

Schöpferische Kraft der Vielfalt: Zugewanderte und ihre Unternehmen



Bedeutung, Triebkräfte und Leistungen von Migrantenunternehmen in Baden-Württemberg (und Deutschland)

Studie im Auftrag des Ministeriums
für Finanzen und Wirtschaft
Baden-Württemberg

Autoren:

René Leicht (*Projektleitung*)
Jessica Di Bella, Marc Langhauser, Markus Leiß,
Ralf Philipp, Marieke Volkert, Lena Werner

Expertise:

Stefan Berwing, Joana Tur Castelló

Die vorliegende wissenschaftliche Studie wurde zum Zweck der Förderung wirtschaftswissenschaftlicher Forschung vom Wirtschaftsministerium durchgeführt und im Rahmen der Zukunftsoffensive III (Projektbereich Wissenschaft- und Forschungsprojekte) aus Mitteln der Baden-Württemberg-Stiftung finanziert.

Kontakt:

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

Direktor:

Prof. Dr. Michael Woywode

Inhaltsverzeichnis

I. Grundlagen des Projekts

1. Hintergrund und Fragestellungen	5
2. Determinanten, Wirkungen und Leistungen ethnischen Unternehmertums: Zum Stand der Forschung	9
2.1 Determinanten: Zusammenspiel von Ressourcen und Strukturen	10
2.2 Leistungen: Individueller Erfolg und volkswirtschaftliche Erträge.....	17
2.3 Integration: Zwischen Mobilitätsfalle und sozialem Aufstieg	25
3. Daten und Methoden	27
3.1 Anforderungen und Untersuchungsdesign	27
3.2 Amtliche Daten (Sekundärdaten)	28
3.3 Eigene Erhebungen (Primärdaten)	29
4. Migranten in Baden-Württemberg	33
4.1 Struktur und Entwicklung der Zuwanderung	33
4.2 Arbeitsmarktpositionen	37
4.3 Qualifikationsstrukturen.....	41

II. Grundlinien der Migrantenselbständigkeit

5. Gründungsaktivitäten von Migranten.....	44
5.1 Gründungen und Liquidationen	44
5.2 Gründungsgeschehen in regionaler Perspektive	52
5.3 Gründungsformen	59
6. Bedeutung und Entwicklung selbständiger Migranten	64
6.1 Stärke und Zusammensetzung von Migrantenselbständigkeit.....	64
6.2 Exkurs: Länder- und Städtevergleich.....	69
6.3 Entwicklungslinien in längerfristiger Perspektive	71
6.4 Zuwanderungszeiträume und Generationen.....	76
6.5 Wirtschaftsbereiche	79

III. Determinanten

7. Verfügbarkeit und Einflüsse von Ressourcen und Gelegenheiten.....	83
7.1 Humankapital	83
7.2 Ethnisches und soziales Kapital	98
7.3 Ethnische und „offene“ Märkte.....	112
7.4 Mehrdimensionale Analysen.....	121
8. Subjektive Faktoren: Gründungsmotive.....	128
8.1 Pull-Faktoren.....	129
8.2 Push-Faktoren	133
8.3 Zusammenfassende Faktorenanalyse	135
9. Einflüsse des Arbeitsmarkts	137
9.1 Wechsel aus Erwerbslosigkeit und Prekarität	137
9.2 Inflow und Outflow	141
9.3 Geförderte Gründungen aus der Arbeitslosigkeit	147

IV. Betriebliche und volkswirtschaftliche Leistungen

10. Betriebliche und individuelle Erträge	149
10.1 Erwirtschaftete Umsätze	149
10.2 Einflüsse auf das Umsatzvolumen	154
10.3 Einkommen	156
11. Bedeutung für den Arbeitsmarkt	160
11.1 Beschäftigungsstrukturen	160
11.2 Co-ethnische Beschäftigung	166
11.3 Beschäftigungsbeitrag in gesamtwirtschaftlicher Sicht	168
11.4 Ausbildungsbeteiligung und -strukturen	174

V. Geschäftsbeziehungen und Außenwirtschaft

12. Geschäftsbeziehungen	184
12.1 Beziehungen zu Lieferanten und Dienstleistern	184
12.2 Beziehungsstrukturen im Kontext des Wettbewerbs	187
13. Außenwirtschaftliche Verflechtungen	191
13.1 Beziehungen ins Ausland	192
13.2 Auslandsumsatz	194

VI. Probleme, Qualifizierungs- und Unterstützungsbedarf

14. Hemmnisse in der Gründungsphase	197
14.1 Strukturell und persönlich bedingte Gründungshemmnisse	198
14.2 Finanzierung und ihre Probleme	200
15. Qualifizierung vor und in der Selbständigkeit	205
15.1 Systematische Vorbereitung durch schriftliche Planung	205
15.2 Inanspruchnahme und Wirkung von Information und Beratung	207
15.3 Weiterbildung	216

VII. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Ziele und empirische Grundlagen der Untersuchung	218
Bedeutung und Entwicklung von Migrantenselbständigkeit	219
Charakteristika und Triebkräfte der Migrantenökonomie	221
Betriebliches und gesamtwirtschaftliches Leistungspotenzial	225
Außenwirtschaftliche und binnenethnische Geschäftsbeziehungen	229
Hemmnisse, Probleme und Unterstützungsbedarf im Gründungsprozess	231

Anhang

Literaturliste	235
----------------------	-----

I. Grundlagen des Projekts

1. Hintergrund und Fragestellungen

Gesellschaftlicher Wohlstand erfordert Innovationen, neue Produkte und Dienstleistungen und nicht selten auch „neue“ Frauen und Männer, die mit Kreativität und Ideen sozialen und ökonomischen Wandel bewirken. Von fundamentaler Bedeutung sind dabei unternehmerische Aktivitäten, zu denen sich Menschen mit bestimmten Fähigkeiten und Wurzeln in unterschiedlichem Maße „hingezogen“ fühlen („Pull-Gründungen“). Aber genauso sehen sich verschiedene soziale Gruppen in unterschiedlichem Maße gezwungen, ihren Lebensunterhalt durch Arbeit auf eigene Rechnung zu bestreiten („Push-Gründungen“). Diskrepanzen zeigen sich ferner nicht nur in Bezug auf die Gründungsneigung von Menschen, sondern auch in der Nachhaltigkeit und dem Erfolg der Gründungen. Vieles von dem ist zum einen von den Individuen selbst und zum anderen von den Umfeldbedingungen abhängig. Häufig sind es Menschen in der „Fremde“, denen es gelingt, neue Situationen mit den ihnen verfügbaren Mitteln zu meistern. Daher ist es eine vielfach und international diskutierte Frage, inwieweit Unterschiede im Zugang zu und in der Ausprägung von beruflicher Selbständigkeit nicht nur mit der sozialen sondern auch mit der ethnischen Herkunft und mit Wanderungserfahrung im Zusammenhang stehen.

Einige Beobachtungen scheinen dies zu untermauern. Zunächst insgesamt betrachtet hat in Baden-Württemberg die Zahl an beruflich Selbständigen seit Anfang der 90er Jahre um rund ein Viertel zugenommen. Weit überproportional zu dieser Dynamik beigetragen haben die unternehmerischen Aktivitäten von Migranten. Allein die Zahl der ausländischen Selbständigen (ohne Eingebürgerte) hat sich im gleichen Zeitraum verdoppelt.¹ Wie die vorliegende Studie noch im Detail aufzeigt, haben rund 94.000 Unternehmer/innen in Baden-Württemberg einen Migrationshintergrund (im engeren Sinn)².

Daneben ist allerdings zu konstatieren, dass trotz der positiven Entwicklung das Niveau an unternehmerischen Aktivitäten von Migranten hinter dem in allen anderen Bundesländern zurückgeblieben ist. In Baden-Württemberg ist die Selbständigenquote von Ausländern bzw. Migranten seit Jahren nur etwa zwei Drittel bis drei Viertel so hoch wie in Deutschland insgesamt.³

Die Ursachen und Implikationen dieser Unterrepräsentation interessieren umso mehr, wenn der Blick auf das Leistungspotenzial der Migrantenökonomie gerichtet wird. Diesbezüglich werden nicht selten Zweifel laut, da Migrantenbetriebe in der öffentlichen Wahrnehmung häufig mit marginalwirtschaftlichen Aktivitäten, d.h. in Deutschland vor allem mit Döner-

¹ Um es vorwegzunehmen: Dieser Schub an neuen Unternehmerinnen und Unternehmern ist nur geringfügig auf Zuwanderungseffekte zurückzuführen, denn zum einen ist der Wanderungssaldo im gleichen Zeitraum geschrumpft (Statistisches Landesamt/ Bosch-Stiftung 2009) und zum anderen lebt die Mehrzahl der Migranten, die sich selbständig machen, bereits seit mehr als zwanzig Jahren im Land (Leicht et al. 2001).

² Im „weiteren Sinn“ sind es 98.000, wobei diese Zahl wegen des 4-jährig erweiterten Erfassungsprogramms im Mikrozensus nicht mit den vorherigen 3 Jahren vergleichbar ist.

³ Leicht et al. 2001; Leicht 2004; Leicht/ Leiß 2006; Meister-Scheufelen 2007.

