

Migrant*innengeführte Betriebe in der Corona- Pandemie

**Eine qualitative Analyse
der aktuellen Situation und
der Herausforderungen
selbständiger Migrant*innen
in Nordrhein-Westfalen**

von Cem Şentürk



1. Ausgangslage und Problemstellung

Die Corona-Pandemie und die Versuche, sie zu begrenzen, beeinträchtigen die Wirtschaft in noch nicht absehbarem Ausmaß. Es deutet sich die schwerste Wirtschaftskrise in der Geschichte der Bundesrepublik an¹, die sich jedoch von bisherigen Rezessionen in einigen Merkmalen unterscheidet:

- Sie war anhand von Wirtschaftsdaten nicht prognostizierbar.
- Sie ist nicht nur global, sondern auch gleichzeitig: So gut wie alle Länder der Welt sind kurzfristig und ohne Zeitverzug betroffen.

- Sie betrifft alle Wirtschaftszweige, ganz besonders aber Solo-Selbständige und kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Unter diesen befinden sich in Deutschland überproportional viele Unternehmen, die von Menschen mit Einwanderungsgeschichte geführt werden.

Die wirtschaftlichen Folgen der Pandemie für die KMU schlagen sich aggregiert in der offiziellen Statistik und den Berichten der Wirtschaftsforschungsinstitute nieder, es fehlen jedoch Informationen über die spezifische Situation der migrant*innengeführten KMU einschließlich der Solo-Selbständigen.² Ein Grund dafür ist, dass der Migrationshintergrund zunächst für volkswirtschaftliche Betrachtungen keine Bedeutung hat und entsprechend nicht erfasst wird.

Aber auch jenseits von Wirtschaftsdaten sind Unternehmer*innen mit Migrationsgeschichte in Wirtschaftsverbänden und ihren Gremien eher schwach vertreten und können in der Folge ihren Interessen eher schwierig Gehör verschaffen, womit ihre spezifischen Probleme nicht kenntlich werden. Diesen spezifischen Problemen in der Coronakrise widmet die vorliegende Analyse. Die Studie wurde gefördert durch das Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes NRW.

2. Fragestellung und Vorgehensweise

Im Mittelpunkt der vorliegenden Analyse steht die Frage, inwiefern migrant*innengeführte Unternehmen in besonderer Weise von der Coronakrise betroffen sind. Aus qualitativen Interviews mit Vertreter*innen unterschiedlicher migrantischer Wirtschaftsverbände in NRW werden akute Bedarfe und Unterstützungsmöglichkeiten abgeleitet. Hierzu wurden 15 migrantische Unternehmensverbände in NRW per E-Mail über das Vorhaben informiert und ggf. im Anschluss telefonisch kontaktiert. Zwischen dem 30. November und 15. Dezember 2020³ wurden dann 13 leitfadengestützte telefonische Interviews mit leitenden Vertreter*innen der Verbände (Geschäftsführende oder Vorstandsmitglieder) durchgeführt.⁴ Zehn der interviewten Verbände vertreten überwiegend Unternehmer*innen aus der türkischen Herkunftsgruppe. Weitere Verbände organisierten die Interessen von Unternehmer*innen aus drei weiteren europäischen Ländern bzw. pflegten die Wirtschaftsbeziehungen mit diesen Ländern. Die Interviews dauerten zwischen 20 und 35 Minuten und wurden während des Gesprächs selektiv mit Blick auf die Fragestellung protokolliert.⁵

Die hier interviewten Verbände variierten hinsichtlich des Einzugsgebiets, der repräsentierten Branchen sowie der Betriebsgrößen und Wirtschaftskraft der Mitglieder. Dies bedeutet einerseits eine große Bandbreite an Erfahrungen, andererseits sind aber auch systematische Vergleiche erschwert, da kaum nach

einheitlichen Bedingungen kontrolliert werden kann. Daher wurden, im gleichen Zeitraum, 20 weitere leitfadengestützte Interviews mit Essener Unternehmer*innen mit Migrationshintergrund geführt, um die Informationsbasis zu verbreitern. Hier lag der Fokus auf den für die ethnische Ökonomie bedeutenden Branchen Gastronomie, Reise und Einzelhandel.⁶ Fünf der interviewten Unternehmer*innen waren in der Gastronomie aktiv, fünf weitere waren Nonfood-Einzelhändler*innen und vier waren in der Reisebranche tätig. Die restlichen sechs Interviews wurden mit Lebensmitteleinzelhändler*innen, Vertreter*innen des Handwerks und aus Dienstleistungsbranchen durchgeführt. 15 Interviews wurden telefonisch geführt und dauerten zwischen 15 bis 25 Minuten. Um sprachliche Schwierigkeiten bei der Ansprache und Durchführung der Interviews mit der Gruppe der Unternehmer*innen mit einer zeitlich näheren Fluchtgeschichte zu überbrücken, wurden einige Interviewpartner*innen in den Betriebsstätten direkt persönlich aufgesucht und Interviews geführt. Vier der fünf persönlich interviewten Unternehmer*innen waren im Zuge der Fluchtmigration von 2015/2016 nach Deutschland gekommen. Diese Gespräche dauerten jeweils rund 15 Minuten. Die Interviews wurden während des Gesprächs ebenfalls selektiv protokolliert.⁷

Die Analyse hat damit keinen Anspruch auf Repräsentativität, ist aber eine Exploration der Stimmung unter den migrant*innengeführten Betrieben in NRW und zeigt ihre spezifische Betroffenheit von der Coronakrise.⁸ Um die Ergebnisse zu validieren, wurde der Bericht vor der Veröffentlichung den interviewten Wirtschaftsverbänden vorgelegt und Ergänzungs- und Änderungsvorschläge wurden in der Endfassung berücksichtigt.

3. Migrant*innengeführte Betriebe in der Coronakrise

Die interviewten Verbände haben so gut wie einhellig den Eindruck, dass die Selbständigen mit Migrationshintergrund von der Krise in besonderem Umfang betroffen sind. Hierfür werden strukturelle Ursachen

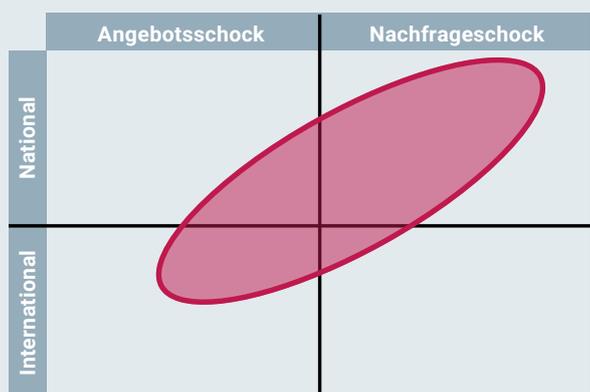
gesehen, die z.B. in der Branchenverteilung, Betriebsgrößen o.Ä. liegen. Zusätzlich werden unmittelbar migrationsbezogene Faktoren als Vor- oder Nachteile in Bezug auf den Umgang mit den pandemiebedingten Schwierigkeiten erwähnt (z.B. Sprachkenntnisse, Netzwerke u.Ä.).

