangehörigen weniger ins Gewicht und voraussichtlich auch die innerethnische Solidarität.

16.4 Arbeitsplätze für Frauen

Lässt sich neben der co-ethnischen Beschäftigungsstrategie auch ein geschlechtsspezifisches Muster der Personalakquisition feststellen? D.h., neigen weibliche Führungskräfte u.U. dazu, vorrangig Frauen in ihren Unternehmen zu beschäftigen? Diese Frage wurde bisher kaum untersucht – und wenn, dann keinesfalls in Bezug auf Migrantenunternehmen. Fehrenbach und Leicht (2002) stellen anhand des IAB-Betriebspanels fest, dass die von Frauen geführten Betriebe deutlich häufiger weibliche Beschäftigte haben als dies in Männerbetrieben zu beobachten ist. Dieses für das Bundesgebiet festgestellte Beschäftigungsmuster findet sich auch in unserer Nordrhein-Westfalen-bezogenen Untersuchung,²⁷² allerdings nicht nur in Bezug auf die Unternehmen der einheimischen Frauen, sondern auch in den Unternehmen der Migrantinnen:

²⁷¹ Korrelation nach Pearson 2-seitig signifikant.

²⁷² Bezüglich dieser Fragestellung kann nicht auf den „Pool Datensatz“ zurückgegriffen werden, weil die Frage nach dem Geschlecht der Beschäftigten in den vorhergehenden Befragungen nicht enthalten war.

Mit Ausnahme der von Italienerinnen geführten Unternehmen, deren Beschäftigungsstruktur eher eine Geschlechterparität aufweist, liegt der durchschnittliche Frauenanteil in den „Frauen-Unternehmen“ zwischen zwei Drittel (Unternehmerinnen türkischer Herkunft) und drei Viertel (Tab. 16.4, Mittelwerte). Der durchschnittliche Anteil weiblicher Beschäftigung ist in den von polnisch- und russischstämmigen oder deutschen Frauen geführten Unternehmen in etwa gleich groß.²⁷³

Tabelle 16.4: Frauenanteil an den Beschäftigten (Anteilsklassen Betriebe) und % der Beschäftigten

	% - Betriebe mit Anteil beschäftigter Frauen von .. bis ... %					Mittelwert
	0	1 - 25	26 - 50	51 - 100	Gesamt	%-Frauen
Frauen						
türkisch	20,5	4,1	12,3	63,0	100	66,7
italienisch	13,5	13,5	31,7	41,3	100	52,1
polnisch	14,3	2,0	6,1	77,6	100	76,5
russisch	12,7	2,8	12,7	71,8	100	74,5
deutsch	14,1	1,4	8,5	76,1	100	77,2
Männer						
türkisch	33,7	14,6	16,9	34,8	100	40,4
italienisch	13,8	9,5	31,0	45,7	100	51,6
polnisch	21,8	10,9	14,5	52,7	100	59,8
russisch	15,9	7,9	23,8	52,4	100	59,0
deutsch	26,4	9,4	30,2	34,0	100	44,3

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Diese Ergebnisse kommen auch anhand der Verteilung zum Ausdruck: In fast drei Viertel aller Unternehmen der zuletzt genannten Gruppen werden zu mehr als der Hälfte Frauen beschäftigt.

Hier stellt sich natürlich zudem die Frage, ob – gewissermaßen spiegelbildlich – auch die von Männern geführten Betriebe eher auf Beschäftigte männlichen Geschlechts zurückgreifen. Tendenziell trifft dies nur für Unternehmen zu, die von türkischen oder deutschen Männern geleitet werden. Hier betragen die Männeranteile rund 60%.

Welches sind die Gründe, dass die von Frauen geführten Unternehmen zu einem hohen Anteil auch weibliche Beschäftigte haben? Naheliegend ist zunächst, dass hier die Branche eine Rolle spielt: Frauen gründen weit häufiger als Männer in den personenbezogenen Dienstleistungsbereichen, in denen per se mehr Frauen tätig sind und deren Angebots- und Kundenstruktur auch viel eher die Beschäftigung von Frauen verlangt. Vor allem im Bereich der Körperpflege (Friseurläden, Wellness-Bereich, Fußpflege usw.) oder artverwandter Dienstleistungen werden Frauen überwiegend auch von Frauen bedient. Daher dürfte auch nicht verwundern, dass in diesen Branchen der Anteil weiblicher Beschäftigter in den von Frauen geführten Betrieben bei über 90% liegt (hier nicht abgebildet). Bei den Männerbetrieben liegt dann der Frauenanteil auch etwas höher, allerdings nicht in der genannten Dimension.²⁷⁴

²⁷³ Der von uns identifizierte Frauenanteil unter den Beschäftigten in „deutschen“ Frauenbetrieben entspricht ziemlich genau dem Befund, der sich aus den Daten des IAB-Betriebspanels ergibt. Dort waren es im Jahr 2002 rund 78% (Fehrenbach/ Leicht 2002, S. 48).

²⁷⁴ Warum das so ist, zeigt das Beispiel der Friseurläden. Frauen führen hier häufiger reine „Damensalons“, während die Männerbetriebe in diesem Genre meist beide Geschlechter bedienen.

16.5 Ausbildungsbeitrag

Soweit sich das öffentliche und vor allem arbeitsmarktpolitische Interesse auf Migrantenbetriebe richtet, ist dieses vor allem mit der Hoffnung verknüpft, dass in diesen Unternehmen zusätzliche Ausbildungsplätze – nicht zuletzt für die größtenteils benachteiligten Jugendlichen mit Migrationshintergrund – entstehen. In Nordrhein-Westfalen erhalten rund zwei Drittel der deutschen Jugendlichen aber weit weniger als die Hälfte der zugewanderten Jugendlichen einen Ausbildungsplatz im Dualen Berufsbildungssystem.²⁷⁵ Innerethnische Solidarität, wie sie größtenteils in Bezug auf das Beschäftigungsverhalten von Migrantenunternehmen beobachtbar ist, könnte daher unter Umständen auch die Ausbildungsplatzchancen von jugendlichen Migrantinnen und Migranten erhöhen. Eine Voraussetzung ist jedoch, dass die Betriebe von Migrant(inn)en überhaupt an der Berufsausbildung partizipieren (können).

Die Ausbildungsbeteiligung der Betriebe von Migranten ist, wie schon eine bundesweit vom ifm Mannheim durchgeführte Studie²⁷⁶ zeigt, vergleichsweise gering. Dies nicht nur weil Zuwanderer und ihre Nachfahren i.d.R. auf eine kürzere „Firmengeschichte“ zurückblicken, sondern vielleicht auch deswegen, weil sie wenig Erfahrungen und Kenntnisse bezüglich der Traditionen, Funktionsweisen und Regeln des deutschen Berufsbildungssystems besitzen. Zumeist haben die Unternehmensinhaber selbst das Duale System nicht durchlaufen und sind zudem kaum über die Rahmenbedingungen und Chancen betrieblicher Ausbildung informiert. Hinzu kommen ggf. auch Defizite hinsichtlich der Ausbildungsbefähigung.

Unter anderem auch deswegen hat das Land Nordrhein-Westfalen in der Vergangenheit eine Reihe von Initiativen gefördert, die sich eine Erhöhung der Ausbildungsbeteiligung von Migrantenunternehmen zum Ziel gesetzt hatten.²⁷⁷ Flankiert wurden die Initiativen durch eine bundesweit koordinierende Stelle (KAUSA) oder Projekte (Jobstarter) des Bundesforschungsministeriums. Hinzu kommt, dass sich in den letzten Jahren auch die rechtlichen Rahmenbedingungen verändert haben. Zum einen sollte Kleinbetrieben und dabei auch Migrantenunternehmen mit der Aufhebung der Ausbildungseignungsverordnung (AEVO) der Zugang zum Dualen Berufsbildungssystem erleichtert werden.²⁷⁸ Zum anderen wurde in einigen Branchen durch die Novellierung der Handwerksordnung im Jahre 2004 der Meisterzwang aufgehoben und unter bestimmten Voraussetzungen auch Gesellen die Ausbildungsberechtigung erteilt.

Vor diesem Hintergrund erscheint es durchaus möglich, dass die Ausbildungsbeteiligung der Migrantenbetriebe im Verlauf der letzten Jahre zugenommen hat. Dies ist allerdings eine Frage der ethnischen Herkunft. Bislang lagen für Nordrhein-Westfalen u.W. nur Erkenntnisse in Bezug auf das Verhalten der „türkischen Unternehmen“ (und ohne Geschlechterdifferenzierung) vor. Nach Angaben des ZfT bildeten 1999 in Nordrhein-Westfalen 11% der türkischen Betriebe aus und für das Jahr 2005 wurde die Quote (allerdings in Bezug auf Deutschland) mit 14% beziffert.²⁷⁹ Das ifm Mannheim ermittelte für diesen Zeitraum mit 15% eine ähnliche Ausbildungsbetriebsquote.²⁸⁰ Die Ausbildungsbeteiligung türkischstämmiger Unternehmer/innen lag zu dieser Zeit zumindest bundesweit höher als die von Betriebsinhabern italienischer (9%) und griechischer Herkunft (6%). Allerdings lässt die ifm-Erhebung von 2005 für die „italienischen Betriebe“ in Nordrhein-Westfalen bereits mit 16% eine höhere Ausbildungsbetriebsquote als bundesweit erkennen.²⁸¹

²⁷⁵ Granato 2002. An diesem Verhältnis dürfte sich im Zeitverlauf kaum etwas verändert haben. Obwohl in NRW der Ausländeranteil unter den Hauptschüler/innen bei rund einem Viertel liegt betrug der Ausländeranteil an den Auszubildenden Ende 2006 lediglich 5,6% (Mertens 2007).

²⁷⁶ Leicht et al. 2005.

²⁷⁷ Zum Beispiel: Regionale Arbeitsstellen zur Förderung von Kindern und Jugendlichen aus Zuwandererfamilien (RAA). Oder Projekte wie: „Unternehmensfestigung durch Personalentwicklung in ausländischen Betrieben in NRW“, „Zusätzliche Ausbildungsplätze durch Akquise und Ausbildungsplatzcoaching“, „Ausbildungsplatzakquise in Migrantenbetrieben (APIM)“, usw. Dazu kommen Projekte, die von anderen Institutionen, darunter die Kammern, gefördert wurden.

²⁷⁸ Die AEVO wurde vorübergehend ausgesetzt mit dem Ziel, die Ausbildung in den Betrieben zu erleichtern. Sie ist nunmehr ab dem 1.8.2009 wieder in Kraft getreten.

²⁷⁹ ZfT 1999 sowie 2005.

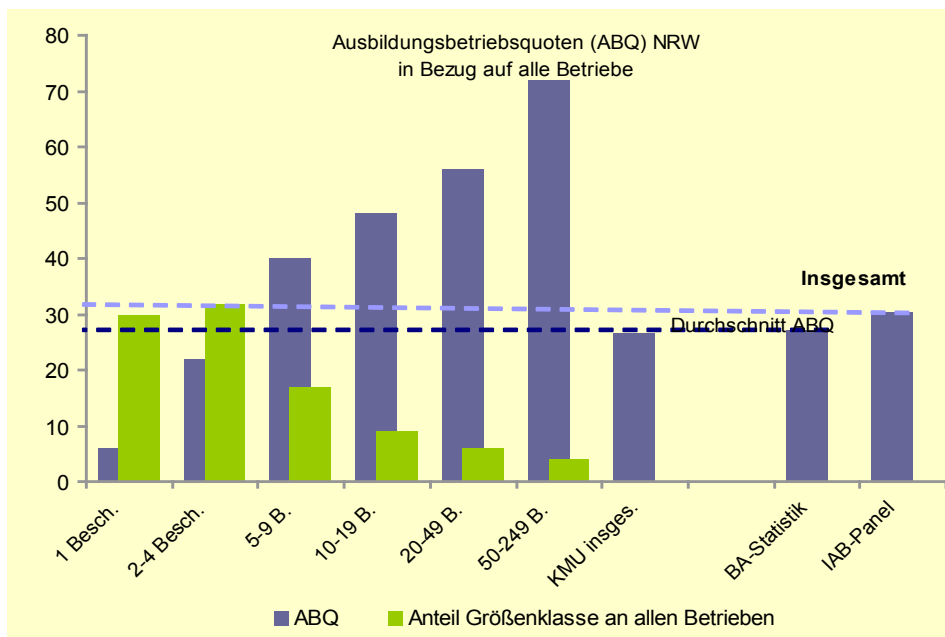
²⁸⁰ Vgl. Leicht et al. 2005. Mangels Informationen ist nicht feststellbar, inwieweit die vom ZfT und ifm errechneten Quoten durchgängig vergleichbar sind. Das ifm legt (analog zum Verfahren der BA) als Grundgesamtheit zur Berechnung der Ausbildungsbetriebsquote jeweils nur Betriebe mit mindestens einem (1) Beschäftigten als Divisor und nicht alle Betriebe zugrunde (vgl. auch diverse Berufsbildungsberichte des BMBF).

²⁸¹ Für NRW allerdings (im Rahmen der bundesweiten Erhebung) auf Grundlage geringer Fallzahlen (n=122).

Leider bot unsere zuletzt vorgenommene Befragung in Nordrhein-Westfalen keine Möglichkeit, neben der Ausbildungsbeteiligung zusätzlich die Ausbildungsberechtigung der Betriebe zu ermitteln,²⁸² wengleich hier von einer hohen Fehlerquote auszugehen wäre, da Migranten oftmals die Frage ihrer Ausbildungseignung gar nicht einschätzen können.²⁸³ Die Unternehmen wurden daher lediglich gefragt, ob sie Auszubildende haben (die in die Berufsschule gehen) und wenn ja, wie viele. Die Ausbildungsbeteiligung wird in vorliegender Untersuchung als sog. „Brutto-Ausbildungsbetriebsquote“ dargestellt, d.h., auf alle Beschäftigungsbetriebe (einschließlich der Nicht-Ausbildungsberechtigten) projiziert.

Vorweg ist grundsätzlich anzumerken, dass die Ausbildungsbetriebsquote logischerweise stark positiv mit der Betriebsgröße (Beschäftigungszahl) korreliert²⁸⁴ und die Ausbildungsbeteiligung von Migrantenbetrieben schon deswegen vergleichsweise niedrig ausfällt, da sie durchschnittlich weniger Beschäftigte als die „deutschen“ Betriebe haben. Wie stark der Einfluss des Faktors „Betriebsgröße“ im Detail ist, wird nachfolgend geklärt. Im Vergleich mit den von Einheimischen geführten Unternehmen sollte er allerdings auch nicht überbewertet werden, weil die allermeisten Unternehmen (unabhängig von der Herkunft ihrer Inhaber) ohnehin zu den Kleinstbetrieben zählen. Dies wurde bereits anhand der durchschnittlichen Beschäftigtenzahl ersichtlich (Kapitel 16.2; Tab. 16.2.3) und kann auch anhand der Verteilung auf Betriebsgrößenklassen nachvollzogen werden: Zwei Drittel aller Arbeitgeberbetriebe haben weniger als 5 Beschäftigte und vier Fünftel weniger als 10 Beschäftigte (Abb. 16.5.1).

Abb. 16.5.1: Ausbildungsbeteiligung nach Betriebsgrößen (ohne Differenzierung nach Ethnien)



Quellen: Beschäftigtenstatistik der BA 2007/2008 (eigene Berechnungen imf Universität Mannheim) und IAB-Betriebspanel (MAGS Nordrhein-Westfalen 2007)

Werden daneben die Ausbildungsbetriebsquoten (ABQ) in diesen Größenklassen betrachtet, wird schnell klar, dass die Ausbildungsbeteiligung der kleineren Betriebe auch den Durchschnittswert insgesamt bestimmt. Nach der Beschäftigtenstatistik der BA lag die Ausbildungsbetriebsquote zum Jahreswechsel 2007/2008 bei 27% und nach den Angaben des IAB-Betriebspanels 2007 liegt diese bei knapp über 30%.²⁸⁵

²⁸² Dies hätte ein komplexes Ermittlungsverfahren mit entsprechender Befragungszeit nach sich gezogen. Zur Ausbildungseignung der Betriebe bzw. Inhaber verschiedener ethnischer Herkunft in der Region Mannheim vgl. auch Leicht et al. 2009.

²⁸³ Dies ist auch bei „deutschen“ Betrieben bereits ein Problem. Daher liegt bspw. auch der Anteil der ausbildungsberechtigten Betriebe nach dem G.I.B. Trendreport für NRW (Mertens/ Beer 2007) höher als im IAB-Betriebspanel. Vgl. G.I.B.-Report, Fußnote auf S. 36.

²⁸⁴ Siehe Abb. 16.5.1 sowie G.I.B. Trendreport NRW 2007; Berufsbildungsbericht 2009 oder Leicht et al. 2009.

²⁸⁵ Die Bemessungsgrundlagen zur Errechnung der Ausbildungsbetriebsquoten unterscheiden sich hier leicht.

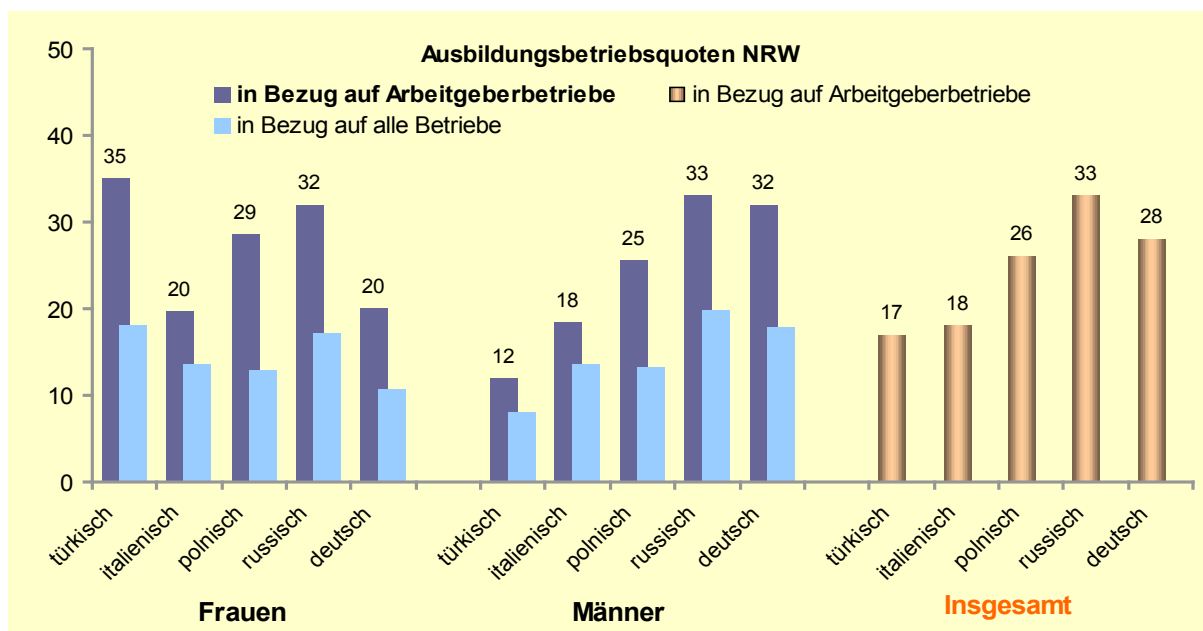
Ausbildungsbetriebsquoten im Vergleich der Herkunftsgruppen und nach Geschlecht

Vor diesem Hintergrund interessiert, inwieweit sich die Ausbildungsbeteiligung der Betriebe von Migrant(inn)en untereinander sowie gegenüber den Betrieben von Deutschen unterscheidet – und vor allem, welche Diskrepanzen sich im Ausbildungsengagement von Frauen- und Männerbetrieben zeigen.

Wir beginnen mit dem letzteren und konzentrieren uns zunächst auf die (auch ansonsten in der amtlichen Statistik verwendeten) Anteile der Ausbildungsbetriebe an allen Arbeitgeberbetrieben (Abb. 16.5.2; dunkle Säulen).

In der Differenzierung nach dem Geschlecht der Unternehmer/innen mögen die Ergebnisse zunächst überraschen, da die von Frauen geführten Beschäftigungsbetriebe eine teilweise deutlich höhere Ausbildungsbeteiligung aufweisen als die Betriebe der Männer. Dies gilt zumindest für die Unternehmen der türkisch-, italienisch- und polnischstämmigen, nicht jedoch für die Betriebe der russischstämmigen und deutschen Frauen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Frauen wesentlich seltener als Männer sog. Arbeitgeberbetriebe bzw. Mehrpersonen-Unternehmen führen (vgl. Kapitel 16.2). Würde man daher bei der Berechnung der Ausbildungsbetriebsquote als Divisor alle Betriebe zugrunde legen, dann liegen nur noch die Frauen türkischer Herkunft vor den Männern (Abb. 16.5.2).

Abb. 16.5.2: Ausbildungsbeteiligung nach Herkunft der Unternehmensinhaber/innen



Quelle: Pooldaten der ifm-Erhebungen „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen 2008“ und „Ethnische Ökonomie 2005“ (NRW-Subfile); ifm Universität Mannheim

Da in der öffentlichen Debatte aber eher die Ausbildungsbeteiligung in Relation zu den Beschäftigungsbetrieben interessiert, konzentrieren wir uns wieder hierauf: In unserem sample haben die Betriebe der Frauen türkischer und russischer Herkunft die höchste Ausbildungsbetriebsquoten. Hier bildet in etwa jeder dritte Betrieb (35% bzw. 32%) Azubis aus. Demgegenüber ist dies bei den italienischen und deutschen Frauen nur bei jedem fünften (je 20%) der Fall. Im Feld dazwischen liegen die Unternehmen der polnischstämmigen Frauen, die sich zu 29% am Dualen Berufsbildungssystem beteiligen.

Unter den Männerbetrieben ergibt sich eine andere Rangfolge, da hier die türkischstämmigen Unternehmer mit einer Ausbildungsbetriebsquote von 12% hinter den anderen Gruppen liegen und damit weit schlechter als die Frauen ihrer Ethnie abschneiden. Umgekehrt verhält es sich bei den Einheimischen. Unter den von deutschen Männern geführten Unternehmen ist die Ausbildungsbeteiligung mit 32% wesentlich höher als unter den Frauen.

Sieht man von einer Geschlechterdifferenzierung ab und betrachtet die Partizipation insgesamt, dann zeigt sich viel eher ein (vielleicht) bekanntes Bild: Die Ausbildungsbetriebsquote von türkischen und italienischen Unternehmen liegt demnach bei 17% bzw. 18%. Es dürfte nicht verwundern, dass diese Quoten nahe derjenigen der jeweiligen Männerbetriebe liegen, da in beiden Herkunftsgruppen weibliche Unternehmerinnen deutlich unterrepräsentiert sind. Dadurch wird die gruppenspezifische Gesamtquote wesentlich durch das Ausbildungsverhalten der Männer bestimmt. Ähnlich ist dies auch bei den Deutschen. Zusammengenommen ergibt sich in unserem sample bei Deutschen eine Ausbildungsbetriebsquote von rund 28%, die fast genau der herkunftsübergreifenden Quote in der amtlichen Statistik entspricht (siehe oben).²⁸⁶ Demgegenüber bilden die von Osteuropäer/innen geleiteten Unternehmen zu einem deutlich höheren Anteil aus. Zumindest bei den polnischen Unternehmer/innen erklärt sich die hohe Quote aber auch aus dem ansonsten geringen Anteil arbeitgebender Betriebe.²⁸⁷ Warum jedoch die osteuropäischen bzw. vor allem russischstämmigen Selbständigen eine hohe Ausbildungsbetriebsquote aufweisen, wird nachfolgend näher beleuchtet.

Brancheneffekte in der Ausbildungsbeteiligung

Was sind die Gründe für das teils außerordentliche Ausbildungsengagement der von Migrantinnen geführten Unternehmen, d.h., insbesondere der Frauen türkischer und russischer Herkunft? Und welche Faktoren sind generell ausschlaggebend? Hier bieten sich mehrere Einflussfaktoren an, denen im Folgenden nachgespürt wird.

Eine naheliegende Erklärung ist natürlich im Zusammenhang mit der Branchenzugehörigkeit zu sehen. Mit anderen Worten: Inwiefern handelt es sich bei den beobachteten Quoten weniger um eine ethnien- und geschlechtsspezifische Besonderheit, sondern schlicht um einen Brancheneffekt? Ein solcher würde vorliegen, wenn einzelne überdurchschnittlich ausbildende Gruppen verstärkt in Branchen vorzufinden sind, die ohnehin (d.h., gruppenübergreifend) eine hohe Ausbildungsbeteiligung aufweisen.

In Kapitel 7.2 wurde aufgezeigt, dass selbständige Migrantinnen im Vergleich zu den einheimischen Frauen – aber auch im Vergleich zu den Männern ihrer Ethnie – überdurchschnittlich häufig in den personen- bzw. haushaltsbezogenen einfacheren Routinedienstleistungen tätig sind. Hingegen sind die deutschen selbständigen Frauen (zumindest im Vergleich zu denen türkischer oder italienischer Herkunft) stärker in den wissensintensiven Dienstleistungen präsent. Die russisch- und polnischstämmigen Frauen orientieren sich zudem relativ stark auf das Gesundheitswesen, sind aber trotzdem zusätzlich überproportional häufig in den einfacheren Diensten, wie bspw. der Körperpflege, zu finden. Hierin liegt auch ein Unterschied zu den Männern ihrer Gruppe.

Diese Strukturen schlagen sich indirekt auch in der Ausbildungsbeteiligung der Gruppen nieder: Denn generell bzw. gruppenübergreifend zeigt die amtliche Statistik, dass das Ausbildungsengagement in einigen unternehmerorientierten und wissensintensiven Dienstleistungen schwächer ist als dasjenige in den haushaltsnahen einfachen Diensten. Bspw. ist die Ausbildungsbetriebsquote in der Rechts-, Steuer- und Unternehmensberatung oder in den technischen Beratungsdiensten nicht nur seit Ende der 90er Jahre rückläufig,²⁸⁸ sondern auch niedrigerer²⁸⁹ als in den haushaltsnahen persönlichen Dienstleistungen (wie etwa Körperpflege, Reinigung etc.).²⁹⁰ Zwar ging die Quote auch im Gesundheitswesen etwas zurück, sie ist dort aber noch immer höher als in anderen wissensintensiven Diensten. Solche Branchendifferenzen in der Ausbildungsbereitschaft dürften – vor dem Hintergrund der unterschiedlichen Tätigkeitsschwerpunkte von Frauen und Männern sowie von Migrantinnen und Deutschen – natürlich Auswirkungen auf die Ausbildungsbeteiligung der jeweiligen Herkunftsgruppen haben.

Dies führt zu der Frage, wie sich diese Verhältnisse in unseren eigenen Daten widerspiegeln bzw. welcher Zusammenhang zwischen der Branchenorientierung der Unternehmerinnen türkischer, russischer und polnischer Herkunft und ihrer vergleichsweise hohen Ausbildungsbereitschaft besteht.

²⁸⁶ Da die Deutschen das Gros der Betriebe stellen, liegt deren Ausbildungsbetriebsquote nahe am Durchschnitt für die Ausbildungsbeteiligung insgesamt.

²⁸⁷ Vgl. ABQ in Bezug auf alle Betriebe.

²⁸⁸ Vgl. Berufsbildungsbericht 2009.

²⁸⁹ Sie lag in Westdeutschland im Jahr 2007 bei Rechtsanwälten, Steuerberatern usw. nur bei 28% und bei Architekten oder auch der Erwachsenenbildung usw. jeweils nur bei 13% (Berufsbildungsbericht 2009, S. 359). Dies sind jedoch Bereiche, in denen die selbständigen deutschen Frauen überproportional vertreten sind.

²⁹⁰ Hier, wo Migrantinnen häufig tätig sind, beträgt die ABQ 35%, im Gaststättengewerbe (ohne Hotels) allerdings nur 13%.

Rund 45% der von uns befragten türkischstämmigen Unternehmerinnen sind (soweit sie Beschäftigte haben)²⁹¹ den nicht-wissensintensiven Dienstleistungen zuzuordnen.²⁹² Über die Hälfte dieser Betriebe bildet aus. Ein wesentlicher Grund hierfür mag darin liegen, dass es sich überwiegend um Friseurgeschäfte handelt, die vergleichsweise häufig Azubis beschäftigen.²⁹³ Allerdings kann die Dominanz der Beauty-Branche nur zum Teil die höhere Ausbildungsbereitschaft erklären, denn unter den türkischen Männern ist es in diesem Feld nur ein Drittel, die Jugendliche ausbilden.²⁹⁴ Dies spricht also für eine Art „Fraueneffekt“.

Unter den russisch- und polnischstämmigen Unternehmerinnen zeigen sich ähnlich hohe Anteile an Betrieben in den nicht-wissensintensiven Diensten,²⁹⁵ allerdings sind hier nicht nur Friseurgeschäfte sondern auch andere Routinedienstleistungen, wie etwa Fußpflege- und Nagelstudios sowie Änderungsschneidereien etc. in hohem Maße präsent. Ausbildungsplätze werden hier aber eher durch Friseurgeschäfte (bzw. kaum durch andere Körperpflegedienste) und dabei eher durch die Frauen russischer Herkunft geschaffen. Auch hier bildet knapp über die Hälfte der personenbezogenen Dienstleisterinnen aus – zumindest unter den Frauenbetrieben, denn bei den von Männern geführten Unternehmen ist dies weit weniger der Fall. Bei den Osteuropäerinnen kommt allerdings hinzu, dass sie zusätzlich auch in den wissensintensiven Bereichen Präsenz und dort auch Ausbildungsbereitschaft zeigen: Rund 40% der Arbeitgeberinnen russischer Herkunft arbeiten im Gesundheitswesen und hier schafft auch jede Zweite noch mindestens einen Ausbildungsplatz. Allerdings ist dies unter den Männern dieser Herkunft (auch unter den Polen) sogar noch etwas häufiger der Fall.

Die Frauen italienischer Herkunft konzentrieren sich stark auf das Gastgewerbe, wobei hier kaum Ausbildungsplätze geschaffen werden. Nur etwa 15% der von Frauen und 12% der von Männern geführten Gastronomiebetriebe beschäftigen auch Azubis. Auch in dieser Gruppe sind es, wenn überhaupt, eher die persönlichen Dienstleistungen (v.a. Friseurläden), die Ausbildungsengagement zeigen.

Einflüsse auf das Ausbildungsverhalten der Betriebe von Migrantinnen und Migranten

Die Ausbildungsbereitschaft lässt sich selbstverständlich nicht allein mit der Branchenzugehörigkeit erklären. Denn natürlich stehen auch Faktoren im Vordergrund, die mit der Personalentwicklung bzw. dem Fachkräftebedarf sowie auch den betrieblichen Organisationsbedingungen (Zeit, Ressourcen, Betriebsgröße usw.) im Zusammenhang stehen. Allerdings existiert hier kein Automatismus dergestalt, dass mit steigendem Personalbedarf auch die Ausbildungsbereitschaft wächst. Besteht keine Einsicht in die Notwendigkeit eigener „Nachwuchsarbeit“, dann suchen die Betriebe ihre Fachkräfte viel eher über den Arbeitsmarkt.²⁹⁶

Unsere Befragung war zwar nicht darauf angelegt, die Determinanten bzw. Hemmnisse der Ausbildungsbereitschaft detailliert zu ergründen. Aber dennoch kann die Wirkung einiger Faktoren überprüft werden, um die Hintergründe des herkunfts- und geschlechtsspezifisch unterschiedlichen Ausbildungsengagements besser einschätzen zu können. So stellt sich etwa die Frage, welchen Einfluss neben der Branche auch die Größe und das Alter der Betriebe nimmt. Unter integrations- und förderpolitischen Gesichtspunkten interessiert jedoch vor allem, ob die (insgesamt betrachtet) geringere Ausbildungsbeteiligung der türkischen und italienischen Betriebe auf das vergleichsweise niedrige Niveau formaler Bildung der Unternehmer/innen zurückzuführen – und daher langfristig wandelbar ist. Da die Ausbildungsbetriebsquoten der Frauen dieser Gruppe höher als die der Männer sind, steht natürlich die Frage mit im Vordergrund, ob mit einer frauenspezifischen Förderung auch gleichzeitig der Ausbildungsbeitrag von Migrantenbetrieben insgesamt verbessert wird. Dies wäre aber nur dann diskutabel, wenn sich zeigt, dass die Migrantinnen unter gleichen Bedingungen ein größeres Ausbildungsengagement als die Männer ihrer Gruppe zeigen.

²⁹¹ Daher nicht ganz vergleichbar mit den Werten in Kap. 7.2. Dort Wirtschaftszweigstruktur aller Betriebe.