Imbissen, Pizzerien, Gemüseläden, Änderungsschneidereien und ähnlich einfachen Dienstleistungen verbunden werden. Selbst in der internationalen Debatte dominiert ein vergleichbares Bild, dem sich auch die Forschung nicht gänzlich entzieht: Vor allem im Mainstream der angloamerikanischen Literatur werden die unternehmerischen Initiativen von Immigranten häufig mit Notgründungen und Überlebensstrategien sowie mit prekärer Selbständigkeit, Subunternehmertum oder gar mit Schattenwirtschaft in Zusammenhang gebracht.⁴ Die in der europäischen Diskussion verwendeten Beispiele für die Expansion von Migrantenselbständigkeit lassen ähnliche Assoziationen zu.⁵

Eine ganz andere bzw. positivere Sichtweise auf „ethnisches Unternehmertum“ bieten zwei Studien aus dem kalifornischen Silicon Valley. Sie stellen fest, dass es sich bei einer beachtlichen Zahl erfolgreicher Unternehmer um Zuwanderer handelt.⁶ Aber auch vereinzelte Studien in Deutschland legen nahe, dass die volkswirtschaftlichen Leistungen von Migrantenunternehmen, im Aggregat gemessen, durchaus von Bedeutung sind. Hier standen bislang allerdings nur die betrieblichen Leistungen ausgewählter Herkunftsgruppen (vor allem von Türken) im Mittelpunkt.⁷

In den Medien weit verbreiteter als empirisch gestützte Untersuchungen sind Erfolgsgeschichten, die auf Einzelbiografien beruhen. Die wohl bekanntesten Beispiele für einen unternehmerischen Aufstieg von Migranten sind der Reiseanbieter Vural Öger, der Textilunternehmer Kemal Sahin oder der Berliner Döner-Fabrikant Remzi Kaplan. In Baden-Württemberg werden der Mannheimer Großhändler Mustafa Baklan oder der Stuttgarter GAZi-Gründer Eduardo Garcia häufig als Vorbild genannt.

Handelt es sich bei diesen Unternehmertypen eher um Ausnahmen und Exoten oder bilden sie die Speerspitze einer Schar von „unsung heroes“, wie etwa Kloosterman und Rath vermuten?⁸ Im Gegensatz zur Forschung in den USA, Großbritannien und den Niederlanden ist hierzulande nur wenig über das Unternehmertum ethnischer Minderheiten bekannt. Auch in Baden-Württemberg blieb, abgesehen von vereinzelten und noch unsystematisch erzielten Befunden, der Status und die Zukunftsfähigkeit der Migrantenökonomie bislang im Dunkeln. Dies erstaunt insbesondere vor dem Hintergrund, dass Baden-Württemberg unter den Flächenländern dasjenige mit dem höchsten Anteil an ausländischstämmiger Bevölkerung ist: Jede vierte hierzulande lebende Person besitzt einen Migrationshintergrund.⁹ Von jeher hat die Wirtschaft im „Ländle“ von der Zuwanderung profitiert.¹⁰ Hinreichend bekannt ist dies allerdings nur im Zusammenhang mit den einst getroffenen Anwerbeabkommen und die damit verbundene Rekrutierung von „Gastarbeitern“. Da Baden-Württemberg aber zudem auch auf die Tradition und die Stärken einer mittelständischen und freiberuflich geprägten Wirtschaft verweisen kann, liegt die Frage nahe, welche Bedeutung die hohe Zahl an Migrantinnen und Migranten für die Herausbildung unternehmerischer Potenziale hat.

⁴ Zum Beispiel: Light 1972; Bonacich 1973; Portes/ Bach 1985 ; Waldinger et al. 1990; Salaff et al. 2003.

⁵ Z.B. Kloosterman et al. 1999; Magatti/ Quassoli 2003; Wilpert 2003.

⁶ Saxenian 1999 und 2002; Fairlie 2007.

⁷ Von Loeffelholz et al. 1994; Zentrum für Türkeistudien 1999; Leicht et al. 2005; Leicht 2006; PwC 2008.

⁸ Kloosterman/ Rath 20003, S. 1.

⁹ Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2008.

¹⁰ Schaible et al. 2007.

Untersuchungsfragen und -ziele

Im Einzelnen hatte sich das Forschungsprojekt zum Ziel gesetzt,

- a) die **Entwicklung** von Migrantenselbständigkeit in Baden-Württemberg in ihren Facetten aufzuzeigen und hierbei den Blick nicht nur auf die Struktur „ausländischer“ Selbständigkeit, sondern auch auf deutsche Unternehmer mit Migrationshintergrund zu richten,
- b) die wesentlichen **Determinanten** ethnischen Unternehmertums zu identifizieren und dabei einerseits den Einfluss von individuellen und Gruppenressourcen sowie andererseits von ethnischen und offenen Märkten zu bestimmen. In diesem Zusammenhang waren nicht nur Pull- sondern auch Push-Faktoren zu berücksichtigen.
- c) die betrieblichen und volkswirtschaftlichen Leistungen von Migrantenunternehmen und deren Bedeutung für den Arbeitsmarkt und die Wirtschaft Baden-Württembergs aufzuzeigen. Ein Augenmerk lag hierbei auch auf den Ausbildungsleistungen.
- d) die außenwirtschaftlichen Verflechtungen der Migrantenökonomie abzuschätzen bzw. aufzuzeigen inwieweit Beziehungen zu den Heimatländern maßgeblich sind.
- e) die Probleme, den Qualifizierungs- und Unterstützungsbedarf von Gründern und Unternehmern mit Migrationshintergrund zu untersuchen, wobei auch die betrieblichen Besonderheiten, d.h. Familien- und co-ethnische Beschäftigung von Bedeutung sind.

Konzeptionelle Überlegungen und Begriffsbestimmungen

Bevor wir uns näher mit den Determinanten, Leistungen und Wirkungen ausländischen bzw. „ethnischen“ Unternehmertums und in diesem Zusammenhang mit der Zukunftsfähigkeit der baden-württembergischen Migrantenökonomie befassen, sind einige konzeptionelle Erläuterungen zum Untersuchungsgegenstand erforderlich.

Es stellt sich u.a. die Frage, inwieweit es gerechtfertigt ist, unter allen unternehmerischen Aktivitäten diejenigen von Migranten gesondert herauszugreifen. Und wie lassen sie sich von denen der Einheimischen abgrenzen? Hier ist auf das Interesse von Politik und Wissenschaft zu verweisen, die Bedeutung und Ursachen einer sich besonders dynamisch entwickelnden Teilökonomie zu verstehen und daraus Rückschlüsse zu ziehen. Darüber hinaus interessieren speziell auch im Hinblick auf die aktuelle Integrationsdebatte die Formen der ökonomischen Partizipation von Migrantinnen und Migranten.

So bleibt die Frage, durch welche Eigenheiten sich das Unternehmertum von Migranten kennzeichnen lässt bzw. welches die Identität stiftenden Gemeinsamkeiten selbständiger Migranten sind. Hier ist festzuhalten, dass in vorliegender Untersuchung nicht auf Migranten als Ganzes, sondern – wo immer möglich – auf die Besonderheiten einzelner Herkunftsgruppen Bezug genommen wird. Die Ausgangsbedingungen, Ressourcen und die unternehmerischen Aktivitäten der jeweiligen Gruppen sind, wie die Studie zeigt, zu verschieden, um sie über einen Kamm zu scheren.

Bleibt anzumerken, dass verschiedentlich auf den diffusen Charakter von „Nationalität“ und „Ethnizität“ und auf das Problem der Fremd- und Selbstethnisierung bestimmter Gruppen

hingewiesen wird.¹¹ Unsicherheiten ergeben sich auch mit Blick auf die schon länger in Deutschland verwurzelten Migranten, von denen sich manche nur noch wenig „ihrer“ Ethnie zugehörig fühlen. Die Ethnic Entrepreneurship-Forschung hat sich deshalb intensiv mit der Definition ihres Untersuchungsgegenstandes befasst. Wo die Trennlinien zwischen selbständigen Migranten und Einheimischen sowie zwischen ethnischer Ökonomie und der Gesamtwirtschaft liegen, hängt stark von den Untersuchungsfragen und -konzepten ab. Folgt man Aldrich und Waldinger (1990) ist das, was am *ethnischen Unternehmertum*¹² als „ethnisch“ gilt, ein Konstrukt aus Verbindungen oder Verhaltensmustern zwischen Personen, die einen gemeinsamen nationalen Hintergrund oder eine gemeinsame Migrationserfahrung haben. Ein umfassenderes Konzept ist das der *ethnischen Ökonomie*: Nach Light und Karageorgis (1994: 648) besteht diese aus „the ethnic self-employed and employers, their unpaid family workers, and their co-ethnic employees“.¹³ Zumindest umgangssprachlich wird diese Teilökonomie in Deutschland häufig mit dem Begriff der *Migrantenökonomie* gleichgesetzt, auch wenn bisher eine Debatte über diese Definition ausgeblieben ist.

Bei allem gilt es zu bedenken, dass die empirische Forschung im Umgang mit Daten zu einer pragmatischen Herangehensweise gezwungen ist. Weder Befragungen noch die amtliche Statistik bieten Möglichkeiten, unterhalb der Ebene nationaler Zugehörigkeiten oder Abstammungen zusätzlich die Frage der Identifizierung mit einer Ethnie im Sinne eines „Gemeinsamkeitsglaubens“ (Max Weber) zu erörtern und die zu untersuchenden Subjekte danach zu differenzieren. Nachdem die amtliche Statistik in Deutschland lange Zeit nur zwischen Deutschen und Ausländern unterschieden hat, ist es durch die Erfassung des „Migrationshintergrunds“ nun möglich, Untersuchungskonzepte stärker am Herkunftsprinzip auszurichten. Damit wird der migrationspolitischen Erkenntnis Rechnung getragen, dass der am Prinzip der Staatsangehörigkeit orientierte Begriff des „Ausländers“ kaum noch die Wirklichkeit trifft. In einigen Datenquellen wird er aber weiterhin mangels Alternativen verwendet.