Die in den Interviews mit den Vertreter*innen der Verbände geschilderten Probleme lassen sich grob in zwei Kategorien unterteilen:

1. Allgemeine wirtschaftliche Schwierigkeiten, die Migrant*innen aufgrund der Konzentration in bestimmten sozioökonomischen Gruppen oder in bestimmten Branchen anteilmäßig stärker treffen. Soloselbständige sind überproportional geringer beruflich qualifiziert, ihre Haushaltsgrößen und Einkommen machen sie krisenanfällig, Betriebsstandorte, Betriebsgröße, Betriebsalter und die Konzentration in bestimmten Branchen wirken sich negativ aus.
2. Gruppenspezifische Schwierigkeiten, die auch vor der Coronakrise bestanden und sich nun verschärfen. Zu solchen Schwierigkeiten zählen Informationsmangel, das Fehlen von belastbaren Netzwerken und Liquiditäts- wie Finanzierungsprobleme.

Bevor diese Schwierigkeiten im Detail dargestellt werden, gehen wir kurz auf den Einfluss der Coronakrise auf die Unternehmen ein. Sie führte zu gleichzeitigen Schocks auf der Nachfrage- und der Angebotsseite, die sowohl nationale als auch internationale Liefer- und Produktionsketten berührten.

Grafik: Einfluss der Coronakrise auf migrant*innengeführte Betriebe



Die Gespräche mit den Vertreter*innen der Unternehmensverbände und mit einzelnen Unternehmer*innen deuten darauf hin, dass die migrant*innengeführten Betriebe die Coronakrise eher als inländischen Nachfrageschock erlebt haben. Dies ist in erster Linie darauf zurückzuführen, dass der Anteil der Mikrounternehmen sehr hoch ist⁹ und viele Betriebe eher Teil der lokalen Liefer- und Produktionsketten sind.¹⁰ Die von den Interviewpartner*innen erwähnten angebots- und nachfragebezogenen inländischen Schwierigkeiten decken sich mit den allgemeinen Problemen und folgen aus den coronabedingten Beschränkungen des öffentlichen Lebens. Dabei waren die Corona-Schutzmaßnahmen nicht für alle migrant*innengeführte Betriebe nachteilig: Lebensmitteleinzelhandel, Bauunternehmen und Online-Shops wurden von den Interviewpartner*innen als Gewinner der Krise gesehen.

Von internationalen Problemen berichten eher die Vertreter*innen der überregional agierenden Wirtschaftsverbände, die eher größere Unternehmen organisieren, und diejenigen Unternehmen, die in größerem Umfang Arbeitgeber sind. Internationale Schwierigkeiten treten dann eher angebotsseitig auf. Insbesondere konnten zu Beginn der Krise Forderungen aus dem Ausland nicht realisiert werden. Hinzu kommen Produktionsumstellungen oder krankheits- und quarantänebedingte Ausfälle von Produktions- und Lieferketten. Reisebeschränkungen, -warnungen und Ausfälle im internationalen Reiseverkehr waren für die Reisebranche ein großes Problem, was sowohl angebotsbezogene als auch nachfragebezogene Schwierigkeiten bedeutete. Einige Unternehmen berichten, dass sie internationale Investitions- und Expansionspläne verschoben oder aufgegeben haben. Insbesondere verzeichnen die Beratungsfirmen signifikante Verluste, die grenzüberschreitende Geschäftsbeziehungen begleiten. Die Corona-Pandemie bedeutete aber nicht für alle international agierenden Firmen Umsatzeinbußen. Die Besorgung derjenigen Waren, die in Zeiten der Pandemie sehr stark nachgefragt werden, wie medizinische Masken und Schutzkleidung oder Desinfektionsmittel auf ausländischen Märkten, eröffnete demgegenüber einigen Unternehmen gute Geschäftschancen.

Die interviewten Verbände und Unternehmer*innen neigten zumeist dazu, ihre Einschätzungen über die wirtschaftlichen Folgen der Coronakrise zeitlich zu differenzieren. Dabei wurde oft auf zwei Zeitabschnitte rekurriert: 1. die große Schließung vom März bis Ende Mai 2020, 2. die Zeit der Lockerungen vom Juni bis Ende September 2020, 3. die Rückkehr der Pandemie und die Herbstschließungen ab Oktober 2020.

In der ersten Phase haben viele Unternehmer*innen Umsatzeinbußen erlitten, berichtet die Mehrheit der Verbände und der Unternehmen. Selbst Unternehmen, die über die gesamte Zeit keine Umsatzeinbußen oder sogar Umsatzsteigerungen verzeichneten, berichten, dass sie in dieser Phase Verluste hinnehmen mussten. Als Grund der Einbußen wird in erster Linie die Einschränkung des öffentlichen Lebens und eine plötzlich gestiegene Angst vor der Zukunft in allen Teilen der Gesellschaft genannt, was zu einem deutlichen Konsumrückgang führte. Vor allem betriebsinterne Schwierigkeiten (Arbeitsorganisation unter neuen Bedingungen) dominierten diesen Zeitraum. Die Unvorhersehbarkeit der Krise führte zu ggf. voreiligen Entscheidungen wie der Kündigung von Mitarbeitenden. Schwierigkeiten im Zahlungsverkehr waren ebenfalls in fast allen Branchen ein Problem. Die Ankündigung und schnelle Bearbeitung finanzieller und beschäftigungspolitischer Förderprogramme (vor allem Soforthilfen und Kurzarbeitergeld) scheinen solche Probleme zumindest reduziert zu haben.

Die im Mai 2020 begonnenen Lockerungen führten nach Auskunft vieler Verbände und Unternehmer*innen erst ab Anfang Juni dazu, dass die Umsätze auf die „normale“ Höhe stiegen oder diese sogar übertrafen. Eine Ausnahme davon ist erwartungsgemäß die Reisebranche.

Die relativ positive Stimmung in den Sommermonaten begann ab Mitte September angesichts der steigenden Corona-Fallzahlen wieder zu kippen, so die Erfahrung der Vertreter*innen der Verbände und der Unternehmer*innen. Da die Unternehmen nun aber die Konsequenzen der zweiten Pandemiewelle bereits besser einschätzen können, sind die Existenzängste für viele Betriebe im Vergleich zum Frühjahr geringer. Dies gilt

allerdings nicht für die Gastronomen, die ihre Betriebe ab November 2020 komplett schließen mussten.

3.1. Allgemeine wirtschaftliche Schwierigkeiten

Erste Studien zu den Folgen der Coronakrise für Wirtschaft und Arbeitsmarkt zeigen, dass die negativen Auswirkungen sich ungleichmäßig verteilen. Laut dem Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Institut (WSI) der Hans-Böckler-Stiftung geben in der Bevölkerung 26 % der Befragten mit Migrationshintergrund an, dass sie bereits Einbußen bezogen auf Arbeitssituation und Einkommen erlebt haben. Unter den Befragten ohne Migrationshintergrund liegt der entsprechende Anteil bei 21 %.¹¹ Um die Situation der selbständigen Migrant*innen einschätzen zu können, verfügen wir über keine quantifizierenden Daten, die sich unmittelbar auf diese Gruppe beziehen. Eine Annäherung ist aber über Daten der WSI-Studie möglich, wenn die dort identifizierten Merkmale zunächst auf die Gruppe der Migrant*innen und dann der Selbständigen unter ihnen bezogen werden.