²⁹² Legt man (fallzahlenbedingt) den Mikrozensus auf Bundesebene zugrunde sind auch dort rund 2 Fünftel der weiblichen türkischen Selbständigen den nicht-wissensintensiven Dienstleistungen zuzuordnen.

²⁹³ Das Friseurhandwerk zählt seit langen Jahren zu den Spitzenreitern in der handwerklichen Ausbildung (vgl. Zentralverband des deutschen Friseurhandwerks). Nach einer Betriebsbefragung unter Migranten in Mainz (allerdings ohne Geschlechterdifferenzierung) bilden zwei Drittel der Friseurbetriebe aus (Prinz 2007).

²⁹⁴ Insgesamt (Männer- und Frauenbetriebe) liegt die ABQ von Friseuren bundesweit ebenfalls bei einem Drittel.

²⁹⁵ Auch dies geht mit den Mikrozensusergebnissen konform.

²⁹⁶ Vgl. z.B. BIBB 2005; Troltsch 2008; Leicht et al. 2009.

Um diesen Fragen nachzugehen, bedienen wir uns logistischer Regressionsmodelle, wobei die abhängige Variable die Ausbildungsbeteiligung und die unabhängigen Variablen (neben der ethnischen Herkunft) unter anderem die persönlichen Bildungsressourcen der Unternehmer/innen sowie die Größe, das Alter und die Branche ihrer Betriebe sind. Die Effekte wurden schrittweise ermittelt und sind in Tabelle 16.5.3 abgebildet, wobei die Modelle zunächst Frauen und Männer getrennt betrachten und ein Geschlechtervergleich im Anschluss erfolgt.

Im ersten Schritt wurde lediglich der Einfluss der ethnischen Herkunft bemessen, wobei sich mehr oder weniger die bivariaten Befunde (in Abb. 16.5.2) widerspiegeln. Erstaunlicherweise ändert sich dieses Bild auch dann nur wenig, wenn im zweiten Schritt die betriebsstrukturellen Merkmale kontrolliert werden (wobei das Betriebsalter kaum, aber die Betriebsgröße deutlich Einfluss nimmt). Aber auch unter entsprechend gleichen Bedingungen betrachtet bilden die Frauen türkischer und russischer Herkunft noch immer mit signifikant doppelt so hoher Wahrscheinlichkeit aus als die deutschen Frauen (Referenzkategorie). Bei den Männern hingegen sieht dies anders aus: Zwar hebt sich auch das Ausbildungsverhalten russischer Unternehmer positiv ab, zeigt aber letztlich keinen signifikanten Unterschied zu dem der Deutschen.

Und ganz im Gegensatz zur Situation bei den weiblichen Selbständigen ist die Wahrscheinlichkeit, dass türkische Unternehmer Ausbildungsplätze schaffen sogar dreimal geringer als bei deutschen Männern und bei den Italienern ist sie nur halb so hoch. Diese Werte sind statistisch hochsignifikant.

Tabelle 16.5.3: Determinanten der Ausbildungsbeteiligung von Frauen und Männern (logistische Regression)

unabhängige Variablen ¹⁾	Schritt 1		Schritt 2		Schritt 3	
	Frauen	Männer	Frauen	Männer	Frauen	Männer
	Exp (β)					
deutsch	**	***	**	***	*	*
türkisch	2,19 **	0,31 ***	2,35 **	0,32 ***	2,65 **	0,46 *
italienisch	0,97	0,51 **	0,96	0,51 ***	3,08 **	1,09
polnisch	1,55	0,71	1,58	0,82	1,40	0,62
russisch	2,05 **	1,20	2,26 **	1,27	2,25 *	1,12
Alter des Betriebes			1,01	1,01	1,02	1,03 *
Anzahl der Beschäftigten			1,02	1,06 ***	1,05 *	1,06 ***
Alter des Inhabers					0,99	0,98
kein Berufsabschluss						**
Berufsabschluss Ausland					1,27	0,83
Berufsabschluss in D.					2,59 **	2,02 *
Studium im Ausland					2,59 *	2,70 **
Studium in D.					2,51 *	1,35
Handel und Gastgewerbe					***	***
Produzierendes Gewerbe					4,05 **	3,41 ***
wissensintensive DL					4,51 ***	2,83 ***
nicht-wissensintensive DL					3,74 ***	2,05 **
PseudoR ²	0,04	0,07	0,04	0,13	0,17	0,21

Signifikante Effekte: *** bei $p < 0,01$, ** bei $p < 0,05$, * bei $p < 0,1$.

¹⁾ Zusätzlich kontrolliert: (aber nicht abgebildet): Unterschiedliche Erhebungszeitpunkte. Bei Männern schwach positiver signifikanter Effekt für 2008, bei Frauen kein signifikanter Einfluss.

Quelle: Pooldaten der ifm-Erhebungen „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen 2008“ und „Ethnische Ökonomie 2005“ (Nordrhein-Westfalen-Subfile); ifm Universität Mannheim

Wird jedoch im dritten Schritt der Einfluss der Humankapitalausstattung, insbesondere die formale Berufsausbildung sowie die Zugehörigkeit zu einem Wirtschaftsbereich kontrolliert, verändern sich die zuvor beobachteten Effekte teilweise, da diese Faktoren das Ausbildungsverhalten in starkem Maß determinieren. Während das Lebensalter (und damit indirekt die Berufserfahrung) keinen signifikanten Einfluss nimmt, hat formale Bildung einen deutlichen Effekt: Haben die Unternehmerinnen selbst eine (nichtakademische) Ausbildung wie das Duale Berufsbildungssystem in Deutschland durchlaufen, ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie Ausbildungsplätze schaffen, um das 2,5fache höher als bei Unternehmerinnen ohne eine Berufsausbildung.

Ein ähnlicher Zusammenhang ergibt sich, wenn Frauen ein Studium in Deutschland oder im Ausland abgeschlossen haben. Bei den Männern hingegen kommt der Akademikereffekt überraschenderweise nur bei einem Auslandsstudium zum Tragen.

Der ausbildungsaktivierende Einfluss der Zugehörigkeit zu bestimmten Branchen wurde bereits bivariat dargestellt. Doch welchen Einfluss hat der Wirtschaftszweig, wenn die korrespondierenden Variablen „Bildung“ kontrolliert werden? Auch in der multivariaten Analyse wird evident, dass sowohl bei Frauen- als auch bei Männerbetrieben eine Tätigkeit im Handel oder Gastgewerbe (Referenzkategorie) der Ausbildungsbereitschaft abträglich ist. Gegenüber den Frauenbetrieben in diesen traditionellen Sektoren ist das Ausbildungsengagement sowohl im Produzierenden Gewerbe als auch in den wissens- und nicht-wissensintensiven Dienstleistungen jeweils ungefähr viermal so stark. Da die Frauen und Männer italienischer und teils türkischer Herkunft nicht nur überproportional häufig im Gastgewerbe tätig sondern zudem auch schlechter qualifiziert sind, wirkt sich die Kontrolle dieser Faktoren im Modell auf die Effekte der ethnischen Herkunft aus: Bei den türkischstämmigen Unternehmerinnen wächst der Abstand zu den deutschen und bei den italienischen Frauen dreht sich der zuvor negative Einfluss der Herkunftsvariablen ins Positive.

Aber wohlgemerkt: Die Modellrechnungen weisen zwar auf den Einfluss von Bildung und einer anspruchsvolleren Branchentätigkeit hin, sie sollen aber nicht über die Tatsache hinwegtäuschen, dass gerade hier Defizite bei den Frauen und Männern türkischer und italienischer Abstammung bestehen.

Was bedeuten die dargestellten Ergebnisse im Hinblick auf das unterschiedliche Ausbildungsverhalten der Geschlechter? Hierzu müssen die Unternehmen von Frauen und Männern in einem gemeinsamen Modell betrachtet werden (Tab. 16.5.4).

Zur Bemessung des ethnien- und geschlechtsspezifischen Ausbildungsverhaltens wurde als gemeinsame Referenzkategorie die Ausbildungsbeteiligung der deutschen Männer gewählt. Gemessen hieran (siehe Modell erster Schritt) bilden alle Gruppen außer den Unternehmer/innen russischer Herkunft und den türkischstämmigen Frauen weniger häufig aus. Statistisch signifikante Unterschiede zeigen sich mit Blick auf das Ausbildungsengagement der türkisch- und italienischstämmigen Männer sowie der italienischen und deutschen Frauen, die nur ein Drittel bis halb so häufig ausbilden wie die Unternehmer deutscher Herkunft.

Unter Kontrolle der betriebsstrukturellen Variablen und der Humankapitalausstattung sowie vor allem des Wirtschaftsbereichs (dritter Schritt) bleiben die Unterschiede im Ausbildungsengagement der einzelnen Ethnien zwar weitestgehend bestehen (außer bei den Italiener/innen), sie verlieren aber an Signifikanz. Einzig signifikant bleibt in diesem Modell der Unterschied zwischen deutschen Unternehmern einerseits und türkischstämmigen Unternehmern sowie deutschen Unternehmerinnen andererseits: Die Letzteren bilden nur halb so häufig aus wie die deutschen Männer. Die Veränderungen in der Stärke und teils auch der Richtung des Einflusses der ethnischen Herkunft auf das Ausbildungsverhalten sind vor allem auf den (hier kontrollierten) Einfluss von Bildung und der ansonsten starken Präsenz von Migranten im Gastgewerbe oder Handel zurückzuführen: D.h., bei gleicher Bildung und bei vergleichbarer Branchenorientierung läge sogar die Ausbildungsbeteiligung der Unternehmerinnen bzw. Frauen türkischer, italienischer oder russischer Herkunft über derjenigen der Unternehmen von deutschen Männern. Dies zeigen zumindest die Koeffizienten, die im Modell allerdings keine statistische Signifikanz besitzen.

Tabelle 16.5.4: Determinanten der Ausbildungsbeteiligung und Einfluss von Geschlecht (Logistische Regression)

unabhängige Variablen	Schritt 1	Schritt 2	Schritt 3
	Exp (β)		
Mann – deutsch	***	***	**
Mann – türkisch	0,31 ***	0,33***	0,49*
Mann – italienisch	0,51 **	0,51**	1,28
Mann – polnisch	0,71	0,82	0,73
Mann – russisch	1,21	1,28	1,23
Frau – türkisch	1,19	1,38	1,41
Frau – italienisch	0,52 **	0,56*	1,22
Frau – polnisch	0,84	0,92	0,72
Frau – russisch	1,11	1,35	1,24
Frau – deutsch	0,54 *	0,59	0,53*
Alter des Betriebes		1,01	1,02*
Anzahl der Beschäftigten		1,04***	1,05***
Alter des Inhabers			0,98
kein Berufsabschluss			***
Berufsabschluss Ausland			0,96
Berufsabschluss in D.			2,24***
Studium im Ausland			2,44**
Studium in D.			1,81*
Handel und Gastgewerbe			***
Produzierendes Gewerbe			3,49***
wissensintensive DL			3,35***
nicht-wissensintensive DL			2,69***
2004/2005 (n=280)			
2008 (n=696)	1,21	1,16	1,35
Pseudo R ²	0,06	0,09	0,19

Signifikante Effekte: *** bei $p < 0,01$, ** bei $p < 0,05$, * bei $p < 0,1$.

Quelle: Pooldaten der ifm-Erhebungen „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen 2008“ und „Ethnische Ökonomie 2005“ (NRW-Subfile); ifm Universität Mannheim

Unternimmt man schließlich mit zusätzlichen Modellen den Geschlechtervergleich innerhalb der Herkunftsgruppen bzw. stellt jeweils die Ausbildungsbeteiligung der Betriebe der Frauen und Männer einzelner Ethnien direkt gegenüber (hier nicht abgebildet), ist zu resümieren, dass türkischstämmige Frauen mit fast drei mal höherer Wahrscheinlichkeit ausbilden als die Männer ihrer Gruppe, wenn die genannten Drittvariablen kontrolliert werden. Dieser Zusammenhang ist signifikant ($p < 0,01$). Bei allen anderen Herkunftsgruppen zeigen sich keine signifikanten Unterschiede in der Ausbildungsbeteiligung von weiblichen und männlichen Unternehmer/innen der gleichen Ethnie, sofern (wohlgemerkt) die gleichen Betriebsgrößen, Bildungsabschlüsse und Wirtschaftsbereiche zugrunde liegen.

Hat sich das Ausbildungsengagement von Migrantenbetrieben in den letzten Jahren erhöht?

Abschließend ist noch die Frage aufzugreifen, ob die Betriebe der Migrantinnen und Migranten im Verlauf der letzten Jahre stärker am Dualen Berufsbildungssystem partizipieren und die Förderanstrengungen und veränderten rechtlichen Rahmenbedingungen einen gewissen Erfolg zeigen. Zumindest auf den ersten Blick legen dies die in Abb. 16.5.2 insgesamt – also ohne Geschlechterdifferenzierung – dargestellten Ausbildungsbetriebsquoten nahe, wenn diese mit den Ergebnissen unserer früheren Untersuchungen (2004/2005) auf Bundesebene verglichen werden. Ein solcher Vergleich ist jedoch schlecht möglich, da in den Pool-Daten die Ergebnisse von vor vier Jahren (wenn auch zu geringerem Teil) enthalten sind. Vor allem jedoch hatten die Quoten einzelner Ethnien in Nordrhein-Westfalen schon zu diesem Zeitpunkt ein höheres Niveau als auf Bundesebene.

Lässt man außer Acht, dass die Fallzahlen zum Zeitpunkt 2004/2005 (n=445)²⁹⁷ eine relativ schmale Basis zur Berechnung der Ausbildungsbetriebsquoten bieten, wäre davon auszugehen, dass sich die Quoten gegenüber 2008 in einer Spanne von 2%-Punkten (türkisch- und italienischstämmige Arbeitgeber) bis 6%-Punkte (Russischstämmige) erhöht haben. Dies ist jedoch eine mit Vorsicht zu interpretierende Datenbasis.

Aber es spricht auch einiges andere dafür, dass das Ausbildungsengagement der Selbständigen in Nordrhein-Westfalen und auch bundesweit in den letzten drei bis vier Jahren etwas zugenommen hat und hierfür möglicherweise auch Förderinitiativen sowie veränderte rechtliche Rahmenbedingungen mit verantwortlich sind: Anhand einer differenzierteren Analyse des Ausbildungsverhaltens von Migrantenbetrieben in der Region Mannheim stellen wir bspw. fest, dass die Hälfte aller Ausbildungsbetriebe ihre Ausbildungstätigkeit erstmalig in den letzten drei Jahren aufgenommen hat.²⁹⁸ Dies muss vor dem Hintergrund gesehen werden, dass in diesem Zeitraum und davor (wie in Nordrhein-Westfalen) erhebliche Anstrengungen zur Akquisition neuer Ausbildungsbetriebe unternommen wurden.²⁹⁹ Vermutlich wurde die Partizipation am Dualen Berufsbildungssystem auch durch die Aussetzung der AEVO sowie durch die Liberalisierung des Zugangs in die Selbständigkeit (neue Handwerksordnung) oder durch Förderungen über die Meistergründungsprämie usw. beeinflusst.³⁰⁰

Dies alles ändert jedoch zunächst nichts daran, dass neben der Branchenzugehörigkeit insbesondere die berufliche Bildung der Betriebsinhaber die Ausbildungsbeteiligung bestimmt. Mit Blick auf ein noch unausgeschöpftes Ausbildungsplatzpotenzial in manchen Branchen ist es daher als Manko anzusehen, dass die Angehörigen aus den ehemaligen Anwerbestaaten ein niedriges Qualifikationsniveau und (zumindest die Italiener/innen) eine zu starke Orientierung auf das Gastgewerbe haben. Eine Chance zur Erhöhung des Ausbildungsbeitrags mag aber auch in der Zunahme an Frauenbetrieben liegen: Zumindest ist äußerst bemerkenswert, dass die Frauen türkischer Herkunft in weit stärkerem Maße als die Männer ihrer Ethnie ausbilden, auch wenn hier zu einem Teil ein (nicht alles erklärbarer) Brancheneffekt vorliegt.

D.h., bezüglich der genauen Bedingungen der Entwicklung der Ausbildungsbeteiligung der Betriebe von Migrantinnen und Migranten bestehen noch einige Unsicherheiten. Die vorgestellten Ergebnisse verdienen daher eine weitergehende Vertiefung und die begrenzte Zahl der zur Verfügung stehenden Fälle und Indikatoren verlangt eine Erweiterung des Datensatzes, bspw. durch eine Zusatzerhebung zum Thema „Ausbildungsbeitrag“.

17. Ethnische Strategien?

Die Debatte um die Entstehungs- und Entwicklungsbedingungen „ethnischen Unternehmertums“ war über lange Zeit durch den Widerstreit zwischen angebots- und nachfrageorientierten Ansätzen bzw. durch die Frage bestimmt, welchen Einfluss man entweder den Akteuren oder aber den sie umgebenden Strukturen zuschreiben soll.³⁰¹ Und noch bevor Kloosterman und Rath (2001) mit ihrem Modell des „mixed embeddedness“ auf die Einbettung unternehmerischer Aktivitäten in unterschiedliche soziale Kontexte verwiesen, orientierte sich das Gros der Literatur am sogenannten „Interaktionsansatz“ von Waldinger, Aldrich und Ward (1990), die damit akteurs- und strukturbezogene Ansätze zusammenbrachten und deren Untersuchungsrahmen auf der Interaktion von drei Komponenten beruht: den Chancenstrukturen, Gruppencharakteristika und den sich hieraus ableitenden ethnischen Strategien.³⁰² Trotz aller Kritik an diesem „Modell“,³⁰³ halten wir den Ansatz dennoch geeignet, um an dieser Stelle die Komponenten und die Bedeutung ethnischer Strategien etwas näher zu beleuchten:

²⁹⁷ Davon 337 Betriebe mit Beschäftigten.

²⁹⁸ Leicht et al. 2009; Leiß/ Leicht 2009.

²⁹⁹ In Mannheim v.a. durch das ikubiz. In NRW durch verschiedene von der Landesregierung und den Kammern unterstützte Initiativen (siehe oben).

³⁰⁰ Siehe Erläuterungen zu Beginn des Kapitels.

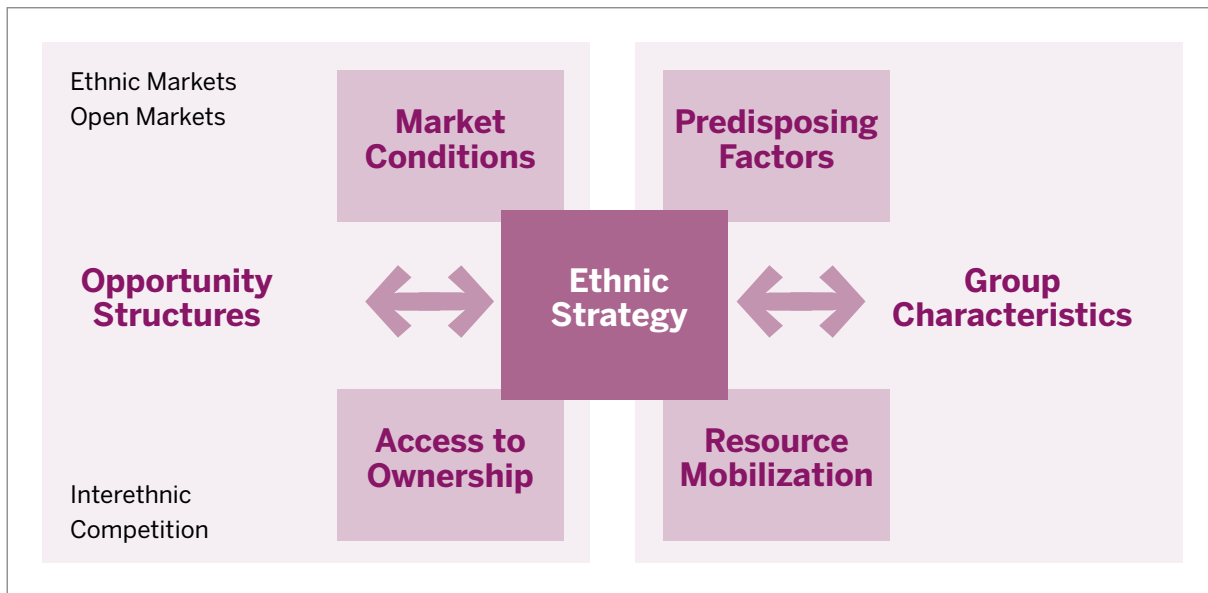
³⁰¹ Vgl. hierzu auch Kapitel 2.2.

³⁰² „Ethnic strategies emerge from the interaction of opportunities and group characteristics, as ethnic groups adapt to their environments“. (Aldrich/ Waldinger 1990, S. 114).

³⁰³ Kloosterman und Rath (2003, S. 6) bezeichnen den Ansatz von Waldinger et al. eher als Klassifikation denn als Erklärungsmodell. Light und Rosenstein (1995) kritisieren v.a. die mangelnde methodische Umsetzbarkeit des Interaktionsansatzes.

Waldinger und Kollegen benutzen den Begriff „Strategien“ um unternehmerische Aktivitäten von Migranten zu charakterisieren und sehen in Anlehnung an Hamilton (1985: 408) Strategien als „technical term meaning the positioning of oneself to others in order to accomplish one's goal“. Zwar können die Gründe und die eigenen Handlungen subjektiv und absolut persönlich sein, doch ist die Strategie durch die sozialen Umstände geformt. Demzufolge entwickeln sich aus der Interaktion von Gelegenheitsstrukturen und den Gruppencharakteristika von Migranten „ethnische Strategien“, die (neben dem Einfluss anderer Faktoren) wesentlich durch die sich bietenden Märkte und die Fähigkeit bestimmt werden, die hierfür geeigneten gruppenspezifischen Ressourcen zu mobilisieren (vereinfacht dargestellt in Abb. 17.1.1).

Abb. 17.1.1 Ethnische Strategien und interaktive Komponenten



Quelle: Vereinfachte eigene Darstellung nach Waldinger, Aldrich und Ward (1990)

Einige konstituierende Elemente der ethnischen Strategien haben wir in den vorangegangenen Kapiteln bereits aufgegriffen und auf ihre Bedeutung untersucht: Dem Interaktionsansatz zufolge kommen in den Gruppencharakteristika prädisponierende Faktoren, wie etwa die besonderen Umstände der Migration oder kulturelle Einflüsse zur Geltung, ferner aber auch die Möglichkeiten, spezifische Ressourcen zu mobilisieren. (Auf die Relevanz und Wirkung von allgemeinen Ressourcen bzw. auch „Klassenressourcen“³⁰⁴, wie etwa Bildung, Selbständigkeitserfahrung und andere Formen von Humankapital, sind wir bereits in Kapitel 8 sowie in Kapitel 15 eingegangen.) Soweit es jedoch um die Mobilisierung sog. „ethnischer Ressourcen“ geht, sind unter anderem die Fähigkeiten von Migranten angesprochen, Netzwerke zu nutzen und die Familie sowie die Landsleute als Beschäftigte zu rekrutieren und strategisch einzusetzen.³⁰⁵ (Diesen Möglichkeiten haben wir im vorherigen Kapitel 16 ausführlich nachgespürt.) Die Migrantinnen und Migranten können jedoch nur mit jenen Ressourcen arbeiten, die ihnen durch ihre Umgebung zugänglich gemacht werden. Daher stehen auf der „anderen Seite“ des Interaktionsmodells die Chancenstrukturen („opportunity structures“), die über das Maß bestimmen, in welchem der Zugang zu bestimmten Gelegenheiten bzw. Märkten ermöglicht wird. Dieser Zugang wird beispielsweise durch die institutionellen Regulierungen bestimmt. (Die rechtlichen Rahmenbedingungen haben wir in Kapitel 5.4 dargestellt.)

Eine zentrale Komponente der Opportunitätsstrukturen und damit ethnischer Strategien sind die Marktbedingungen, die sich ggf. verändern und an die sich ethnische Unternehmer/innen anpassen müssen. Eine wichtige Voraussetzung ist zunächst, dass die potenziellen Gründer/innen überhaupt die sich bietenden Chancen erkennen. (Mit den Anreizstrukturen bzw. Pull-Faktoren, darunter der „opportunity recognition“, haben wir uns bereits in Kapitel 10 befasst.) In diesem Zusammenhang ist auch entscheidend, ob und mit welchen Möglichkeiten sich unternehmerisch aktive Migranten an den Konsumbedürfnissen ihrer eigenen Ethnie

³⁰⁴Light 1984; Light/ Gold 2000.

³⁰⁵Aldrich und Waldinger (1990) betonen die subkulturelle Dimension von Ethnizität, d.h., die Sozialstruktur, durch welche die Mitglieder einer ethnischen Gruppe in der einen oder anderen Weise miteinander verbunden sind, und in welcher diese Sozialstrukturen genutzt werden.

oder aber auf einen offenen Markt hin orientieren. (Die Kundenstruktur haben wir in Kapitel 9.3 im Kontext der Diskussion um die Integrationswirkung von Selbständigkeit untersucht.)

Zur Abrundung dieser Auseinandersetzung mit einzelnen Komponenten und Determinanten ethnischer Strategien befassen wir uns im Folgenden mit der Konkurrenzsituation und letztlich dem interethnischen Wettbewerb, der maßgeblich darüber befindet, welche strategische Überlegungen selbständige Migrant(inn)en anstellen (Kapitel 17.1). In diesem Zusammenhang interessiert auch, welche Bedeutung etwaiges Risikobewusstsein und eine Selbstethnisierung bei Migrant(inn)en hat (Kapitel 17.2), bevor abschließend der Frage nachgegangen wird, welchen unternehmerischen Erfolg Migrantinnen tatsächlich haben (Kapitel 17.3).

17.1 Markt und Wettbewerb

Im politischen Diskurs wird „Migrantenselbständigkeit“ nicht selten, aber dennoch zu unrecht, allzu schnell mit unternehmerischen Aktivitäten in ethnischen oder aber in ökonomischen Nischen in Zusammenhang gebracht. Zumindest von ethnischen Konsumentenmärkten kann mehrheitlich nicht die Rede sein: Wie wir bereits aufgezeigt haben (Kapitel 9.3) wird der Kundenstamm selbständiger Migrantinnen und Migranten zu einem relativ geringen Anteil durch Landsleute dominiert. Und zudem bestehen in der Kundenstruktur erhebliche Unterschiede zwischen den Ethnien. Diesbezügliche Analysen haben wir vorgezogen, da co-ethnische Beziehungen und die damit einhergehenden Implikationen nicht nur von ökonomischer sondern unter gewissen Umständen auch von integrationspolitischer Bedeutung sind.

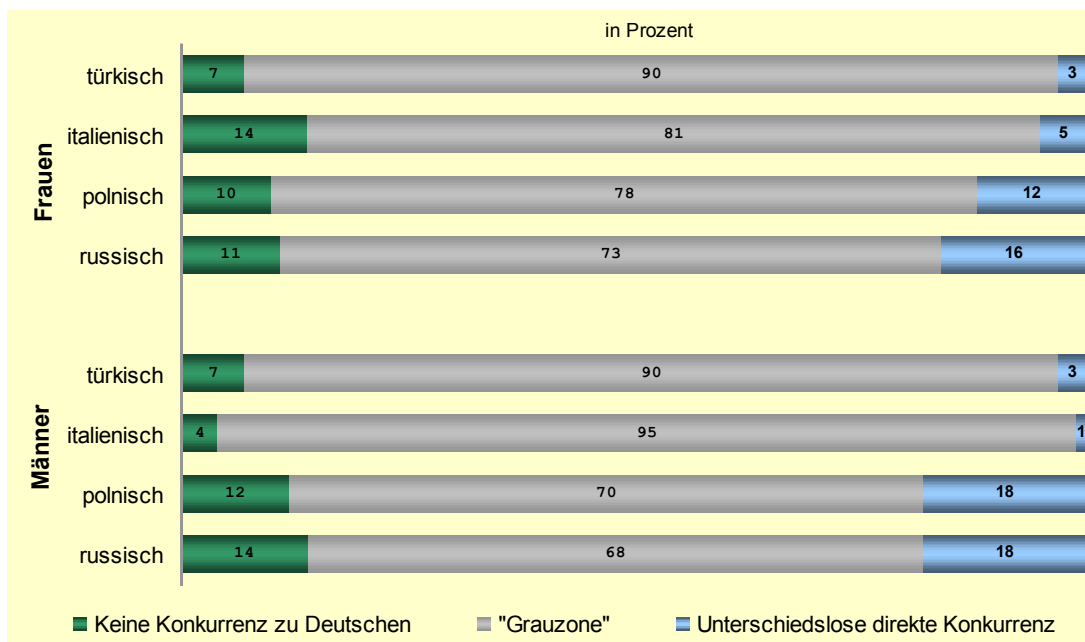
Interethnische Konkurrenzsituation und Nischenposition

An dieser Stelle interessieren nun die Markt- und Wettbewerbsbedingungen für selbständige Migrant(inn)en, die nur bedingt und in begrenztem Umfang mit einer Orientierung auf ethnische Märkte im Zusammenhang stehen. Denn Nischen im Sinne geschützter Marktpositionen können sich genauso auf nicht-ethnischen bzw. offenen Märkten ergeben – bspw. dort, wo Migranten ihre kulturellen Kompetenzen im interethnischen Wettbewerb einsetzen können oder auch in Branchen und Stadtteilen, die von Einheimischen verlassen werden. Entscheidend ist daher nicht allein die herkunftsspezifische Zusammensetzung der Kunden als vielmehr auch die Wettbewerbsposition und der Charakter der Produkte und Dienstleistungen, die angeboten werden. Mit Nischenprodukten können u.U. Versorgungslücken gedeckt und ganz andere Konsumentengruppen erreicht werden. In diesem Kontext wird dann teilweise auch von einer „Ergänzungsökonomie“ gesprochen.³⁰⁶

In welcher Wettbewerbssituation befinden sich selbständige Migrantinnen und Migranten in Nordrhein-Westfalen? Bedauerlicherweise haben wir in der Befragung keine Indikatoren, um die Konkurrenzverhältnisse in Bezug auf die Mitbewerber der gleichen Ethnie darstellen zu können. Stattdessen interessiert hier speziell, in welchem Konkurrenzverhältnis sie sich gegenüber den deutschen Unternehmer/innen (als Repräsentanten der Mehrheitsgesellschaft) befinden und inwieweit sich die einzelnen Ethnien sowie die Geschlechter diesbezüglich unterscheiden.

³⁰⁶Heckmann 1999.

Abb. 17.1.2 Nische und harter Wettbewerb: Konkurrenzverhältnis zu „deutschen Unternehmen“



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Abb. 17.1.2 zeigt zunächst den Anteil derer, die der Meinung sind, dass sie sich in keiner Konkurrenz gegenüber deutschen Unternehmen befinden (linke Felder). Hier wird ersichtlich, dass sich nur wenige Migrantinnenunternehmen einem Nischenfeld zuordnen, in welchem sie keinen Wettbewerb mit einheimischen Unternehmen befürchten müssen. Im Durchschnitt ist dies nur bei jeder zehnten Unternehmerin bzw. jedem zehnten Unternehmer mit Migrationshintergrund der Fall. Die Unternehmerinnen italienischer Herkunft sehen sich bei einem Anteil von 14% doppelt so häufig in einer Nischenposition als die Frauen türkischer Herkunft – zumindest was eine sichere Position gegenüber der deutschen Konkurrenz betrifft (denn natürlich schließt dies eine Konkurrenz gegenüber der eigenen Ethnie oder anderen Herkunftsgruppen nicht aus). Die Anteile an „konkurrenzlosen Nischenunternehmen“ unter den Selbständigen polnischer oder russischer Herkunft liegen mit 10% bzw. 11% in etwa dazwischen.

Die Geschlechterunterschiede sind vernachlässigbar, d.h., sie fallen allenfalls bei den Selbständigen italienischer Herkunft auf, da sich hier die Frauen – ganz im Gegensatz zu den Männern – stärker in der ökonomischen Nische verorten. Allerdings beruhen auch hier die Unterschiede auf einem geringen Anteilsniveau.

Zunächst wäre davon auszugehen, dass die Wettbewerbssituation stark von der Branchenzugehörigkeit abhängig ist. Diesbezüglich zeigen sich jedoch kaum signifikante Unterschiede.