Soweit es die Daten zulassen, fokussiert unsere Untersuchung auf den *Migrationshintergrund* von Personen, wobei wir uns an die durch den Mikrozensus praktikierbare Definition halten: Zu den *Selbständigen mit „Migrationshintergrund“* zählen demnach

1. *Ausländer*, die entweder zugewandert oder in Deutschland geboren sind
2. *Deutsche mit Migrationshintergrund*, wozu vor allem Eingebürgerte (und Spätaussiedler) sowie deren Kinder zählen, ferner Kinder ausländischer Eltern, die bei der Geburt die deutsche Staatsangehörigkeit erhalten haben (*ius soli*) und Kinder mit einseitigem Migrationshintergrund, bei denen nur ein Elternteil „Migrant“ im o.g. Sinne ist.¹⁴

Auf einzelne Besonderheiten dieser Definition und deren Anwendung wird in Kapitel 3 (Daten und Methoden) näher eingegangen.

¹¹ z.B. Schmidt 2000; Timm 2000; Chaganti/ Greene 2002.

¹² Neben dem Begriff „ethnic entrepreneurship“ wird häufig auch „immigrant entrepreneurship“ verwendet, was jedoch andeutet, dass hier nur die tatsächlich Zugewanderten, d.h. Unternehmer mit eigener Migrationserfahrung gemeint sind und schließt die zweite und dritte Generation aus (Volery 2008).

¹³ Wobei Light in späteren Definitionen darauf hinweist, dass die ethnic economy aus zwei Sektoren, der „ethnic-controlled economy“ und der „ethnic ownership economy“ besteht (Light 2004: 4).

¹⁴ Statistisches Bundesamt 2007, Fachserie 1, Reihe 2.2.

2. Determinanten, Wirkungen und Leistungen ethnischen Unternehmertums: Zum Stand der Forschung

Wirtschaftliches Handeln und ökonomische Entwicklung sind unmittelbar mit unternehmerischen Initiativen verbunden. Gleich ob es sich um Menschen mit Pioniergeist, Gestaltungsfreude und Expansionswillen, um Ideenentwickler, Innovateure, Kombinierer, Entdecker und Risikoträger oder schlicht um solche Leute handelt, die durch berufliche Selbständigkeit ihr tägliches Einkommen sichern möchten:¹ Das Gros der klassischen als auch der weiterentwickelten Entrepreneurship-Theorien schreibt vor allem den Fähigkeiten und Eigenschaften bestimmter Personen einen impulsgebenden Antrieb für die wirtschaftliche Entwicklung zu. Die Tatsache jedoch, dass es zu allen Zeiten und in verschiedenen Ländern neben solchen unternehmerisch talentierten Individuen auch ganze Gebilde an Gruppen gab, die nicht nur eine gemeinsame Migrationserfahrung und Herkunft oder einen gleichen Glauben teilen, sondern die auch eine überdurchschnittlich starke Neigung zur beruflichen Selbständigkeit verbindet, hat die Wirtschafts- und Sozialwissenschaften schon immer fasziniert.

Die ersten grundlegenden Überlegungen zum Zusammenhang zwischen unternehmerischem Verhalten und kulturellen Eigenheiten reichen weit in die deutsche Soziologie zurück. Max Weber (1904) und Werner Sombart (1911) beschreiben den Einfluss religiöser Werthaltungen und Georg Simmel (1908) den von Fremdheit und Migrationserfahrung. Mit Blick auf die modernen Industrieländer waren es dann vor allem angloamerikanische Forscher, die sich mit der Frage befassten, weshalb Immigranten – oder zumindest einzelne Gruppen – im Vergleich zu Einheimischen weit höhere Selbständigenquoten aufweisen (Light 1972; Bonacich 1973).

Kulturelle Deutungen, welche die unternehmerischen Aktivitäten von Migranten in einer mehr oder weniger orthodoxen Form auf die mit der Zuwanderung „importierten“ Prädispositionen und Traditionen zurückführen, haben zwischenzeitlich allerdings an Erklärungskraft verloren; zumindest was die Eigenheiten von Individuen (im Gegensatz zu den Ressourcen ganzer Gruppen) betrifft. Zweifel an der zentralen Bestimmungskraft soziokultureller Charakteristika rühren vor allem aus der Erkenntnis, dass es nicht nur die personenbezogenen sondern vor allem auch die sozialen und institutionellen Umfeldfaktoren sind, welche Migrantenselbständigkeit hervorbringen (oder hemmen). Eine zentrale Rolle spielen schließlich die „modes of incorporation“ (Portes/ Rumbaut 1990), die beschreiben, unter welchen Bedingungen Migranten aus- und eingewandert sind und vor allem, mit welchen Bedingungen sie sich im Zielland auseinandersetzen müssen. Im Versuch das Phänomen Migrantökonomie und insbesondere Migrantenselbständigkeit zu verstehen haben mehrdimensionale Konzepte an Bedeutung gewonnen (Waldinger et al. 1990; Kloosterman/ Rath 2001; Razin 2002). Auf sie wird im Folgenden noch verwiesen.

Im Groben und Ganzen betrachtet hat sich die Ethnic Entrepreneurshipforschung insbesondere mit den Entstehungs- und Entwicklungsbedingungen von Migrantenselbständigkeit im Mikroumfeld aber vergleichsweise weniger mit ihren gesamtwirtschaftlichen Wirkungen be-

¹ Vgl. zum Beispiel Schumpeter 1911; Knight 1921; Kirzner 1978, Hakim 1998; Faltin et al. 1998.

fasst. Dieses Ungleichgewicht gilt vor allem für den Mainstream der Forschung im angloamerikanischen Bereich (Fairlie/ Cruz 2008), wobei hier in Bezug auf die Frage der „Wirkungen“ stärker die Rolle ethnischen Unternehmertums in ethnischen Communities oder Netzwerken im Vordergrund steht (vgl. auch die Einschätzungen zur Forschungsausrichtung in Iyer/ Shapiro 1999; Min/ Bozorgmehr 2000; Zhou 2004). In Deutschland (wo das Thema insgesamt jedoch noch wenig Beachtung fand) waren bisher vor allem zwei Fragestellungen von größerem Interesse: Zum einen stand hier stärker die Frage nach dem volkswirtschaftlichen Nutzen von Migrantenselbständigkeit im Vordergrund, wobei neben dem zahlenmäßigen Umfang an Selbständigen vor allem deren Beitrag für den Arbeitsmarkt interessierte (von Loeffelholz et al. 1994; Zentrum für Türkeistudien 1999; Leicht et al. 2001; Leicht et al. 2005 und 2006). Zum anderen wird die Debatte häufig von der Frage geleitet, ob und in welcher Weise der Schritt in die Selbständigkeit die soziale Positionierung und damit auch die Integrationsleistungen von Migranten schwächt oder stärkt (Bukow 1993; RWI 2001; Özcan/ Seifert 2000; Leicht et al. 2001; Constant 2004; Leicht et al. 2009). Dieser Diskurs wird jedoch teils mit anderem Blickwinkel als bspw. in der US-amerikanischen Forschung geführt, wo nicht allein die Integration in die Gesamtgesellschaft sondern darüber hinaus auch die soziale Mobilität der Zugewanderten innerhalb ihrer Gemeinschaft – etwa in der „enclave economy“ – im Fokus steht (Portes/ Bach 1985; Portes/ Zhou 1992; Zhou 2004).

Bei allem ist zu berücksichtigen, dass auch die Diskussion um die volkswirtschaftlichen und integrationspolitischen Beiträge von Migrantenselbständigkeit nicht ohne den Blick auf die das Phänomen erklärenden Einflussfaktoren zu führen ist. Das heißt ein Überblick zum Stand der Forschung muss mit den *Determinanten* beginnen und sich dabei mit der Angebots- und Nachfrageseite – so etwa mit den Ressourcen und den Gelegenheiten zur Gründung eines Unternehmens – befassen (Kapitel 2.1). Es wird davon ausgegangen, dass sich aus dem Zusammenspiel zwischen personen- und umfeldbezogenen Faktoren spezifisch „ethnische Strategien“ ergeben, die sich dann auch in der Bedeutung, im Marktverhalten und letztlich in dem *individuellen Erfolg und den betrieblichen Leistungen* von Migrantenbetrieben niederschlagen (Kapitel 2.2). Zu den Leistungspotenzialen liegen bisher nur relativ wenig theoretische und empirische Forschungsarbeiten vor. Ohne Befunde zum Outcome bzw. zu den individuellen und volkswirtschaftlichen Erträgen ausländischen Unternehmertums wird es schwer, den Beitrag der Migrantenökonomie auch in *integrationspolitischer Sicht* zu bewerten, denn schließlich kann der Schritt in die Selbständigkeit sowohl zu sozialem Aufstieg als auch zu einer prekären wirtschaftlichen Situation und darüber in eine Mobilitätsfalle führen (Kapitel 2.3).