Die WSI-Studie zeigt überdurchschnittliche Einbußen beim Haushalteinkommen gerade in den Gruppen mit niedrigem Einkommen. Der Studie zufolge haben die Haushalte mit einem monatlichen Einkommen von bis zu 1.500 Euro 33 % bis 47 %¹² ihres Einkommens verloren, die mit mehr als 3.200 Euro nur zwischen 12 % und 17 %.¹³ Laut Mikrozensus 2019 hatten 2 % der Haushalte in Deutschland weniger als 1.500 Euro monatliches Einkommen.¹⁴ Unter Haushalten nur mit Mitgliedern mit Migrationshintergrund steigt der Anteil auf 33 %. Gleichzeitig leben Migrant*innen durchschnittlich in größeren Haushalten¹⁵, und dies führt signifikant häufiger zu Einkommenseinbußen.¹⁶ Das durchschnittliche Einkommensniveau von selbständigen Migrant*innen liegt mit 2.500 Euro zwar höher als das durchschnittliche Nettoeinkommen der migrantischen Erwerbstätigen (1.869 Euro), aber deutlich niedriger als das Einkommensniveau von Unternehmer*innen ohne Migrationshintergrund (3.200 Euro).¹⁷ Ein weiterer Befund der WSI-Studie ist, dass die Wahrscheinlichkeit von Einkommenseinbußen sinkt, wenn Personen über einen höheren Bildungsabschluss

verfügen. Während nur 4 % Personen mit einer Promotion zum Befragungszeitpunkt im April 2020, also in der ersten Pandemiephase, bereits Einkommenseinbußen hatten, steigt der Anteil unter Personen mit Master-Abschluss auf 14 %, mit mittlerer Reife auf 22 % und mit Hauptschulabschluss auf 26 %. Unter den Schulabbrecher*innen steigt der Anteil von Personen mit Einkommenseinbußen sogar auf 37 %.¹⁸ Laut Mikrozensus 2019 haben 13 % der Personen mit Migrationshintergrund keinen Schulabschluss, während der bundesweite Durchschnitt bei 4 % und unter den Personen ohne Migrationshintergrund bei 2 % liegt.¹⁹ Ebenfalls ist der Anteil der Personen ohne berufliche Qualifikationen unter den Migrant*innen deutlich höher als unter den Menschen ohne Migrationshintergrund (37 % zu 12 %).²⁰ Einer Studie des Instituts für Mittelstandsforschung (ifm) zufolge sind Selbständige mit und ohne Migrationshintergrund besser gebildet als die jeweiligen abhängig Beschäftigten. Auf der anderen Seite sind deutliche Unterschiede bezüglich der beruflichen Qualifikationen zwischen Selbständigen mit und ohne Migrationshintergrund festzustellen. 27 % der migrantischen Selbständigen haben keinen beruflichen Abschluss, unter den Selbständigen ohne Migrationshintergrund liegt dieser Anteil bei nur 7 %.²¹ Angesichts dieser Daten scheint die Wahrscheinlichkeit von Einkommenseinbußen unter den migrantischen Selbständigen deutlich erhöht.

Laut einer Umfrage der KfW-Gruppe haben rund drei von fünf mittelständischen Betrieben in Deutschland während der Schließung im März und April 2020 Umsatz eingebüßt. Der durchschnittliche Umsatzrückgang lag im März 2020 bei rund 39.000 Euro, wobei sich die Umsatzverluste im Bereich Handel durchschnittlich auf 69.200 Euro und im Bereich nicht-wissensintensive Dienstleistungen auf 57.800 Euro summierten;²² beides sind Bereiche mit hohen Anteilen migrantischer Selbständiger. Die Umfrageergebnisse zeigen ebenfalls, dass der Anteil der Betriebe mit Umsatzverlusten unter den Mikrobetrieben²³ mit weniger als 10 Beschäftigten höher als unter denjenigen mit ab 10 Beschäftigten ausfiel (58 % zu 52 %).²⁴ Sowohl aufgrund der Betriebsgröße als auch der Konzentration in den von der Krise stark betrof-

fenen Branchen Handel, Gastgewerbe und nicht-wissensintensive Dienstleistungen ist davon auszugehen, dass die Krise viele migrant*innengeführten Betriebe in Existenznöte bringt.

Die Betriebe im Bereich Gastgewerbe zählen zu den größten Verlierern der Krise, wo 13 % aller Selbständigen mit Migrationshintergrund aktiv sind. Diese auf den ersten Blick gering erscheinende Quote steigt bei Betrachtung der Selbständigen aus den ehemaligen Anwerbeländern der Arbeitsmigration deutlich auf ein Viertel an, womit deutlich wird, dass hier ein erheblicher Teil der etablierten migrantischen Ökonomie betroffen ist.²⁵ Laut einer aktuellen Studie der Bertelsmann-Stiftung erfolgten 49 % der Existenzgründungen im Gastgewerbe in NRW durch ausländische Staatsbürger*innen.²⁶ Die Branche wurde nicht nur von Schließungen in März-April und ab November getroffen, sondern musste auch in der Zeit der Lockerungen große Verluste in der Folge nachlassenden Tourismus und der Umsetzung von Präventionskonzepten hinnehmen. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes waren die Umsätze im Gastgewerbe im Oktober 2020 um 31 % (Beherbergung: -37,5 %, Gastronomie: -27 %) im Vergleich zum Vorjahr zurückgegangen.²⁷ Die Situation schlägt sich auch in der Zahl der Kurzarbeitsanzeigen nieder: Rund 176.000 der 1,07 Millionen Kurzarbeitsanzeigen im Jahr 2020, 16 %, wurden von Unternehmen des Gastgewerbes eingereicht.²⁸ Angesichts dieser Zahlen wird nachvollziehbar, warum das Wort „Überleben“ in unseren Gesprächen mit den Gastronomiebetrieben häufig fiel. Jedoch wurde in den Gesprächen auch oft betont, dass Imbisse einerseits und Gastronomiebetriebe mit höherer Aufenthaltsqualität andererseits in sehr unterschiedlichem Ausmaß betroffen waren. Einer der interviewten Verbände, der im Vorfeld des Gesprächs seine Mitglieder diesbezüglich befragt hatte, berichtete, dass der Umsatzrückgang der Gastronomiebetriebe bei ca. 25 % liegt. Während kleine Imbisse dank der geringeren Fixkosten und eines von vornherein höheren Anteils an Außer-Haus-Verkauf sich auf die Situation eher einrichten können, bedeutet die Situation für Restaurants bei höheren Fixkosten entweder die komplette Schließung oder Investitionen in neue Konzepte für Außer-Haus-Lieferung. Allerdings mag

auch die Verringerung des Passantenverkehrs in den Innenstädten Umsatzeinbußen bei Take-Away-Angeboten bedeutet haben. Auf der anderen Seite eröffnet die sehr deutlich gestiegene Nachfrage nach Lieferservice eine Chance, neue Kundenkreise zu erschließen. Dies erfordert aber eine gewisse digitale Kompetenz, die nach Ansicht vieler Wirtschaftsverbände zumeist noch nicht ausgereift ist. Die Veranstaltungsgastronom*innen (Hochzeitsäle) werden in den Interviews oft als große Verlierer der Krise gesehen, weil sie keine Möglichkeiten für alternative Angebote haben.