Unternimmt man hingegen einen Exkurs auf die Frage, inwieweit die ökonomische Nischensituation bzw. Konkurrenzlosigkeit gegenüber deutschen Unternehmen mit dem jeweiligen Anteil an co-ethnischer Kundschaft korrespondiert, ist hier ein zwar schwacher aber immerhin statistisch signifikanter Zusammenhang festzustellen (Korrelation nach Pearson = 0,130; $p < 0,01$). Einschränkend ist allerdings zu erwähnen, dass dieser Effekt hauptsächlich auf die Unternehmer/innen russischer Herkunft zurückzuführen ist. Demgegenüber hat kaum eine der türkischen, italienischen oder polnischstämmigen Frauen, die fern vom Wettbewerb mit Deutschen stehen, einen hohen Anteil Kunden gleicher ethnischer Herkunft. Dies ist an einem Beispiel nachvollziehbar: Soweit italienische oder türkische Gastronomen aufgrund ihrer kulturellen Kompetenz in der Herstellung landesspezifischer Speisen keine deutsche Konkurrenz befürchten müssen, bedeutet dies dennoch nicht, dass sie überwiegend Landsleute als Kunden hätten. Auch ihr Kundenstamm ist überwiegend deutsch. Wenn jedoch russische Händler/innen russische Güter oder Dienstleistungen anbieten, dann handelt es sich zumeist um solche Produkte, die von Deutschen eher selten nachgefragt werden.

Wie sieht die „andere Seite“ auf der Konkurrenzskala aus? Die Befragten hatten auch die Möglichkeit, sich in die Kategorie derer einzuordnen, die sich in ihrer strategischen Orientierung überhaupt nicht von den deutschen Unternehmen unterscheiden bzw. in einer direkten Konkurrenz zu den deutschen Unternehmen stehen (Abb. 17.1.2, rechte Felder). In dieser sozusagen „harten Wettbewerbsposition“ gegenüber den Unternehmer/innen der Mehrheitsgesellschaft sehen sich, wenn überhaupt, eher die osteuropäischen Frauen und Männer, während die türkisch- und italienischstämmigen Selbständigen viel eher die Unterschiede gegenüber den Deutschen betonen.

Strategien im Wettbewerb

Eine gegenüber der deutschen Konkurrenz unterschiedliche Strategie- und Marktorientierung kann ggf. entlastend wirken. Es kommt allerdings darauf an, um welche „Strategien“ es sich letztlich handelt und welche Vorteile damit in der Wettbewerbssituation einhergehen. Solche Bemühungen, sich von der Konkurrenz abzusetzen, können sich bspw. in den Preisen und der Qualität des Angebots oder in der Kundenbetreuung manifestieren. Welche Bedeutung einzelne „Geschäftskonzepte“ haben wird nachfolgend aufgezeigt.

Strategien zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit entstehen nicht „von ungefähr“, d.h., sie sind, wie beschrieben, das Ergebnis der Interaktion von Chancenstrukturen und Gruppencharakteristika, zumindest wenn man dem Modell von Waldinger und Kollegen (1990) folgt. Die Autoren sehen für Immigranten vier Formen von Strategien, um dem intensiven Wettbewerb zu entgehen: (a) eine Selbstausbeutung, (b) die Expansion des Geschäfts, (c) Handelsverflechtungen und (d) eine Stärkung der Familienbindung.³⁰⁷ Eine Schwäche dieser Auflistung ist u.E. darin zu sehen, dass die Optionen zu eng an den Strategien speziell „ethnischer“ Gruppen haften und zu wenig in Betracht ziehen, dass auch Migranten zunächst ein Markt Konzept verfolgen, das teils demjenigen nicht-ethnischer Gruppen entspricht.³⁰⁸ D.h., auch die Zugewanderten tendieren unter Umständen dazu, zunächst die für Kleinbetriebe gewöhnlichen Wettbewerbsinstrumente anzuwenden und sich die Konkurrenz über Preis- und Leistungsmodi vom Leib zu halten. Möglicherweise jedoch greifen Migrantenbetriebe noch stärker auf einzelne Strategien als die Einheimischen zurück.

Da wir uns für spezifisch „ethnische Strategien“ interessieren, gingen wir weniger der Frage nach, in welchem Umfang bestimmte Wettbewerbskonzepte Anwendung finden, sondern wollten gezielt wissen, worin sich die Unternehmer/innen mit Migrationshintergrund ihrer eigenen Einschätzung zufolge von den Einheimischen unterscheiden.³⁰⁹

Konkurrenzfähig durch Qualität?

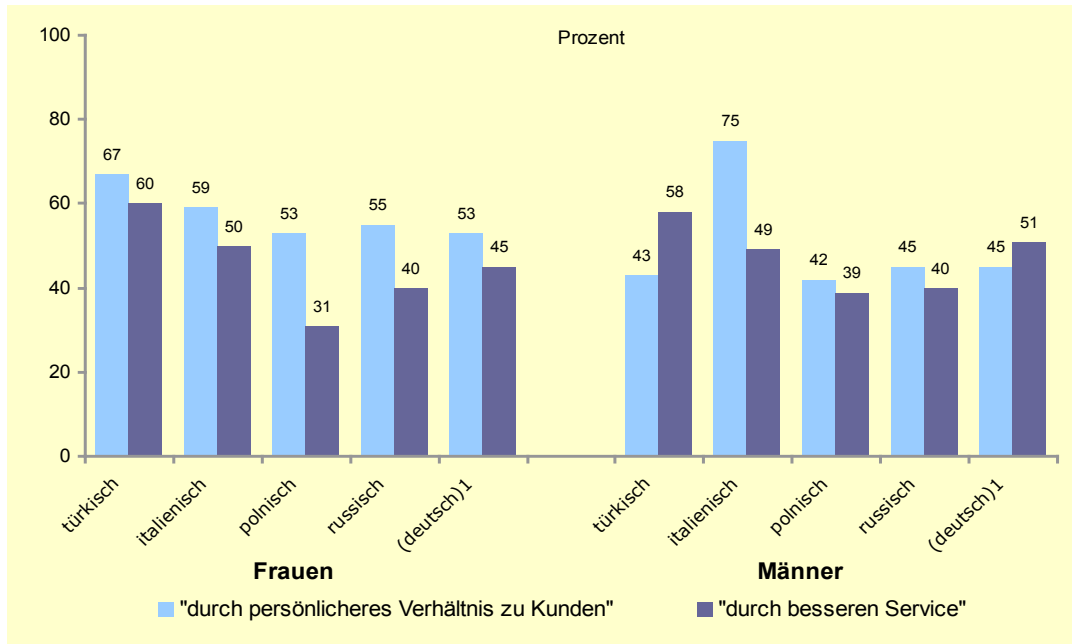
Gefragt nach dem Unterschied zu Deutschen in Bezug auf das „persönliche Verhältnis zu den Kunden“ zeigt sich vergleichsweise wenig Varianz zwischen den Herkunftsgruppen (Abb. 17.1.3). Am häufigsten nehmen Frauen türkischer Herkunft diesbezüglich eine Unterscheidung für sich in Anspruch: Hier sind es zwei Drittel (67%) und unter den anderen Gruppen liegen die Anteilswerte bei knapp über der Hälfte. Allerdings sieht auch über die Hälfte der deutschen Frauen in ihren Kundenbeziehung eine Besonderheit, die sie von den Konkurrenten unterscheidet. Interessanterweise fallen insgesamt betrachtet – mit Ausnahme der Italiener – die Anteile bei den Männern um 10%- bis 15%-Punkte geringer aus als bei den Frauen. Diese Unterschiede bleiben auch dann konstant, wenn man in dem statistischen Modell die Tatsache berücksichtigt, dass Frauen eher in persönlichen Dienstleistungsbranchen tätig sind.

³⁰⁷ ebenda, S. 131.

³⁰⁸ Erstaunlicherweise geben dies Aldrich und Waldinger (1990) durch die Kritik an anderen Forschungsarbeiten selbst zu bedenken: „Because so many researchers have not compared their findings to non-ethnic business operations, they have tended to overstate the uniquely „ethnic“ component in resource mobilization“ (S. 127).

³⁰⁹ Die nachfolgenden Auswertungen basieren auf folgendem Fragetext: „Worin unterscheiden Sie sich von der deutschen Konkurrenz? Ich nenne Ihnen einige Möglichkeiten und Sie antworten bitte jeweils mit „ja“ oder „nein.“

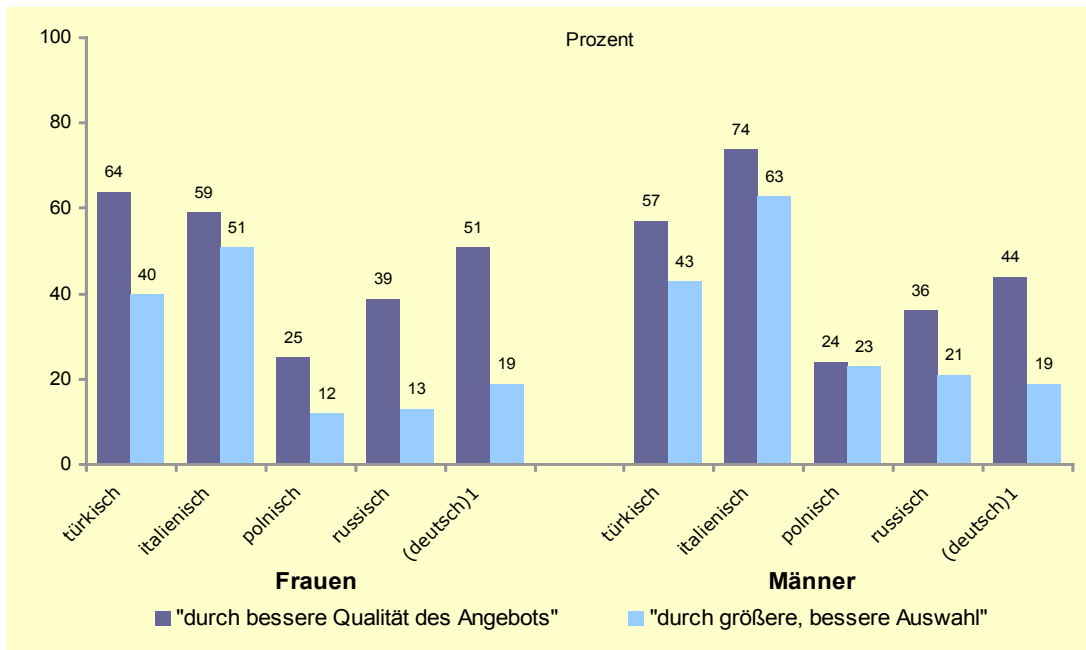
Abb. 17.1.3 Subjektiver Unterschied zu (deutschen)¹⁾ Unternehmen in Bezug auf Serviceleistung



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

1) Für die Referenzgruppe der Unternehmer/innen deutscher Herkunft wurde die Frage entsprechend abgewandelt.

Abb. 17.1.4 Subjektiver Unterschied zu (deutschen)¹⁾ Unternehmen in Bezug auf Angebotsqualität



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

1) Für die Referenzgruppe der Unternehmer/innen deutscher Herkunft wurde die Frage entsprechend abgewandelt.

Etwas stärkere ethnien-spezifische Unterschiede kommen mit Blick auf die „Serviceleistungen“ zum Ausdruck (noch Abb. 17.1.3). Einen „besseren Service“ als die deutschen Mitkonkurrenten anbieten zu können, glauben etwa drei von fünf türkischstämmigen (60%) und die Hälfte der italienischstämmigen Unternehmerinnen. Bei den Frauen aus Polen ist allerdings nicht einmal jede dritte (31%) dieser Meinung und bei den Frauen aus Russland ist dies auch nur bei 40% der Fall. Fragt man die eigentliche Referenzgruppe, d.h., die deutschen Frauen, dann nehmen diese in der Bewertung dieses Instruments eher einen Platz im Mittelfeld ein. Das gruppen-spezifische Muster bei den Männern ähnelt sehr dem bei den Frauen.

In Bezug auf die Angebotsqualität zeigt sich (im Vergleich zu den vorherigen Ergebnissen) eine wesentlich größere Varianz in den Einschätzungen einzelner Ethnien (Abb. 17.1.4). Etwa 60% der Frauen türkischer und italienischer Herkunft sehen einen Wettbewerbsvorteil gegenüber den Einheimischen was die Qualität ihres Angebots betrifft. Dies ist ein deutlich höherer Anteil als bei den Frauen aus Polen oder Russland (25% bzw. 39%). Die deutschen Frauen liegen diesbezüglich wieder in der Mitte (wobei hier wiederum nicht nur die einheimischen sondern alle Unternehmen die Referenzgruppe bilden). Ein ähnliches nationalitätenspezifisches Handlungsmuster findet sich hier auch bei den Männern: Besonders qualitätsorientiert erscheinen italienische Betriebe (74%), während die Anteile bei polnischen und russischen Männern fast identisch mit denen der Frauen ihrer Ethnie sind.

Eine andere Markstrategie ist auf das Ziel gerichtet, eine größere oder bessere Auswahl im Waren- und Dienstleistungsangebot als die deutsche Konkurrenz zu bieten. Deutliche Unterschiede zeigen sich hierbei zwischen Migrantinnen italienischer und türkischer Herkunft und denen polnischer und russischer Herkunft (noch Abb. 17.1.4): Jede zweite Italienerin (51%) und etwa zwei von fünf Türiinnen (40%) möchte sich durch ein breiteres Angebot von den deutschen Mitkonkurrenten abheben, während dies bei polnischen und russischen Migrantinnen gerade mal jede Achte (12% bzw. 13%) ist. Dieses Muster wiederholt sich in etwa bei den Männern: Sie haben insgesamt zwar ein etwas höheres Niveau an Diversifizierung vorzuweisen als ihre weiblichen Pendanten, doch die herkunftsspezifischen Unterschiede sind fast identisch mit denen bei den Frauen. Weitergehende Betrachtungen (hier nicht abgebildet) zeigen allerdings, dass es sich auch hier um einen „Brancheneffekt“ handelt: So sind es hauptsächlich die Gastronomien, die verstärkt auf ein breiteres Angebot Wert legen, und diese sind mehrheitlich unter selbständigen Frauen und Männern italienischer oder türkischer Abstammung anzutreffen.

Strategie der Selbstausbeutung?

Selbständige Migrantinnen und Migranten betätigen sich überproportional häufig in arbeits- und wettbewerbintensiven Wirtschaftsbereichen (vgl. Kapitel 7.2) und arbeiten demzufolge durchschnittlich mehr, wobei sie dennoch weniger verdienen als die einheimischen Unternehmer/innen (vgl. Kapitel 11). Daher rückt die Frage in den Mittelpunkt, inwieweit das Mehr an Arbeit und das Defizit an Einkommen auf eine Strategie der Not und Selbstausbeutung zurückzuführen ist, um am Markt überleben zu können. Nicht selten wird dann harte Arbeit zu niedrigen Preisen angeboten. Aber natürlich muss der Wille, mehr arbeiten zu wollen sowie die Produkte oder Dienstleistungen zu geringeren Preisen als die deutsche Konkurrenz anzubieten, noch kein Indiz für eine Selbstausbeutung sein. Erstens ist Fleiß ohnehin eine probate und unverzichtbare unternehmerische Eigenschaft. Und zweitens ist ein Preiskampf zur Erzielung von Wettbewerbsvorteilen auch unter den großen (bzw. nicht-ethnischen) Unternehmen gang und gäbe, zumal er mit Aussicht auf Gewinn geführt wird. Doch wenn sich ein erhöhtes Arbeitsvolumen und geringe Preisangebote nicht in entsprechendem Umsatz und letztlich Einkommen niederschlagen, dann liegt der Verdacht der Selbstausbeutung mehr als nahe.

Zunächst interessiert, in welchem Umfang die ethnischen Unternehmer/innen in der Strategie der „Mehrarbeit“ ein probates Mittel sehen, um im Wettbewerb mit der deutschen Konkurrenz zu bestehen. Wie unterscheiden sich diesbezüglich die einzelnen Herkunftsgruppen?

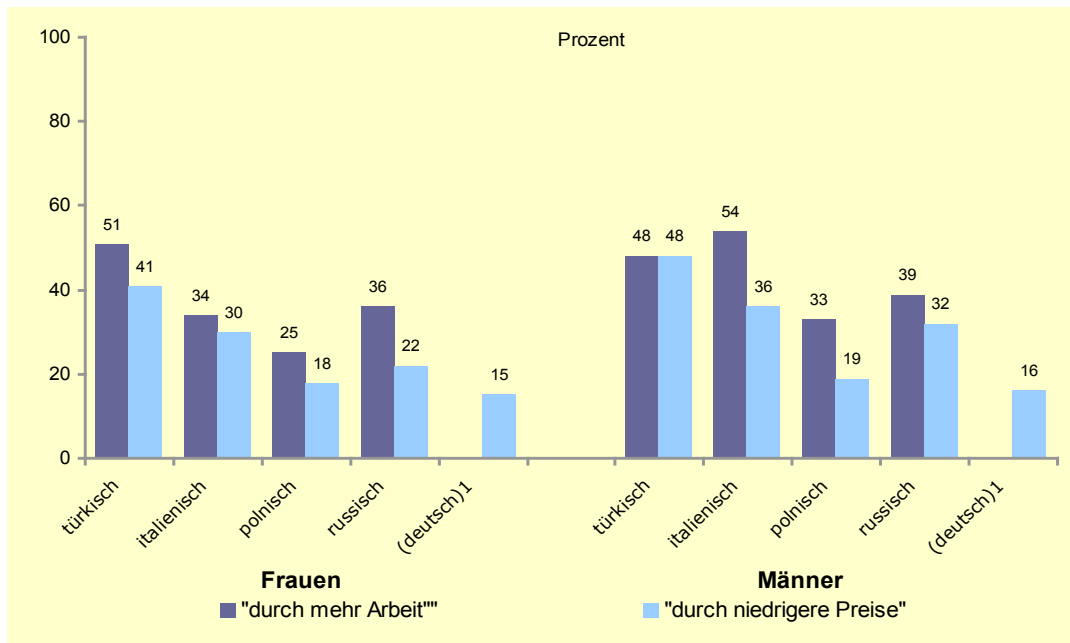
Auch hier sind es – wie schon häufig – zuvor wiederum die Frauen türkischer Herkunft, die sich von den anderen Ethnien abheben: Von ihnen gibt jede Zweite (51%) an, mehr zu arbeiten als die Deutschen (Abb. 17.1.5). Unter den italienisch- und russischstämmigen Frauen ist es hingegen etwa jede dritte Unternehmerin, die – aus ihrer Sicht – ein überdurchschnittliches Arbeitspensum hat, während unter polnischstämmigen Frauen nur noch jede vierte Befragte diese Sichtweise teilt.

Mit Blick auf den Geschlechtervergleich wird evident, dass die Männer – mit Ausnahme der Türkischstämmigen – tendenziell häufiger der Meinung sind, mit einer Strategie der Mehrarbeit adäquat konkurrieren zu können.

Bei allem stellt sich natürlich auch die Frage, ob es sich bei den Angaben eher um Interpretationen bzw. subjektive Eindrücke fern der Wirklichkeit handelt. Dies scheint jedoch nicht der Fall zu sein. Gleicht man die genannten Intentionen mit den tatsächlich geleisteten Arbeitsstunden im Einzelfall ab,³¹⁰ dann zeigt sich ein statistisch signifikanter Zusammenhang (Korrelation nach Person = 0,214; $p < 0,01$). Außerdem haben Migrantinnen auch tatsächlich ein höheres Arbeitspensum als die Deutschen (vgl. Kap. 11.1).

³¹⁰ Vgl. zum Arbeitsvolumen auch Kapitel 11.1.

Abb. 17.1.5 Subjektiver Unterschied zu (deutschen)¹⁾ Unternehmen bzgl. Arbeitsvolumen und Preisen



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

1) Für die Referenzgruppe der Unternehmer/innen deutscher Herkunft wurde die Frage entsprechend abgewandelt.

Wie viele Unternehmerinnen mit Migrationshintergrund versuchen sich durch die Gestaltung niedriger Preise gegenüber der deutschen Konkurrenz durchzusetzen und in welchen Gruppen ist dies besonders der Fall? Diesbezüglich sind es wieder die Frauen türkischer Herkunft, die am häufigsten bzw. zu 41% der Meinung sind, dass sie mit ihren Preisen einen Wettbewerbsvorteil erzielen (Abb. 17.1.5). Dieser Position folgen die italienischen Frauen, die zu fast einem Drittel (30%) zu dieser Strategie neigen. Bei den anderen Gruppen, darunter auch die deutschen Frauen, ist dies nur bei knapp über oder unter einem Fünftel der Fall.

Dieses Rankingmuster findet sich auch unter den Männern, wenngleich auf einem etwas höheren Anteilsniveau. D.h., die Männer neigen tendenziell noch stärker zu einer mit niedrigen Preisen geführten Wettbewerbsstrategie.

Die vorgestellten Ergebnisse müssen immer auch im Kontext der zuvor gemachten Feststellung gesehen werden, dass nur ein relativ kleiner Anteil der Befragten sich in einer konkurrenzfreien Situation gegenüber deutschen Unternehmen wähnt. Denn ansonsten hätte man annehmen können, dass die Preisgestaltung der Migrantinnenunternehmen den Wettbewerb mit Deutschen vielleicht gar nicht tangiert. Doch keine einzige der Migrantinnen,³¹¹ die eine „Niedrigpreis-Strategie“ verfolgen, zählt zur kleinen Gruppe derer, die nicht mit den Deutschen sondern ausschließlich mit den Angehörigen der eigenen Ethnie konkurrieren.

Wie plausibel erscheint mit Blick auf die genannten Befunde dann die Annahme, dass ein Teil der selbständigen Migrantinnen und Migranten (wohl unfreiwillig) auf eine Strategie der Selbstausbeutung setzt? Auffällig ist bereits die Gleichförmigkeit der Ergebnisse, was die Anteile an Unternehmer/innen in den einzelnen Ethnien betrifft, die sich zu einer Strategie der Mehrarbeit sowie zu einem Niedrigpreis-Wettbewerb bekennen. Die Frage ist jedoch, ob und in welchem Umfang es sich dabei um ein und dieselben Personen handelt. Ein Zusammentreffen beider Strategien auf einzelwirtschaftlicher Ebene wäre zumindest ein Anhaltspunkt, der den Verdacht der Selbstausbeutung erhärtet. Bei einem beachtlichen Teil scheint dies auch der Fall, denn je nach Gruppe sind es zwischen 40% bis 50% aller „mehrarbeitenden“ Frauen (und bis zu 60% aller Männer), die auch gleichzeitig aus Konkurrenzgründen ihre Preise senken. Auch gruppenübergreifend betrachtet zeigt sich hier ein signifikanter Zusammenhang zwischen Mehrarbeit und einer Strategie der niedrigen Preise (Korrelation nach Pearson = 0,297; $p < 0,01$).

³¹¹ Und auch kein einziger der Migranten.

Sind die Strategien ein Mittel zur Kompensierung von Ressourcendefiziten?

Die eingeschlagenen Strategien sind im Kontext ihrer Entstehung bzw. als Resultat der individuellen Fähigkeiten der Akteure und der für sie geltenden Umfeldbedingungen zu sehen. So ist davon auszugehen, dass Migrantinnen und Migranten versuchen, etwaige Ressourcendefizite und letztlich Wettbewerbsnachteile durch entsprechende „Mehrarbeit“ und durch eine „Niedrigpreis-Strategie“ zu kompensieren. Soweit dies in entsprechend kombinierter Form der Fall ist, besteht umso mehr der Verdacht, dass hier eine Strategie der Not bzw. ein Zwang zur Selbstaussbeutung vorliegt. Wir bezeichnen im Folgenden die Gruppe derer, die sich sowohl durch Mehrarbeit als auch durch niedrigere Preise von den deutschen Konkurrenten unterscheiden möchten, als „potenzielle Selbstaussbeuter/innen“; zumindest vorläufig, um zunächst der Frage nachzugehen, welche sonstigen Charakteristika sie aufweisen und darüber eine Einschätzung zu erhalten, wie berechtigt der Verdacht der Selbstaussbeutung ist.

Wie setzt sich die Gruppe derjenigen zusammen, die potenziell zu einer Strategie der Selbstaussbeutung tendieren? Dies lässt sich anhand einer logistischen Regression abschätzen (Tab. 17.2.1), wobei wir hier nur die wichtigsten Ergebnisse referieren: Mit Blick auf die Häufigkeit dieses Phänomens in den einzelnen Herkunftsgruppen bestätigt sich multivariat was bereits deskriptiv betrachtet (Abb. 17.1.5) zu vermuten war: Die Frauen und Männer türkischer Herkunft (Referenzkategorie) sind gemessen an ihren Strategien am stärksten durch Selbstaussbeutung gefährdet.

Tab. 17.2.1 Determinanten der Strategie „potenzieller Selbstaussbeutung“¹⁾

unabhängige Variablen	Schritt 1		Schritt 2		Schritt 3	
	Frauen	Männer	Frauen	Männer	Frauen	Männer
	Exp (β)					
türkisch	***	***	**	***	**	*
italienisch	0,41 **	0,80	0,37 ***	0,75	0,15 ***	0,52
polnisch	0,20 ***	0,23 ***	0,32 **	0,26 ***	0,83	0,23 **
russisch	0,37 ***	0,51 **	0,68	0,69 **	0,86	0,67
kein Berufsabschluss			***	***		
Berufsabschluss			0,91	1,52	1,53	1,02
Studium			0,24 ***	0,51 *	0,69	0,50
Wochenarbeitszeit (Std.)					1,02 **	0,99
Handel und Gastgewerbe						
Produzierendes Gewerbe					0,01	2,17
wissensintensive DL					0,17 **	0,43
nicht-wissensintensive DL					0,42 *	0,57
>50% Kunden gleicher Herkunft					0,84	1,05
Residenzielle Segregation					1,52 ***	0,84
Anzahl der Beschäftigten					0,96	0,97
Pseudo-R ²	0,08	0,08	0,15	0,13	0,32	0,20

Signifikante Effekte: *** bei $p < 0,01$, ** bei $p < 0,05$, * bei $p < 0,1$.

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

¹⁾ Zur Definition der abhängigen Variable „Potenzielle Selbstaussbeutung“ siehe Text.

Welche persönlichen und betrieblichen Merkmale weist die Untersuchungsgruppe auf? Unternehmerinnen, die sich durch Mehrarbeit und niedrige Preise gegenüber der deutschen Konkurrenz behaupten wollen, besitzen ein deutlich geringeres Bildungsniveau: Frauen ohne Berufsabschluss geraten mit vier mal höherer Wahrscheinlichkeit in die „gefährdete Gruppe“ als diejenigen mit einem Studienabschluss (Modelle zweiter Schritt). Dies ist bereits ein Hinweis, dass die Migrantinnen fehlende Ressourcen durch ihre Strategiewahl kompensieren. Kontrolliert man auf den Einfluss der Wirtschaftsbereiche, dann geht der Bildungseffekt auf die wissensintensiven Dienstleistungen über (Modelle dritter Schritt). Die Untersuchungsgruppe ist hier unterrepräsentiert und im besonders arbeits- und wettbewerbsintensiven Handel und Gastgewerbe überrepräsentiert.³¹² Insgesamt lässt sich erkennen, dass die Gruppe der „potenziell Selbstaussbeutenden“ nicht nur vorgibt, mehr zu arbeiten, sondern dies de facto auch tut. Dieser Zusammenhang ist jedoch nur für die

³¹² Bei detaillierter Betrachtung vor allem die türkischstämmigen Selbständigen und erstaunlicherweise weniger die Italienerinnen, die zwar im Gastgewerbe stark präsent sind, aber offenbar weniger häufig Selbstaussbeutungsstrategien verfolgen (hier nicht abgebildet).

Frauen signifikant. Vor allem die Unternehmerinnen türkischer und russischer Herkunft arbeiten wöchentlich zwischen 7 bis 14 Stunden mehr als der Schnitt (nicht abgebildet). Leider haben wir keine Informationen über das hierdurch erzielte Nettoeinkommen.³¹³ Allerdings testen wir nachfolgend (Kapitel 17.3) den Einfluss dieser Strategie auf den subjektiven wirtschaftlichen Erfolg.

Ein indirekter Indikator für die Ressourcenausstattung ist die Betriebsgröße. Zwar setzt sich die Untersuchungsgruppe zu einem deutlich höheren Anteil aus Kleinstbetrieben zusammen. Doch unter Kontrolle anderer Variablen verliert die Beschäftigungszahl der Betriebe an Einfluss.

In welchem „ethnischen“ Umfeld arbeiten die der Selbstaussbeutung verdächtigen Unternehmerinnen? Im Vergleich zu den übrigen Selbständigen zeigen sich kaum Unterschiede in Bezug auf ihre Kundenstruktur. Allerdings arbeiten die Frauen weit häufiger in Quartieren mit einer starken Konzentration an weiteren Selbständigen mit gleicher Herkunft. Dies ist unter den „Selbstaussbeutenden“ mit 50% höherer Wahrscheinlichkeit der Fall als unter den Selbständigen insgesamt.

Fasst man zusammen, spricht einiges dafür, dass die auf einer Kombination von Mehrarbeit und Niedrigpreisen beruhenden Strategien zu einem großen Teil den Versuch darstellen, hierdurch den Mangel an adäquaten unternehmerischen Ressourcen zu kompensieren. In dieser Perspektive ist es berechtigt, dann zumindest bei diesen Betrieben von einer Strategie der Selbstaussbeutung zu sprechen. Als „ethnische“ Strategie lässt sich eine solche zwar nicht unbedingt bezeichnen, da wohl auch viele kleine „deutsche“ Betriebe auf diese Art ihre Marktposition verteidigen.

Es ist aber davon auszugehen, dass eine Strategie, die auf einem hohen Arbeitspensum, niedrigen Preisen und dem Mangel an Humankapital beruht (wenn überhaupt, dann) viel eher tragfähig ist, wenn hierbei wenigstens die Familienangehörigen mit eingespannt werden können und zudem das Beschäftigtenreservoir aus Landsleuten besteht. Eine Berücksichtigung dieser Variablen in den multivariaten Analysen erbringt jedoch keinen signifikanten Effekt. Dieser zeigt sich lediglich bivariat, d.h., die durchschnittlichen Anteile an Familienbeschäftigten sowie an co-ethnischen Beschäftigten liegen bei allen Herkunftsgruppen unter den sich „potenziell selbstaussbeutenden“ Frauen deutlich höher als in der Referenzkategorie.³¹⁴ Hieran gemessen deutet sich an, dass die Untersuchungsgruppe versucht, ihr Überleben am Markt auch durch den Rückgriff auf „ethnische Ressourcen“ abzusichern. Aus diesem Blickwinkel bekommt die untersuchte Strategie dann eine „ethnische“ Komponente.

17.2 Mut, Risikobereitschaft und Ethnizität

Strategien erfordern oftmals den Mut etwas Neues und Unkalkulierbares zu versuchen. Und dies betrifft nicht nur den Wagemut, den der Schritt in die Selbständigkeit verlangt. Mut und eine gewisse Risikofreude sind teils auch dann erforderlich, wenn grundlegende Entscheidungen zur Positionierung oder zum weiteren Verbleib auf dem Markt anstehen.

Risikobereitschaft wird bislang allerdings häufiger im Kontext der Gründungsneigung bestimmter Individuen oder Gruppen und weniger im Zusammenhang mit ihrem Verhalten in der täglichen Unternehmens(welter)führung diskutiert.³¹⁵ Dies gilt zumindest für weite Teile der empirischen Forschung, wenngleich die neoklassischen „Entrepreneurship-Theorien“ durchaus nicht nur in der Person der Gründer(innen) sondern auch in der des Unternehmers³¹⁶ einen Risikoträger sehen und sich mit dem Zusammenspiel von unternehmerischer Wagnis und wirtschaftlichem Ertrag befassen.³¹⁷ Sowohl in der Gründungsforschung als auch in der öffentlichen Debatte kehren zwei Einschätzungen beständig wieder: So wird Frauen eine geringere Risikobereitschaft (bzw. größere Aversion) beim Schritt in die Selbständigkeit zugeschrieben³¹⁸ und im Gegensatz hierzu gelten Migranten

³¹³ Dieses hatten wir in Kapitel 11.2 anhand der Mikrozensusdaten ermittelt.

³¹⁴ Die Unterschiede zwischen den Mittelwerten erweisen sich im T-Test jeweils als signifikant (zumindest für die weiblichen Herkunftsgruppen).

³¹⁵ Bspw. Spengler/ Tilleßen (KfW-Gründungsmonitor 2006); Köllinger/ Schade (2005) untersuchen bspw. den Einfluss von Optimismus, Selbstbewusstsein und Risikofreude auf das unterschiedliche Gründungsverhalten in Deutschland und den USA.

³¹⁶ Von „Unternehmerinnen“ ist in der deutschsprachigen Literatur seltener die Rede.

³¹⁷ Vor allem Knight (1921).