2.1 Determinanten: Zusammenspiel von Ressourcen und Strukturen

Eine unternehmerische Aktivität setzt voraus, dass Personen zum einen eine individuelle Entscheidung zum Schritt in die Selbständigkeit treffen und zum anderen sind es strukturelle Bedingungen bzw. das Mikro- und Makroumfeld, welche diese Entscheidungsfindung beeinflussen (Ziegler/ Hinz 1992; Welter/ Rosenblatt 1998). In anderer Sichtweise kann auch zwischen dem *Angebot* an unternehmerischen Talenten und ihren Ressourcen und der *Nachfrage* nach diesen unterschieden werden. Dies ist zunächst eine Schematisierung, die nicht nur in der Debatte um die Triebkräfte von ausländischem Unternehmertum, sondern generell bei der

Erforschung der Ursachen unternehmerischer Initiativen Anwendung findet. Allerdings wurde insbesondere in der Ethnic Entrepreneurshipforschung sehr intensiv um die Frage gestritten, welche Rolle die Fähigkeiten und Eigenschaften von Individuen im Vergleich zu den sie umgebenden Bedingungen, vor allem der Arbeitsmarkt aber auch Netzwerke bzw. soziales Kapital, spielen (z.B. Borjas 1990; Granovetter 1995; Light/ Rosenstien 1995; Bates 1997; Light/ Gold 2000). Fälschlicherweise wird die Trennlinie zwischen den an Ressourcen und an Strukturen orientierten Erklärungsansätzen häufig entlang einer Unterscheidung zwischen ökonomischer und soziologischer Forschungsliteratur gezogen (z.B. Fairlie 1996; Bates 1997), obwohl sich viele Ökonomen genauso wie Soziologen sowohl mit personen- als auch umfeldbezogenen Determinanten ethnischen Unternehmertums befassen.

Das Zusammenspiel zwischen individuellen Eigenschaften und den jeweiligen Rahmenbedingungen in denen sie zum Einsatz kommen zeigt sich auch daran, dass die konkrete Entscheidung zur Gründung eines Unternehmens zumeist von situativen Bedingungen abhängig ist. Denn der Weg in die Selbständigkeit wird nicht nur durch die verfügbaren Ressourcen geleitet sondern vielfach auch durch bestimmte Anreize oder Zwänge. Eine Unterscheidung zwischen *Push- und Pullfaktoren* ist vor allem dann gefragt, wenn es um die Sicht des Individuums und die den Gründungsschritt auslösenden Momente geht.

Individuelle Ressourcen: Finanz- und Humankapital

Unter den individuellen Faktoren zur Erklärung von ethnischem Unternehmertum werden (wie auch in der Entrepreneurship-Forschung insgesamt) neben den soziodemografischen Merkmalen (z.B. soziale Herkunft und Geschlecht) vor allem die verfügbaren Ressourcen hervorgehoben. Dazu zählen zuvorderst das zur Gründung eines Unternehmens häufig unentbehrliche Finanz- und Humankapital. In beiden Fällen wird mehrheitlich davon ausgegangen, dass Migranten tendenziell schlechter als Einheimische ausgestattet sind. So haben Zugewanderte zumeist nicht nur weniger Zeit zum Ansparen ihres Startkapitals sondern werden unter Umständen auch bei der Kreditvergabe eher diskriminiert (Ward/ Reeves 1980; Blanchflower et al. 1998; Fraser 2007). Anzeichen hierfür zeigen sich auch in Deutschland (Täuber 2003; Constant 2004; Leicht et al. 2009), wobei zu berücksichtigen ist, dass sich die Zugewanderten auch häufiger auf Branchen mit niedrigen Schwellen aber hohen Risiken konzentrieren (Bruder et al. 2007).² Für die Kreditwürdigkeit entscheidend sind zudem die mit der Aufenthaltsdauer einhergehenden Sicherheiten, weshalb die neu Zugewanderten von größeren Problemen beim Kreditzugang berichten (Leicht et al. 2009).

Dies führt natürlich zu der Frage, auf welche Weise Migranten ihre Gründung finanzieren. In der Ethnic-Entrepreneurshipforschung scheint unbestritten, dass der Mangel an Fremdkapital durch die Solidarität und Unterstützung aus dem co-ethnischen Umfeld, aber insbesondere durch die Familie kompensiert werden kann (Light 1987; Bates 1998; Smallbone et al. 2003). Auch in Deutschland wird davon ausgegangen, dass Migranten ihr Startkapital zu einem hohen Teil aus dem Verwandtschafts- und Freundeskreis beziehen (Goldberg/ Sen 1997; Pütz

² Bruder et al. (2007) kommen – allerdings anhand einer relativ kleinen Stichprobe – zu dem Ergebnis, dass die Kreditprobleme vor allem in Ost-Deutschland auftauchen und auch auf bestimmte Bankbeziehungen zurückzuführen sind.

2000; Smolny/ Alpert 2009). Ein weit verbreitetes Missverständnis besteht aber bezüglich der Annahme, in ethnischen Gemeinschaften würde auf solche Hilfsleistungen generell stärker als unter Einheimischen gebaut. Dies ist nicht bei allen Gruppen und nicht bei beiden Geschlechtern gleichermaßen der Fall; insbesondere deutsche Gründerinnen greifen zu meist höherem Anteil als Migrantinnen auf die Familie zurück (Leicht et al. 2009).

Nicht weniger wichtig beim Unternehmensstart sind die wissensbezogenen Ressourcen. Insbesondere spezifischem Humankapital wird in der Gründungsforschung hohe Bedeutung zugeordnet (Brüderl et al. 1996; Arum/ Müller 2004). Zwar findet die Determinante „Bildung“ auch in der migrantenbezogenen Forschung Berücksichtigung (Bates 1997; Marger 2001; Hammarstedt 2002; Lofstrom/ Bates 2007), sie besitzt hier allerdings nicht den selben Stellenwert. Dies mag daran liegen, dass den häufig aus Drittweltländern stammenden Immigranten ein eher geringes Niveau formaler Bildung zugeschrieben wird (Kloosterman/ Rath 2003). Immerhin jedoch stellen verschiedene Untersuchungen fest, dass Bildung über alle Ethnien hinweg die Gründungsneigung erhöht, wobei aber dennoch ethnische Differenzen in der Einflussstärke verbleiben (Light/ Rosenstein 1995; Fairlie 1996). Die Richtung der Befunde ist jedoch keineswegs eindeutig. Denn Studien in Schweden, in den Niederlanden oder in Kanada gelangen bspw. zu dem Schluss, dass sich Migranten mit niedrigerer Bildung – und daher geringen Mobilitätschancen – vergleichsweise häufiger selbständig machen, da sie hierdurch ein höheres Einkommen als in der abhängigen Beschäftigung oder zumindest Unabhängigkeit erzielen (Mata/ Pendakur 1998; Hammarstedt 2001; Kanas et al. 2009; Thomas 2009).

In Bezug auf die Situation in Deutschland gibt es ebenfalls widersprüchliche Befunde: Leiß (2001) sowie Leicht et al. (2005a und 2009) belegen mit Mikrozensusdaten, dass eine gute Schul- und Berufsausbildung die Wahrscheinlichkeit der Ausübung einer selbständigen Tätigkeit erhöht. Dies gilt auch mit Blick auf einzelne Ethnien. Demgegenüber stellen Constant et al. (2003) mit Daten des Sozioökonomischen Panels – aber mit Blick auf das Gesamtaggregat an Ausländern – keinen signifikanten Einfluss von Bildung fest, während das Alter, als Näherungswert für Arbeitserfahrung, die Selbständigkeitsneigung verbessert.³ Fertala (2006) kommt mit gleicher Datenbasis zu dem Ergebnis, dass die Wahrscheinlichkeit eines Wechsels in die Selbständigkeit vor allem mit der Zahl der in Deutschland absolvierten Schuljahre wächst. Öztürk (2001) sieht diesen Zusammenhang nur für die zweite Generation gegeben.

Ethnische Gruppenressourcen und soziales Kapital

Eine entscheidende Wende erfuhr die Ethnic Entrepreneurship-Forschung in den 80er und 90er Jahren mit der stärkeren Hinwendung zu Erklärungsansätzen, die nicht mehr das Individuum, sondern ganze Gruppen und dabei ethnische Ressourcen und soziales Kapital in den Mittelpunkt rückten. Gemeint sind Ressourcen immaterieller und materieller Art, die Angehörige einer ethnischen Gruppe für ihre unternehmerischen Aktivitäten mobilisieren und nutzen können – oder sie überhaupt erst dazu bringen sich selbständig zu machen. Ausschlaggebend sind nicht nur gemeinsame Werte, wie Religion, Sprache und kulturelle Identität, sondern zudem auch das Vertrauen, die Verpflichtungen und die Solidarität gegenüber (und von) Angehörigen der eigenen Ethnie (Granovetter 1985 und 2000; Aldrich/ Zimmer 1986; Portes/

³ In Bezug auf Alter bzw. Arbeitserfahrung ähnlich Leiß 2001, Constant/ Zimmermann 2005, Fertala 2006.

Sensenbrenner 1993; Light/ Rosenstein 1995). Hier darf aber nicht übersehen werden, dass letztgenannte Attribute nicht per se einer Gruppe innewohnen, sondern diese oftmals erst nach der Migration entstehen (Light/ Gold 2000).