Alternativlosigkeit bezüglich der Produkte besteht auch in der Reisebranche. Aufgrund der internationalen und inländischen Reisebeschränkungen und Beherbergungsverbote sank die Nachfrage nach Reisen erheblich, andererseits wurden auch bereits gebuchte Reisen storniert. Reiseunternehmer*innen, die im Rahmen der vorliegenden Analyse interviewt wurden, berichteten, dass sie seit März 2020 kaum Reisen verkaufen konnten. Somit konnten sie also auch von den Lockerungen im Sommer kaum profitieren.²⁹ Außerdem berichteten sie, dass sie die Provisionen für die längst vor der Coronakrise gebuchten Reisen zurückzahlen mussten. Zwar konnten die ausgefallenen Provisionen und Margen nach Protesten der Reisebüros in der Berechnung der Zuschüsse berücksichtigt werden, aber die ausschließliche Berücksichtigung von langfristigen Pauschalreisen in den branchenspezifischen Hilfsprogrammen wurde kritisiert. Diese Begrenzung wurde jedoch Ende November 2020 aufgehoben. Nun werden auch Last-Minute-Buchungen bei der Berechnung der Zuschüsse berücksichtigt. Der Umfang und die Geschwindigkeit der Hilfen für die großen Reiseveranstalter und Fluggesellschaften im Vergleich zu den Reisebüros vor Ort wurden deutlich kritisiert.

In NRW erfolgte 2018 fast jede dritte Existenzgründung im Handel durch ausländische Staatsbürger*innen.³⁰ In Bezug auf die Betroffenheit migrant*innengeführter Einzelhandelsbetriebe unterscheiden die Interviewpartner*innen zwei Gruppen: Die Lebensmitteleinzelhändler*innen haben eher keine Umsatzeinbußen erlebt, so lang sie sich nicht in einer Laufkund-

schaft-Lage befinden. Non-Food-Einzelhändler*innen haben größtenteils im Frühjahr große Umsatzeinbußen erlitten, so berichten die Vertreter*innen der Verbände. In den folgenden Monaten ging es vielen Betrieben besser. Die Lockerungen und ein Rückgang der Verunsicherung der Konsument*innen haben dabei eine wichtige Rolle gespielt. Der Handel mit Produkten, deren Konsum verschoben werden kann, hat von einer nachholenden Nachfrage profitieren können, während andere Sparten, insbesondere bei Produkten des täglichen Gebrauchs, die Umsatzeinbußen nicht aufholen konnten. Aber auch Bekleidungsgeschäfte und Juweliere (keine Hochzeiten) hatten vor diesem Hintergrund große Einbußen. Auf der anderen Seite konnten die Einzelhändler*innen mit Online-Shops erwartungsgemäß von der Krise profitieren.³¹

3.2. Gruppenspezifische Schwierigkeiten im Umgang mit den Folgen der Pandemie

Bestimmte Eigenheiten der migrant*innengeführten Betriebe erschweren die Bewältigung der Coronakrise zusätzlich. Diese Besonderheiten gruppieren sich in den Bereichen Informations- und Netzwerkdefizite einerseits und Finanzierungsschwierigkeiten andererseits, ohne dass immer eine exakte Abgrenzung möglich wäre.

3.2.1. Mangelndes Systemwissen und fehlende Netzwerke

Unternehmerische Kenntnisse und Vorerfahrungen der selbständigen Migrant*innen sind im Durchschnitt geringer als die der einheimischen Unternehmer*innen. Studien über die „ethnische Ökonomie“ zeigen dies sehr deutlich.³² Oft gehen solche fehlenden Erfahrungen mit Sprachdefiziten einher. Allerdings berichteten die Vertreter*innen der Verbände, dass die Unterschiede zwischen einheimischen und migrantischen Unternehmer*innen, die auf Sprachdefizite zurückzuführen wären, immer geringer werden. Dieser Eindruck ist möglicherweise darauf zurückzuführen, dass die interviewten Verbände überwiegend

Unternehmen von Migrant*innen aus ehemaligen Anwerbeländern der Arbeitsmigration repräsentieren, die schon länger am Markt sind und teilweise heute schon von der Nachfolgeneration betrieben werden. Die Aussagen von Verbänden, zu deren Mitgliedern Gründer*innen aus Bulgarien, Rumänien oder arabischen Ländern zählen, also eher neuzugewanderte Unternehmer*innen, fokussieren entsprechend auch grundsätzliche Informationsdefizite in Bezug auf die Anforderungen an unternehmerisches Handeln in Deutschland. Gezielte Sprachförderung und Informationsarbeit für diese Gruppe könnten dabei helfen, unnötigen Fehlern und Verlusten vorzubeugen.

Migrant*innen sind treibende Kräfte bei Unternehmensneugründungen in Deutschland. Laut Mikrozensus 2019 haben 22 % der 3,96 Mio. Selbständigen in Deutschland einen Migrationshintergrund. Während die Zahl der Selbständigen ohne Migrationshintergrund seit Jahren zurückgeht, steigt die Zahl der Gründungen durch Migrant*innen. Zwischen 2018 und 2019 stieg die absolute Zahl der selbständigen Migrant*innen von 843.000 auf 860.000. Die Studie der Bertelsmann-Stiftung belegt die ausgeprägte Gründungsdynamik unter Migrant*innen auch für NRW. 39,2 % der Neugründungen erfolgten durch ausländische Staatsbürger*innen.³³ Allerdings erwarten die interviewten Verbände und Unternehmer*innen einen Rückgang bei der Zahl der Neugründungen durch Migrant*innen. Viele Unternehmer*innen berichteten, dass sie 2020 auf vorgesehene Investitionen verzichten mussten. In Anbetracht der hohen Gründungsdynamik unter den Menschen mit Migrationshintergrund scheint es sinnvoll, zielgruppengerechte und ggf. muttersprachliche Informationsarbeit zur Kompensierung der fehlenden unternehmerischen Vorkenntnisse zu leisten. Darüber hinaus äußerten auch die interviewten Unternehmer*innen mit guten Deutschkenntnissen den Wunsch nach mehrsprachigen Informationsangeboten (z.B. Erklärungen, Formulare) oder speziellen Seminaren im Bereich Behördensprache.