³¹⁸ Wagner 2006; Spengler/ Tilleßen (KfW-Gründungsmonitor 2006, S. 8); Metzger et al. 2008.

als besonders risikofreudig,³¹⁹ wobei zur Risikobereitschaft des weiblichen Teils bzw. zu Migrantinnen bisher keine Aussagen vorliegen. Allerdings ist zu differenzieren, ob durch bestimmte Handlungsmuster tatsächlich eine höhere Risikobereitschaft von Migranten zum Ausdruck kommt oder ob es sich eher um eine Ökonomie der Not handelt, die zu raschem und ggf. risikobehafteten Gründungen führt, etwa mangels Alternativen und entsprechend geringeren Opportunitätskosten. In bestimmten Situationen haben Migranten weniger zu verlieren als die Einheimischen.³²⁰ Bei allem kommt hinzu, dass es sich zumindest bei den Zugewanderten der ersten Generation um eine höchst selektive Population handelt, da das Herkunftsland viel eher von den Wagemutigeren verlassen wird.³²¹

Wir gehen im Folgenden daher der Frage nach, wie sich die Migrantinnen und Migranten hinsichtlich Mut und Risikobereitschaft selbst einschätzen und im Vergleich zu Deutschen einstufen. Dabei unterscheiden wir zudem zwischen einer mutigen Verhaltensweise in der Phase der Gründung und einer eher grundlegend risikofreudigen Haltung, die sich nicht nur auf die Gründung beziehen muss, sondern u.U. auch ein Handlungsmuster bei der Fortführung des Unternehmens darstellen kann.

Mut zu gründen versus Angst zu scheitern

„Gründungsmut“ ist schwer zu definieren und zu identifizieren. Der Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ermittelt bspw. jährlich unter der Bevölkerung den Anteil derer, die der Aussage zustimmen, dass „die Angst zu scheitern“ sie „davon abhalten“ würde „ein Unternehmen zu gründen“.³²² Rund die Hälfte der Befragten in Deutschland sieht hierin ein Gründungshemmnis. Doch wie stand es ursprünglich – d.h., rückblickend betrachtet – um den Wagemut bzw. die Angst derer, die tatsächlich gegründet haben? Wir haben in unserer Erhebung durch eine Retrospektivfrage ermittelt, ob die Selbständigen zum Gründungszeitpunkt entsprechende Befürchtungen hatten oder nicht. In Abb. 17.2.2 ist der Anteil derer dargestellt, die signalisierten, bei der Gründung (keine) Angst vor dem Scheitern gehabt zu haben.³²³

³¹⁹ Zumeist handelt es sich dabei eher um beiläufige Vermutungen als um empirische Befunde. Vgl. CEEDR 2000; Helvaci 2004; KfW 2007; Deutschlandfunk 27.10.2008. Schuleri-Hartje (2007, S. 2): „Zentrale individuelle Ressource der ethnischen Existenzgründer sind ihr Mut und ihre Entscheidungsfreudigkeit, sie sind motivierter, den Sprung in die Selbständigkeit zu wagen.“

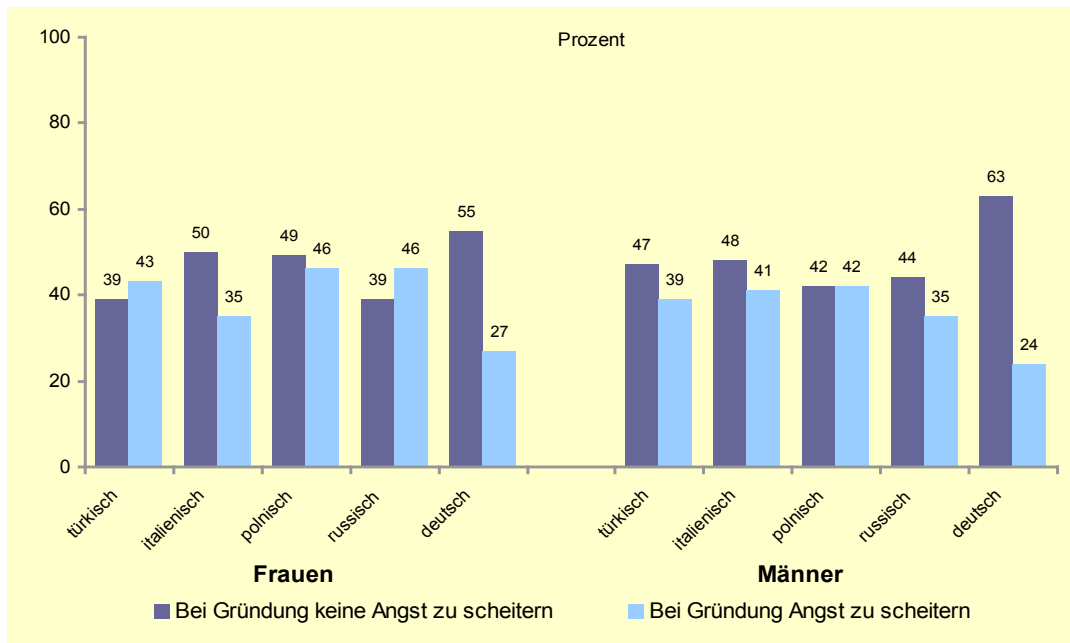
³²⁰ Leicht et al. (2005c) und Leicht/ Leiß (2007) stellen bspw. fest, dass türkischstämmige Migranten nicht nur häufiger aufgrund einer Bedrohung durch Arbeitslosigkeit gründen sondern dann auch „nicht so lange fackeln“, d.h., das Ziel einer Gründung in kürzerer Vorbereitungszeit erreichen.

³²¹ Dies ist natürlich auch abhängig vom Wanderungsmotiv.

³²² z.B. Sternberg et al. 2006, S. 19.

³²³ Erfragt wurde die Zustimmung zu der Aussage: „Zum Zeitpunkt der Gründung hatte ich Angst als Selbständige/r zu scheitern“. Die Antwortmöglichkeiten lagen auf einer Skala von 1 („trifft überhaupt nicht zu“) bis 5 („trifft voll und ganz zu“). Abb. 17.2.2 gibt den Anteil derjenigen mit der Ausprägung 1-2 wieder.

Abb. 17.2.2 Gründungsmut und Angst zu scheitern¹⁾ von Selbständigen zum Gründungszeitpunkt



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

1) Antworten beruhen auf einer 5er-Skala von „trifft überhaupt nicht zu“ bis „trifft voll und ganz zu“ (siehe Fußnote im Text)
Werte ergänzen sich nicht zu 100%, da die Ausprägung „3“ (weder noch) nicht abgebildet ist.

Die größte Furcht vor einem Scheitern hatten (auf Seiten der Frauen) diejenigen aus Osteuropa, gefolgt von den Frauen türkischer Herkunft. Bemerkenswert ist, dass unter den türkisch- und russischstämmigen Frauen der Anteil derer, die sich zu dieser Angst bekennen, höher ist als der Anteil derjenigen, die ihre Gründung „furchtlos“ angegangen sind. (Zu beachten ist, dass der Anteil der Unentschiedenen hier nicht abgebildet ist). Dies ist bei den Männern ihrer Herkunftsgruppe nicht der Fall. Unter den türkisch- und russischstämmigen Selbständigen finden sich jeweils weniger Männer als Frauen, die ursprünglich Angst vor dem Scheitern hatten. D.h., der Anteil an Wagemutigen ist bei diesen beiden Gruppen etwas höher als bei den Frauen, während sich die Geschlechterunterschiede ansonsten jedoch in Grenzen halten.

Entgegen manchen Erwartungen besitzen die Deutschen Frauen und Männer eine geringere Angst vor dem Scheitern als die Migrantinnen und Migranten. Diese Feststellung gilt allerdings nur in Bezug auf diejenigen, die bereits den Schritt in die Selbständigkeit vollzogen haben. Das heißt, es handelt sich möglicherweise um eine positive Selbstselektion, da sich viele derer mit geringerem Wagemut gar nicht erst auf das „Abenteuer Gründung“ eingelassen haben. (Dies ist natürlich mit unserer Selbständigenbefragung nicht zu überprüfen.) Allerdings gilt dieser Selektionsmechanismus genauso für die anderen Ethnien, weshalb Vergleiche zwischen den Gruppen durchaus berechtigt erscheinen. Demnach hat sich unter den derzeit unternehmerisch aktiven Deutschen über die Hälfte mit großer Zuversicht zum Schritt in die Selbständigkeit entschlossen.

Es wäre nun anzunehmen, dass sich die geringere Furcht unter den deutschen Frauen darauf zurückführen lässt, dass sie eher mit professionelleren Tätigkeiten gründen und ihr höheres Bildungsniveau den Ausschlag für die relative „Gelassenheit“ gibt. Zwar zeigen sich diesbezüglich kaum Effekte, da bspw. der Anteil der Wagemutigen in den wissensintensiven Dienstleistungen nicht höher als im Handel und Gastgewerbe liegt. Allerdings ist unter den akademisch gebildeten deutschen Frauen der Anteil an Mutigen fast 20%-Punkte höher als bei denen ohne jeglichen Berufsabschluss. Hingegen liegt unter den türkischen Frauen der Anteil an Wagemutigen bei denjenigen ohne Berufsabschluss höher. Bildung scheint also einen herkunftsspezifisch unterschiedlichen Einfluss auf den unternehmerischen Mut zu haben. Eigentlich wäre davon auszugehen, dass die Wahrnehmung von Risiken u.U. vom Grad der Bildung abhängig ist, da ein größerer Wissensschatz eine bessere Übersicht über die lauernden Gefahren einer Gründung verschafft. Andererseits jedoch verhilft dieses Wissen auch zu einer größeren Sicherheit. Im vorliegenden Fall mag sich diese Zweischneidigkeit in den unterschiedlichen Ergebnissen für einzelne Ethnien widerspiegeln.

Anzumerken ist ferner noch, dass auch der Gründungszeitpunkt keinen einheitlichen Effekt auslöst. D.h., unter den Neugründungen ist der Anteil an Wagemutigen nicht höher oder niedriger als insgesamt.

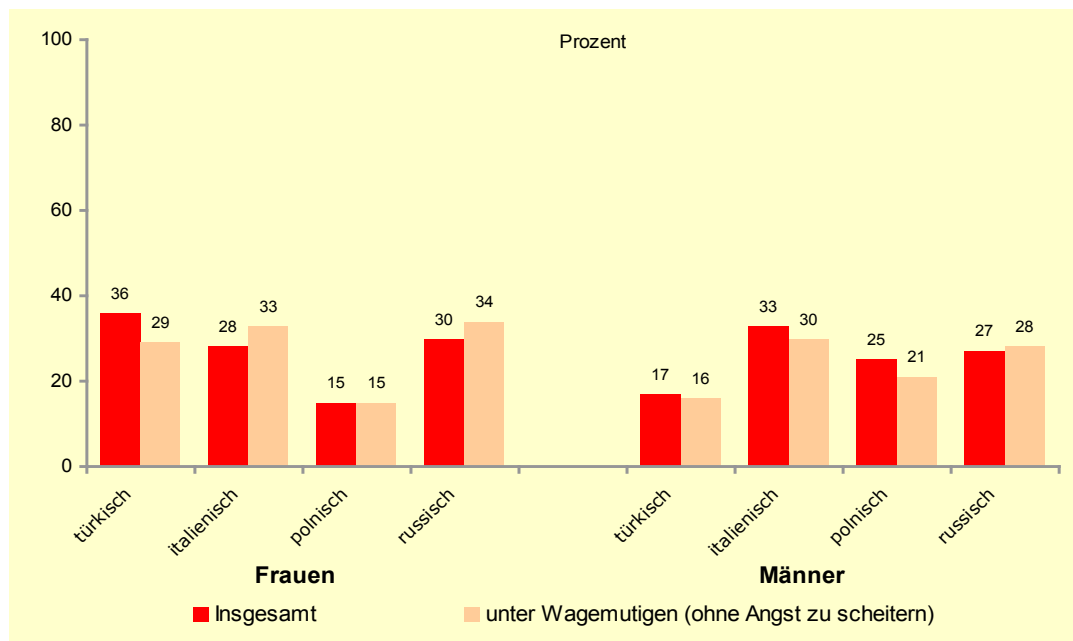
Risikofreude in der strategischen Ausrichtung

Dem Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2006) zufolge sind die dort befragten Experten der Meinung, dass in Deutschland die Bereitschaft zur Übernahme eines unternehmerischen Risikos im internationalen Vergleich unterentwickelt sei.³²⁴ Wie dieses subjektive Urteil zustande kommt und inwieweit es gerechtfertigt ist, lässt sich schwer bemessen, da objektive Daten (etwa die Zahl der Gründungen) nur schwer in einen kausalen Zusammenhang mit der Risikofreude der gründenden Personen zu bringen sind. Denn schließlich wird die Gründungsentscheidung durch eine Vielzahl an persönlichen Einstellungen, Ressourcen, Opportunitätskosten und durch die sich im Umfeld bietenden Gelegenheiten beeinflusst. Wo jedoch ein Mangel an „harten Fakten“ besteht, sind Expertenmeinungen nicht selten erforderlich. Dennoch besteht die Gefahr, dass selbst Experten Schwierigkeiten haben, ihr Urteil gegen den Strom vorherrschender Meinungen zu fällen, da dies ihre Urteilsfähigkeit ggf. in Frage stellt. Dies kann dazu führen, dass sich manche Einschätzungen kumulieren und sich mittelfristig kaum korrigieren lassen. Im folgenden nehmen auch wir bei der Einschätzung von unternehmerischen Strategien indirekt Bezug auf die „öffentliche Meinung“, wenn wir die Selbständigen danach fragen, ob sie „risikofreudiger sind als die Deutschen“. In den wenigsten Fällen ist davon auszugehen, dass die Migrant(inn)en aus eigener Erfahrung ein solches Urteil fällen können. Da die Deutschen hinsichtlich der ihnen zugeschriebenen Risikoscheu gewissermaßen „öffentlich vorbelastet“ sind (siehe auch oben), wäre zu erwarten, dass sich die befragten Migrantinnen und Migranten mit großer Leichtigkeit als risikofreudiger bezeichnen.

Dies ist aber nicht unbedingt der Fall. Nur rund ein Drittel (zwischen 28% und 36%) aller selbständigen Migrantinnen sieht bei sich selbst eine größere Risikofreudigkeit als bei den deutschen Konkurrenten (Abb. 17.2.3). Unter den polnischstämmigen Frauen sind dies sogar nur 15%. Diese Werte müssen auch so gelesen werden, dass sich rund zwei Drittel der Migrantinnen, oder gar mehr, eben nicht (!) als risikofreudiger einstuft als die Deutschen.

Es mag vielleicht überraschen, dass sich die türkischstämmigen Frauen zu einem doppelt so hohen Anteil als risikofreudiger bezeichnen wie die Männer. Die Frauen aus Polen dagegen zu einem geringeren Anteil wie die Männer ihrer Gruppe.

Abb. 17.2.3 Subjektiver Unterschied zu deutschen Unternehmen in Bezug auf Risikofreude¹⁾



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

1) Teil der Fragebatterie „Worin unterscheiden Sie sich von der deutschen Konkurrenz?“ Item hier: „ich bin risikofreudiger“ (vgl. Kap. 17.1)

³²⁴ Sternberg et al. 2006, S. 29.

Es stellt sich die Frage, welche Beziehung zwischen dem zuvor festgestellten Wagemut und der hier beobachteten Risikofreudigkeit besteht. Es ist keinesfalls so, dass diejenigen, die zum Gründungszeitpunkt „keine Angst vor dem Scheitern“ hatten, sich durch eine höhere Risikobereitschaft im „laufenden Geschäft“ auszeichnen (Abb. 17.2.3). Die Wagemutigen heben sich kaum von der Risikofreudigkeit anderer Selbständiger ab.

In der Gesamtschau ist mithin also festzuhalten, dass sich (wohl auch entgegen der öffentlichen Meinung) vergleichsweise wenig Migrantinnen und Migranten für „risikofreudiger“ als die Deutschen einstufen. Eine große Mehrheit ordnet sich diesbezüglich in die gleiche Reihe ein, in welcher sie auch die Einheimischen vermuten.

Ethnizität als strategischer Vorteil

Ethnisches Kapital wird nicht nur im Rückgriff auf soziale Netzwerke, bei der Beschäftigung von Familienmitgliedern oder Landsleuten mobilisiert. Nach Light und Bonacich (1988) schließen ethnische Ressourcen auch bestimmte Werte, Kenntnisse, Fertigkeiten und Informationen ein, die Immigranten zur Entwicklung von unternehmerischen Aktivitäten strategisch nutzen.³²⁵ Ihr Einsatz variiert mit den Märkten: Auf ethnischen Konsumentenmärkten signalisiert die Kenntnis der Gepflogenheiten und der Sprache des Herkunftslandes kulturelle Kompetenz und kann die binnenethnischen Beziehungen und das Vertrauen der Kunden stärken.³²⁶ Auf offenen Märkten hingegen ist der Nutzen kultureller Kompetenzen davon abhängig, welche Akzeptanz die ethnischen Güter und Dienstleistungen in der Mehrheitsgesellschaft erfahren. So kommt bspw. das Renommee der italienischen Küche in Deutschland dem Anspruch von Gastronomen entgegen, mit einem italienischen Firmennamen Werbung zu betreiben. Ein polnischer oder russischer Koch hingegen wird in dieser Branche aus seiner Herkunft vergleichsweise wenig Kapital schlagen können (und dies selbst dann nicht, wenn er die bessere Küche bietet). Kulturelle Kompetenzen werden auch „von außen“ zugeschrieben. Ethnizität, ob sozial konstruiert oder nicht, kann daher Vermarktungszwecken dienen, je nachdem um welche Produkte oder Dienstleistungen es sich handelt und welche Bedeutung diese in ethnischen Gemeinschaften oder in der Mehrheitsgesellschaft haben. Dass sich hieraus Strategiekonzepte entwickeln können wird verständlicher, wenn man bedenkt, dass Ethnizität unter Umständen auch das Ergebnis mehr oder weniger „zielbewusster Handlungen von Einzelnen oder Kollektiven“ ist.³²⁷

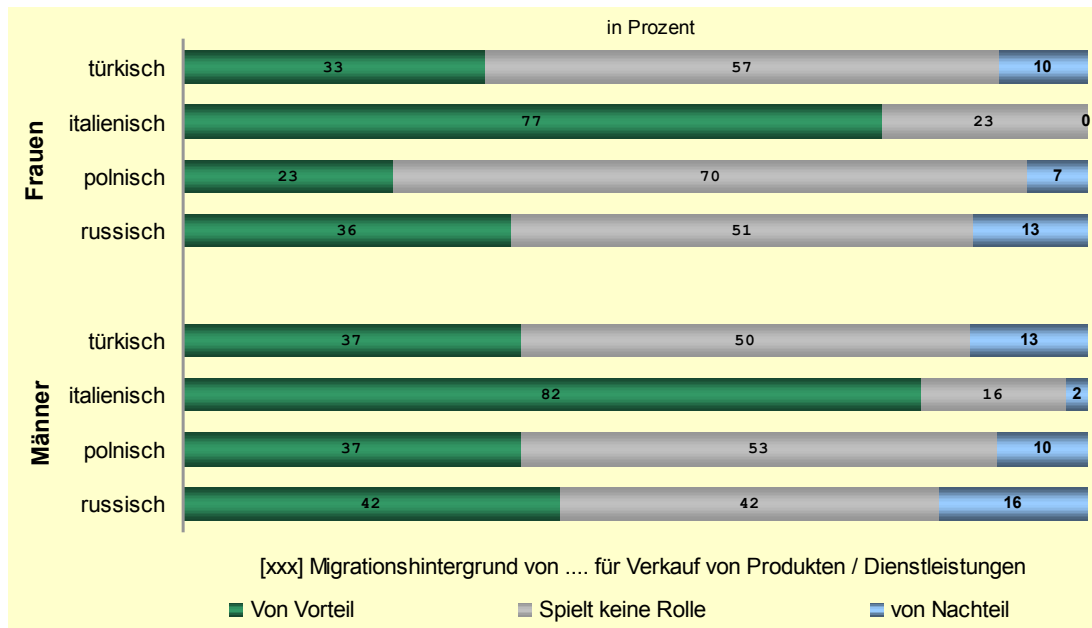
Von daher interessiert, ob die unternehmerisch aktiven Migrantinnen aus ihrer ethnischen Herkunft einen Vorteil ziehen, oder ob sich diese gar als Nachteil erweist. Dies sollten die Befragten selbst bewerten. Die Ergebnisse sind in Abb. 17.2.4 dargestellt. Sieht man von den Italienerinnen ab, dann spielt der Migrationshintergrund für den Verkauf der Produkte oder Dienstleistungen in den meisten Fällen (zwischen 51% und 70%) keine Rolle. Aber immerhin für ein Viertel aller polnischstämmigen und jeweils ein Drittel aller türkisch- und russischstämmigen Frauen wirkt sich die Herkunft positiv auf die Geschäftsentwicklung aus. Eine Sonderposition nehmen die Frauen italienischer Herkunft ein. Drei Viertel (77%) von ihnen sehen in der Tatsache, dass sie aus Italien stammen, einen strategischen Vorteil gegenüber ihren Konkurrenten. Dieses Ergebnis ist mit Blick auf die Branchenzusammensetzung der italienischen Selbständigen (vgl. Kapitel 7.2) sicher nicht verwunderlich. Im Gastgewerbe halten sogar 85% der Italienerinnen ihre nationale Herkunft für einen Wettbewerbsvorteil (hier nicht abgebildet), was nachvollziehbar ist. Aber auch die Frauen russischer Herkunft ziehen, zumindest wenn sie im Handel tätig sind, aus ihrer Abstammung einen höheren strategischen Nutzen.

³²⁵ ebenda, S. 18-19.

³²⁶ Vgl. Kapitel 9.3.

³²⁷ Kößler/ Schiel 1995, S. 3.

Abb. 17.2.4 Nutzen der ethnischen Herkunft auf den Märkten



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Bedienen die Migrantinnen sog. „offene Märkte“, in denen die co-ethnische Kundschaft eher vernachlässigbar ist,³²⁸ dann verringert sich zumindest bei den türkischen und russischen Frauen der Anteil derer, die aus ihrer ethnischen Herkunft Vorteile ziehen. Und erwartungsgemäß erhöht er sich, wenn die Landsleute als Kunden überwiegen. Insgesamt betätigen die Ergebnisse also die zuvor beschriebenen Erwartungen.

Während unter den italienischen Frauen keine einzige einen Nachteil durch ihre Abstammung sieht, ist dies bei den Frauen türkischer und russischer Herkunft bei 10% bis 13% der Fall. Hier handelt es sich um Betriebe mit einem mittleren Anteil co-ethnischer Kundschaft.

17.3 Unternehmerischer Erfolg: Subjektive und objektive Faktoren

Die beschriebenen Strategien sind natürlich keine Garanten und auch nicht die einzigen Träger für wirtschaftlichen Erfolg. Dieser hat verschiedene Ursachen, aber auch sehr verschiedene Facetten. Eine der wichtigsten Voraussetzungen ist sicher, dass die Selbständigen mit ihrem „Projekt“ am Markt überleben. Wie hoch die Fluktuation aus Marktein- und -austritten ist, haben wir bereits in Kapitel 5.1.2 aufgezeigt. Eine Studie von Fertala (2005) zum Gründungsgeschehen in Oberbayern kommt zu dem Ergebnis, dass insgesamt betrachtet die Unternehmen von Frauen zwar geringere Überlebenschancen haben als die der Männer, aber dass diese Geschlechterdiskrepanz bei ausländischen Gründer/innen weniger zur Geltung kommt. In folgendem Abschnitt interessieren wir uns allerdings nicht für das „nackte Überleben“ der Betriebe von Migrantinnen, sondern für eine weiterführende Komponente des Erfolgs: Wir interessieren uns für die wirtschaftliche Lage der von Migrantinnen geführten Unternehmen.

Der unternehmerische Erfolg ist nicht nur für die Akteure selbst, sondern auch für die Gesellschaft insgesamt von enormer Bedeutung, denn er ist zum einen mit wohlfahrtsstaatlichen, wirtschaftlichen und beschäftigungspolitischen Konsequenzen verbunden und er ist zum anderen ein Indikator für die gelungene oder fehlgeschlagene Integration der nach Deutschland eingewanderten Migrantinnen und Migranten. Allerdings konnten in dem zeitlichen Rahmen der Datenerhebung und unter den Bedingungen standardisierter Telefoninterviews keine komplexen betriebswirtschaftlichen Erfolgsmaße abgefragt werden, was zudem auch die Kenntnisse der Inhaber kleiner und kleinster Unternehmen zumeist überfordert hätte. Behelfsweise wird deshalb auf die subjektive Einschätzung der Inhaber/innen zur wirtschaftlichen Lage ihres Betriebs zurückgegriffen. In

³²⁸ Anteil co-ethnischer Kundschaft zwischen 0 bis 25%.

einem weiteren Schritt wird anschließend überprüft, inwieweit Unternehmen Beschäftigtenzuwächse oder Beschäftigtenverluste im letzten Geschäftsjahr zu verzeichnen hatten, womit hier ein relativ objektiver Erfolgsfaktor zugrunde gelegt werden kann.

Wirtschaftliche Lage zum Erhebungszeitpunkt

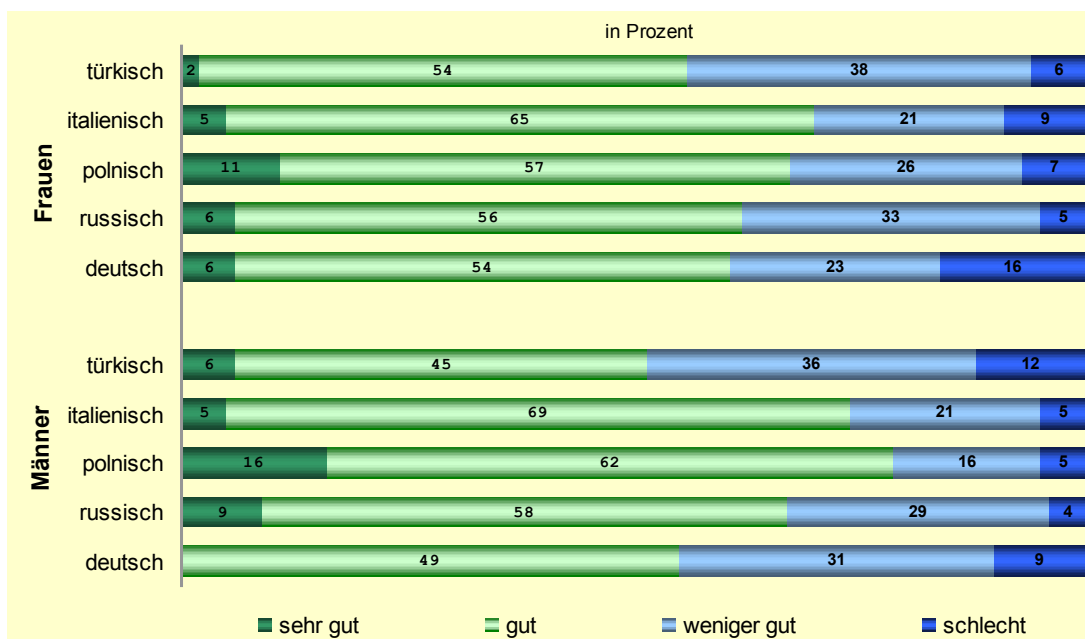
Natürlich ist in Anbetracht der jüngst hereingebrochenen Wirtschaftskrise davon auszugehen, dass die zuletzt im Herbst letzten Jahres erhobenen Werte derzeit keine Gültigkeit mehr haben. Für den hier verfolgten Zweck ist dies aber nicht abträglich, da das Ziel der Analyse nicht darin besteht, die aktuelle wirtschaftliche Lage und Entwicklung aktuell und maßstabsgetreu wiederzugeben, sondern darin, grundlegend herkunfts- und geschlechtsspezifische Unterschiede sowie vor allem systematische Zusammenhänge mit anderen Faktoren aufzuzeigen.

Wie haben die befragten Unternehmer/innen die betriebliche Situation im Herbst 2008 eingeschätzt? Wie aus Abb. 17.3.1 hervorgeht, bezeichnete der größte Teil der Frauen ihre wirtschaftliche Lage als „gut“, gleichzeitig aber nur sehr wenige als „sehr gut“. Demgegenüber fand sich ein erheblicher Anteil an Unternehmerinnen, welche die Situation ihres Betriebes als „weniger gut“ oder „schlecht“ einstufen. Unter den türkischstämmigen Frauen waren dies zusammengenommen immerhin 44% der Befragten, womit diese im Vergleich zu Frauen anderer Herkunft am schlechtesten abschneiden (siehe auch Tabelle 17.3.2). Gefolgt werden diese wiederum von den Frauen deutscher sowie russischer Herkunft, von denen ebenfalls etwa zwei Fünftel ihre Lage als weniger gut oder schlecht einstufen. Somit weisen in diesem Vergleich die italienisch- und polnischstämmigen Frauen – zumindest aus der subjektiven Sicht der Befragten selbst – den besten „Outcome“ auf.

Insgesamt sind die Unterschiede zwischen den Gruppen relativ gering und auch nur wenige Betriebe signalisierten zu diesem Zeitpunkt eine richtige Krisenstimmung. Auffällig ist dennoch, dass 16% der deutschen Frauen ihre ökonomische Lage mit „schlecht“ bezeichneten.

Im Geschlechtervergleich und über alle Gruppen hinweg betrachtet schneiden die Männer nur geringfügig besser ab ($t=1,703$; $p=0,089$). Auffällig ist hierbei vor allem die Einschätzung der wirtschaftlichen Lage der türkischstämmigen Männer: Fast die Hälfte von diesen (48%) zog in der Befragung eine negative Bilanz ihres wirtschaftlichen Wohlergehens.

Abb. 17.3.1: Wirtschaftliche Lage des Unternehmens im Herbst 2008



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

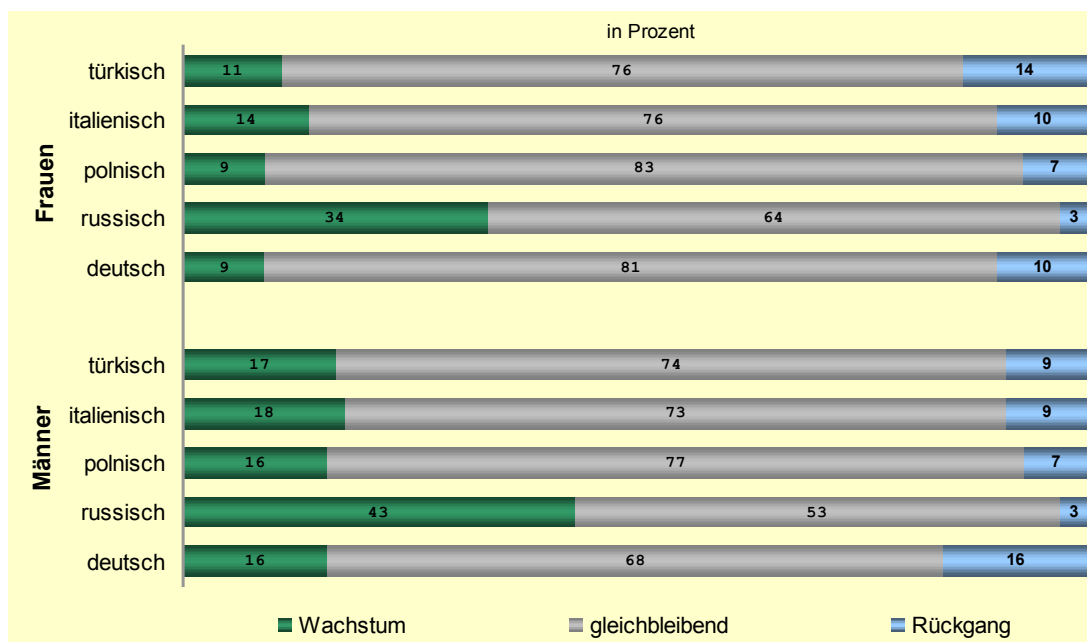
Tabelle 17.3.2: Wirtschaftliche Lage der Unternehmen (Mittelwert und Standardabweichung)

(1 = schlecht,....., 4 = sehr gut)

	Mittelwert	Standardabweichung	Gültige N
Frauen			
türkisch	2,5	0,646	121
italienisch	2,5	0,646	121
polnisch	2,7	0,711	123
russisch	2,7	0,746	92
deutsch	2,6	0,672	121
Männer			
türkisch	2,5	0,842	128
italienisch	2,5	0,790	124
polnisch	2,8	0,628	122
russisch	2,9	0,737	91
deutsch	2,7	0,688	91

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Auch die Beschäftigtenentwicklung kann als Indikator für eine positive bzw. negative wirtschaftliche Bilanz herangezogen werden. Während der Bestand an Beschäftigten in der überwiegenden Zahl der betrachteten Unternehmen keine Veränderung erfahren hat, sind es bei den Frauen nur jeweils um die 20% der Unternehmen, welche eine Veränderung ihrer Beschäftigtenzahl berichten (Abb. 17.3.3). Beschäftigtenverluste und -gewinne halten sich dabei in etwa die Waage. Hiervon weichen allerdings die russischstämmigen Frauen deutlich ab. Sie konnten merkliche Beschäftigungsgewinne in ihren Betrieben verbuchen: In dieser Gruppe hat zwischen den Jahren 2007 und 2008 etwa jedes dritte Unternehmen zusätzliches Personal eingestellt, während gleichzeitig nur 3% der Unternehmerinnen einen Beschäftigungsrückgang zu verzeichnen hatte.