Die Soziologie ist vor allem daran interessiert, in welchem Umfang Immigranten auf soziales Kapital zurückgreifen und Beziehungen, Netzwerke und darüber zum Beispiel auch Ressourcen materieller Art in Anspruch nehmen können (Light/ Rosenstein 1995, Portes 1995). Soziales Kapital ist nicht unabhängig von anderen Personen. Es ist jedoch individuell und instrumentell einsetzbar und nach Portes (1995) vor allem ein Produkt von „embeddedness“, wobei die Nutzungsmöglichkeiten differieren. Welche Rolle Familie, Freunde, Bekannte, Geschäftspartner oder andere Kontakte spielen, hängt u.a. von den soziokulturellen Eigenheiten einer Gruppe, unter Umständen aber auch von deren Größe und Zusammensetzung ab. Die Einbettung in soziale Netzwerke ist eine entscheidende Ressource, denn sie mag Vorteile bei der Gründung eines Unternehmens verschaffen, insbesondere beim Zugriff auf Informationen, Arbeitskräfte und ggf. auch auf günstige Kredite (Light 1987; van Delft et al. 2000).⁴ Ethnisch geprägte Netzwerke können darüber hinaus auch als Auffangbecken beim Scheitern einer Gründung dienen und darüber empfundene Risiken kompensieren (Volery 2008).

Andererseits ist zu hinterfragen, ob und inwieweit sich die Mitglieder einer ethnischen Ökonomie den Individualisierungstendenzen der modernen Gesellschaft entziehen können oder wollen. Soziale bzw. familiäre Bindungen verlieren auf Dauer an Kraft und traditionelle Lebensformen verblassen (Beck 1994). Aus bindenden Verpflichtungen können genauso wirtschaftliche Nachteile erwachsen, etwa dann, wenn Familienmitglieder und Angehörige der eigenen Ethnie nicht aufgrund ihrer 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.

Strukturelle Faktoren und Mehrebenenmodelle

Strukturelle bzw. Umfeldorientierte Ansätze versuchen das Aufkommen ethnischen Unternehmertums mit den Rahmenbedingungen im Ankunftsland, das heißt letztlich auch mit Blick auf die Rolle und die Chancen von Migranten in der Aufnahmegesellschaft zu erklären. Solche Bedingungen werden vor allem durch die sich bietenden Gelegenheiten geprägt. Daher wird hier insbesondere der Einfluss von Märkten, aber auch von Arbeitsmarktstrukturen (siehe auch im Folgenden zu Push- und Pullfaktoren) sowie von rechtlich-institutionellen Faktoren untersucht.

Spätestens seit den 90er Jahren scheint die lange Zeit geltende Unüberbrückbarkeit zwischen personen- und strukturorientierten Erklärungsansätzen tendenziell überwunden. Denn nunmehr herrscht weitestgehend Einigkeit, dass für den Schritt zur beruflichen Selbständigkeit zwar die persönlichen „traits“, aber genauso strukturelle Faktoren, wie etwa der Absatz- und

⁴ Light (1987) zufolge verbessert die ausgeprägte Solidarität unter Migranten den Zugang zur Finanzierung unternehmerischer Aktivitäten, wofür er das Kredit-Rotationssystem unter asiatischen Einwanderern als Beleg anführt.

der Arbeitsmarkt von Bedeutung sind. 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 unter anderem an dem von Waldinger, Aldrich und Ward (1990) entworfenen Interaktionsansatz, der das interaktive Zusammenspiel von ethnischen und soziokulturellen Ressourcen (agency) mit den sich bietenden Gelegenheiten (structure) betont. Dieses Mehrebenenmodell erweist sich allerdings als sehr komplex und empirisch kaum zu evaluieren.⁵ In einer Kritik und Weiterführung verweisen Kloosterman und Rath (2001) ähnlich wie Razin (2002) zudem auf die soziale „Einbettung“ der unternehmerischen Aktivitäten in das lokale politisch-institutionelle Umfeld und unterstreichen stärker als zuvor die Bedeutung von rechtlichen Rahmenbedingungen.⁶

Letzteres schien insbesondere in der europäischen Ethnic Entrepreneurshipforschung von großer Wichtigkeit, da hier der Zugang zu unternehmerischen Tätigkeiten weit mehr durch gesetzliche Maßnahmen reguliert wird. Die politisch-institutionellen Strukturen bestimmen nicht nur den Umfang von Migrantenselbständigkeit sondern auch die zugrunde liegenden Charakteristika, was für Deutschland besondere Implikationen birgt: Die gegenüber Nicht-Europäern bzw. Drittstaatsangehörigen restriktiven Zuwanderungsbedingungen haben hierzu-lande dazu geführt, dass sich lange Zeit vor allem die im Vergleich zu Neuzuwanderern weniger qualifizierten ehemaligen „Gastarbeiter“ selbständig machten (Leicht/ Leiß 2006a). Trotz Veränderungen im Aufenthaltsgesetz (Teilliberalisierung der Grunderteilungsnorm bzgl. §21) bleibt der Zugang für Selbständige aus Drittstaaten nach wie vor erschwert.⁷

Märkte und Gelegenheiten

Bereits die Erkenntnisse von Light (1972) zur Wirkung geschützter Märkte und die von Portes (1987) über ethnische Enklaven verwiesen auf die Bedeutung „ethnischer Nischen“ für die Gründungs- und Geschäftsaussichten von Migranten. Die Vertreter des „Nischenmodells“ gehen davon aus, dass die räumliche Segregation einer ethnischen Gruppe eine lokale Nachfrage nach herkunftstypischen Gütern und Diensten schafft, die von Angehörigen dieser Ethnie am kompetentesten befriedigt werden kann (Ward/ Jenkins 1984; Portes/ Bach 1985; Evans 1989; Volery 2008). Hier anknüpfend werden zwei weitere Effekte geltend gemacht: Zum einen bietet sich jenen Zuwanderern in Enklaven eine Gründungschance, die auf dem „ersten Arbeitsmarkt“ keinen Job erhalten und zum anderen können sich Migrantenunternehmer auf co-ethnische Kundschaft orientieren ohne die Konkurrenz des „offenen Marktes“ fürchten zu müssen. Allerdings sind ihre Überlebens- und Wachstumsaussichten in direkter Abhängigkeit von der Kaufkraft der Landsleute entsprechend begrenzt, nicht zuletzt aufgrund des innerethnischen Wettbewerbs (Waldinger et al. 1990; Ram/ Deakins 1996; Klo-

⁵ Siehe auch die Kritik von Light und Rosenstein 1995.

⁶ Mit ihrem Mixed Embeddedness-Ansatz wird die Bedeutung personenbezogener Faktoren keinesfalls negiert, aber mit Blick auf die Ausgangssituation von Migranten berücksichtigen sie „not only their rather concrete embeddedness in social networks [...] but also their more abstract embeddedness in the socio-economic and politico-institutional environment of the country of settlement“ (Kloosterman/ Rath 2001: 190).

⁷ Auch nach der teilweisen Reform von § 21 des Zuwanderungsgesetzes ist der Aufenthalt zur Ausübung einer selbständigen Tätigkeit nur dann erlaubt, wenn ein übergeordnetes wirtschaftliches Interesse vorliegt, welches i.d.R. bei einer Investition von mindestens 250.000 Euro oder bei der Schaffung 5 Arbeitsplätzen gegeben ist. Bis 2008 waren die Hürden noch höher. Zu den Auswirkungen des Aufenthaltsgesetz vgl. Leicht/ Leiß 2006a.

osterman et al. 1999).⁸ Mehrere Forscher kommen aber zu dem Ergebnis, dass sich „ethnische Wohnkonzentration“ nicht unbedingt in höheren Selbständigenquoten niederschlägt (Yuengert 1993; Clark/ Drinkwater 2000; Mora/ Dávila 2005).⁹ Allerdings lassen sich ökonomische Nischen¹⁰ ohnehin nicht nur in Enklaven finden.

Was die Situation in Deutschland betrifft sind sich fast alle Autoren einig, dass der Versuch, die wachsende Zahl ausländischer Selbständiger in Deutschland mit dem co-ethnischen Nachfragepotenzial und den sich bietenden Nischen zu erklären, kaum tauglich ist. Das heißt, der „break-out“ zum offenen Markt bzw. die Hinwendung zur einheimischen oder gar zu einer multinationalen Kundschaft scheint vollzogen (Goldberg/ Sen 1997; Pütz 2000; Sen/ Sauer 2005). Diesem Konsens ist allerdings hinzuzufügen, dass zuvor kaum hinterfragt wurde, ob in Deutschland ethnische Enklaven überhaupt je eine (mit den Bedingungen in nordamerikanischen Ghettos vergleichbare) Substanz für die Herausbildung von Migrantenunternehmen bildeten. Dies ist mit Blick auf die tatsächlichen Zuwanderungs-, Siedlungs- und Segregationsstrukturen in deutschen Städten eher zu bezweifeln (Häußermann/ Siebel 2001; Schönwälder/ Söhn 2007). Eine Untersuchung von Schunk und Windzio (2009) kommt aber immerhin zu dem Ergebnis, dass ein hoher Migrantenanteil in einem Wohnbezirk die Gründungsintensität (aber auch das Risiko des Scheiterns) fördert.

Push- und Pullfaktoren

Nach Bögenhold und Staber (1994) lassen sich zwei Extreme von Motivlagen erkennen: Der Schritt in die Selbständigkeit ist entweder als Selbstverwirklichung (pull) oder als Ökonomie der Not (push) zu deuten. Eine Gründung als ein Pfad in Richtung Selbstverwirklichung impliziert, dass der Wunsch nach Autonomie, Unabhängigkeit und Entscheidungsfreiheit überwiegt. Im Gegensatz dazu impliziert die These von der Ökonomie der Not, dass der Schritt in die Selbständigkeit viel eher als eine Reaktion auf Arbeitslosigkeit oder auf eine Bedrohungen des Arbeitsplatzes zu sehen ist, wobei auch Unzufriedenheit mit der Situation am Arbeitsplatz oder mit der Entlohnung eine Rolle spielen. Häufig treten Push- und Pullfaktoren auch gemeinsam auf (Leicht et al. 2005 und 2009). 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 (Welter/ Rosenblatt 1998; Dawson et al. 2009).