Den mehrheitsgesellschaftlichen Wirtschaftsverbänden und -institutionen fehlen weitgehend Verbindungen zu migrant*innengeführten Betrieben. Diese mangelnde Vernetzung wird an vielen Stellen durch

eigenkulturelle lokale Netzwerke zu kompensieren gesucht. Laut Aussagen der interviewten fachkundigen Unternehmer*innen und Vertreter*innen der migrantischen Wirtschaftsverbände werden über solche eigenkulturellen Netzwerke nicht selten ungenaue oder sogar falsche Informationen verbreitet oder unrealistische Erwartungen geweckt. Dabei bewerten die befragten Wirtschaftsverbände ihre eigenen Beziehungen zu Kammern und Wirtschaftsförderungseinrichtungen sehr unterschiedlich. Eine Gruppe arbeitet mit den örtlichen Regelinstitutionen partnerschaftlich zusammen. Die von Institutionen zur Verfügung gestellten Informationen werden an die Mitglieder – meistens per WhatsApp – weitergeleitet. Die andere Gruppe findet den Informationsfluss seitens der Regelinstitutionen nicht ausreichend und kritisiert den mangelnden Einbezug der migrantischen Unternehmen in die Kommunikation. Die beiden Gruppen sind ungefähr gleich groß. Einig sind sich beide Gruppen darin, dass die Kommunikations- und Netzwerkpotenziale der migrantischen Wirtschaftsverbände besser genutzt werden könnten.

Unter den interviewten Unternehmer*innen herrscht ein ganz anderes, einheitliches Meinungsbild. Fast alle fanden den Informationsfluss seitens der Institutionen nicht ausreichend. Viele berichteten, dass sie Soziale Medien, Steuerberater*innen, Freunde/Bekannte und das Fernsehen als Hauptinformationsquellen für betriebsbezogene Corona-Informationen nutzen. Die bessere Einbindung von Sozialen Medien (insbesondere Facebook) und der Steuerberaterkammer für die gezielte Informationsarbeit für migrantische Selbständige scheint daher sinnvoll. Die Freunde und Bekannten, von denen Informationen eingeholt werden, sind zumeist erfahrene Geschäftsleute, oftmals mit hohen Qualifikationen. Es wäre zu überlegen, diese Gruppe in den migrantischen Communitys zu identifizieren und in den Informationsfluss einzubinden. Die migrantischen Wirtschaftsverbände haben das Potenzial dazu.

Fehlende Informationen, Netzwerke und Erfahrungen münden in einer Reihe konkreter Schwierigkeiten. Verbände und Unternehmen berichteten, dass viele Betriebe insbesondere zu Beginn der Krise auch aus

Informationsmangel voreilig Kündigungen ausgesprochen haben. In späteren Phasen der Pandemie wurden dann Arbeitsschutz und Arbeitsrecht wichtige Themen für die Betriebe. Da viele Unternehmer*innen und Mitarbeiter*innen keine Erfahrungen mit Arbeitsformen wie Home Office haben und auch das Instrument der Kurzarbeit vielen noch unbekannt war, entstanden Konflikte in den befragten Betrieben. Ein fachkundiger Verbandsvertreter berichtete ebenfalls, dass der Informationsbedarf der Betriebe zu arbeitsrechtlichen Fragen deutlich gestiegen sei. Während der Studiendurchführung fiel auch auf, dass die Unternehmer*innen am Rande der Gespräche oft Fragen zu Maßnahmen und Förderprogrammen stellten, die aus mehrheitsgesellschaftlicher Perspektive fast Allgemeinwissen betrafen.

Von Interviewpartner*innen, sowohl der Verbände als auch der Betriebe, wurde die unsystematische Arbeitsweise vieler selbständiger Migrant*innen als ein Problem in der Coronakrise genannt. Diese erschwert einerseits die schnelle Digitalisierung der Geschäftsabläufe, andererseits entstehen Schwierigkeiten bei der Inanspruchnahme von Unterstützung. Aufgrund unrealistischer Kalkulationen sowie teils ruinöser Konkurrenz bewegen sich einige Betriebe aus finanzieller Sicht auf „dünnem Eis“, das unter Pandemiebedingungen noch zerbrechlicher geworden ist.

3.2.2. Finanzierungsprobleme und Inanspruchnahme von Unterstützung

Gründungen von Migrant*innen werden besonders oft mit Unterstützung von Familien und Freunden finanziert. Bankkredite und öffentliche Fördermittel werden seltener in Anspruch genommen als bei Unternehmer*innen ohne Migrationshintergrund.³⁴ Daher ist davon auszugehen, dass die finanziellen Spielräume der migrant*innengeführten Betriebe relativ gering sind. Vertreter*innen der Verbände weisen darauf hin, dass die Betriebe oft keine Rücklagen bilden und von kurzfristigen Einnahmen abhängen. Daher sind die sofortigen Maßnahmen zur Kostenreduzierung, die von vielen Betrieben getroffen wurden, als längerfristige Überlebensstrategie nur bedingt ge-

eignet. Da viele Betriebe von Familien geführt werden, besteht die Gefahr, dass Unternehmenskrisen ganze Familien mitreißen. Nach Schätzungen des Instituts für Mittelstandsforschung zählen rund 10 % aller Unternehmen in Deutschland zu den migrant*innengeführten Familienbetrieben. 67 % der migrant*innengeführten Betriebe litten vor der Coronakrise unter Liquiditätsproblemen aufgrund der unzureichenden Rentabilität (unter nicht-migrant*innengeführten Familienbetrieben nur 37 %).³⁵ Daher ist die schnelle Zurverfügungstellung von Finanzhilfen für die migrant*innengeführten Betrieben nochmals von besonders herausragender Bedeutung.

Die Soforthilfen für die Wirtschaft vom Frühjahr 2020 wurden in diesem Sinne von den Wirtschaftsverbänden gelobt. Schnelle und unbürokratische Unterstützung half vielen Unternehmen, plötzlich entstandene Existenzangst und Verunsicherung in Teilen zu zerstreuen, ungeachtet der Tatsache, dass eine unklare Informationslage später zu Schwierigkeiten für einzelne Unternehmen geführt haben mag. Insbesondere Mikrounternehmen zeigen sich mit dem Angebot der Soforthilfen im Frühjahr zufrieden, während die größeren Betriebe die Wirtschaftshilfen grundsätzlich begrüßen, aber eine „unfaire“ Verteilung kritisieren. Ein zentraler Kritikpunkt war, dass Unternehmen mit höheren laufenden Kosten bzw. mit mehreren Filialen die gleiche Fördersumme erhalten haben wie die Soloselbständigen mit deutlich geringeren laufenden Kosten. Und schließlich konnten Neugründungen die Soforthilfen nicht in Anspruch nehmen. Obwohl die Beantragung der Soforthilfen später für Neugründer*innen ermöglicht wurde, konnten sie diese entweder aus besonderen betrieblichen Umständen oder auch wegen fehlender Informationen nicht beantragen.

Fehlende Kenntnisse oder falsche Informationen über die Förderprogramme waren nach Aussagen der Vertreter*innen der Wirtschaftsverbände und der Unternehmer*innen keine Einzelfälle, was teilweise auch der Kommunikation der Hilfspakete geschuldet sein mag. Manche Unternehmen haben Soforthilfen beantragt, obwohl sie keine Umsatzeinbußen hatten. Dass die Kommunikation falsche Erwartungen geweckt

hat, wurde in Gesprächen mit Unternehmer*innen, die die Soforthilfen zurückzahlen mussten, und in Interviews mit einigen Wirtschaftsverbänden formuliert. Auf der anderen Seite zeigte sich aber auch, dass Unternehmen aus Angst vor Sanktionen oder späteren Rückzahlungen keine Hilfen beantragt haben, obwohl sie antragsberechtigt gewesen wären.