Abb. 17.3.3: Beschäftigtenentwicklung der Betriebe zwischen 2007-2008

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Nicht ganz aber annähernd spiegelbildlich ist die Entwicklung der von Männern geführten Betriebe. Grundsätzlich ist der Anteil an Betrieben mit wachsender Beschäftigung etwas größer und der Anteil derjenigen mit Beschäftigtenverlusten (außer bei den Deutschen) etwas geringer. Auffällig ist auch hier wiederum die enorm hohe Zahl an wachsenden „russischen Betrieben“. All dies mag vielleicht auch erklären, weshalb die von Männern russischer Herkunft geführten Betriebe durchschnittlich etwas größer sind (vgl. Kapitel 16.1) und sie zudem auch häufiger als die anderen zu den Ausbildungsbetrieben zählen (Kapitel 16.4).

Prosperierende und erfolglose Unternehmen: Was macht den Unterschied?

Welche Faktoren beeinflussen die wirtschaftliche Lage der Unternehmen und welche Rolle spielen hierbei die zuvor betrachteten Strategien? Dies wurde mit Hilfe eines ordinalen Probit-Modells geschätzt, in welchem die subjektive Einschätzung der wirtschaftlichen Lage die „abhängige“ d.h., die zu erklärende Variable bildet. Neben dem Geschlecht und der ethnischen Zugehörigkeit wurden als „erklärende Faktoren“ die Marktstrategie der Unternehmen und die Wirtschaftsbranche (nicht abgebildet) getestet. Ferner interessierte, welchen Einfluss der Gründungszeitpunkt hat (d.h., wenn es sich um eine Neugründung handelt) und wie sich das Gründungsmotiv auf den Erfolg auswirkt.

Es wurden hierfür zwei Modelle erstellt. Während im ersten Modell zunächst nur der Einfluss der ethnischen Herkunft in Kombination mit dem Geschlecht geschätzt wurde, finden sich im zweiten Modell zusätzliche Kontrollvariablen. Die Ergebnisse zeigen kurz zusammengefasst folgendes Bild:

Tabelle 17.3.4 Ordered Probit Modell der subjektiven Einschätzung der wirtschaftlichen Lage

	Modell 1	Modell 2
Herkunft (Ref. Frau,:türkisch)		
Frau: italienisch	0.209 (1.47)	0.301 (1.86)
Frau: polnisch	0.313* (2.04)	0.312 (1.92)
Frau: russisch	0.157 (1.11)	0.130 (0.86)
Frau: deutsch	-0.010 (-0.07)	-0.049 (-0.32)
Mann: türkisch	-0.075 (-0.53)	-0.032 (-0.22)
Mann: italienisch	0.323* (2.26)	0.384* (2.27)
Mann: polnisch	0.600*** (3.86)	0.614*** (3.61)
Mann: russisch	0.297 (1.93)	0.249 (1.53)
Mann: deutsch	0.185 (1.17)	0.141 (0.79)
Neugründung (>2000)		0.193** (2.64)
Gründungsmotiv: Push		-0.141* (-1.99)
Marktstrategie		
Qualität		0.078 (0.93)
Preis		-0.089 (-1.06)
breiteres Angebot		0.113 (1.26)
Service		0.197* (2.34)
Mehrarbeit		-0.024 (-0.27)
Pers. Kundenbeziehung		0.082 (0.98)
Risiko		-0.040 (-0.45)
Kein Unterschied		0.355* (2.42)

Signifikante Effekte: *** bei $p < 0,01$, ** bei $p < 0,05$, * bei $p < 0,1$.

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Da die türkischstämmigen Frauen in der deskriptiven Analyse am schlechtesten abgeschnitten haben (siehe weiter oben), wurde diese Gruppe als Referenzkategorie gewählt. Daran gemessen und noch ohne Kontrolle weiterer Variablen erweisen sich die Frauen und Männer aus Polen sowie die italienischen Männer als die (subjektiv betrachtet) erfolgreichsten Gruppen. Dieses Ergebnis ändert sich nur wenig, wenn der Einfluss der im Folgenden beschriebenen Variablen kontrolliert wird.

Im zweiten Modell sind folgende Einflüsse auf die subjektiv eingeschätzte wirtschaftliche Lage der Betriebe hervorzukehren:

Gründungszeitpunkt: Die wirtschaftliche Lage neugegründeter Unternehmen (ab dem Jahr 2000) unterscheidet sich positiv von den schon länger am Markt bestehenden Unternehmen. D.h., die Inhaber/innen dieser Unternehmen schätzen ihre Lage besser ein.

Gründungsmotiv: Unternehmen, die aus Notgründungen hervorgegangen sind, also von Personen, die sich mangels Alternativen selbständig gemacht hatten, schneiden signifikant schlechter ab als solche Unternehmen, die aus anderen Motiven (Pull-Faktoren) heraus gegründet wurden. Dies unterstützt die These, dass es diesen Unternehmen teils an den notwendigen Ressourcen fehlt, um tragfähige Ergebnisse zu erzielen.

Marktstrategien: Welche (ethnischen) Strategien erweisen sich in diesen Schätzmodellen als besonders erfolversprechend?

Unternehmen, die eine serviceorientierte Marktstrategie verfolgen, wähen sich unserer Erhebung zufolge in einer besseren wirtschaftlichen Lage als solche Unternehmen, die hierauf weniger Wert legen. Demgegenüber erzielen Versuche, über die Qualität oder Breite des Angebots sowie über Mehrarbeit und über den Preis das Betriebsergebnis positiv zu gestalten offenbar keinen signifikanten Einfluss. Insbesondere das letztgenannte Ergebnis ist nochmals zu unterstreichen, da in der Kombination von Mehrarbeit und niedrigen Preisen teils eine Form „ethnischer Strategie“ gesehen wird, um am Markt zu bestehen. Betrachtet man diese Kombination von Strategien als Form der „potenziellen Selbstausbeutung“ (vgl. Kapitel 17.1) dann erweist sich diese gemessen an der subjektiv empfundenen wirtschaftlichen Lage nicht als erfolversprechend.

Generell scheinen sog. „ethnische“ Strategien nicht in der teils vermuteten Weise aufzugehen: Denn subjektiv betrachtet, stellen sich viel eher diejenigen Unternehmen von Migrant(inn)en wirtschaftlich besser, die sich in ihrer strategischen Ausrichtung nicht von einheimischen Unternehmen unterscheiden (möchten). Diese Haltung erweist sich im Modell als signifikant positiv.

Die dargestellten Ergebnisse verdienen eine weitere Vertiefung, die hier nicht geleistet werden kann. Insbesondere die Tatsache, dass die abhängige Variable subjektive Einschätzungen misst, mahnt zur Vorsicht bei der Interpretation der Ergebnisse. Denn, wie wir an der Beschäftigtenentwicklung (als objektive Größe) gesehen haben, lassen sich die von russischstämmigen Frauen und Männern geführten Betriebe durchaus als erfolgreich einstufen. Dies ist gemessen an ihrer Selbsteinschätzung aber offenbar nicht der Fall.

³²⁹ Zur Definition und Bedeutung von Push- und Pullfaktoren im Gründungsprozess siehe Kapitel 10.2.

³³⁰ Vgl. Waldinger et al. 1990 sowie Aldrich und Waldinger 1990.

V. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

18. Zusammenfassung

Dieses Kapitel bietet eine Zusammenfassung in zwei verschiedenen Stufen: Zunächst erfolgt (nach einem Rückblick auf die Untersuchungsziele) eine spiegelstrichartige Zusammenstellung der wichtigsten Ergebnisse. Anschließend werden ausgewählte Befunde nochmals 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 themenbezogenen Perspektive können natürlich nicht sämtliche für die „Ethnic Entrepreneurship-Forschung“ relevanten Aspekte wiederholt werden. Hinsichtlich der Beantwortung einzelner Forschungsfragen wird daher auf die jeweiligen Kapitel der Untersuchung verwiesen.

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 Pendants 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 harmonisieren 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 stärksten betroffen sind neu Zugewanderte sowie Frauen aus Polen und der russischen Föderation, 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 Familienangehörige 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 Berufserfahrung 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 Berufsorientierung 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 Gründungsintensität, 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 zu ¹. 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.
- 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.

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

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

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.

- 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 Statuserhöhung 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 Türiinnen 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 „Gastarbeiterinternationalitäten“ macht die zweite Generation 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 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 Förderung 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 ausgehen, 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 zusammengenommen) 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 Arbeitnehmertätigkeit 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 Selbstausbeutung 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 Migrantunternehmen 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 Migrantinnenunternehmen insgesamt betrachtet noch immer geringer als die der deutschen, doch zeigen sich erstaunliche Geschlechterdifferenzen: In fast allen Herkunftsgruppen liegt die Ausbildungsbetriebsquote 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 denjenigen 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 binnen-ethnische 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.

19. 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.

A. 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, Fördereinrichtungen, 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, sondern 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.

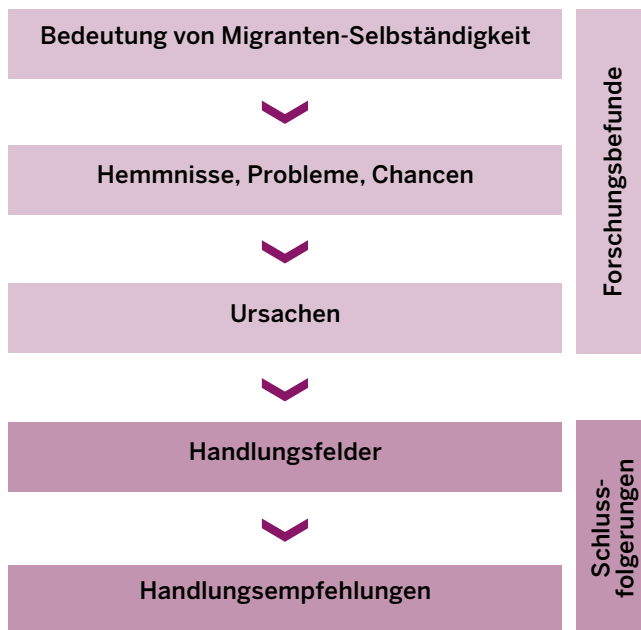
(7) Eine zielgruppenorientierte Gestaltung von öffentlichen Unterstützungsangeboten ist aber dennoch nur in Teilen realisierbar und erfolgversprechend, da dies erstens die Organisationsfähigkeit mancher Institutionen überfordert, zweitens eine „Ethnisierung“ nicht von allen Herkunftsgruppen aufgrund 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.

B. 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 diejenigen 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 erziehungs-, 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 Zielgruppenspezifisierung auf Migrantinnen bestimmter Herkunft überlegenswert ist. Eine dritte Ebene betrifft allgemeine Maßnahmen zur Verbesserung der Sprachkompetenzen. 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 Migrant(inn)enanteil (Haupt- und Realschulen) in geringerem Maß erreichen.³

- 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 Selbstständigkeit**. 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 Selbstständigkeit (verschiedene Länder) vor.
- eine Intensivierung solcher **Weiterqualifizierungen**, die nicht nur die Arbeitsmarktchancen generell sondern auch den Zugang zu den selbstständigkeitsrelevanten 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 nicht-tragfähigen 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 ethniespezifische 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.

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

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 Beratungsteilnahme 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:

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.

- Je nach **Organisationsfähigkeit** sollten die STARTERCENTER NRW entweder den Charakter von „Erst-Kontakt-Stellen“ haben, die ihr Klientel mit Grund-informationen 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 zielgruppenspezifischen 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 Stadtteilarbeit**“, um Zutritt zu den Netzwerken potenzieller Interessenten und gleichzeitig adäquates Vertrauen zu erlangen.
- Spezielle und turnusmäßig wiederkehrende **Sprechtage 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.

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 Werbeträger wird. Doch noch weit wichtiger ist natürlich die erfolgreiche Transformation von Wissen, d.h., der Lern- und Gründungserfolg der Beratenen.

- 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 Unternehmensstart 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 Pendanten 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 Migrantinnen bzw. der Bekanntheitsgrad der Angebote, die Spezifika der Sicherheitsgewährung und der Rückzahlungsbedingungen bei Migrantengründungen, das Vorhandensein bzw. die Qualität von Businessplänen von Migrantinnen 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 landesspezifischen) 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

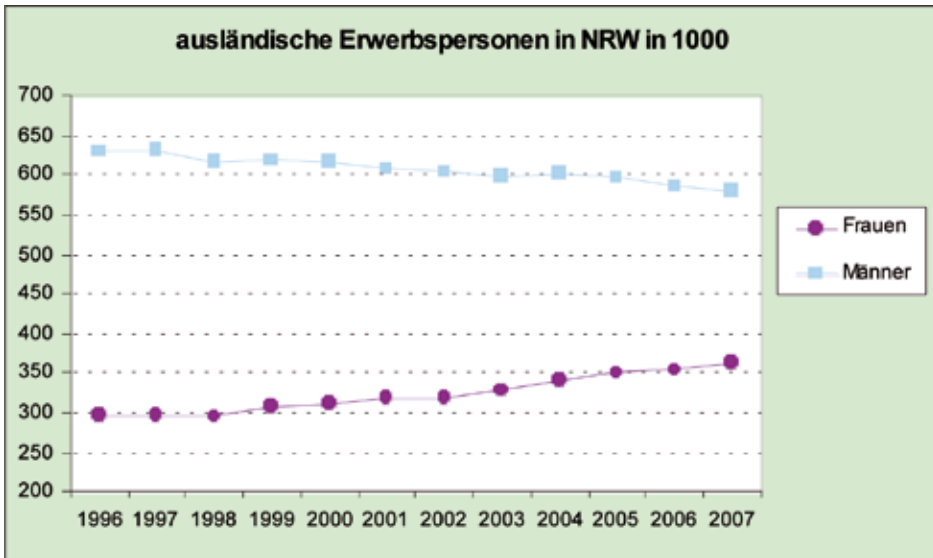
Eine von der EU-Kommission geförderte Studie (IMES 2008) stellt fest, dass sich die politischen Maßnahmen zur Förderung von Migrantenunternehmen sehr selten mit dem institutionellen Umfeld und dessen Verbesserung befassen. Die Optimierung von Opportunitätsstrukturen ist jedoch ein zentraler Bestandteil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

Anhang

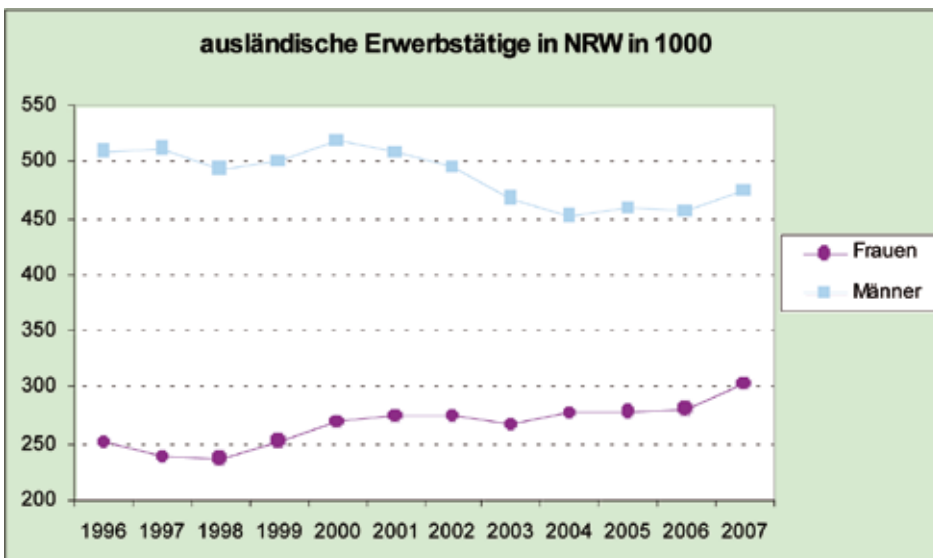
Tabellen und Grafiken	272
Literaturliste	287

Abb. 5.2.2: Entwicklung von ausländischen Erwerbspersonen nach Geschlecht in Nordrhein-Westfalen



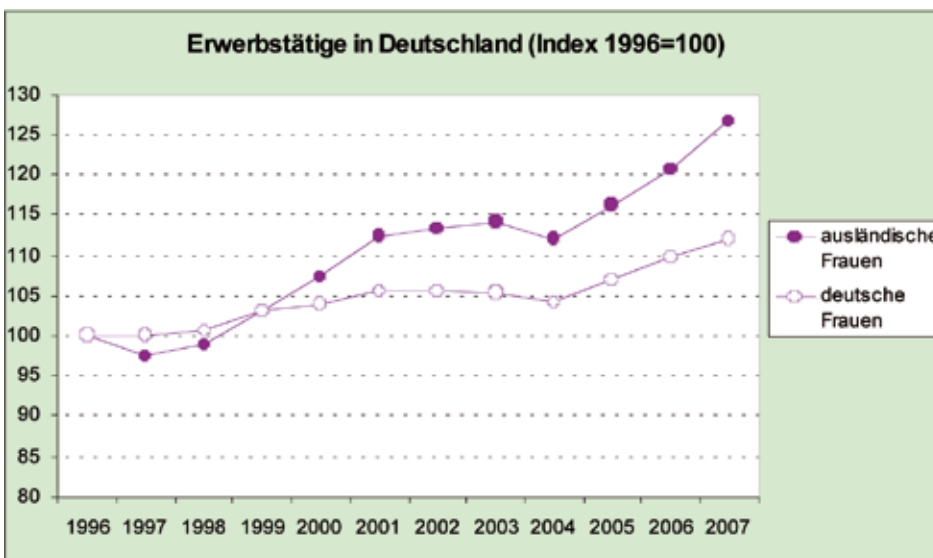
Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2005 (SUF); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Abb. 5.2.3: Entwicklung von ausländischen Erwerbstätigen nach Geschlecht in Nordrhein-Westfalen



Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2005 (SUF); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Abb. 5.2.5: Index der Entwicklung von ausländischen und deutschen Erwerbstätigen nach Geschlecht in Deutschland



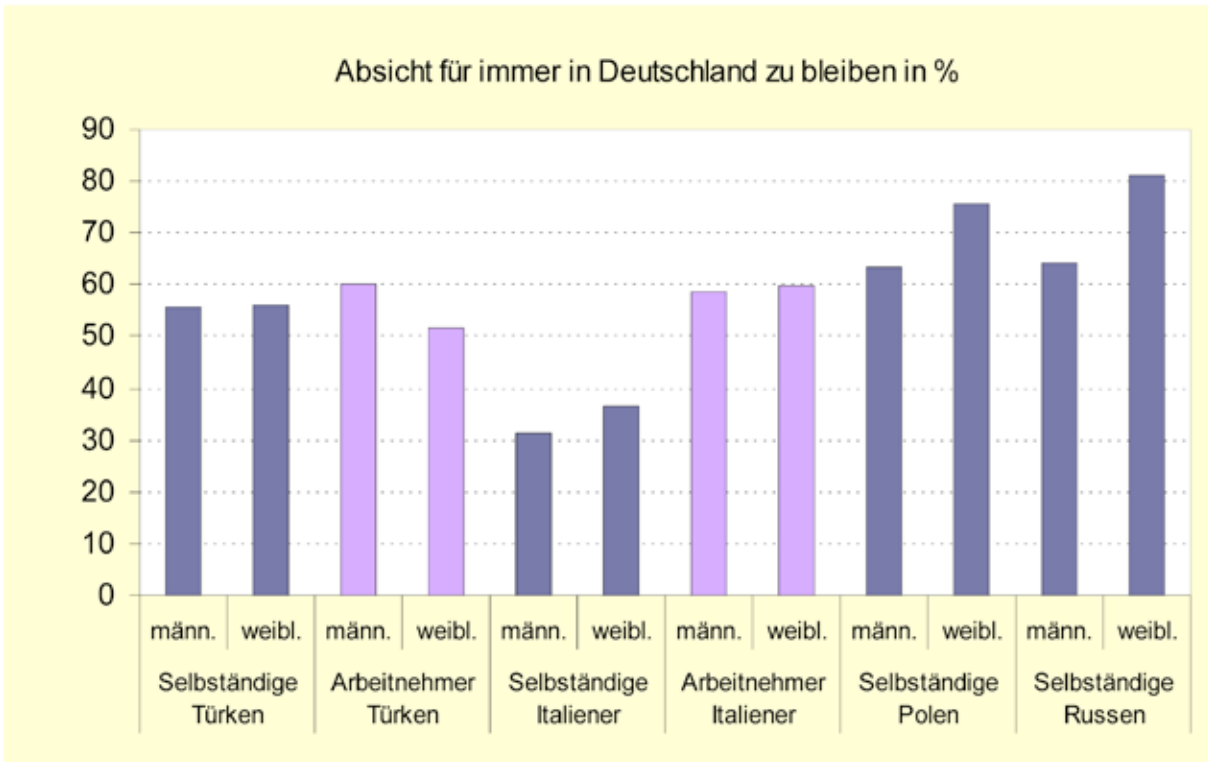
Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2005 (SUF); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Abb. 7.1.3: Anteil der Einbürgerungen vor und nach der Unternehmensgründung in Nordrhein-Westfalen

		Einb. nach Gründung %	Einb. vor Gründung %
Frauen	EU-15 Ausland ohne BE,IE,LU	33,3	66,7
	Sonstige EU(25)	11,8	88,2
	sonstiges Europa	14,3	85,7
	Türkei	33,3	66,7
	übrige Welt	22,7	77,3
Männer	EU-15 Ausland ohne BE,IE,LU	37,5	62,5
	Sonstige EU(25)	6,5	93,5
	sonstiges Europa	20,8	79,2
	Türkei	21,4	78,6
	übrige Welt	25,5	74,5
Gesamt	EU-15 Ausland ohne BE,IE,LU	36,4	63,6
	Sonstige EU(25)	8,3	91,7
	sonstiges Europa	17,8	82,2
	Türkei	24,3	75,7
	übrige Welt	24,7	75,3

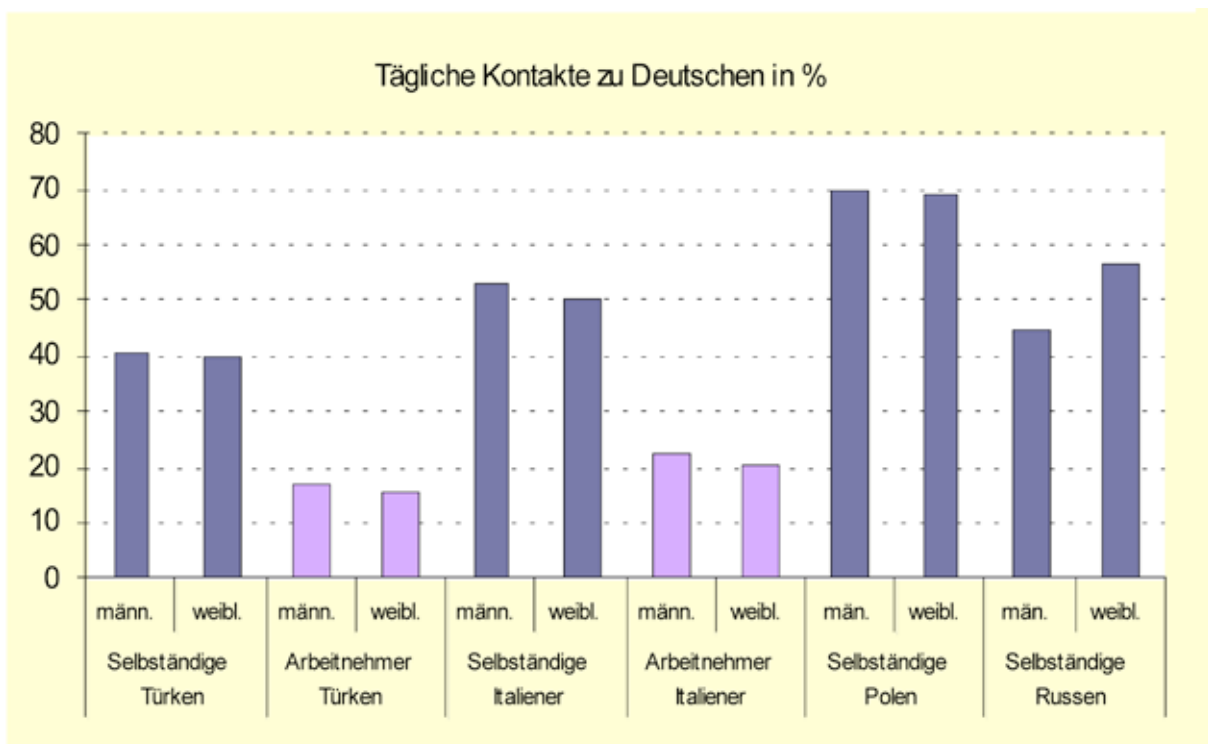
Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2005 (SUF); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Abb. 9.1.2: Bleibeabsicht von Selbständigen und Arbeitnehmer/innen im Vergleich



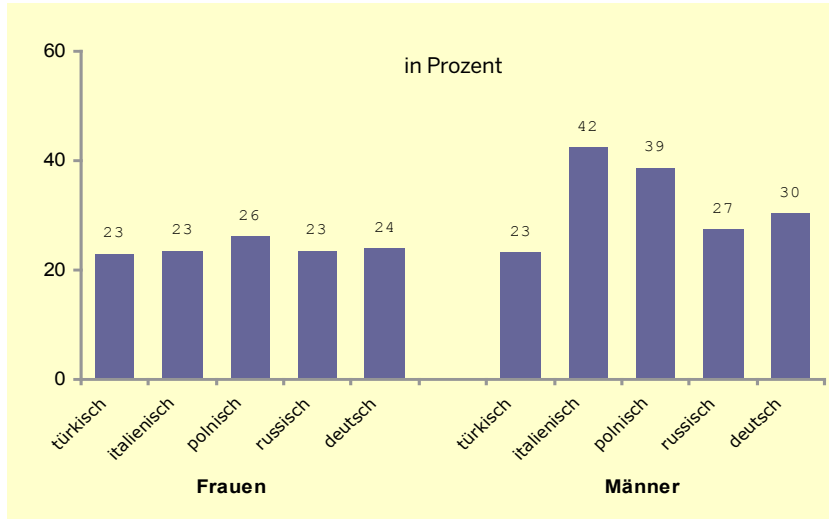
Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim und Marplan/polis 2002 (Arbeitnehmer/innen).

Abb. 9.2.2: Kontakt zu Deutschen bei Selbständigen und Arbeitnehmer/innen im Vergleich



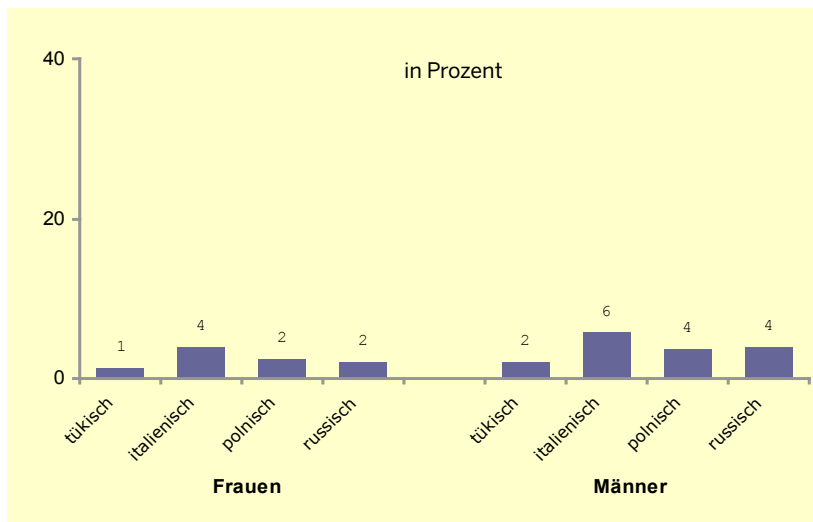
Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim und Marplan/polis 2002 (Arbeitnehmer/innen).

Abb. 10.2.1: Zurückliegender Zeitraum vom Entstehen des Gründungswunsches bis zu seiner Umsetzung (in Monaten)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; eigene Berechnung ifm Universität Mannheim.

Abb. 10.2.3: Gründungswunsch im Heimatland entstanden?



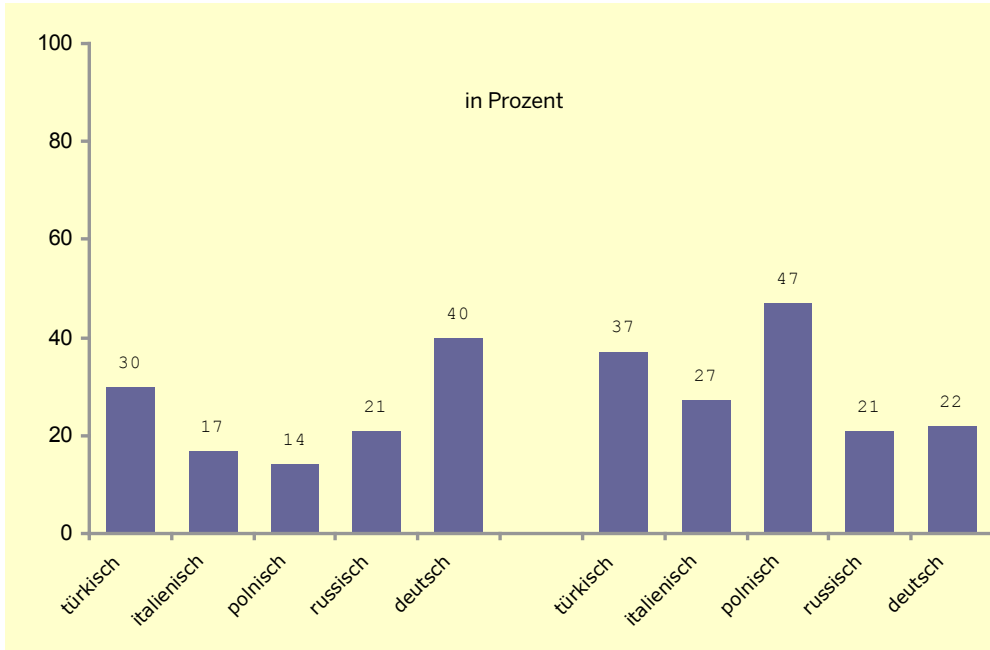
Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; eigene Berechnung ifm Universität Mannheim.

Abb.10.2.6: Determinanten der Vereinbarkeit von Familie und Beruf (logistische Regression)

	Frauen	Sig.
	Exp(B)	
Keinen Abschluss		0,8
Berufsabschluss	1,1	0,6
Studium	1,0	1,0
Keine Kinder im Haushalt		
Kinder im HH	2,0	***
Alter	1,0	0,9
Deutsche		0,7
Türken	1,1	0,6
Italiener	1,4	0,3
Polen	1,5	0,2
Russen	1,2	0,5
Konstante	0,4	0,1

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; Berechnung ifm Universität Mannheim.