Aus Sicht des Individuums lassen sich als zentrale *Pull-Faktoren* bzw. *Anreize* für Unternehmensgründungen insbesondere bestimmte Bedürfnisse, Fähigkeiten und Eigenheiten verstehen, die geeignet sind, den Schritt in die Selbständigkeit zu forcieren (Clark/ Drinkwater 2000). An vorderster Stelle steht auch in Deutschland der Wunsch nach Selbstverwirklichung und Autonomie. Dies sind klassische Motive, die genauso von Migranten durchgängig genannt werden (Sen/ Goldberg 1994; Hillmann/ Rudolph 1997; Yavuzcan 2003) wobei hinzukommt, dass Pull-Faktoren für ausländische Gründer generell einen höheren Stellenwert als für deutsche Gründer besitzen (Constant/ Zimmermann 2005; Leicht et al. 2005a und 2009).

⁸ Vgl. hierzu auch die Diskussion um sog. „Mobilitätsfallen“ in Kapitel 2.3..

⁹ Clark und Drinkwater (2000) stellen im Fall England einen negativen Einfluss von Enklaven auf Gründungen fest und Borjas (1986) im Fall der USA einen positiven Effekt.

¹⁰ Ökonomische Nischen sind von ethnischen Nischen strikt zu unterscheiden.

Einige Untersuchungen heben die Chance auf Einkommensverbesserung und sozialen Aufstieg hervor (Bates 1997; Kloosterman et al. 1999; Leicht et al. 2009; siehe hierzu auch Kapitel 2.3). Solche Motivlagen lassen sich allerdings nicht immer eindeutig den Pull-Faktoren zuordnen, da der Aufstieg nicht selten mit durchlaufener Deprivation verbunden ist.

Zwänge bzw. Push-Faktoren resultieren im Wesentlichen aus sozialer Ungleichheit, insbesondere aber aus den Bedingungen und ggf. Benachteiligungen am Arbeitsmarkt. Nach Loeffelholz et al. (1994) und Loeffelholz (2002) lassen sich Betriebsgründungen von Migranten in vielen Fällen als Reaktion auf drohende oder erfahrene Arbeitslosigkeit werten, nicht zuletzt, da die ehemaligen Gastarbeiter und deren Nachfahren von den Umbrüchen in den Krisenbranchen des Verarbeitenden Gewerbes stark betroffen sind (Seifert 2001). In Bezug auf türkische Selbständige kommen Pütz (2003) und Sen (2002) zu einem ähnlichen Ergebnis. Da das Entscheidungskalkül häufig jedoch von weiteren Faktoren – und dabei auch von pull-Faktoren – mit beeinflusst wird, lassen die Untersuchungen kaum Aussagen zu, inwieweit der Gründungsschritt explizit auf eine Notsituation zurückzuführen ist. In unserer Studie in NRW wurde daher ein Gesamtindikator für solche Gründungsmotive gebildet, die sich aus einer prekären Arbeitsmarktsituation entwickeln (Leicht et al. 2009). Demzufolge wurde ein Viertel bis ein Drittel der Migrantinnen und Migranten eher „zwangsweise“ in die Selbständigkeit geführt. Ein solcher Zwang kommt bei Türkinnen und Türken fast doppelt so häufig wie bei den Deutschen ins Spiel, und dies auch dann, wenn man Alter und Bildung kontrolliert.

Determinanten im Spiegel landesspezifischer Strukturen

Baden-Württemberg erfüllt einige Voraussetzungen, die vermuten ließen, dass sich zumindest die Absolutzahl an selbständigen Migranten auf relativ hohem Niveau bewegt. Unter den Flächenländern ist der Südweststaat dasjenige Land mit dem höchsten Anteil an Menschen mit Migrationshintergrund (Stat. Landesamt 2008; Hin 2008). Hierunter sind zwar viele mit deutschem Pass, aber auch in Bezug auf den Ausländeranteil führt Baden-Württemberg das Ranking an (Walter 2007). Allerdings kann das Gründungsklima und die Bedeutung der Migrantenökonomie nur anhand relativer Werte beurteilt werden. Mit Blick auf die migrantenspezifischen Gründungs- und Selbständigenquoten bildet Baden-Württemberg seit längerem das Schlusslicht im Ländervergleich (Leicht/ Leiß 2006b; Meister-Scheufelen 2007).

Mögliche Ursachen dieser Unterrepräsentation wurden zuvor nicht erforscht. Erste Hinweise boten die von anderen Bundesländern abweichenden Arbeitsmarktstrukturen. Die durchschnittlich geringeren Arbeitslosenquoten im Südweststaat gaben Anlass zu der Vermutung, dass hierdurch weniger Migranten zum Schritt in die Selbständigkeit gezwungen sind. Doch abgesehen davon, dass nur ein Teil der Gründungsaktivitäten aus der Arbeitslosigkeit entspringt, sollten auch in Baden-Württemberg „Push-Faktoren“ nicht unterschätzt werden, da hier – noch vor der Wirtschaftskrise – die Erwerbslosenquote von Personen mit Migrationshintergrund um das 2,5-fache und die von Ausländern um das 3-fache höher als die von Personen ohne Migrationshintergrund lag (Hin/ Schmidt 2006).¹¹ Natürlich ist trotz allem zu be-

¹¹ Mikrozensus 2005: 5,2% zu 12,8% und 15%. Auf anderer Datenbasis (BA) aber gleichem Bezugsjahr kommen Lehmann und Wapler (2009) zu einer Arbeitslosenquote von 6,8% bei Deutschen und 15,8% bei Ausländern in Baden-Württemberg.

rücksichtigen, dass sich die Arbeitslosenquoten von Migranten in vielen Bundesländern auf noch höherem Niveau bewegen.

Es stellt sich dennoch die Frage, inwieweit die gegenüber dem Bund geringeren Selbständigenquoten der baden-württembergischen Migranten nicht auch auf angebotsseitige Faktoren, insbesondere auf den Mangel an selbständigkeitsrelevanten Ressourcen, wie etwa Bildung, zurückzuführen sind. In keinem anderen Bundesland ist die Abiturientenquote von Ausländern niedriger als in Baden-Württemberg (Migration-info.de 2008). Hinzu kommt, dass die gering qualifizierten „Gastarbeiter“ ehemals überwiegend durch die industriellen Großbetriebe des Landes angeworben und nach dem Ende der Massenproduktion wieder entlassen wurden. Gründungsrelevantes Wissen und entsprechende Anreize entstehen aber insbesondere im kleinbetrieblichen Kontext (Strohmeyer/ Leicht 2001).

Die geringe Präsenz von selbständigen Migranten mag u. U. aber auch auf nachfrageseitigen Diskrepanzen beruhen, sofern Migranten in Baden-Württemberg auf andere Märkte und mit hin ungünstigere Chancenstrukturen treffen. Je nach Branchenorientierung und Zusammensetzung der Kunden spielen auch Wohnort- und daher Absatzstrukturen eine Rolle. Nach Sassen (1996) und Kloosterman et al. (1999) bieten die stärker von Globalisierung tangierten urbanen Zentren und die dort nachgefragten persönlichen Dienstleistungen gute Gelegenheiten, ein kleines Geschäft zu eröffnen. Dies gilt insbesondere, wenn der Mangel an Ressourcen durch soziale Netzwerke und eine adäquate co-ethnische Population kompensiert werden kann. In dieser Sicht bilden Städte mit einer hohen Zahl an Zuwanderern, so etwa Stuttgart und Mannheim, zwar einen guten Nährboden für die Herausbildung ethnischen Unternehmertums. Doch sind die Gründungsquoten unter Ausländern dort nur überdurchschnittlich, aber keinesfalls herausragend hoch (John 2007).

Vielfach beeinflussen die Determinanten der Gründungsentscheidung den unternehmerischen Erfolg. Daher werden in nachfolgendem Abschnitt einige der zuvor diskutierten Prädiktoren, insbesondere der Nexus von Ressourcen und Märkten, im Zusammenhang mit der Performance von Migrantenbetrieben erneut aufgegriffen.

2.2 Leistungen: Individueller Erfolg und volkswirtschaftliche Erträge

Die Leistungen von Migrantenunternehmen werden – wie auch die von „einheimischen Unternehmen“ – vor allem an ihren einzel- und volkswirtschaftlichen Erträgen und an ihrem Nutzen für die Gesellschaft gemessen, weshalb ihr „Erfolg“ verschiedene Dimensionen hat. Er bemisst sich im allgemeinen an den erzielten Einkommen sowie an der Wertschöpfung und dem betrieblichen Wachstum, sprich: am Umsatz und an der Zahl der geschaffenen Arbeitsplätze, aber auch häufig ganz schlicht daran, ob das Unternehmen auf dem Markt bestehen kann. Wir beginnen mit dem Letzteren und befassen uns dann mit der Frage, welche individuellen sowie betriebs- und volkswirtschaftlichen Kennziffern Migrantenbetrieben in der bisherigen Forschung zugeordnet werden. Dies erfordert zudem einen Blick auf die betrieblichen Charakteristika, das heißt auch auf die Branchen und Märkte, in denen sich „ethnische Unternehmer“ bewegen.