Die Wirtschaftsverbände bevorzugen umsatzbasierte Unterstützungsmaßnahmen, kritisieren aber die aktuelle lange Bearbeitungsdauer. Auch die für die „Novemberhilfen“ qualifizierten Betriebe zeigen sich mit dem Instrument zufrieden, empfinden aber den Antrags- und Genehmigungsprozess als sehr verzögert, mit der möglichen Konsequenz der Zahlungsunfähigkeit.

Bezüglich der Bewertung der Hilfsprogramme war auffällig, dass viele Wirtschaftsverbände und Unternehmen ihre letztendliche Zufriedenheit mit einem Vergleich mit den Maßnahmen in anderen Ländern bzw. mit dem Herkunftsland begründen.

3.2.3. Weitere Schwierigkeiten

Während der Interviews wurden einige weitere Probleme erwähnt, die sich einer „Messung“ noch stärker entziehen als die bisher geschilderten Tatbestände: Die psychologische Belastung der migrantischen Unternehmer*innen aufgrund der Sorgen um die im Ausland lebenden Eltern, Verwandten und Freunde zählt dazu. Auch entstehen neue Stigmatisierungen: Orte wie die Weseler Straße in Duisburg, die Keupstraße in Köln oder die Altendorfer Straße in Essen, an denen viele migrant*innengeführte Betriebe zuhause sind, werden vermehrt gemieden, da viele davon ausgehen, dass die Ausbreitungsquote des Virus unter Migrant*innen besonders hoch ist.

Andererseits wird auch nicht selten betont, dass migrantische Unternehmen und Selbständige über besondere Resilienzpotenziale verfügen, die sie auch aufgrund der Herausforderungen von Migration und sozialer Integration angesichts oft vorhandener Aufstiegsorientierung entwickelt haben.

3.3. Perspektiven

Bezüglich der Zukunftsperspektiven der migrant*innengeführten Betriebe werden zwei unterschiedliche Richtungen formuliert, nicht selten in ein und demselben Interview. Einerseits genießt die deutsche Wirtschaftspolitik großes Vertrauen und die Resilienz der migrant*innengeführten Betriebe wird als Stärke im Umgang mit den aktuellen und künftigen Folgen der Pandemie erwähnt. Andererseits wird eine große Insolvenzwelle unter den „Schwächeren“ aufgrund finanzieller Engpässe erwartet.

Viele interviewte Unternehmen sehen die Krise als Chance, sich für die Zukunft neu aufzustellen. Diese Orientierung wurde auch am Rande der Interviews deutlich, wo immer wieder Informationen über Weiterbildungsmöglichkeiten erfragt wurden.

Die interviewten Wirtschaftsverbände und Unternehmen betonten sehr deutlich den Bedarf an ggf. muttersprachlichen Informationen von Regelinstitutionen. In den letzten Monaten wurden zahlreiche Informationsmaterialien produziert. Unsere Gespräche zeigen deutlich, dass diese Materialien nicht immer die befragte Zielgruppe erreichen konnten. Recherchen für die vorliegende Studie über die herkunftssprachlichen Informationsmaterialien zeigen, dass diese auf den Homepages von Institutionen nicht prominent und oft auf Unterseiten dargestellt werden, die nur über deutschsprachige Seiten geöffnet werden können. Die Anregung von Wirtschaftsverbänden, in die Kommunikationsprozesse besser eingebunden zu werden, kann sicherlich zur Verbesserung des Informationsflusses beitragen.

4. Fazit

Unsere (nicht repräsentative) Analyse ist eine Exploration der Stimmung unter den migrant*innengeführten Betrieben in NRW und zeigt ihre spezifische Betroffenheit von der Coronakrise. Hier sind Effekte, die auf strukturellen Gegebenheiten beruhen (z.B. Konzentration in besonders krisenanfälligen Branchen wie Gastronomie oder Reisen) von gruppenspezifischen Schwierigkeiten zu unterscheiden, die auch vor der Coronakrise bestanden haben und sich nun verschärfen. Zu solchen Schwierigkeiten zählen Informationsmangel, das Fehlen von belastbaren Netzwerken und Liquiditäts- wie Finanzierungsprobleme. Zum Teil ist aber auch von einer besonderen gruppenspezifischen Resilienz auszugehen, die aufgrund der Herausforderungen von Migration und sozialer Integration entwickelt wurde – allerdings unter oft schwierigen finanziellen Rahmenbedingungen der Unternehmen.

Zumeist sehen die Befragten die Coronakrise als inländischen Nachfrageschock. Auf der inländischen Nachfrageseite liegen dann auch die mitunter positiven Effekte der Krise für einzelne Branchen: Lebensmittel-einzelhandel, Bauunternehmen und Online-Shops. Mitunter konnten sich Betriebe an die veränderte Situation, auch im Winter 2020/21, anpassen, dies gilt aber nicht für die Gastronomie und Reiseunternehmen.

In ihrer unternehmerischen Erfahrung und damit auch in der Kompetenz, die Krise zu adressieren, unterscheiden sich Betriebe, die in der Folge der Arbeitsmigration gegründet wurden und die heute zum Teil schon von der 2. Generation geführt werden, von denjenigen der Gründer*innen mit kürzerer Einwanderungsgeschichte. Insbesondere ihr Zugang zu Informationen ist nochmals schwächer. Fehlende Informationen betreffen z.B. Arbeitsschutz, Arbeitsrecht, Home Office oder das Instrument der Kurzarbeit. In Anbetracht der hohen Gründungsdynamik unter den Menschen mit Migrationshintergrund scheint es sinnvoll, zielgruppengerechte und ggf. muttersprachliche Informationsarbeit zur Kompensierung der fehlenden unternehmerischen Vorkenntnisse zu leisten. Ein wichtiges Thema ist zudem die Unterstützung bei der Digitalisierung.

Generell ist die mangelnde Einbindung migrant*innengeführter Unternehmen in die verbandliche Interessenvertretung durch eigenkulturelle Netzwerke nicht vollständig zu kompensieren, was die Erfahrungen in der Coronakrise nochmals unterstreichen. Die befragten Verbände können aber eine wichtige Brückenfunktion wahrnehmen, die seitens aufnahmegesellschaftlicher Institutionen noch stärker genutzt werden sollte.