Abb. 10.2.14: Ich habe mich selbständig gemacht, weil ich sonst arbeitslos geworden wäre (Neugegründete Unternehmen)



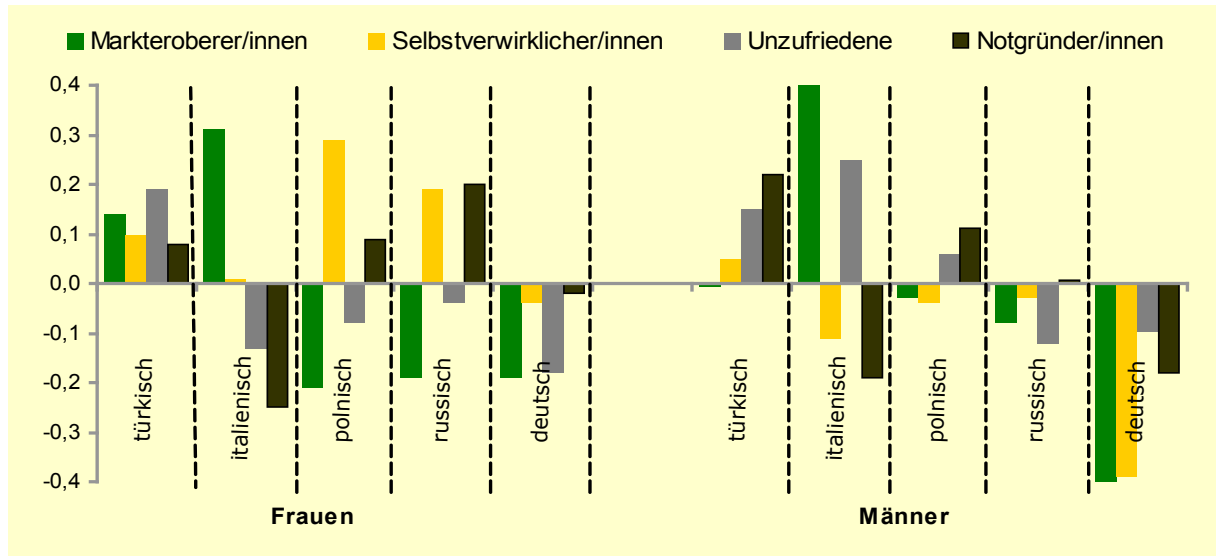
Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; eigene Berechnung ifm Universität Mannheim.

Tabelle 10.3.1: Faktoren-Ladungs-Matrix für Gründungsmotive

Relevante Variablen	Pull Motive		Push Motive	
	Chancen-erkennung Innovation	Autonomie/ Flexibilität	Diskriminierung/ Unzufriedenheit	prekäre Arbeitsmarkt- position
neues Produkt / Dienstleistung	0,86	0,07	0,09	0,00
Marktlücke entdeckt	0,86	0,08	0,00	0,05
Wunsch nach zeitlicher Flexibilität	0,04	0,83	0,02	-0,03
Vereinbarkeit Familien und Beruf	0,10	0,81	0,06	0,05
Benachteiligung am Arbeitsplatz	0,09	0,04	0,88	0,13
Unzufriedenheit am Arbeitsplatz	0,00	0,05	0,88	0,11
von Arbeitslosigkeit bedroht	0,03	-0,03	0,19	0,86
keine feste Anstellung gefunden	0,02	0,05	0,06	0,89

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Abb. 10.3.2 Faktorenanalyse: Mittelwerte der Gründungsmotiv-Komponenten



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Tab. 12.1.1: Ausfallquote bei der Variable „Höhe des Startkapitals“

	Personen mit Angabe	Personen ohne Angabe	Ausfallquote
Frauen			
türkisch	126	61	48,4
italienisch	125	66	52,8
polnisch	95	18	18,9
russisch	122	19	15,6
deutsch	129	29	22,5
Männer			
türkisch	125	68	54,4
italienisch	125	33	26,4
polnisch	93	6	6,5
russisch	94	15	16,0
deutsch	84	16	19,0
Gesamt	1118	331	29,6

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

**Tab. 12.3.6: Rangliste der wichtigsten Gründungshemmnisse selbständiger Frauen
(Anteil der Zustimmung „trifft zu“ oder „trifft voll und ganz zu“)**

türkische Herkunft		italienische Herkunft		polnische Herkunft		russische Herkunft		ohne Migrations- hintergrund	
bürokratischer Aufwand	33,3%	körperliche und psychische Belastung	29,6%	bürokratischer Aufwand	25,3%	körperliche und psychische Belastung	31,1%	bürokratischer Aufwand	19,4%
körperliche/psychische Belastung	31,2%	Kredit/ nötiges Kapital	26,8%	Kredit/ nötiges Kapital	18,9%	bürokratischer Aufwand	24,6%	Herkunft	13,5%
Kredit/ nötiges Kapital	23,8%	kein geeignetes Personal	25,6%	kaufmännische Kenntnisse	16,8%	Kenntnis formale und gesetzliche Anforderungen	24,0%	kaufmännische Kenntnisse	13,2%
kein geeignetes Personal	22,4%	bürokratischer Aufwand	25,0%	körperliche/psychische Belastung	15,8%	Belastung Familie/ Partnerschaft	22,3%	Belastung Familie/ Partnerschaft	12,5%
geeignete/ bezahlbare Räume	19,8%	geeignete/ bezahlbare Räume	24,0%	Kenntnis formale und gesetzliche Anforderungen	13,7%	kaufmännische Kenntnisse	21,3%	körperliche/psychische Belastung	12,4%
kaufmännische Kenntnisse	19,8%	Belastung Familie/ Partnerschaft	21,8%	geeignete/ bezahlbare Räume	11,6%	Herkunft	18,2%	geeignete/ bezahlbare Räume	10,1%
Herkunft	16,9%	Kenntnis formale und gesetzliche Anforderungen	20,3%	Belastung Familie/ Partnerschaft	9,5%	Kredit/ nötiges Kapital	16,4%	kein geeignetes Personal	10,1%
Kundennachfrage falsch eingeschätzt	16,8%	Erhalt einer Genehmigung	13,6%	kein geeignetes Personal	9,5%	kein geeignetes Personal	15,6%	Kredit/ nötiges Kapital	7,8%
Belastung Familie/ Partnerschaft	15,9%	kaufmännische Kenntnisse	11,3%	Kundennachfrage falsch eingeschätzt	8,4%	geeignete/ bezahlbare Räume	13,1%	Erhalt einer Genehmigung	7,0%
Kenntnis formale und gesetzliche Anforderungen	13,5%	Kundennachfrage falsch eingeschätzt	9,6%	Herkunft	8,4%	Kundennachfrage falsch eingeschätzt	10,8%	Kundennachfrage falsch eingeschätzt	6,2%
Erhalt einer Genehmigung	10,4%	Herkunft	9,6%	Erhalt einer Genehmigung	7,4%	Erhalt einer Genehmigung	6,6%	Kenntnis formale und gesetzliche Anforderungen	5,4%

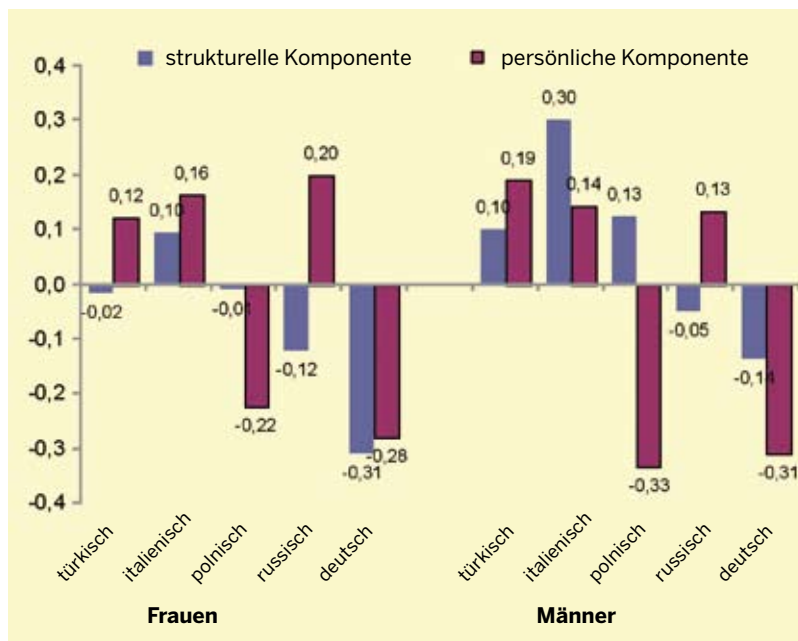
Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Tabelle 12.5.1: Ergebnisse der Faktorenanalyse (Faktoren-Ladungs-Matrix)

	externe/ strukturelle	persönliche Faktoren
... durch hohen bürokratischen Aufwand	0,77	0,06
... durch das Problem einen Kredit bzw. das nötige Kapital zu bekommen	0,66	0,20
.. weil ich die formalen und gesetzlichen Anforderungen nicht kannte	0,67	0,31
... durch Probleme beim Erhalt einer Genehmigung (z.B. kein Meisterbrief)		0,17
... weil die Belastung für die Familie/Partnerschaft sehr hoch war	0,13	0,64
... weil mir die kaufmännischen Kenntnisse gefehlt haben	0,26	0,62
... weil ich die Kundennachfrage falsch eingeschätzt habe	0,22	0,63
... weil die körperliche oder psychische Belastung sehr hoch war	0,08	0,79

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Abb. 12.5.2: Faktorenanalyse: Mittelwerte der strukturellen und persönlichen Komponenten



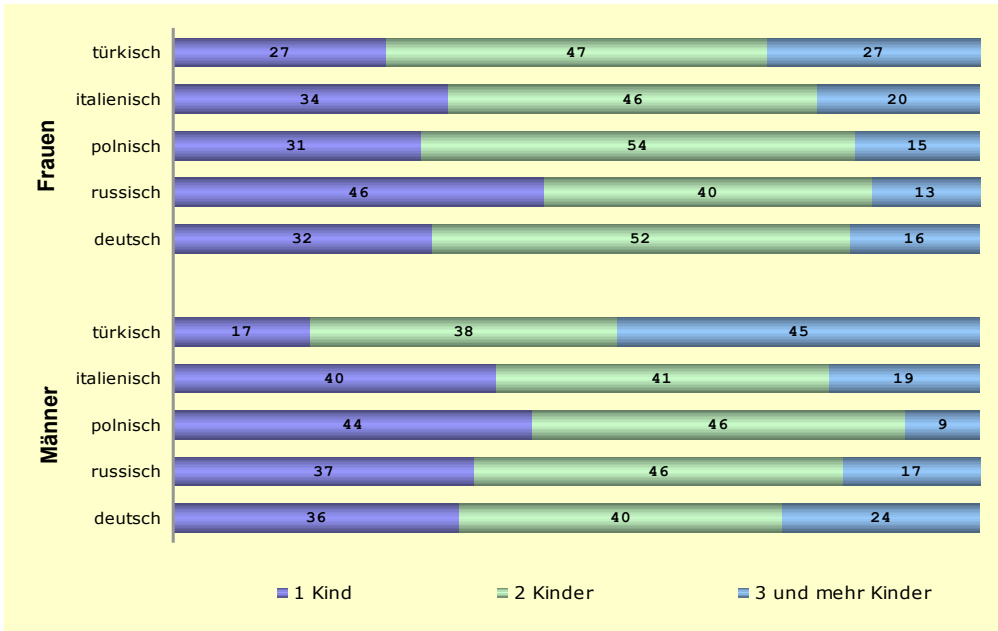
Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Tabelle 13.1.3: Modell der Wahrscheinlichkeit mit einem Partner zusammen zu leben (Frauen)

	Modell 1			Modell 2		
	Exp(B)	S.E.	Sig.	Exp(B)	S.E.	Sig.
<u>Herkunft</u>						
(Ref. türkisch)			0,000			0,004
italienisch	1,98	0,28	0,016	1,79	0,30	0,051
russisch	2,64	0,33	0,003	2,40	0,34	0,011
polnisch	3,78	0,33	0,000	3,38	0,34	0,000
deutsch	1,47	0,27	0,153	1,50	0,30	0,182
Alter				1,17	0,06	0,007
Alter quadriert				1,00	0,00	0,005
Constant	1,72	0,19	0,004	0,06	1,36	0,034

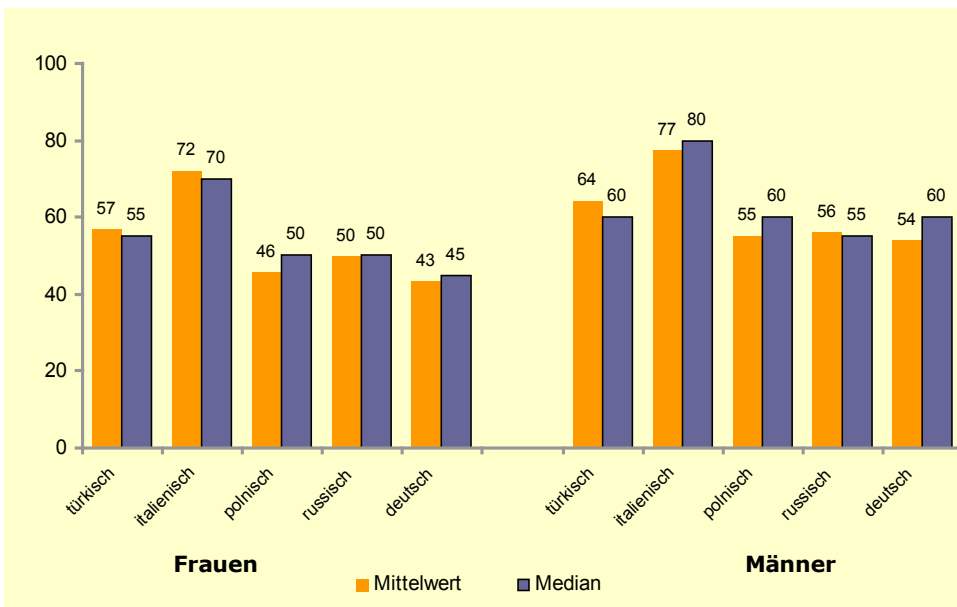
Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Abb. 13.1.5: Anzahl der Kinder im Haushalt der Selbständigen



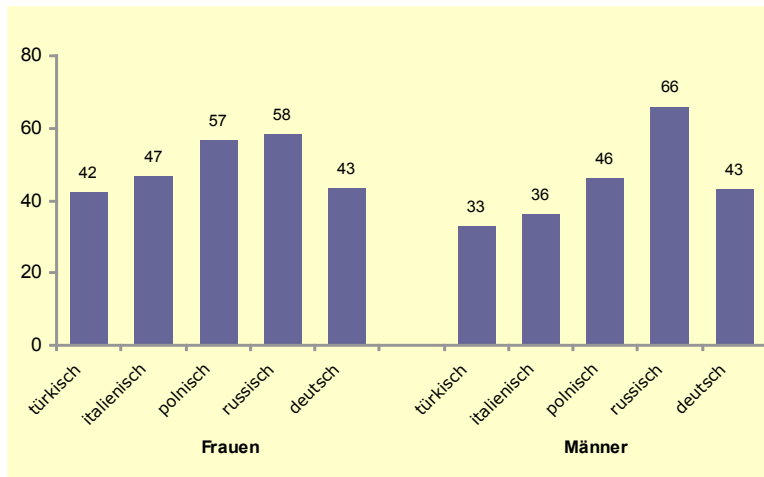
Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Abb. 13.2.4: Arbeitszeit von Selbständigen (Mittelwert und Median)



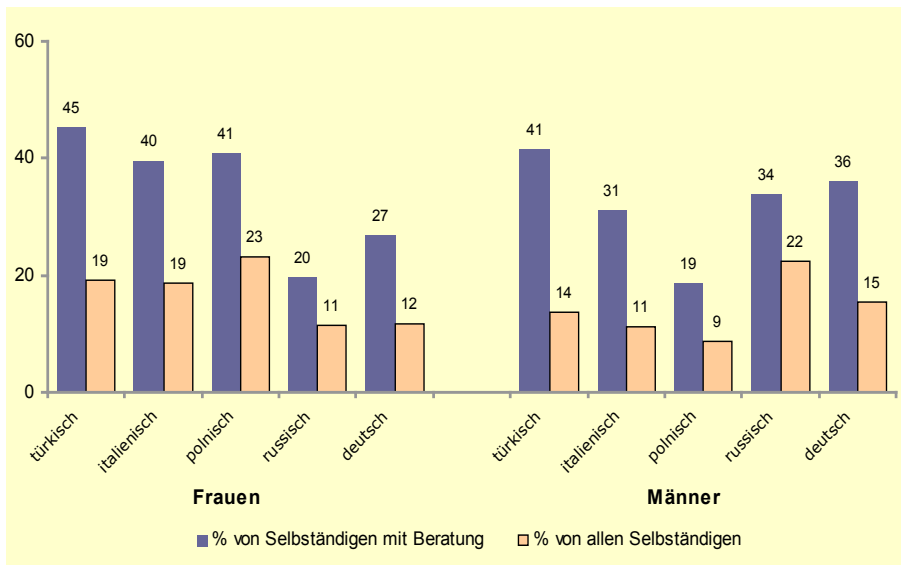
Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim

Abb.14.3.2: Inanspruchnahme von mindestens einem Beratungsangebot in der Gründungsphase (alle Befragten und alle Formen und Institutionen der Beratung)



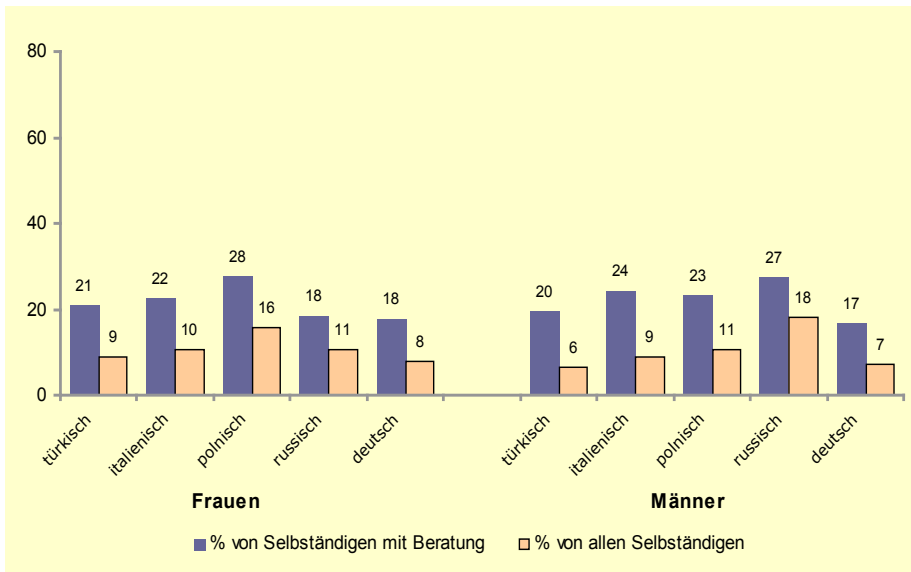
Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Abb. 14.3.3: Beratung durch IHK oder Handwerkskammer



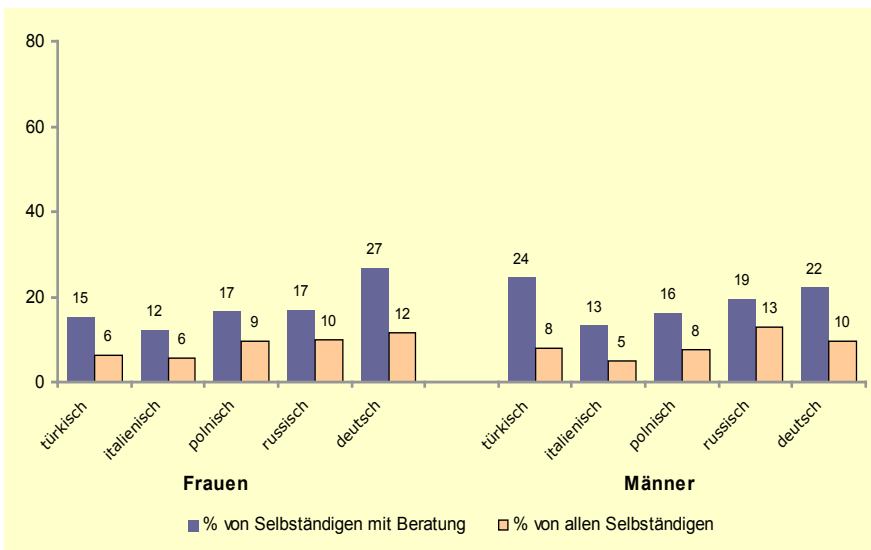
Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Abb. 14.3.4: Beratung durch Bank oder Sparkasse



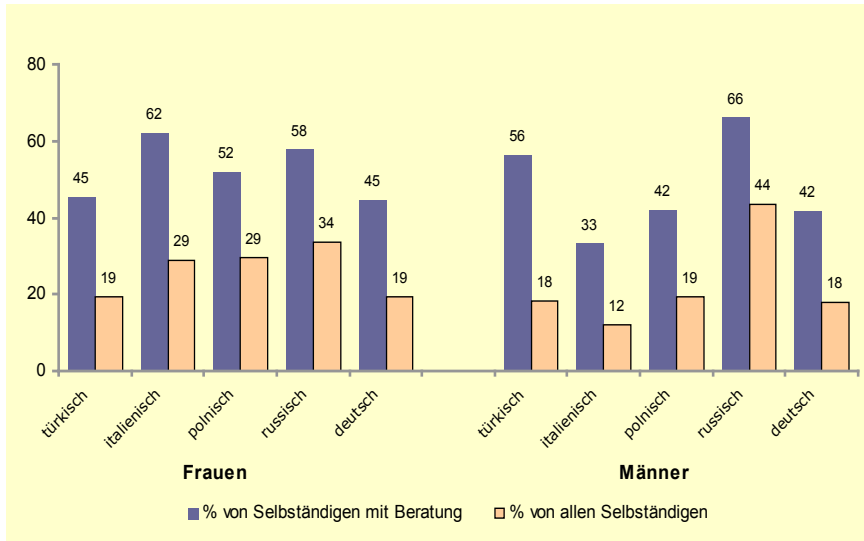
Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Abb. 14.3.5: Beratung durch einen Unternehmer- oder Fachverband



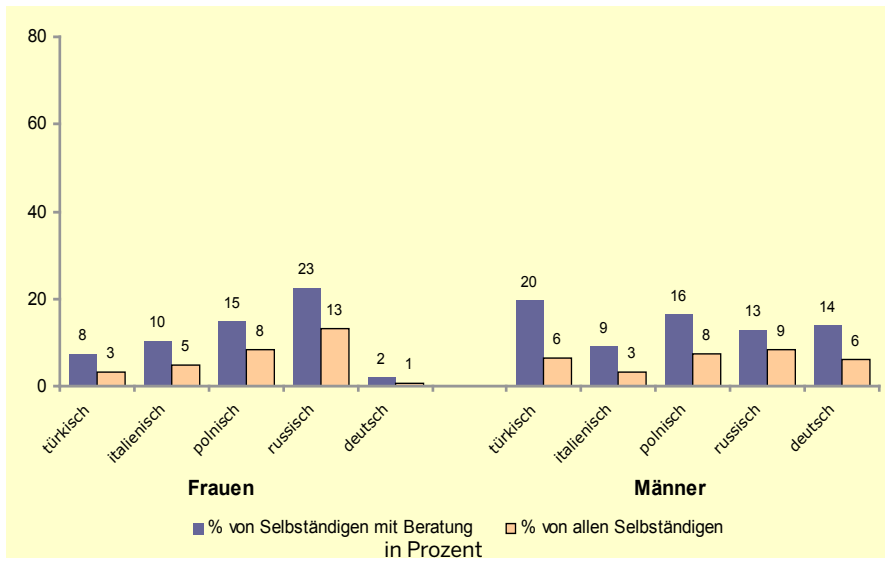
Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Abb. 14.3.6: Beratung durch Unternehmens-, Steuer- oder Rechtsberater



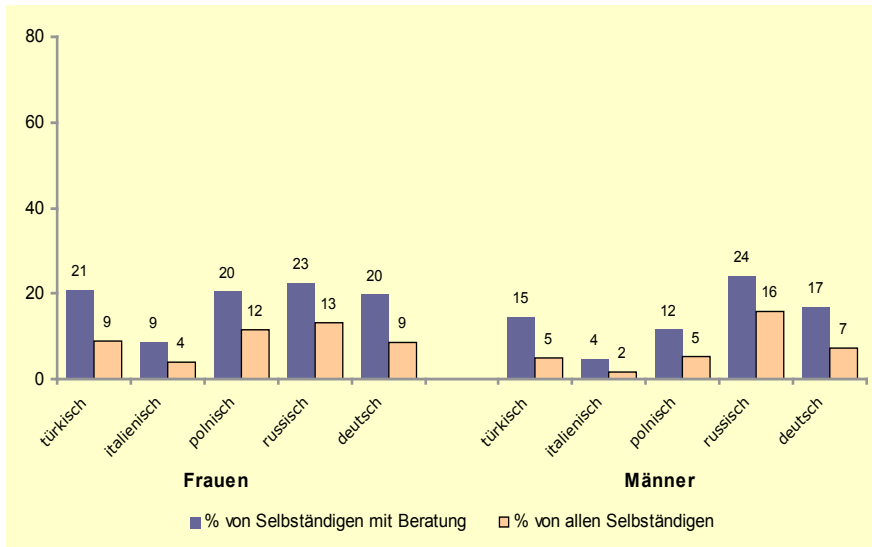
Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Abb. 14.3.7: Beratung durch Arbeitsagentur oder Jobcenter



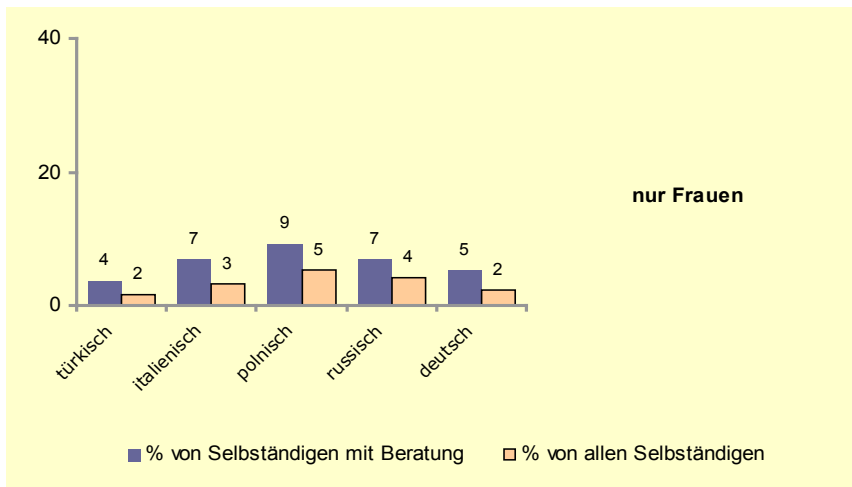
Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Abb. 14.3.8a: Beratung durch Beratungsstelle für Existenzgründer (ohne vorher genannte Stellen)



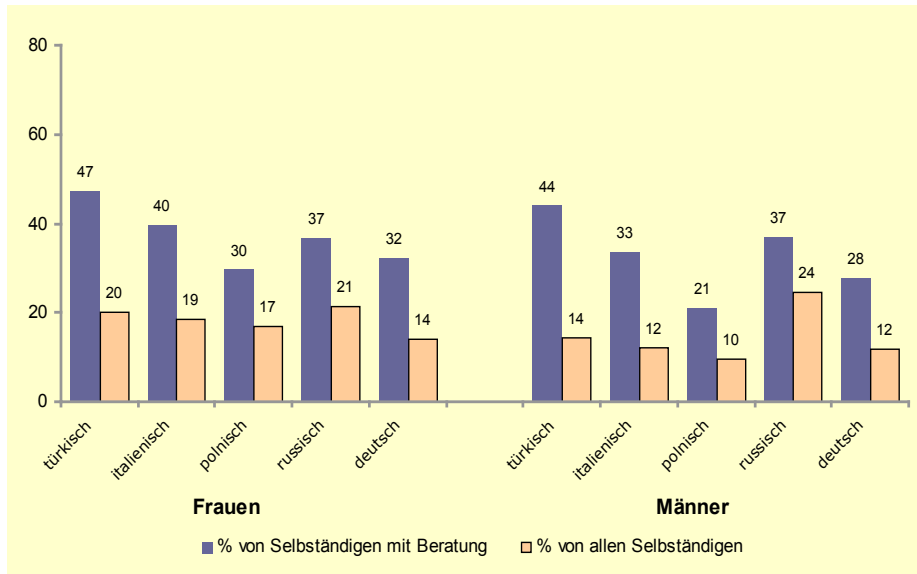
Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Abb. 14.3.9: Beraten durch Beratungsstelle für Frauen



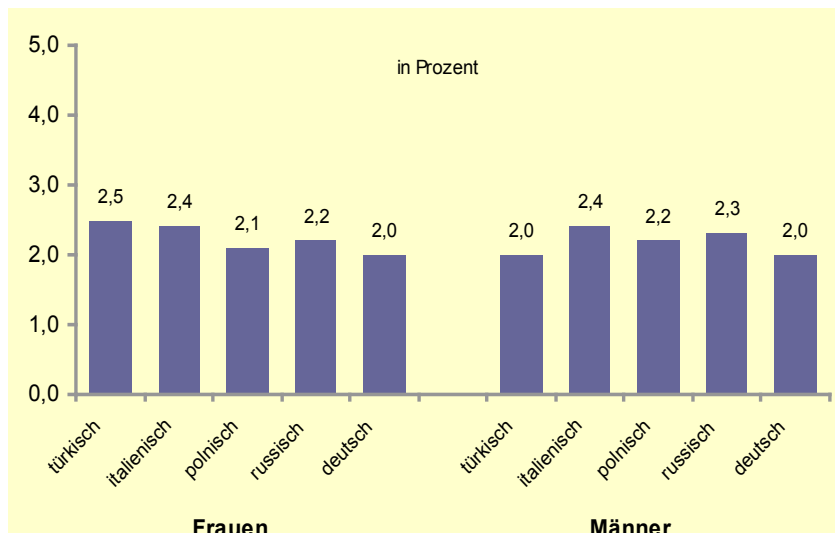
Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Abb. 14.3.10: Beraten durch Familie, Freunde, Bekannte



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Abb. 14.4.2: Zufriedenheit mit Beratung (Mittelwerte)



Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

**Tab. 14.6.8: Beratungs- und Weiterbildungsbedarf nach Themenfeldern von Frauen mit und ohne Migrationshintergrund.
(sortiert nach Wichtigkeit innerhalb der Gruppe)**

türkisch		italienisch		polnisch		russisch		deutsch	
Finanzierung	43,7%	Betriebs- wirtschaftliche Kenntnisse	24,8%	Betriebs- wirtschaftliche Kenntnisse	26,3%	Rechtliche Fragen	34,4%	Marketing	20,9%
Rechtliche Fragen	39,7%	Finanzierung	18,4%	Bürokratie	24,2%	Betriebs- wirtschaftliche Kenntnisse	31,1%	Rechtliche Fragen	17,1%
Betriebs- wirtschaftliche Kenntnisse	38,1%	Bürokratie	18,4%	Finanzierung	23,2%	Finanzierung	26,2%	Betriebs- wirtschaftliche Kenntnisse	15,5%
Bürokratie	36,5%	Rechtliche Fragen	17,6%	Rechtliche Fragen	23,2%	Marketing	23,0%	Bürokratie	14,7%
Branchen- kenntnisse	30,2%	Marketing	16,8%	Marketing	22,1%	Bürokratie	22,1%	Finanzierung	13,2%
Marketing	29,4%	Businessplan	12,8%	Businessplan	14,7%	Branchen- kenntnisse	22,1%	Businessplan	11,6%
Businessplan	26,2%	EDV	10,4%	Branchen- kenntnisse	13,7%	EDV	19,7%	Branchen- kenntnisse	10,1%
EDV	22,2%	Branchen- kenntnisse	9,6%	Sprache / Rhetorik	13,7%	Businessplan	13,9%	EDV	7,8%
Sprache / Rhetorik	21,4%	Sprache / Rhetorik	8,8%	EDV	8,4%	Sprache / Rhetorik	13,9%	Sprache / Rhetorik	7,8%

Quelle: Primärerhebung „Selbständige Migrantinnen Nordrhein-Westfalen“; ifm Universität Mannheim.