Gründungserfolg und Einfluss von Humankapital

Studien, die sich mit den Überlebenschancen von Migrantenunternehmen befassen sind relativ dünn gesät (Bates 1999; Fertala 2006; Georgarakos/ Tatsiramos 2007). Dies dürfte unter anderem darauf zurückzuführen sein, dass es nicht nur an Daten über selbständige Migranten sondern auch insgesamt an Längsschnittdaten mangelt, die es erlauben, einzelne Unternehmen von der Gründung über einen längeren Zeitraum und ggf. auch bis zu deren „Tod“ zu beobachten. Ein solches Defizit führt dazu, dass größtenteils nur Informationen zu den überlebenden Betrieben (und vielleicht nicht einmal zu deren Inhabern)¹² zur Verfügung stehen und hierdurch ein sog. „Survivor-Bias“ entsteht.

Aus der „allgemeinen“ Gründungsforschung ist bekannt, dass zum einen bestimmte betrieblich-organisatorische Charakteristika, wie bspw. die Zugehörigkeit zu bestimmten Branchen, ein ausreichendes Betriebsalter und eine entsprechende Betriebsgröße, den Erfolg erhöhen und zum anderen bestimmte persönliche Merkmale, darunter insbesondere eine gute Humankapitalausstattung hierzu beitragen (Brüderl et al. 1996; Woywode 1998; Strotmann 2002; Brixy et al. 2008; Langhauser 2010). In Bezug auf die Überlebenschancen der Betriebe von Migranten liegen allerdings kaum Befunde vor, in manchen Untersuchungen bleiben die Gründungen von Ausländern aus methodischen Erwägungen sogar bewusst außen vor (Brüderl/ Preisendörfer 1998).

Eine der wenigen Studien zum Gründungserfolg von Migranten wurde mit IHK-Daten aus Oberbayern durchgeführt und kommt zu dem Schluss, dass deutsche Gründer im Durchschnitt 1,2 Jahre länger mit ihrem Unternehmen überleben als Ausländer, wobei diejenigen aus den Balkanländern am besten abgeschnitten haben (Fertala 2006). Leider fehlen belastbare Indikatoren im Hinblick auf die Frage, welche Rolle hierbei das Humankapital spielt.¹³ In Bezug auf die Umfeldfaktoren kommt Fertala zu dem Ergebnis, dass der Speditions- und der Gastronomiektor die geringsten Überlebenschancen bieten, während der Einzelhandel überraschenderweise relativ gute Bedingungen aufweist. Eine Untersuchung von Langhauser (2010) für Gesamtdeutschland und auf Grundlage des Mikrozensus-Panel 1996-1999 schätzt die Überlebenswahrscheinlichkeit der Gründungen von Deutschen um etwa 5 Prozentpunkte besser als die von Ausländern ein. Unter Kontrolle von Humankapital und anderen Faktoren zeigt sich dann allerdings kein statistisch signifikanter Unterschied, was letztlich den positiven Einfluss von Bildung unterstreicht.

Persönliches Einkommen

Soweit sich die Entrepreneurship-Forschung mit dem Erfolg und der Performance selbständiger Migranten befasst interessiert vor allem, ob und inwieweit deren Einkommen höher oder niedriger als das von abhängigen Beschäftigten liegt. Einkommenssteigerungen nach einer Gründung werden nicht selten als Aufstieg und damit Zeichen einer ökonomischen Integration gewertet (siehe Kapitel 2.3). Das Gros der Studien auf internationaler Ebene betont, dass

¹² Im Zusammenhang mit Migrantenselbständigkeit interessiert eigentlich weniger das Überleben der Unternehmen, da diese vielfach auch weitergegeben werden, sondern der Erfolg der Existenzgründer/innen.

¹³ Fertala (2006) verwendet hier – wie teilweise üblich – als Näherungswert das Alter der Gründer (als Indikator für Arbeitserfahrung) und die Branchenzugehörigkeit (für branchenspezifische Kenntnisse).

sich selbständige Migranten gegenüber den Gehaltsempfängern besser stellen (z.B. Maxim 1992; Li 1994 und 2000; Lofstrom 2000), wobei allerdings auf verschwindende Differenzen bei zusätzlicher Kontrolle von Human- und Finanzkapital verwiesen wird (Borjas 1990; Bates 1994). Auch in Deutschland verdienen Migranten mit unternehmerischer Betätigung deutlich mehr als in einer abhängigen Beschäftigung (Özcan/ Seifert 2000; Leicht et al. 2005a; Leicht/ Leiß 2006a; Zimmermann/ Hinte 2005; Constant 2008; Block et al. 2009). Allerdings arbeiten Selbständige im Durchschnitt wesentlich länger. Dies berücksichtigt eine ifm-Studie und zeigt dabei auf, dass sich die auf Arbeitsstunden umgerechneten Nettoverdienste von selbständigen türkischen und italienischen Migrantinnen und Migranten kaum noch von denen der abhängig beschäftigten Pendants unterscheiden, wobei diese Differenzen jedoch bei Osteuropäern und Deutschen eher bestehen bleiben (Leicht et al. 2009). Dieser Befund steht natürlich im Zusammenhang mit den geringeren Verdienstaussichten in den einfachen arbeitsintensiven Dienstleistungen, wie etwa in der Gastronomie oder im Friseurgewerbe, auf die sich die ehemaligen „Gastarbeiter“ und ihre Nachfahren häufiger konzentrieren.

Frühe Studien in den USA (z.B. Light 1984; Borjas 1986; Sanders/ Nee 1987) kommen teils zu dem Ergebnis, dass Migranten im kleinbetrieblichen Bereich sogar höhere Einkommen als die Einheimischen erzielen, vor allem dann, wenn sie von dem Kundenpotenzial in Enklaven profitieren. Sieht man von spezifischen Ressourcen- und Umfeldbedingungen ab, so gelangen die meisten neueren Studien zu einem eher gegenteiligen Befund (z.B. Chaganti/ Greene 2002). D.h. insgesamt betrachtet wird selbständigen Zuwanderern zwar ein relativ gutes, aber im Vergleich mit den Autochthonen ein eher bescheidenes Salär zugerechnet (Borjas 1990; Andersson/ Wadensjö 2004). Auch in Deutschland liegen die Einkommen einheimischer Unternehmer/innen ein gutes Stück über denen von Migranten, wobei auch hier beträchtliche herkunftsspezifische Diskrepanzen bestehen (Leicht/ Leiß 2006a; Leicht et al. 2009).

Volkswirtschaftliche Beiträge: Umsatz und Beschäftigung

Im Mittelpunkt des öffentlichen bzw. politischen Interesses steht natürlich die Frage, welchen Beitrag die Unternehmen von Migranten zur Wertschöpfung und insbesondere für die Beschäftigung bzw. den Arbeitsmarkt leisten. In vielen Fällen mag bereits die Alltagsbeobachtung der Vermutung widersprechen, dass es sich hier um wirtschaftlich besonders relevante Leistungen handelt, denn im allgemeinen werden Migrantenunternehmen mit kleinen „Nachbarschaftsläden“ und in Deutschland insbesondere mit Imbissbuden, Gemüsehändlern, Änderungsschneidereien und anderen haushaltsnahen Dienstleistungen in Verbindung gebracht. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass die im Straßenbild ersichtlichen Akteure nur einen Teil der „Migrantenökonomie“ verkörpern.

Empirisch gestützte Untersuchungen über die Performance der von Migranten geführten Unternehmen bewegen sich zumeist auf der Mikroebene. Sie richten das Augenmerk auf betriebliche Leistungsmerkmale, wie die Betriebsgröße und die daraus ablesbaren Wachstumspotenziale, oder auf organisationsinterne Strukturen, so etwa auf den Umfang co-ethnischer Beschäftigung und auf familienwirtschaftliche Aspekte (z.B. Sanders/ Nee 1996; Butler/ Greene 1997 und 2001; Chaganti/ Greene 2002; Andersson/ Wadensjö 2007; Butter et al. 2007; Hou 2009). Häufig stehen auch die Marktchancen und die Kundenstruktur im Mittelpunkt (siehe

im Folgenden). Hingegen versuchen u.W. äußerst wenig Studien, das Umsatz- oder Beschäftigungsvolumen auf der Makroebene abzuschätzen.¹⁴ Eine Analyse von Fairlie (2008) zum volkswirtschaftlichen Beitrag von Migrantenunternehmen in den USA bildet eher die Ausnahme.¹⁵ Demnach entfallen knapp 12% des landesweiten „business income“ auf die Betriebe von Zugewanderten und ihr Beschäftigtenbeitrag erreicht den gleichen Anteil. Viele Studien stellen demgegenüber eher den Beitrag ethnischen Unternehmertums für lokale Ökonomien heraus (z.B. Waldinger 1999; Ley 2006). Dies liegt nicht nur am Theoriegebilde und dem Interesse an konkreten Umfeldbedingungen, sondern teilweise auch daran, dass die nationalen Statistiken (wie auch in Deutschland) häufig keine Möglichkeit bieten, die unternehmensbezogenen mit personenbezogenen Daten (etwa zur der ethnischen Herkunft des Inhabers) zu verknüpfen. Hochrechnungen müssen sich daher zumeist auf Befragungsdaten stützen, deren Stichprobenumfang i.d.R. Grenzen aufzeigt.