Aufgrund oft fehlender Rücklagen ist die schnelle und effektive, d.h. insbesondere transparente Zurverfügungstellung von umsatzbasierten Finanzhilfen für die migrant*innengeführten Betrieben nochmals von besonders herausragender Bedeutung

Endnoten

1. Hubertus Bardt et al.: Mit neuem Wachstum aus der Krise. RWI-Materialien, Heft 135, 2020, S. 5.
2. Im vorliegenden Bericht werden Begriffe wie „migrant*innengeführte Betriebe“, „selbständige Migrant*innen“, „migrantische Unternehmen“ etc. synonym für KMU von Migrant*innen genutzt.
3. Da alle Interviews vor dem 16. Dezember 2020 durchgeführt wurden, wird hier das Stimmungsbild vor dem „Winter-Lockdown“ dargestellt.
4. Der Leitfaden war in neun Fragen untergliedert, die die allgemeine Einschätzung der Folgen der Krise betrafen, konkrete betriebsspezifische Schwierigkeiten thematisierten sowie die Kommunikation und Inanspruchnahme von Unterstützung und Zukunftsperspektiven zum Gegenstand hatten. Dabei stand immer die Migrationsspezifika der gemachten Erfahrung im Mittelpunkt. Die Interviews der Studie konnten in deutscher oder türkischer Sprache durchgeführt werden. Einige der Verbandsfunktionäre hatten zur Vorbereitung des Interviews in unterschiedlichem Umfang Rückmeldungen bei Mitgliedsunternehmen eingeholt.
5. Zur Methode der selektiven Protokollierung siehe Philipp Mayring: Einführung in die qualitative Sozialforschung. 6. Auflage. Weinheim 2002, S. 97-99.
6. Handel: 15 % der migrantischen Unternehmen, Gastgewerbe: 13 %, nicht-wissensintensive Dienstleistungen: 28 %; René Leicht et al.: Gründungspotenziale von Menschen mit ausländischen Wurzeln - Entwicklungen, Erfolgsfaktoren, Hemmnisse. Universität Mannheim, Institut für Mittelstandsforschung Mannheim, Institut für sozialpädagogische Forschung. Mainz 2017, S. 52.
7. Der Interviewleitfaden entsprach demjenigen für die Verbände, beinhaltete aber nur acht Fragen (Auslassung: Einschätzung der allgemeinen Situation in Mitgliedsbetrieben).

8. Bei der Auswertung wurden nur Themen berücksichtigt, die von mindestens drei Interviewpartner*innen angesprochen wurden. Diese Vorgehensweise bedeutete, dass angesichts der oben angesprochenen Diversität der interviewten Verbände einige Problemkonstellationen nicht berücksichtigt wurden. Zugleich sollten die hier berichteten Befunde von erheblicher Bedeutung für die Gesamtheit der Betriebe sein. Unerwartete Aussagen in einzelnen Interviews wurden in Folgegesprächen aufgegriffen, um ihre Relevanz zu überprüfen.
9. 89 % der Unternehmen von migrantischen Arbeitgeber*innen haben weniger als zehn Mitarbeitende, unter den Arbeitgeber*innen ohne Migrationshintergrund liegt diese Quote bei 80 %; René Leicht/Marc Langhauser: Ökonomische Bedeutung und Leistungspotenziale von Migrantenunternehmen in Deutschland. Friedrich-Ebert-Stiftung, WISO-Diskurs, September 2014, S. 58.
10. Internationale Geschäftsbeziehungen sind nur für einen kleinen Teil der Unternehmen von nennenswerter Bedeutung. Nach der Studie Leicht/Langhauser sind Geschäftskontakte nur für 14 % der Unternehmen relevant, wobei diese Quote unter einigen Gruppen, wie z.B. unter Italiener*innen (30 %), deutlich erhöht ist; ebd., S. 69.
11. Andreas Hövermann: Soziale Lebenslagen, soziale Ungleichheit und Corona-Auswirkungen für Erwerbstätige. Policy Brief WSI Nr. 44, 6/2020, S. 10
12. Mehrere Kategorien bis zu 1.500 Euro zusammengefasst.
13. Ebd., S. 11
14. Statistisches Bundesamt: Mikrozensus 2019. Wiesbaden.
15. In Haushalten, in denen alle Mitglieder einen Migrationshintergrund haben, leben durchschnittlich 2,22 Personen, während in den Haushalten ohne Migrant*innen 1,87 Personen leben. Das Pro-Kopf-Nettoeinkommen liegt in den migrantischen Haushalten bei 1.296 Euro und bei Haushalten ohne Migrant*innen bei 1.708 Euro; Statistisches Bundesamt: Mikrozensus 2019. Wiesbaden.
16. Andreas Hövermann/Bettina Kohlrausch: Soziale Ungleichheit und Einkommenseinbußen in der Corona-Krise - Befunde einer Erwerbstätigenbefragung. WSI-Mitteilungen, 73. JG, 6/2020. S. 485-492, hier S. 488.
17. Andreas Sachs: Migrantenunternehmen in Deutschland zwischen 2005 und 2018 - Ausmaß, ökonomische Bedeutung und Einflussfaktoren auf Ebene der Bundesländer. Bertelsmann-Stiftung, Produktivität für Inklusives Wachstum 9, 2020, S. 30.
18. Hövermann: Soziale Lebenslagen..., S. 12
19. Ohne Personen in Ausbildung, Kinder und Schulpflichtige.
20. Ohne Personen in Ausbildung, Kinder und Schulpflichtige.
21. Leicht et. al.: Gründungspotenziale von Menschen..., S. 45.
22. Michael Schwartz/Juliane Gerstenberger: Corona-Krise hat den Mittelstand fest im Griff, aber Widerstandsfähigkeit (noch) hoch. KfW Research Fokus Volkswirtschaft, Nr. 286, 28. April 2020, S. 1.
23. Eurostat unterteilt die Unternehmen nach Anzahl ihrer Beschäftigten in folgende Kategorien: Mikrounternehmen: weniger als 10 Beschäftigte, kleine Unternehmen: 10 bis 49 Beschäftigte, mittlere Unternehmen: 50 bis 249 Beschäftigte, kleine und mittlere Unternehmen (KMU): 1 bis 249 Beschäftigte, große Unternehmen: 250 oder mehr Beschäftigte. Siehe: <https://ec.europa.eu/eurostat/de/web/structural-business-statistics/small-and-medium-sized-enterprises>, online am 08.10.2020.
24. Schwartz et. al.: Corona-Krise hat den Mittelstand fest im Griff..., S. 1.
25. Ebd., S. 52.
26. Rosemarie Kay/Sebastian Nielen: Ausländische Staatsangehörige als Gründer in NRW zwischen 2003 und 2018. Bertelsmann-Stiftung, Produktivität für Inklusives Wachstum 10, Oktober 2020, S. 36.
27. Statistisches Bundesamt: Gastgewerbeumsatz im Oktober 2020 um 11,4 % gegenüber Vormonat gesunken. Pressemitteilung Nr. 516 vom 17. Dezember 2020, online unter https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/12/PD20_516_45213.html
28. Bundesagentur für Arbeit: Angezeigte Kurzarbeit, Dezember 2020.
29. Die Unternehmen mit einer Spezialisierung auf Türkeireisen beklagten sich dabei über eine Ungleichbehandlung der Türkei im Vergleich zu anderen Reisezielen am Mittelmeer bei den deutschen Reisewarnungen.
30. Kay/Nielen: Ausländische Staatsangehörige als Gründer in NRW..., S. 36.
31. Laut Konsummonitor Corona des Handelsverbands Deutschland (HDE) haben die Bekleidungsgeschäfte in der ersten Hälfte von 2020 29 % Umsatzverluste im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet. Auf der anderen Seite sind die Umsätze des Versand- und Interneteinzelhandels im gleichen Zeitraum um 20 % gestiegen; Sven Jung et al.: Konsummonitor Corona. HDE-Handelsverband Deutschland. September 2020, S. 12.
32. 29 % der Selbständigen mit Migrationshintergrund stammen aus Familien, in denen mindestens ein Elternteil ebenfalls selbständig erwerbstätig war. Die Quote sinkt unter den Selbständigen aus Ost- und Mitteleuropa auf 19 % und steigt unter den Menschen ohne Migrationshintergrund auf 49 %; Leicht et. al.: Gründungspotenziale von Menschen..., S. 39.
33. Kay/Nielen: Ausländische Staatsangehörige als Gründer..., S. 16.
34. Leicht et. al.: Gründungspotenziale von Menschen..., S. 87.
35. Teita Bijedić et al.: Familienunternehmen von Migranten. IfM-Materialien Nr. 261, 2017, S. 21 und S. 34.