Literatur

- Aldrich, H. E. / Waldinger, R. (1990): Ethnicity and Entrepreneurship. *Annual Review of Sociology* 16: 111-135.
- Aldrich, H. / Jones, T. / McEvoy, D. (1984): Ethnic advantage and minority business development. In: Ward, R., Jenkins, R. (Hg.): *Ethnic Communities in Business*. Cambridge, 189-210.
- Allen, E. / Elam, A. / Langowitz, N. / Dean, M. (2007): 2007 Report on Women und Entrepreneurship. In: *Global Entrepreneurship Monitor*. Global Entrepreneurship Research Association (GERA).
- Apitzsch, U. / Kontos, M. (2003): Self-employment, Gender and Migration. Introduction. In: *International Review of Sociology-Revue Internationale de Sociologie*, 13, 1, 67-76.
- Apitzsch, U. / Kontos, M. (2008): Self-Employment Activities of Women and Minorities. Their Success or Failure in Relation to Social Citizenship Policies. Wiesbaden.
- Arum, R. / Müller, W. (2004): The reemergence of self-employment. A comparative study of self-employment dynamics and social inequality. Oxford.
- Backes-Gellner, U. / Kay, R. / Günterberg, B. / Holz, M. / Wolter, H.-J. (2003): Unternehmerinnen in Deutschland. Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit. BMWA-Dokumentation. Berlin.
- Bade, K. J. (2008): Integration in Deutschland - wo stehen wir? Forum Migration und Integration des Bundesverbands Deutscher Stiftungen, „Integrationsförderung deutscher Stiftungen“, Robert Bosch Stiftung Vortrag, 14.02.2008.
- Barrett, G. A. / Jones, T.P. / McEvoy, D. (1996): Ethnic minority business: theoretical discourse in Britain and North America. *Urban Studies*, 33, 4-5, 783-809.
- Basu, A. / Altinay, E. (2002): The interaction between culture and entrepreneurship in London`s immigrant businesses. London.
- Bates, T. (1987): Self-employed Minorities: Traits and Trends, *Social Science Quarterly*, 68, 539-551.
- Bates, T. (1997): Race, self-employment and upward mobility. Baltimore.
- Bates, T. (1999): Exiting self-employment: An analysis of Asian immigrant-owned small businesses. In: *Small Business Economics*, 13, 171-183.
- Baumann, C. (1999): Self-employment as an indicator of assimilation? Evidence from foreign entrepreneurs in Germany. In: Lüttinger, P. (Hg.): *Sozialstrukturanalysen mit dem Mikrozensus*. ZUMA-Nachrichten Spezial Band 6. Mannheim, 235-270.
- Beckmann, P. (2003): EU-Beschäftigungsquote: Auch richtige Zahlen können in die Irre führen. Nürnberg: IAB-Kurzbericht Nr. 11/2003.
- Berg, N. (1997): Gender, place and entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 9, 3, 259-268.
- Birkner, E. (2007): Aussiedler im Mikrozensus 2005. Identifizierungsprobleme und erste Analysen zur Arbeitsmarktintegration. Integrationschancen von Spätaussiedlern, 29.-30. März 2007. Nürnberg.
- Blanchflower, D. G. / Levine P. B. / Zimmermann D. J. (2003): Discrimination in the Small-Business Credit Market. In: *Review of Economics and Statistics*, 930-943.

- Blaschke, J. / Ersöz, A. (1987): Herkunft und Geschäftsaufnahme türkischer Kleingewerbetreiber in Berlin, Express Edition. Berlin.
- Blechinger, D. (2006): Wie Ausländer und Deutsche Unternehmen in Nordrhein-Westfalen gründen wollen. In: Statistische Analysen und Studien Nordrhein-Westfalen, Band 37. Düsseldorf, 3-14.
- Boden, R. J. / Nucci, A. R. (2000): On the survival Prospects of mens' and womens' new business ventures. In: Journal of business venturing, 15, 347-362.
- Bögenhold, D. (1987): Der Gründerboom. Realität und Mythos der neuen Selbständigkeit. Frankfurt am Main.
- Bögenhold, D. / Staber, U. (1991): The Decline and Rise of Self-Employment. In: Work, Employment and Society 5, 2, 223-229.
- Bögenhold, D. / Staber, U. (1994): Vom Dämonen zum Demiurgen? – Zur (Re-) Organisation des Unternehmertums in Marktwirtschaften. Berlin.
- Bogner, A. / Littig, B. / Menz, W. (Hg.) (2002): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. Opladen.
- Bonacich, E. (1973): Theory of Middleman Minorities. In: American Sociological Review, 38, 583-594.
- Bonacich, E. (1993): The other side of ethnic entrepreneurship: A dialog with Waldinger, Aldrich, Ward and associates. In: International Migration Review, 17, 685-91.
- Bonacich, E. / Modell, J. (1980): The Economic Basis of Ethnic Solidarity. Berkeley.
- Bonacker, M. / Buschmann, B. / Caspari, A. (2002): Frauenspezifische Beratungseinrichtungen für Existenzgründerinnen. Analysen und Potenziale. Schriftenreihe des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ), Bd. 218. Stuttgart u.a.
- Boos-Nünning, U. / Karakasoglu, Y. (2006): Viele Welten leben. Zur Lebenssituation von Mädchen und jungen Frauen mit Migrationshintergrund. Münster / New York / München / Berlin.
- Borjas, G. J. (1986): The self-employment experience of immigrants. NBER Working papers 1942, National Bureau of Economic Research.
- Brettell, C. B. (2007): Immigrant Women In Small Business: Biographies of Becoming Entrepreneurs. In: Dana, L-P. (Hg.): Handbook of research on ethnic minority entrepreneurship. A co-evolutionary view on resource management. Cheltenham, 83-99.
- Brixy, U. / Sternberg, R. / Stüber, H. (2008): From Potential to Real Entrepreneurship. In: IAB Discussion Paper 32/2008. Beiträge zum wissenschaftlichen Dialog aus dem Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung.
- Brüderl, Josef / Preisendörfer, P. / Ziegler, R. (1996): Der Erfolg neugegründeter Betriebe. Eine empirische Studie zu den Chancen und Risiken von Unternehmensgründungen. Berlin.
- Bruin, A. / Brush, C. G. / Welter, F. (2006): Introduction to the Special Issue: Towards Building Cumulative Knowledge on Women's Entrepreneurship. In: Entrepreneurship Theory and Practice (ETP), September 2006. Baylor University.
- Brush, C. (1992): Research on women business owners: past trends, a new perspective and future directions. Entrepreneurship in Theory and Practice, 16, 5-26.

- Bührmann A. D. / Hansen, K. / Schmeink, M. / Schöttelndreier, A. (Hg.) (2006): Das Unternehmerinnenbild in Deutschland. Ein Beitrag zum gegenwärtigen Forschungsstand. Hamburg.
- Bührmann A. D. / Hansen, K. / Schmeink, M. / Schöttelndreier, A. (Hg.) (2007): Entrepreneurial Diversity-UnternehmerInnen zwischen Businessplan und Bricolage. Hamburg.
- Bührmann A. D. / Richter, U. A. / Jasper, G. / Haber, I. (2008): Die Vielfalt von Unternehmensgründungen kennen, erkennen und anerkennen. Ein Plädoyer für Mainstreaming Entrepreneurial Diversity. Berlin.
- Bührmann A. D. / Hansen, K. (2006): Ausgangspunkte zur Erforschung der Facetten des Unternehmerbildes in Deutschland. In: Bührmann A. D. / Hansen, K. / Schmeink, M. / Schöttelndreier, A. (Hg.): Das Unternehmerinnenbild in Deutschland. Ein Beitrag zum gegenwärtigen Forschungsstand. Hamburg, 8-28.
- Bukow, W. (1993): Leben in der multikulturellen Gesellschaft: die Entstehung kleiner Unternehmer und die Schwierigkeiten im Umgang mit ethnischen Minderheiten. Opladen.
- Carroll, G.R. / Mosakowski, E. (1987): The career dynamics of self-employment. In: Administrative Science Quarterly, 32, 570-589.
- Carter, S. (2000): Gender and Enterprise. In: Carter, S. / Dylan, J.-E. (Hg.): Enterprise and Small Business, Principles, Practice and Policy, 166-181.
- Clark, K. / Drinkwater, S. (2000): Pushed out or pulled in? Self-employment Among Ethnic Minorities in England and Wales. University of Manchester.
- Clark, K. / Drinkwater, S. (2006): Changing Patterns of Ethnic Minority Self-Employment in Britain: Evidence from Census Microdata, IZA Discussion paper, No. 2495.
- Constant, A. (2004): Immigrant versus Native Businesswomen: Proclivity and Performance. In: IZA Discussion paper No. 1234.
- Constant, A. / Shachmurove, Y. / Zimmermann, K. F. (2003): What makes an entrepreneur and does it pay? Native men, Turks, and other migrants in Germany, IZA Discussion paper, No. 940.
- Constant, A. / Zimmermann, K.F. (2004): The making of entrepreneurs in Germany: Are native men and immigrants alike? In: Small Business Economics, 24, 4, 1-22.
- Cooper, A. C. / Dunkelberg, W.C. (1987): Entrepreneurial Research: Old Questions, New Answers and Methodological Issues. In: American Journal of Small Business, 11, 3, 11-24.
- Cornelißen, W. (Hg.) (2005): Gender-Datenreport. 1. Datenreport zur Gleichstellung von Frauen und Männern in der Bundesrepublik Deutschland. Im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ). Berlin.
- Deakins, D. / Monder R. / Smallbone D. / Fletcher M. (2003): Ethnic minority entrepreneurs and the commercial banks in the U.K. Access to formal sources of finance and decision-making by their bankers. In: International Research in the Business Disciplines, 4, 293-313.
- Delmar, F. / Holmquist, Ch. (2004): Women entrepreneurship issues and policies. OECD Report. Paris.
- Deutsche Ausgleichsbank (DtA) (2003): Wirtschaftsdynamik durch Existenzgründungen von Migranten. Analyse auf Basis der DtA-Förderdaten und des DtA-Gründungsmonitors. Bonn.
- Dietz, B. (1995): Zwischen Anpassung und Autonomie. Rußlanddeutsche in der vormaligen Sowjetunion und in der Bundesrepublik Deutschland. Berlin.

- Dietz, B. (2007): Die Integration mittel- und osteuropäischer Zuwanderer in den deutschen Arbeitsmarkt. In: Nowicka, M. (Hg.): Von Polen nach Deutschland und zurück. Die Arbeitsmigration und ihre Herausforderungen für Europa. Bielefeld, 25-47.
- Dowling, M. (2002): Grundlagen und Prozess der Gründung. In: Drumm, H.-J. (Hg.): Gründungsmanagement. Berlin / Heidelberg, 9-28.
- Döbler, Th. (1998): Frauen als Unternehmerinnen. Erfolgspotentiale weiblicher Selbständiger. Wiesbaden.
- Dunn, Th. / Holtz-Eakin D. (2000): Financial Capital, Human Capital and the Transition to Self-Employment: Evidence from Intergenerational Links, *Journal of Labor Economics*, 18, 282-305.
- Du Rietz, A. / Henrekson, M. (2000): Testing the Female Underperformance Hypothesis. In: *Small Business Economics*, 14, 1, 1-10.
- Dyer, L. M. / Ross, Ch. A. (2007): Ethnic business owners and their advisors: the effects of common ethnicity. In: *Handbook of Research on Ethnic Minority Entrepreneurship*, 117-131.
- Engelbrech, G. / Gruber, H. / Jungkunst, M. (1997): Erwerbsorientierung und Erwerbstätigkeit ost- und westdeutscher Frauen unter veränderten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen. In: Sonderdruck: Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (MittAB) 1/97.
- Erikson, R. / Goldthorpe, J. (1992): *The Constant Flux. A Study of Class Mobility in Industrial Societies*. Oxford.
- Esser, H. (2000): *Soziologie. Spezielle Grundlagen, Band 2: Die Konstruktion der Gesellschaft*. Frankfurt a.M.
- Esser, H. (2001): *Integration und ethnische Schichtung*. Arbeitspapier Nr. 40, Mannheimer Zentrum für Europäische Sozialforschung (MZES).
- Esser, H. (2003): Ist das Konzept der Assimilation überholt? In: *Geographische Revue* 5, 2, 22.
- Esser, H. (2004): Welche Alternativen zur Assimilation gibt es eigentlich? In: Bade, K. J. / Bommers, M. (Hg.): *Migration – Integration – Bildung: Grundfragen und Problembereiche*, Institut für Migrationsforschung und Interkulturelle Studien (IMIS), 41-60.
- Esser, H. (2006): *Migration, Sprache und Integration. Arbeitsstelle Interkulturelle Konflikte und Gesellschaftliche Integration*, WZB. Berlin.
- Ettl, K. / Welter, F. (2007): *Lerntheoretische und kognitive Aspekte in Gründung und Unternehmensentwicklung: Eine Genderperspektive*. Beiträge zur KMU-Forschung 6. Siegen.
- Fallenbacher, T. (2001): *Ethnic Business in Nürnberg: Fallstudie Dönerkebab*. In: *Mitteilungen der Fränkischen Geographischen Gesellschaft*, 48, 247-272.
- Fehrenbach, S. (2004): *Charakteristika der von Frauen und Männern geführten Betriebe*. In: Leicht, R. / Welter, F. (Hg.): *Gründerinnen und selbständige Frauen. Potenziale, Strukturen und Entwicklungen in Deutschland*. Karlsruhe, 170-193.
- Fertala, N. (2006): *Determinants of successful immigrants in the Federal Republic of Germany*. Inaugural-Dissertation zur Erlangung des Doktorgrades der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Eberhard-Karls-Universität Tübingen.
- Fieten, R. / Friedrich, W. / Lageman, B. (1997): *Globalisierung der Märkte - Herausforderung und Optionen für kleine und mittlere Unternehmen, insbesondere für Zulieferer*. IFM Bonn. Stuttgart.

- Fischer, I. (2001): Ethnische Ökonomie zur Stabilisierung benachteiligter Stadtteile? Diplomarbeit an der Fakultät Raumplanung der Universität Dortmund.
- Fischer, U. L. (2007): Andere unternehmerische Aktivitäten? Potenziale und Hindernisse bei der Unternehmensgründung durch Migrantinnen - Erste Ergebnisse aus Interviewanalysen mit Gründerinnen. Präsentation auf Workshop „'Normalunternehmertum' und andere UnternehmerInnen?“ am 5. November 2007. (5.8.2008 http://www.migrantinnen-gruenden.de/xd/public/content/index.html?_E3qFXmO4Ed2rmUL1waQLzg&pid=43).
- Flap, H. / Kumcu, A. / Bulder, B. (2000): The social capital of ethnic entrepreneurs and their business success. In J. Rath (Hg.), *Immigrant Businesses. The Economic, Political and Social Environment*. London, 142-161.
- Georgellis, Y. / Wall H. (2000): Who are the self-employed? Review Federal Reserve Bank of St. Louis, 15-23.
- Goldberg, A. (1999): Der türkische Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland, Erfolgsgeschichte und Zukunftsperspektive. Zentrum für Türkeistudien. Essen.
- Goldberg, A. / Şen, F. (1992): Ein neuer Mittelstand? Unternehmensgründungen von ehemaligen türkischen Arbeitnehmern in der Bundesrepublik Deutschland. In: *ZfT Aktuell*, 11.
- Goldberg, A. / Şen, F. (1997): Türkische Unternehmer in Deutschland. Wirtschaftliche Aktivitäten einer Einwanderungsgesellschaft in einem komplexen Wirtschaftssystem. In: Häußermann, H. / Oswald, I. (Hg.): *Zuwanderung und Stadtentwicklung*. Leviathan Sonderheft, 17, 63-84.
- González, T. (2003): Qualitative Evaluation des ESF-Projekts: Informations- und Beratungszentrums für ausländische Existenzgründer und Betriebe, unveröffentlichtes Skript, TU Hamburg-Harburg, AB 1-06, Stadt- und Regionalsoziologie (Prof. Dr. Ingrid Breckner).
- Granato, N. / Kalter, F. (2001): Die Persistenz ethnischer Ungleichheit auf dem deutschen Arbeitsmarkt. Diskriminierung oder Unterinvestition in Humankapital? *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 53, 3, 497-520.
- Granovetter, M. (1990): Entrepreneurship, Development and the Emergence of Firms. In: Wissenschaftszentrum für Sozialforschung Berlin Discussion Paper, FSI, 90, 2.
- Granovetter, M. (1995): The economic sociology of firms and entrepreneurs. In: Portes, A. (Hg.): *The economic sociology of immigration: Essays on networks, ethnicity and entrepreneurship*. New York, 128-165.
- Greene, P. G. / Hart, M.M. / Gatewood, E.J. / Brush, C.G. / Carter, N.M. (2003): *Women Entrepreneurs: Moving Front and Center: An Overview of Research and Theory*. Coleman White paper (manuscript).
- Greif, S. / Günther, G. / Jenikowski, A. (1999): Erwerbslosigkeit und beruflicher Abstieg von Aussiedlerinnen und Aussiedlern. In: Bade, K.J. / Oltmer, J. (Hg.): *Aussiedler: Deutsche Einwanderer aus Osteuropa*. Osnabrück, 81-106.
- Haber, I. (2008a): Gründen Migrantinnen „anders“? Potenziale und Hindernisse von Unternehmensgründungen. Präsentation zum Workshop des BMBF-Projektes „Gründungen durch Migrantinnen“, 12. Juni 2008, Berlin (5.8.2008: http://www.migrantinnen-gruenden.de/xd/public/content/index.html?_E3qFXmO4Ed2rmUL1waQLzg&pid=36).

- Haber, I. (2008b): Unternehmensgründungen durch Migrantinnen: Ergebnisse der qualitativen Befragung von Gründerinnen und Expertinnen/Experten. Präsentation auf der Internationalen Tagung „From ‚Normal Entrepreneurship‘ to ‚Entrepreneurial Diversity‘?“ 6.-7. März 2008, Berlin. (4.8.2008 http://www.migrantinnen-gruenden.de/xd/public/content/index.html?_E3qFXmO4Ed2rmUL1waQLzg&pid=38).
- Häußermann, H. / Siebel, W. (2001): Soziale Integration und ethnische Schichtung: Zusammenhänge zwischen räumlicher und sozialer Integration. Berlin / Oldenburg.
- Häußermann, H. / Siebel, W. (2007): Integration trotz Segregation - zum Stand der Forschung. In: Schader Stiftung, Deutscher Städtetag (Hg.): Handlungsfeld: Stadträumliche Integrationspolitik. Ergebnisse des Projekts „Zuwanderer in der Stadt“, 92-119.
- Hakim, C. (1998): Social Change and Innovation in the Labor Market. New York.
- Hartmann, P.H. (1998): Intergenerationale berufliche Mobilität in West- und Ostdeutschland. In: Braun, M. (Hg.): Blickpunkt Gesellschaft 4: Soziale Ungleichheit in Deutschland. Opladen, 43-76.
- Haug, S. (2005): Soziales Kapital und Kettenmigration. Italienische Migranten in Deutschland. Schriftenreihe des Bundesinstituts für Bevölkerungsforschung.
- Haug, S. (2005): Die Datenlage im Bereich der Migrations- und Integrationsforschung, Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF), Working-Papers 1/2005.
- Haug, S. / Heins, F. (2005): Italian Migrants in Germany. A statistical overview and a research bibliographical note. In: Studi Emigrazione/International Journal of Migration Studies, 158, 227-244.
- Hayen, D. / Unterberg, M. (2008): Gründungspotentiale und Hemmnisse von Migrantinnen in der Region Hannover. Studie im Auftrag der hannoverimpuls GmbH.
- Hayen, D. / Unterberg, M. / Tiedemann, B. (2006): Stärken ausbauen – Existenzgründung von Migranten aus Nicht-EU-Staaten. Länderbericht Deutschland im Rahmen des Projekts INTI-Making Strength meet Demand. Hamburg.
- Heckmann, F. (1981): Die Bundesrepublik: Ein Einwanderungsland. Stuttgart.
- Heckmann, F. (1999): Citizenship and Nation in Germany. Old and New Concepts. In: efms Paper, 32.
- Helvacı, H. (2004): Migrantenspezifisches Coaching, Gründung Aktuell 4, 5.
- Hernold, P. / Loeffelholz, H.-D. (2001): Berufliche Integration von Zuwanderern. Gutachten im Auftrag der Unabhängigen Kommission „Zuwanderung“ beim Bundesminister des Innern. Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung, Essen.
- Hettlage, R. (2005): Von Gastarbeiterinnen zu Gründerinnen: Migrantinnen als Unternehmerinnen in der Schweiz. In: Fenske, M. / Eggeling, T. (Hg.): Geschlecht und Ökonomie: Beiträge der 10. Arbeitstagung der Kommission für Frauen- und Geschlechterforschung der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde. Göttingen.
- Hettlage, R. / Juhasz, A. / Schubert, R. / Suter, Ch. (2007): Selbständig erwerbende Migrantinnen und Migranten: Gibt es Unterschiede zwischen den Generationen? In: Die Volkswirtschaft. Das Magazin für Wirtschaftspolitik 7/8.
- Hiebert, D. (2003): Canada: A False Consensus? In: Kloosterman, R. C. / Rath, J. (Hg.): Immigrant entrepreneurs: Venturing abroad in the age of globalization. Oxford.

- Hildebrandt, E. (2006): Unternehmerin, Zugewanderte, Erfolgsmensch - Jenseits aller Erwartungen. In: „Wir Frauen in Nordrhein-Westfalen“, Heft 2/2006. Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen (MGFFI). Düsseldorf.
- Hillmann, F. (1997): Geschlechtsspezifische Arbeitsmärkte für Migrantinnen in Berlin. In: Amann, R. / Neumann-Cosel, B. von (Hg.): Berlin - eine Stadt im Zeichen der Migration. Berlin, 122-124.
- Hillmann, F. (1998): Türkische Unternehmerinnen und Beschäftigte im Berliner ethnischen Gewerbe. Discussion Paper FS I 98-107. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung.
- Hillmann, F. (1999): A Look at the 'Hidden Side': Turkish Women in Berlin's Ethnic Labour Market. In: International Journal of Urban and Regional Research, 23, 2, 267–282.
- Hillmann, F. / Rudolph, H. (1997): Redistributing the cake? Ethnicisation process in the Berlin food sector. Discussion paper FS 97-101, Wissenschaftszentrum für Sozialforschung. Berlin.
- Hillmann, F. / Rudolph, H. (1997): Döner contra Boulette. Döner und Boulette. Berliner türkischer Herkunft als Arbeitskräfte und Unternehmer im Nahrungsgütersektor. In: Oswald, I. / Häussermann H. (Hg): Leviathan, Sonderheft Zuwanderung und Stadtentwicklung, 85–105.
- Hisrich, R. D. / Peters, M. P. (1998): Entrepreneurship. Boston.
- Hönekopp, E. (2007): Polnische Arbeitsmigranten auf dem Arbeitsmarkt in Deutschland zwei Jahre nach der Erweiterung. In: Nowicka, M. (Hg.): Von Polen nach Deutschland und zurück. Die Arbeitsmigration und ihre Herausforderungen für Europa. Bielefeld, 47-81.
- Honnef, G. (2007): Besser selbständig? Unternehmensgründungen von westdeutschen, ostdeutschen und türkischstämmigen Frauen. Königstein/Taunus.
- Institut für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim- ifm (2000): Geschlechtstypische Nachfolgeprobleme in kleinen und mittleren Unternehmen, Veröffentlichungen des Instituts für Mittelstandsforschung, Universität Mannheim, Grüne Reihe, 40.
- Jasper, G. / Haber, I. / Richter, U. A. (2008): Gründungsgeschehen bei Unternehmerinnen mit Migrationshintergrund. Ergebnisse einer quantitativen Befragung von Gründer/innen und Berater/innen. Berlin (unveröffentlichtes Manuskript).
- John, B. (2007): Existenzgründungsvorhaben von Ausländern in Baden-Württemberg. In: Statistisches Monatsheft Baden-Württemberg 3/2007.
- Jungbauer-Gans, M. (1993): Frauen als Unternehmerinnen. In: Beiträge zur Gesellschaftsforschung, Bd. 11. Frankfurt a.M.
- Jungbauer-Gans, M. (2000): Unternehmerinnen und soziale Netzwerke. Theoretische Überlegungen zum Erfolg von Betriebsinhaberinnen. In: Brandhauer-Schöffmann, I. / Bendl, R. (Hg.): Unternehmerinnen. Geschichte und Gegenwart selbständiger Erwerbstätigkeit von Frauen. Frankfurt, 274-289.
- Jungbauer-Gans, M. / Preisendörfer, P. (1992): Frauen in der beruflichen Selbständigkeit: eine erfolgreiche Alternative zur abhängigen Beschäftigung? Zeitschrift für Soziologie, 21, 1, 61-77.
- Kalleberg, A.L. / Leicht, K.T. (1991): Gender and Organizational Performance: Determinants of Small Business Survival and Success. In: Academy of Management Journal, 34, 1, 136-161.
- Kapphan, A. (1997): Russisches Gewerbe in Berlin. In: Häußermann, H. / Oswald, I. (Hg): Leviathan, Zuwanderung und Stadtentwicklung, Sonderheft 17, 121-137.

- Karlsson, T. / Honig, B. (2008): Judging a Business by its Cover: An Institutional Perspective on New Venture and the Business Plan. In: *Journal of Business Venturing*, 27-45.
- Kay, R. (2003): Die Entwicklung junger Unternehmen in Nordrhein-Westfalen. In: IfM Bonn (Hg.): *Jahrbuch zur Mittelstandsforschung 2/2002*.
- Kay, R. / Kranzusch, P. / Suprinovic, O. (2004): Restart: Eine zweite Chance für gescheiterte Unternehmer? *Schriften zur Mittelstandsforschung 103*. Wiesbaden.
- Kay, R. / Kranzusch, P. / Werner, A. (2006): Zum Einfluss des Unternehmerbildes auf die Gründungsaktivitäten von Frauen und Männern. In: Bührmann A. D. / Hansen, K. / Schmeink, M. / Schöttelndreier, A. (Hg.): *Das Unternehmerinnenbild in Deutschland. Ein Beitrag zum gegenwärtigen Forschungsstand*. Hamburg, 52-69.
- KfW Bankengruppe (Hg.) (2007): Unternehmensgründungen von Personen mit Migrationshintergrund. *WirtschaftsObserver online Nr. 27*. Frankfurt a. M.
- Kirzner, I. (1978): *Wettbewerb und Unternehmertum*. Tübingen.
- Kloosterman, R. / Leun, J. van der / Rath, J. (1999): Mixed embeddedness: (In)formal economic activities and immigrant businesses in the Netherlands. In: *International Journal of Urban and Regional Research*, 23, 2, 253-267.
- Kloosterman, R. / Rath, J. (2001): Immigrant entrepreneurs in advanced economies: Mixed embeddedness further explored. In: *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 27, 2, 189-201.
- Kloosterman, R. / Rath, J. (2003): *Immigrant entrepreneurs: Venturing abroad in the age of globalization*. Oxford.
- Knight, F.H. (1921): *Risk, uncertainty, and profit*. New York.
- Köllinger, P. / Minniti, M. / Schade, Ch. (2005): *Entrepreneurial Overconfidence: Evidence from a C.A.R.T. Approach*. Discussion Paper No. 465. DIW Berlin.
- Kohn, K. / Spengler, H. (2007): Unternehmensgründungen von Personen mit Migrationshintergrund, *KfW Research, WirtschaftsObserver online*, 27.
- Koller, B. (1997): Aussiedler der großen Zuwanderungswellen - was ist aus ihnen geworden? In: *MittAB*, 4, 766.
- Konsortium Bildungsberichterstattung (2006): *Bildung in Deutschland: Ein indikatorengestützter Bericht mit einer Analyse zu Bildung und Migration*. Im Auftrag der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland und des Bundesministeriums für Bildung und Forschung. Bielefeld.
- Kontos, M. (1997): Von der Gastarbeiterin zur Unternehmerin. Biographieanalytische Überlegungen zu einem sozialen Transformationsprozess. In: *Deutsch Lernen* 4/97, 275 -290.
- Kontos, M. (2003): Self-employment policies and migrants' entrepreneurship in Germany. *Entrepreneurship & Regional Development*, 15, 2, 119-135.
- Kontos, M. (2005): Migrantenökonomie – Auswege aus der Armut. In: Institut für Sozialarbeit und Sozialpädagogik e.V. (Hg.): *Migration und Soziale Arbeit*. Weinheim.
- Kontos, M. (2008): Socio-economic contexts of self-employment. In: Apitzsch, U. / Kontos, M. (Hg.): *Self-Employment Activities of Women and Minorities. Their Success or Failure in Relation to Social Citizenship Policies*. Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.
- Köbler, R. / Schiel, T. (1995): *Nationalstaat und Identität*. Frankfurt.

- Kristen, C. / Granato, N. (2004): Bildungsinvestitionen in Migrantenfamilien. In: Bade, K. J. / Bommers, M. (Hg.): Migration- Integration - Bildung. Grundfragen und Problembereiche, IMIS-Beiträge, 23, 123-142.
- Kristen, C. / Granato, N. (2007): The Educational Attainment of the Second Generation in Germany. Social Origins and Ethnic Inequality, IAB Discussion Paper 4/2007.
- Krueger, N. F. / Brazeal, D. (1994): Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. In: Entrepreneurship Theory and Practice, 18, 91-104.
- Kurz, K. / Müller, W. (1987): Class Mobility in the industrial World, Annual Review of Sociology, 13, 417-442.
- Laschet, A. (2007): Integration gelingt vor Ort. In: Schader Stiftung, Deutscher Städtetag (Hg.): Handlungsfeld: Stadträumliche Integrationspolitik. Ergebnisse des Projekts „Zuwanderer in der Stadt“, 153-160.
- Lauxen-Ulbrich, M. / Leicht, R. (2002): Entwicklung und Tätigkeitsprofil selbständiger Frauen in Deutschland. Eine empirische Untersuchung anhand der Daten des Mikrozensus. Veröffentlichungen des Instituts für Mittelstandsforschung, Universität Mannheim, Grüne Reihe, 46.
- Lauxen-Ulbrich, M./ Leicht, R. (2004): Unternehmerin und daneben auch noch Kinder? Lebensformen und Arbeitsgestaltung selbständiger Frauen in Deutschland. Eine empirische Untersuchung anhand der Mikrozensus-Daten. Veröffentlichungen des ifm Universität Mannheim, Grüne Reihe, 51.
- Lauxen-Ulbrich, M. / Leicht, R. (2005): Wie Frauen gründen und was sie unternehmen. Nationaler Report Deutschland. Konferenz der EU-Gemeinschaftsinitiative EQUAL "Women Way of Entrepreneurship". Bonn 18.02.2005.
- Lehnert, N. (2003): Existenzgründungen durch Migranten in Deutschland. Deutsche Ausgleichsbank (Hg.): Wirtschaftsdynamik durch Existenzgründungen von Migranten.
- Leicht, R. (2003): Profil und Arbeitsgestaltung solselbständiger Frauen und Männer: Versuch einer empirischen Verortung von Ein-Personen-Unternehmer/innen. In: Gottschall, K. / Voß, G. G. (Hg.), Entgrenzung von Arbeit und Leben. München, 231-260.
- Leicht, R. (2004): Bedeutung, Struktur und Triebkräfte der ethnischen Ökonomie in Baden-Württemberg", Konferenzbeitrag zur Fachtagung „Migranten als Unternehmer – Ein Beitrag zur Integration oder ein Wegbereiter ethnischer Abkapselung?“ des Ausländerbeauftragten der Landesregierung Baden-Württemberg. Stuttgart 29.11.2004.
- Leicht, R. (2006): Strukturelle Integration und berufliche Selbständigkeit. In: clavis 02/2006, 4-7.
- Leicht, R. / Luber, S. (2002): Berufliche Selbständigkeit im internationalen Vergleich. Die Bedeutung moderner Dienstleistungen in der neuen Arbeitswelt. In: Eichmann, H. / Kaupa I. / Steiner K. (Hg.): Game Over? Neue Selbständigkeit und New Economy nach dem Hype. Wien, 61-93.
- Leicht, R. / Lauxen-Ulbrich, M. (2002): Soloselbständige Frauen in Deutschland: Entwicklung, wirtschaftliche Orientierung und Ressourcen. Forschungsprojekt „Gründerinnen in Deutschland“ im Auftrag des BMBF. (Download-Paper Nr. 3: www.ifm.uni-mannheim.de).
- Leicht, R. / Lauxen-Ulbrich, M. (2004): Umfang und längerfristige Entwicklung selbständiger Frauen. In: Leicht, R. / Welter, F. (Hg.): Gründerinnen und selbständige Frauen. Potenziale, Strukturen und Entwicklungen in Deutschland. Karlsruhe, 41-53.
- Leicht, R. / Lauxen-Ulbrich, M. (2005): Entwicklung und Determinanten von Frauenselbständigkeit in Deutschland. Zum Einfluss von Beruf und Familie. In: Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship (ZfKE), 53, 2, 133-149.