Literatur

Hubertus Bardt / Michael Hüther / Christoph M. Schmidt / Torsten Schmidt: Mit neuem Wachstum aus der Krise. RWI-Materialien, Heft 135, 2020.

Teita Bijedić / Rosemarie Kay / Susanne Schleppehorst / Olga Suprinovič: Familienunternehmen von Migranten. IfM-Materialien Nr. 261, 2017.

Peter Bofinger / Sebastian Dullien / Gabriel Felbermayr / Clemens Fuest / Michael Hüther / Jens Südekum / Beatrice Weder di Mauro: Wirtschaftliche Implikationen der Corona-Krise und wirtschaftspolitische Maßnahmen. Ifo Institut, 2020.

Jens Boysen-Hogrefe / Salomon Fiedler / Dominik Groll / Nils Jannsen / Stefan Kooths / Saskia Möslle: Deutsche Konjunktur im Frühjahr 2020. Kieler Konjunkturberichte, Nr. 65 (2020/Q1).

Barbara Engels / Christian Rusche: Corona: Schub für den Onlinehandel. IW-Kurzbericht, Nr. 29/2020.

Andreas Hövermann / Bettina Kohlrausch: Soziale Ungleichheit und Einkommeneinbußen in der Corona-Krise – Befunde einer Erwerbstätigenbefragung. WSI-Mitteilungen, 73. JG, 6/2020. S. 485-492.

Andreas Hövermann: Soziale Lebenslagen, soziale Ungleichheit und Corona-Auswirkungen für Erwerbstätige. Policy Brief WSI, Nr. 44, 6/2020.

Nils Jannsen: Prognose und Prognoseanpassung für das Jahr 2020. IfW-Box 2020.

Sven Jung / Bert Rürup / Axel Schrinner: Konsummonitor Corona. HDE-Handelsverband Deutschland. September 2020.

Rosemarie Kay / Sebastian Nielen: Ausländische Staatsangehörige als Gründer in NRW zwischen 2003 und 2018. Bertelsmann-Stiftung, Produktivität für Inklusives Wachstum 10, Oktober 2020.

Bettina Kohlrausch / Aline Zucco / Andreas Hövermann: Verteilungsbericht 2020 – Die Einkommensungleichheit wird durch die Corona-Krise noch weiterverstärkt. WSI-Report, Nr. 62, November 2020.

Alexander S. Kritikos / Daniel Graeber / Johannes Seebauer: Corona-Pandemie wird zur Krise für Selbständige. DIW Aktuell, Nr. 47, Juni 2020.

René Leicht / Marc Langhauser: Ökonomische Bedeutung und Leistungspotenziale von Migrantenunternehmen in Deutschland. Friedrich-Ebert-Stiftung, WISO-Diskurs, September 2014.

René Leicht / Stefan Berwig / Ralf Philipp / Nora Block / Niclas Ruffer / Jan-Philipp Ahrens / Nadine Förster / Ralf Sängler / Julia Siebert / Johannes Bersch / Suleika Bort / Esra Polat / Lena Werner: Gründungspotenziale von Menschen mit ausländischen Wurzeln - Entwicklungen, Erfolgsfaktoren, Hemmnisse. Universität Mannheim, Institut für Mittelstandforschung Mannheim, Institut für sozialpädagogische Forschung. Mainz 2017.

Philipp Mayring: Einführung in die qualitative Sozialforschung. 6. Auflage. Weinheim 2002.

Klaus-Heiner Röhl: Der Mittelstand in der Corona-Krise: Solide Eigenkapitalbasis wirkt stabilisierend. IW-Report, Nr. 24/2020.

Christian Rusche: Corona – Wettbewerbliche Aspekte der Virus-Pandemie. IW-Kurzbericht, Nr. 46/2020.

Andreas Sachs: Migrantenunternehmen in Deutschland zwischen 2005 und 2018 – Ausmaß, ökonomische Bedeutung und Einflussfaktoren auf Ebene der Bundesländer. Bertelsmann-Stiftung, Produktivität für Inklusives Wachstum 9, 2020.

Carsten Schröder / Theresa Entringer / Jan Goebel / Markus M. Grabka / Daniel Graeber / Martin Kroh / Hannes Kröger / Simon Kühne / Stefan Liebig / Jürgen Schupp / Johannes Seebauer / Sabine Zinn: Erwerbstätige sind vor dem Covid-19-Virus nicht alle gleich. SOEP-Papers, Nr. 1080, 2020.

Michael Schwartz / Juliane Gerstenberger: Corona-Krise hat den Mittelstand fest im Griff, aber Widerstandsfähigkeit (noch) hoch. KfW Research Fokus Volkswirtschaft, Nr. 286, April 2020.

Michael Schwartz / Juliane Gerstenberger: Corona-Krise im Mittelstand: Rückkehr zu voller Wirtschaftsaktivität in weiter Ferne, aber Lockerungen entspannen Liquidität. KfW Research Fokus Volkswirtschaft, Nr. 294, Juni 2020.

Autor

Cem Şentürk

ist Leiter des Programmbereichs "Interkulturelle Kommunikation und Arbeitsmarktintegration" im ZfTI. sentuerk@zfti.de

Impressum

Herausgeber

Stiftung Zentrum für Türkeistudien und Integrationsforschung (ZfTI) Altendorfer Str. 3, 45127 Essen zfti@zfti.de / www.zfti.de
T: +49 201 3198-0 F: +49 201 3198-333

Zitationshinweis

Şentürk, Cem: Migrant*innengeführte Betriebe in der Corona-Pandemie. Eine qualitative Analyse der aktuellen Situation und der Herausforderungen selbständiger Migrant*innen in Nordrhein-Westfalen. Ausgabe Nr. 9 der Policy Paper der Stiftung Zentrum für Türkeistudien und Integrationsforschung. Essen: ZfTI 2021.

Fotohinweis

Vasyl Dolmatov © Gettyimages

Die Policy Paper des ZfTI greifen aktuelle politische Debatten zu den Themen Migration, Einwandererintegration, Türkei und türkisch-europäische Beziehungen auf. Sie skizzieren knapp und orientiert auf die politische Praxis den jeweiligen wissenschaftlichen Kenntnisstand und leiten Schlussfolgerungen für politische Steuerungsaufgaben ab. Die ZfTI-Policy Paper erscheinen in unregelmäßiger Folge und sind über das ZfTI zu beziehen.

Das Zentrum für Türkeistudien und Integrationsforschung ist eine Stiftung des Landes NRW und Institut an der Universität Duisburg-Essen.

ISSN 2698-461X (Print) • ISSN 2698-4628 (Online)