- Leicht, R. / Leiß, M. / Philipp R. / Strohmeyer, R. (2001): Ausländische Selbständige in Baden-Württemberg. Eine empirische Untersuchung anhand der Daten des Mikrozensus. Veröffentlichungen des Instituts für Mittelstandsforschung, Universität Mannheim, Grüne Reihe, 43.
- Leicht, R. / Humpert, A. / Leiß, M. / Zimmer-Müller, M. / Lauxen-Ulbrich, M. / Fehrenbach, S. (2004): Die Bedeutung der ethnischen Ökonomie in Deutschland. Push- und Pull-Faktoren für Unternehmensgründungen ausländischer und ausländischstämmiger Mitbürger. Institut für Mittelstandsforschung, Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit.
- Leicht, R. / Humpert, A. / Leiß, M. / Zimmer-Müller, M. / Lauxen-Ulbrich, M. / Fehrenbach, S. (2005a.): Die Bedeutung der ethnischen Ökonomie in Deutschland. Push- und Pull-Faktoren für Unternehmensgründungen ausländischer und ausländischstämmiger Mitbürger. Kurzfassung einer Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit. Institut für Mittelstandsforschung, Universität Mannheim.
- Leicht, R. / Humpert, A. / Leiß, M. / Zimmer-Müller, M. / Lauxen-Ulbrich, M. (2005b): Existenzgründungen und berufliche Selbständigkeit unter Aussiedlern (Russlanddeutsche). Studie im Auftrag des Bundesamts für Migration und Flüchtlinge. Institut für Mittelstandsforschung, Universität Mannheim.
- Leicht, R. / Leiß, M. / Fehrenbach, S. (2005c): Social and economic characteristics of self-employed Italians in Germany. In: Studi Emigrazione / International Journal of Migration Studies, 158, 285-308.
- Leicht, R. / Leiß, M. (2006): Selbständigkeit – Eine Alternative für Migranten. In: Lentz, S. / Heinritz, G. / Tschaschel, S. (Hg.): Leben in Deutschland. Nationalatlas Bundesrepublik Deutschland, Band 12, Leibniz-Institut für Länderkunde. Elsevier, 68-69.
- Leicht, R. / Leiß, M. / Hermes, K. (2006): Bedeutung der ausländischen Selbständigen für den Arbeitsmarkt und den sektoralen Strukturwandel. Expertise für das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge. Nürnberg.
- Leicht, R. / Leiß, M. (2007): Planen türkischstämmige Gründer und Unternehmer anders? Zum Einfluss von „Kultur“ und individuellen Ressourcen. In: Meyer, J.-A. (Hg.): Planung in kleinen und mittleren Unternehmen - Jahrbuch der KMU-Forschung und –Praxis. Köln, 469-481.
- Leicht, R. / Philipp, R. (2007): Allein mit Wissen. Triebkräfte und Charakteristika der Entwicklung von Soloselbständigkeit in Deutschland. Wirtschaftspolitische Blätter, 4, 493-506.
- Leicht, R. / Leiß, M. / Philipp, R. (2007): Ethnische Herkunft, Migrationserfahrung und ihr Einfluss auf das unternehmerische Engagement in Deutschland“. 5. Nutzerkonferenz „Forschung mit dem Mikrozensus: Analysen zur Sozialstruktur und zum Arbeitsmarkt“, GESIS, Statistisches Bundesamt, Mannheim 15.Nov.
- Leicht, R. / Welter, F. (2004): Gründerinnen und selbständige Frauen. Potenziale, Strukturen und Entwicklungen in Deutschland. Karlsruhe.
- Li, P. S. (2000): Economic returns of immigrants self-employment. In: Canadian Journal of Sociology, 25, 1, 1-34.
- Light, I. (1972): Ethnic Enterprise in America. Berkeley, 1972.
- Light, I. (1984): Immigrant and ethnic enterprise in North America. In: Ethnic and Racial Studies, 7, 2, 195-216.
- Light, I. (2004): The ethnic ownership economy. In: Stiles, C. H. / Galbraith, C. S. (Hg.): Ethnic entrepreneurship: Structure and process. Amsterdam, 3-44.
- Light, I. / Bonacich, E (1988): Immigrant Entrepreneurs. Berkeley.
- Light, I. / Gold, S. (2000): Ethnic Economies. San Diego.

- Light, I. / Rosenstein, C. (1995): Expanding the interaction theory of entrepreneurship. In: Portes, A. (Hg.): The economic sociology of immigration. Essays on Networks, Ethnicity and Entrepreneurship. New York, 166-212.
- Loeffelholz, H.-D. von (2002): Beschäftigung von Ausländern – Chance zur Erschließung von Personal- und Qualifikationsreserven. In: Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (MittAB), 35, 4, 628-629.
- Loeffelholz, H.-D. von / Gieseck, A. / Buch, H. (1994): Ausländische Selbständige in der Bundesrepublik - Unter besonderer Berücksichtigung von Entwicklungsperspektiven in den neuen Bundesländern. Berlin.
- Loeffelholz, H.-D. von / P. Hernold (2001): Berufliche Integration von Zuwanderern. Gutachten im Auftrag der „Unabhängigen Kommission Zuwanderung“ beim BMI. <http://www.bmi.bund.de/frameset/index.jsp>.
- Lohmann, H. (2004): Berufliche Selbständigkeit von Frauen und Männern im internationalen Vergleich. Welche Rolle spielt die Vereinbarkeit von Familie und Erwerbstätigkeit? In: Schmid, G. / Gangl, M. / Kupka, P. (Hg): Arbeitsmarktpolitik und Strukturwandel: Empirische Analysen, BeitrAB 286. Nürnberg, 205-226.
- Lohmann, H. / Luber, S. (2004): Trends in Self-Employment in Germany: Different Types, Different Developments. In: Arum, R. / Müller, W. (Hg.): The Reemergence of Self-Employment: A Cross-National Study of Self-Employment Dynamics and Social Inequality, 36-74.
- Lombard, K. V. (2001): Female self-employment and demand for flexible, nonstandard work schedules. In: Economic Inquiry, 39, 2, 214-237.
- Lofstrom, M. (2000): A Comparison of the Human Capital and Signaling Models: The Case of the Self-Employed and the Increase in the Schooling Premium in the 1980's. IZA Discussion Papers 160, Institute for the Study of Labor (IZA).
- Luber, S. / Leicht, R. (2000): Growing self-employment in Western Europe: An effect of modernization? In: International Review of Sociology, 10, 1, 101-123.
- Lucas, L. M. (2006): Capital Accessibility, Gender, and Ethnicity: The Case of Minority Women-owned Firms. In: New England Journal of Entrepreneurship, 9, 1, 41-60.
- Marger, M. N. (2001): Social and human capital in immigrant adaptation: the case of Canadian business immigrants. In: Journal of Socio - Economics 30/2001, 169–170.
- May-Strobl, E. et al. (2005): Die Ich-AG als neue Form der Existenzgründung aus der Arbeitslosigkeit. Gesellschaft für innovative Beschäftigungsförderung mbH (GIB) und Institut für Mittelstandsforschung (IfM), Arbeitspapiere 13, Bonn.
- McClelland, D. C. (1961): The Achieving Society. Princeton.
- McClelland, D. C. (1987): Characteristics of successful entrepreneurs. In: Journal of Creative Behaviour, 3, 219-233.
- McManus, P. A. (2001): Women's Participation in Self-Employment in Western Industrialized Nations. In: International Journal of Sociology, 31, 2, 2001, 70-97.
- Mertens, A. (GIB) (2007): Sonderbericht: Arbeitsmarktreport Nordrhein-Westfalen 2007. Migrantinnen und Migranten auf dem Arbeitsmarkt. Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf.
- Metzger, G. / Niefert, M. / Licht, G. (2008): High-Tech-Gründungen in Deutschland: Trends, Strukturen, Potenziale. Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW). Mannheim.

- Meyer, R. / Harabi, N. (2000): Frauen-Power unter der Lupe: Geschlechtsspezifische Unterschiede zwischen Jungunternehmerinnen und Jungunternehmern, Ergebnisse einer empirischen Untersuchung, Fachhochschule Solothurn. Reihe A: Discussion Paper 2000-04. Solothurn.
- Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen (2007): Sozialbericht Nordrhein-Westfalen 2007. Düsseldorf.
- Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen (MGFFI) (2007): Erfolgreich arbeiten mit zwei Kulturen. Zuwanderinnen und ihre Unternehmen. Düsseldorf.
- Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen (2008): Sozialbericht Nordrhein-Westfalen 2008. Düsseldorf.
- Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen (MGFFI) (2008a): Nordrhein-Westfalen: Land der neuen Integrationschancen. 1. Integrationsbericht der Landesregierung. Düsseldorf.
- Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen (MGFFI) (2008b): Zuwanderungsstatistik Nordrhein-Westfalen, Zahlenspiegel, Ausgabe 2006. Düsseldorf.
- Minniti, M./ Arenius, P./ Langowitz, N. (2005): Global Entrepreneurship Monitor 2004. Report on Women and Entrepreneurship. Babson College.
- Mohr, H. (1997): Wissen als Humanressource. In: Clar, G. / Doré, J. / Mohr, H. (Hg.): Humankapital und Wissen. Heidelberg, 13-27.
- Mora, M. / Dàvila A. (2005): Ethnic group size, linguistic isolation and immigrant entrepreneurship in the USA. In: Entrepreneurship & Regional Development, 17, September, 389–404.
- Müller N. (2009): Akademikerausbildung in Deutschland: Blinde Flecken beim internationalen OECD-Vergleich. In: BiBB, BWP, 42-46.
- Müller, W. / Arum, R. (2003): Self-Employment Dynamics in Advanced Economies. In: Arum, R. / Müller, W. (Hg.): The Re-emergence of Self-Employment: A Cross-National Study of Self-Employment Dynamics and Social Inequality. Princeton.
- Niefert, M. / Tchouvakhina, M. V. (2005): Gründungen aus der Arbeitslosigkeit. Besondere Merkmale und Unterschiede zu anderen Gründungen. ZEW, KfW.
- North, D. (1990): Institutions, institutional change and economic performance. Cambridge.
- Nowicka, M. (2007): Von Polen nach Deutschland und zurück. Die Arbeitsmigration und ihre Herausforderungen für Europa. Bielefeld.
- Nowicka, M. (2008): Bestimmungsmomente der Migration in kosmopolitischer Perspektivierung. Beitrag zur Internationalen Tagung „From ‚Normal Entrepreneurship‘ to ‚Entrepreneurial Diversity‘?“, 6.-7. März 2008. Berlin.
- Nowicka, M. / Zielńska, M. (2007): Selbständigkeit und Firmengründung - Zur neuen sozialen Lage der polnischen Migranten in München. In: Nowicka, M. (Hg.): Von Polen nach Deutschland und zurück. Die Arbeitsmigration und ihre Herausforderungen für Europa. Bielefeld, 179-205.
- OECD (2007): Education at a glance: OECD Indicators. Paris.
- OECD (2008): Education at a glance: OECD Indicators. Paris.

- Özcan, V. (2002): Selbständigkeit von Ausländern in Deutschland - Integration oder Marginalisierung? Unveröffentlichte Diplomarbeit, Humboldt-Universität Berlin.
- Özcan, V. (2004): Aspekte der sozio-ökonomischen und sozio-kulturellen Integration der türkischstämmigen Bevölkerung in Deutschland. In: Özdemir, C. (Hg.): Die Situation der türkischstämmigen Bevölkerung in Deutschland, Gutachten im Auftrag des Sachverständigenrates für Zuwanderung und Integration. Berlin.
- Özcan, V / Seifert, W. (2000): Selbständigkeit von Immigranten in Deutschland – Ausgrenzung oder Weg der Integration? In: Soziale Welt, 51, 3, 289-302.
- Özcan, V. / Seifert, W. (2003): Die Arbeitsmarktintegration ausländischer Selbständiger. In: Statistische Analysen und Studien Nordrhein-Westfalen, Band 8.
- Papendieck-Rocksloh, B. (1988): Frauenarbeit am Straßenrand: Kenkeyküchen in Ghana. Hamburg.
- Parker, S. (2004): The Economics of Self-Employment. Cambridge: Cambridge University Press, 114-124.
- Pearce, S. C. (2005): Today's Immigrant Woman Entrepreneur. In: Immigration Policy in Focus, 4, 1, 1-17
- Pfau-Effinger, B. (2001): Wandel wohlfahrtsstaatlicher Geschlechterpolitiken im soziokulturellen Kontext. In: Heintz, B. (Hg.): Geschlechtersoziologie. Sonderband 41 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen, 487-511.
- Piorkowsky, M.-B. (2005): Teilzeitselbständigkeit. In: Welter, F. (Hg.): Dynamik im Unternehmenssektor: Theorie, Empirie und Politik. Berlin, 155-174.
- Plahuta, S. (2005): Ethnische Ökonomie: Migranten als Unternehmer – integrierende oder marginalisierende Effekte? In: epd-Dokumentation, 37, 50-53.
- Portes, A. (1995): The Economic Sociology of Immigration. A Conceptual Overview. In: The Economic Sociology of Immigration. Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship, 1-41.
- Portes, A. / Bach, R. (1985): Latin Journey: Cuban and Mexican Immigrants in the United States. Berkeley.
- Portes, A./ Shafer, S. (2007): Revisiting the Enclave Hypothesis: Miami Twenty-Five Years Later. In: Research in the Sociology of Organizations 25 (The Sociology of Entrepreneurship), 157-190.
- Portes, A. / Zou, M. (1996): Entrepreneurship and Economic Progress in the Nineties: A Comparative Analysis of Immigrants and African Americans. In: Immigration and Opportunity: Race, Ethnicity, and Employment in the United States. New York. 143-171.
- Preisendörfer, P. (1999): Zugangsweisen zur beruflichen Selbständigkeit und die Erfolgchancen neu gegründeter Betriebe. In: Rosenstiel, L. / Lang-von-Wins, T.: Existenzgründung und Unternehmertum, Stuttgart. 49-71.
- Pütz, R. (2000): Von der Nische zum Markt? Türkische Einzelhändler im Rhein-Main-Gebiet. In: Escher, A. (Hg.): Ausländer in Deutschland. Probleme einer transkulturellen Gesellschaft aus geographischer Sicht. Mainz, 28.
- Pütz, R. (2003): Unternehmen türkischer Herkunft in Deutschland – „Gründungsboom“ aus makroanalytischer Sicht, das Beispiel Berlin. In: Geographische Rundschau, 55, 4, 26-31.
- Pütz, R. / Schreiber, V. / Welppe, I. (2007): Ethnicity, gender and entrepreneurship: Turkish entrepreneurs in Germany. In: Dana, L. (Hg.): Handbook of Research in Ethnic Minority Entrepreneurs. Cheltenham. 488-510.

- Raes, S. (1999): Regionalisation in a Globalising World: The Emergence of Clothing Sweatshops in the European Union. In: Rath, J. (Hg.): Immigrant Business: the Economic, Political and Social Environment, 20-36.
- Reimann, B. (2006): Potenziale und Möglichkeiten von Migrantinnen und Migranten zur Existenz- und Unternehmensgründung im Stadtteil Marzahn Nordwest. Studie im Auftrag der QuartiersAgentur Marzahn NordWest. Berlin.
- Reize, F. (2004): Leaving Unemployment for Self-Employment. An Empirical Study, ZEW Economic Studies, Heidelberg.
- Rosa, P. / Carter, S. / Hamilton, D. (1996): Gender as a determinant of small business performance: insights from a British study. *Small Business Economics*, 8, 463–78.
- Rosa, P. / Hamilton, D. / Carter, S. / Burns, H. (1994): The impact of gender on small business management: preliminary findings of a British study. *International Small Business Journal*, 12, 3, 25–32.
- Rother, N. (2008): Das Integrationspanel: Ergebnisse zur Integration von Teilnehmern zu Beginn ihres Integrationskurses. Nürnberg: Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, Working Paper 19.
- Salentin, K. / Wilkening, F. (2003): Ausländer, Eingebürgerte und das Problem einer realistischen Zuwanderer-Integrationsbilanz. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 55, 2, 278–298.
- Sanders, J. M. / Nee, V. (1996): Immigrant Self-Employment: The Family as Social Capital and the Value of Human Capital. *American Sociological Review* 61, 2, 231-249.
- Santel, B. (2008): Integrationsmonitoring: Neue Wege in Nordrhein-Westfalen. In: *Rat für Migration: Politische Essays zu Migration und Integration* 2/2008.
- Santel, B. / Hollifield, J. F. (1998): Erfolgreiche Integrationsmodelle? Zur wirtschaftlichen Situation von Einwanderern in Deutschland und den USA. In: *Bommes, M. / Halfmann, J. (Hg.): Migration in nationalen Wohlfahrtsstaaten: Theoretische und vergleichende Untersuchungen*, IMIS, Bd. 6.
- Sauer, M. (2004): Türkische Unternehmen in Nordrhein-Westfalen. Eine empirische Studie über ihre Aktivitäten, Standorte, Wünsche und Einschätzungen. Im Auftrag der Gesellschaft für Wirtschaftsförderung Nordrhein-Westfalen mbH (GfW). Stiftung Zentrum für Türkeistudien (ZfT). Essen.
- Sauer, M. (2007): Perspektiven des Zusammenlebens: Die Integration türkischstämmiger Migranten in Nordrhein-Westfalen. Stiftung Zentrum für Türkeistudien. Essen.
- Schaefer, M. / Thränhardt, D. (1998): Inklusion und Exklusion: Die Italiener in Deutschland. In: *Thränhardt, D. (Hg.): Einwanderung und Einbürgerung in Deutschland, Jahrbuch Migration 1997/1998*. Münster, 149-178.
- Schimpl-Neimanns, B. (2003): Umsetzung der Berufsklassifikation von Blossfeld auf die Mikrozensus 1973-1998. ZUMA-Methodenbericht 2003/10.
- Schmeink, M. / Schöttelndreier, A. (2006): Facetten des Unternehmerinnenbildes - die Untersuchung des Selbst- und Fremdbildes von Unternehmerinnen in Deutschland. In: *Büchmann A. D. / Hansen, K. / Schmeink, M. / Schöttelndreier, A. (Hg.): Das Unternehmerinnenbild in Deutschland. Ein Beitrag zum gegenwärtigen Forschungsstand*. Hamburg, 29-51.
- Schmid, K. / Mandl, I. / Dorr, A. / Staudenmayer, B. / Haberfellner, R. (2006): Entrepreneurship von Personen mit Migrationshintergrund. Endbericht zur Studie im Auftrag des AMS Österreich.
- Schmidt, D. (2000): Unternehmertum und Ethnizität - ein seltsames Paar. *PROKLA, Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft*, 120, 30, 3, 335-362.

- Schuleri-Hartje, U.-K. (2007): Rolle, Funktion und Bedarfe ethnischer Ökonomie im Stadtteil. www.Stadtteilarbeit.de.
- Schuleri-Hartje, U.-K. / Floeting, H. / Reimann, B. (2005): Ethnische Ökonomie. Integrationsfaktor und Integrationsmaßstab. Darmstadt: Schader-Stiftung.
- Schumpeter, J.A. (1926): Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. 2., neubearb. Aufl. 1931. München/Leipzig.
- Schunck, R. / Windzio M. (2009): Ökonomische Selbständigkeit von Migranten in Deutschland: Effekte der sozialen Einbettung in Nachbarschaft und Haushalt. In: Zeitschrift für Soziologie, 38, 2, 113-130.
- Seifert, W. (2001): Berufliche Integration von Zuwanderern in Deutschland. Gutachten für die „Unabhängige Kommission Zuwanderung“ beim Bundesministerium des Innern (BMI). Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf.
- Seifert, W. (2007): Integration und Arbeit. In: APuZ 22-23, 12-18.
- Seifert, W. (2008): Aussiedlerinnen und Aussiedler – Neue Erfassungsmöglichkeiten und sozioökonomisches Profil. In: Statistische Analysen und Studien Nordrhein-Westfalen, Band 53. Düsseldorf. 11-23.
- Semlinger, K. / Behr, M. von (2004): Die Internationalisierung kleiner und mittlerer Unternehmen als Wissensproblem. In: Behr, M. / Semlinger, K. (Hg.): Internationalisierung kleiner und mittlerer Unternehmen - Neue Entwicklungen bei Arbeitsorganisation und Wissensmanagement. Frankfurt/New York, 15-42.
- Şen, F. (2002): Türkische Minderheit in Deutschland. In: Informationen zur politischen Bildung, 277, 53-61.
- Şen, F. / Goldberg, A. (1994): Türken in Deutschland. Leben zwischen zwei Kulturen. München.
- Şen, F. / Sauer, M. (2005): Türkische Unternehmer in Berlin. Struktur – Wirtschaftskraft – Problemlagen. Eine Analyse der Stiftung Zentrum für Türkeistudien im Auftrag des Beauftragten des Senats von Berlin für Integration und Migration. Duisburg.
- Simmel, G. (1908): Exkurs über den Fremden. In: Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung. Frankfurt a.M., 1992, 764-771.
- Sombart, W. (1911): Die Juden und das Wirtschaftsleben. Leipzig.
- Sommerkorn, I. H. / Liebsch, K. (2002): Erwerbstätige Mütter zwischen Beruf und Familie: Mehr Kontinuität als Wandel. In: Nave-Herz, R. (Hg.): Kontinuität und Wandel der Familie in Deutschland. Stuttgart.
- Sternberg, R. (2000): Entrepreneurship in Deutschland – das Gründungsgeschehen im internationalen Vergleich: Länderbericht Deutschland 1999 zum Global Entrepreneurship Monitor. Berlin.
- Sternberg, R. / Bergmann, H. / Lückgen, I. (2004): Global Entrepreneurship Monitor. Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich. Länderbericht Deutschland 2003. Köln.
- Sternberg, R. / Brixy U. / Schlapfner, J.-F. (2006): Global Entrepreneurship Monitor-Länderbericht Deutschland 2005, Universität Hannover.
- Sternberg, R. / Brixy, U. / Hundt, C. (2007): Global Entrepreneurship Monitor. Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich. Länderbericht Deutschland 2006. Hannover, Nürnberg.
- Stevenson, H. H and Gumpert, D. E. (1985): The heart of entrepreneurship. In: Harvard Business Review, 85–94.

- Storey, D. B. (1994): Understanding the Small Business Sector. London, 60-67.
- Strohmeyer, R. (2004): Berufliche Ausbildung und Gründungsaktivitäten im Geschlechtervergleich. In: Leicht, R. / Welter, F. (Hg.): Gründerinnen und selbständige Frauen. Potenziale, Strukturen und Entwicklungen in Deutschland. Karlsruhe, 97-118.
- Strohmeyer, R. (2004b): Studienfachwahl und berufliche Platzierung von selbständigen Akademikerinnen. In: Leicht, R. / Welter, F. (Hg.): Gründerinnen und selbständige Frauen. Karlsruhe, 119-137.
- Strohmeyer, R. / Leicht, R. (2000): Small Training Firms: A Breeding Ground for Self-Employment? In: International Journal of Sociology, 30, 4, 59-89.
- Strohmeyer, R. / Tonoyan, V. (2005): Bridging the gender gap in employment growth. On the role of Innovativeness and occupational segregation. In: International Journal of Entrepreneurship and Innovation, 6, 4, 259-274.
- Struder, I. R. (2001): Migrant self-employment in a European global city – the importance of gendered power relations and performances of belonging for Turkish women in London. Online paper: http://www.kingston.ac.uk/geosci/abstracts/struder_turkish_self_employment.pdf.
- Taylor, M. P. (1999): Survival of the fittest? An analysis of self-employment duration in Britain. In: Economic Journal, 109, 140-155.
- Teixeira, C. (2001): Community Resources and Opportunities in Ethnic Economies: A Case Study of Portuguese and Black Entrepreneurs in Toronto. In: Urban Studies, 38, 11, 2055-2078.
- Timm, E. (2000): Kritik der ethnischen Ökonomie. In: Verein zur Kritik der politischen Ökonomie e.V. (Hg.): Ethnisierung und Ökonomie. Prokla 120, 30, 3. Berlin, 363-376.
- Tonoyan, V. / Strohmeyer, R. (2004): "Perceived Difficulty of Becoming Self-Employed: The Impact of Social, Human and Financial Capital. A Cross-Gender and Cross-Country Comparison within Europe". Proceedings of the International Conference on Entrepreneurship: Contexts, Locales and Values, OECD Leed Programme, University of Essex & Paris Dauphine University. Paris, 22-24 September.
- Tonoyan, V. / Strohmeyer, R. (2005/2006): Employment Growth and Firm Innovativeness: An Empirical Investigation of Women- and Men-Owned Small Ventures in Germany. In: Achleitner, A.-K. / Klandt, H. / Koch, L. / Vogt, K.-I. (Hg.) Jahrbuch Entrepreneurship 2005/2006, Gründungsforschung und Gründungsmanagement. Berlin / Heidelberg / New York, 323-353.
- Tonoyan, V. / Strohmeyer, R. / Leicht, R. (2007): Entrepreneurial Potential among Female and Male Employees in Europe: A Resource-Based View. In: Bührmann, A. D. et al. (Hg.): Entrepreneurial Diversity – UnternehmerInnen zwischen Businessplan und Bricolage. Hamburg, 57-86.
- Venema, M. / Grimm, C. (2002): Situation der ausländischen Arbeitnehmer und ihrer Familienangehörigen in der Bundesrepublik Deutschland. Repräsentativuntersuchung 2001. Teil A, Forschungsbericht im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Sozialordnung. München.
- Verband Deutscher Gründungsinitiativen (VDG) (2006): Arbeitskreis „Unternehmensgründungen von MigrantInnen“.
- Wagner, J. (2006): Are nascent entrepreneurs 'Jacks-of-all-trades'? A test of Lazear's theory of entrepreneurship with German data, Applied Economics, 38, 2415-2419.
- Waldinger, R. / Aldrich, H. / McEvoy, D. (1990): Spatial Dimensions of Opportunity Structures. In: Waldinger, R. / Aldrich, H. / Ward, R. (Hg.): Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies. 106-130.

- Waldinger, R. / Aldrich, H. / Ward, R. (1990): Opportunities, Group Characteristics and Strategies.
In: Waldinger, R. / Aldrich, H. / Ward, R. (Hg.): Ethnic entrepreneurs. Immigrant business in industrial societies. Newberry Park / London / Delhi, 13-49.
- Ward, R. / Reeves, F.(1980): West Indians in business in Britain. London.
- Watson, J. (2003): Failure rates for female-controlled business: Are they different?
In: Journal of Small Business Management, 41, 3, 262-277.
- Weber, M. (1904): Die protestantische Ethik und der „Geist“ des Kapitalismus.
In: Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik, 20, 1-50.
- Weber, M. / Jansen, D. (2003): Zur Organisation des Gründungserfolgs. Eine organisationstheoretische Untersuchung des Erfolgs neu gegründeter Betriebe im Ruhrgebiet. Wiesbaden.
- Welter, F. (2000): Gründungspotenzial und Gründungsprozess in Deutschland – Eine konzeptionelle und empirische Betrachtung. Schriften und Materialien zu Handwerk und Mittelstand, Rheinisch-Westfälisches Instituts für Wirtschaftsforschung Essen, 4.
- Welter, F. (2003): Strategien, KMU und Umfeld. In: RWI - Schriften, 69. Berlin.
- Welter, F. (2004): Gründerinnenpotenziale. In: Leicht, R. / Welter, F. (Hg.): Gründerinnen und selbständige Frauen. Karlsruhe, 54-71.
- Welter, F. (2006): „Süßes Leben mit bitteren Noten“. Unternehmerinnen und Gründerinnen in der deutschen Presse - Eine diskursanalytische Betrachtung. Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen (MGFFI). Düsseldorf.
- Welter, F. / Rosenblatt, v. B. (1998): Der Schritt in die Selbständigkeit: Gründungsneigung und Gründungsfähigkeit in Deutschland. In: Zeitschrift für Klein- und Mittelunternehmen, 4, 46, 234-248.
- Welter, F. / Achtenhagen, L. (2006): Unternehmerintention und Unternehmerinnenidentität.
In: Bührmann A. D. / Hansen, K. / Schmeink, M. / Schöttelndreier, A. (Hg.): Das Unternehmerinnenbild in Deutschland. Ein Beitrag zum gegenwärtigen Forschungsstand. Hamburg, 73-90.
- Welter, F. / Ammon, U. / Trettin, L. (2004): Netzwerke und Unternehmensgründungen von Frauen. RWI: Schriften, 76. Berlin.
- Welter, F. / Trettin, L. (2006): The Spatial Embeddedness of Networks for Women Entrepreneurs.
In: Fritsch, M. / Schmude, J. (Hg.): Entrepreneurship in the Region. New York.
- Werner, L. (2009): Transnationalismus unter polnischen Selbständigen. Die Bedeutung und Anwendung des transnationalistischen Konzeptes zur Erforschung von Migrantenselbständigkeit. Unveröffentlichte Seminararbeit, Universität Mannheim.
- Werner, A. / Kay, R. / Kranzusch, P. (2007): Einflussfaktoren auf die Identifikation mit dem Unternehmerbild - Eine geschlechtsspezifische Analyse im Kontext deutscher Gründungsmessen. In: Bührmann, A. D. / Hansen, K. / Schmeink, M. / Schöttelndreier, A. (Hg.): Entrepreneurial Diversity-UnternehmerInnen zwischen Businessplan und Bricolage. Hamburg, 87-111.
- Westphal, M. (2006): Frauen und Zuwanderungsgeschichte. In: Wir Frauen in Nordrhein-Westfalen. Verschiedene Herkunft – Gemeinsame Zukunft! Heft 2/2006. Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen (MGFFI). Düsseldorf.

- Wiebe, D. (1984): Zur sozioökonomischen Bedeutung der türkischen Gewerbetreibenden in der Bundesrepublik Deutschland. In: Brandt, H. J. / Haase, C. P. (Hg.): *Begegnungen mit Türken; Begegnungen mit dem Islam*. Hamburg, 319-326.
- Willer, Ph. (2007): *Businessplan und Markterfolg eines Geschäftskonzepts*. In: *Betriebswirtschaftliche Forschung zur Unternehmensführung* 55. Wiesbaden.
- Wilpert, C (2000): *Germany: From workers to Entrepreneurs*. In: Kloosterman, R. / Rath, J. (Hg.): *Immigrant Entrepreneurship: Venturing Abroad in the Age of Globalisation (Chap 12)*. Oxford.
- Wilson, K. / Portes, A. (1980): *Immigrant enclaves: An analysis of the labor market experience of Cubans in Miami*, *American Journal of Sociology*, 86, 295–319.
- Wiley, N. F. (1973): *The Ethnic Mobility Trap and Stratification Theory*. In: Rose, P. (Hg.): *The Study of Society. An Integrated Anthology*. 3. Aufl. New York 1973, 400-411.
- Worbs, S. (2008): *Die Einbürgerung von Ausländern in Deutschland*. Working Paper 17 der Forschungsgruppe des Bundesamtes für Migration und Flüchtlinge. Reihe "Integrationsreport", Teil 3. Nürnberg.
- Yavuzcan, I. H. (2003): *Ethnische Ökonomie. Zur Ausformung ethnischen Unternehmertums von Türken und Iranern in personalen Beziehungen*. Hamburg.
- Yilmaz, S. (2007): *Die ökonomische und soziale Situation türkischstämmiger Unternehmer in Nordrhein-Westfalen - Kooperationen mit türkischstämmigen Unternehmen am Beispiel der Industrie- und Handelskammern in Nordrhein-Westfalen*. Dissertation an der Universität Duisburg-Essen.
- Zentrum für Türkeistudien - ZfT (1989): *Türkische Unternehmensgründungen: Von der Nische zum Markt*. Opladen.
- Zentrum für Türkeistudien - ZfT (2003): *Türkei-Jahrbuch des Zentrums für Türkeistudien 2002/2003*. Münster.
- Zentrum für Türkeistudien - ZfT (2007): *Perspektiven des Zusammenlebens: Die Integration türkeistämmiger Migranten in Nordrhein-Westfalen*. Zusammenfassung der achten Mehrthemenbefragung. Essen.
- Zentrum für Türkeistudien - ZfT (2007): *Nordrhein-Westfalen: Zentrum der türkischen Selbständigkeit in Deutschland. Entwicklungsgeschichte und Wirtschaftskraft türkischer Unternehmen in Nordrhein-Westfalen*. Essen.
- Zentralverband des Deutschen Handwerks (2008): *Handwerk 2007*.
- Ziegler, R. / Hinz, T. (1992): *Interesse und Bereitschaft zu beruflicher Selbständigkeit in Ost- und Westdeutschland*. In: Mohler, P. / Bandilla, W. (Hg.): *Blickpunkt Gesellschaft* 2. Opladen, 83-104.
- Zimmermann, K. F. / Hinte, H. (2005): *Zuwanderung und Arbeitsmarkt. Deutschland und Dänemark im Vergleich*. Berlin / Heidelberg / New York.
- Zou, M. (2004): *Revisiting ethnic entrepreneurship: Convergencies, controversies and conceptual advancements*. In: *International Migration Review*, 38, 3, 1040-1074.

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.

M

G

F

F

I

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