Die erste Untersuchung zur ökonomischen und arbeitsmarktpolitischen Bedeutung ausländischer Selbständiger in der Bundesrepublik wurde vor längerer Zeit vom RWI Essen bzw. von Loeffelholz et al. (1994) vorgenommen. Hochrechnungen in Bezug auf einzelne Herkunftsgruppen finden sich allerdings kaum. Nur die Wirtschaftskraft von türkischstämmigen Selbständigen wird in bestimmten Abständen durch das Zentrum für Türkeistudien geschätzt. Demzufolge wurde im Jahr 2005 allein von dieser Gruppe bundesweit ein Gesamtumsatz von knapp 30 Mrd. € und ein Arbeitsplatzvolumen von 323000 Beschäftigten erzielt (ZfT 2006). Eine für die Bundesregierung erstellte Studie des ifm Mannheim weist für die türkischstämmigen Unternehmer etwas geringere aber dennoch volkswirtschaftlich beachtliche Summen auf (Leicht et al. 2005a).¹⁶ Zusammengenommen mit den Leistungen der Selbständigen italienischer und griechischer Herkunft erzielten die drei Gruppen im Jahr 2003 – je nach Schätzmodell – einen Gesamtumsatz von zwischen 49 bis 55 Mrd. € und einen Beschäftigungsbeitrag von 500 bis 600 Tausend Arbeitsplätzen.¹⁷ Eine Ergänzungsstudie (Leicht et al. 2005b) befasst sich mit selbständigen Russlanddeutschen, kann aber allein schon aufgrund der geringen Zahl unternehmerisch tätiger Aussiedler keinen nennenswerten Beitrag aus dieser Gruppe identifizieren. Über die Leistungen der übrigen Selbständigengruppen anderer Herkunft liegen bislang noch keine Angaben vor.

Ein Manko stellte lange Zeit vor allem der Ausbildungsbeitrag dar. Noch vor wenigen Jahren bildeten – je nach Ethnie – nur zwischen 6% und 15% der von ausländischen Inhabern geführten Betriebe ihren Nachwuchs aus (Leicht et al. 2005a). Eine Erhebung von Rambóll Management (Christ et al. 2007) schätzt die Quoten etwas höher ein. Begünstigt durch viele Fördermaßnahmen und Projekte¹⁸ dürfte sich das Ausbildungsengagement zwischenzeitlich weiter verbessert haben. Hierauf lässt zumindest eine neuere ifm-Studie in Nordrhein-Westfalen

¹⁴ Eine Bilanz, die auch Fairlie und Cruz (2008) ziehen.

¹⁵ Auf Ausnahmen, wie die von Saxenian (1999) wird noch eingegangen.

¹⁶ Das ifm geht für das Jahr 2003 (im günstigsten Fall) von 25 Mrd. € Umsatz und maximal 260.000 Arbeitsplätzen (2004) aus.

¹⁷ Unsicherheiten ergeben sich u.a. dadurch, dass die Leistungen einiger großer und teils multinational arbeitender Unternehmen nur bedingt unter der Klammer einer „ethnischen Ökonomie“ zu fassen sind. Vgl. Leicht et al. 2004.

¹⁸ Dazu zählen neben landesspezifischen Programmen auf der Bundesebene die Sensibilisierungsmaßnahmen durch KAUSA sowie das „STAR-Regio“- und das „Jobstarter“-Programm.

schließen, der zufolge die Ausbildungsbetriebsquote in „türkischen“ und „italienischen“ Betrieben tendenziell wächst und die der Osteuropäischer fast diejenige der deutschen Betriebe erreicht (Leicht et al. 2009).

Das Interesse an den arbeitsmarktpolitischen Leistungen der Migrantenökonomie berührt jedoch nicht nur den Beschäftigungsbeitrag insgesamt, sondern auch die Frage, in welchem Umfang hiervon die Landsleute profitieren, da sich die Politik hierdurch auch eine Linderung der hohen Arbeitslosigkeit unter Migranten verspricht. Das ZfT (2000) geht davon aus, dass in den Unternehmen türkischer Inhaber fast drei Viertel der Beschäftigten gleicher Herkunft sind. Leicht et al. (2005a) kommen diesbezüglich zu ähnlichen Ergebnissen. Demgegenüber ist unter den Beschäftigten der Betriebe russlanddeutscher Unternehmer „nur“ jeder Zweite gleicher Herkunft. Untersuchungen über das Beschäftigungsverhalten anderer Gruppen sind kaum vergleichbar, da hier nicht der Anteil co-ethnischer Beschäftigung, sondern der Anteil der Betriebe ermittelt wird, die „überwiegend“ Landsleute beschäftigen.¹⁹

Strategien: Zwischen Enklavenökonomie und modernem Mittelstand

Soweit die Leistungspotenziale von ethnischen Ökonomien in der Forschungsliteratur eine Einschätzung erfahren, werden sie mehr oder weniger als das Resultat der eingeschlagenen ethnischen Strategien gesehen, die sich aus dem Einsatz bestimmter Ressourcen auf unterschiedlichen Märkten ergeben (vgl. Kapitel 2.1). Mit Blick auf die langjährige Debatte in der US-amerikanischen Forschungsliteratur lassen sich zugespitzt zwei verschiedene Unternehmertypen voneinander abgrenzen, der sog. „middleman minority entrepreneur“ (Bonacich 1973; Bonacich/ Modell 1980) und der „Enclave Entrepreneur“ (Wilson/ Portes 1980; Portes/ Bach 1985). Die Theorie der „middleman minorities“ beschreibt das Verhalten bestimmter Immigranten, die sich bei anhaltender Isolation in der Aufnahmegesellschaft und – historisch betrachtet – kultureller Orientierung auf das Heimatland („sojourning mentality“) auf unternehmerische Tätigkeiten in Sektoren mit geringen Zutrittsbarrieren und kurzfristig realisierbaren Gewinnen spezialisieren. In ihrer Rolle als Händler oder Makler nehmen sie eine Art intermediäre gesellschaftliche Position ein, aber auch eine Vermittlerposition zwischen Eliten und der breiten Masse an Konsumenten. Folgt man Zhou (2004), finden sie sich in jüngerer Zeit vermehrt in den urbanen Vierteln der aufstrebenden Mittelklasse. Sie unterhalten wenig Beziehungen zu ihrem gesellschaftlichen Umfeld, wohnen zumeist nicht an ihrem Arbeitsort, rekrutieren aber ihre Beschäftigten vornehmlich aus der eigenen Community. Letzteres trifft auch auf die „Enklavenunternehmer“ zu, die allerdings zunächst in Gebieten mit hoher Konzentration an Immigranten gleicher Herkunft gründen und von den sich dadurch ergebenden Beziehungen, insbesondere zu co-ethnischen Kunden profitieren (siehe Kapitel 2.1). Auf Spezifizierungen und Modifizierungen des Enklavenmodells kann hier nicht eingegangen werden (Portes/ Zhou 1992). Entscheidend ist, dass den von Enklaven profitierenden Unternehmern geringe Erfolgsaussichten zugesprochen werden, da ihre Ressourcen und Markterweiterungschancen äußerst begrenzt sind und die Kaufkraft von Migranten geringer als die der Mehrheitsgesellschaft ist (Waldinger et al. 1990; Ram/ Deakins 1996; Kloosterman et al. 1999; Ley

¹⁹ Bspw. Burgbacher (2004) oder Fertala (2006) für Migrantenunternehmen in Hamburg.

2006). Dies scheint auch subjektiv so empfunden zu werden. Denn in der Tendenz stufen sich solche Migranten als erfolgreicher ein, die in geringerem Maße Beziehungen zur eigenen Ethnie unterhalten (Chaganti/ Greene (2002).

Bei allem darf aber ohnehin bezweifelt werden, dass Enklavenunternehmen in Deutschland oder gar in Baden-Württemberg besondere Relevanz besitzen. Verschiedene Erhebungen des ifm weisen darauf hin, dass für die meisten selbständigen Migranten in Deutschland ethnische Nischen und Beziehungen eher eine untergeordnete Rolle spielen (Leicht et al. 2005a+b und 2009). Die Zuwanderung verlief hierzulande in anderen sozialen und räumlichen Bahnen als in den US-amerikanischen Metropolen (Häußermann/ Siebel 2001). Soweit in der Bundesrepublik überhaupt von „ethnischen Märkten“ die Rede ist, beziehen sich die Beispiele fast ausschließlich auf die türkische Community (in bestimmten Quartieren),²⁰ die sowieso nur einen kleinen Teil der Migrantenökonomie stellt.

Dies soll jedoch nicht heißen, dass es keine graduellen Unterschiede in den Marktstrategien bzw. in der Ausrichtung auf verschiedene Kundensegmente gibt: Zum einen variieren die einzelnen Herkunftsgruppen was ihre Orientierung auf die Landsleute betrifft.²¹ Zum anderen bestehen erhebliche Unterschiede in der Branchenzugehörigkeit – nicht zuletzt auch im Vergleich mit den einheimischen Unternehmern, was wiederum prädominierend für die Güte bestimmter Leistungen ist. Auch in Deutschland sind sich fast alle Untersuchungen einig, dass Migrantenbetriebe überproportional häufig in den distributiven Dienstleistungen (vor allem im Handel und Gastgewerbe) sowie in weiteren einfachen und haushaltsnahen Dienstleistungen zu finden sind (Wilpert 2003; Schuleri-Hartje et al. 2005; Leicht/ Leiß 2006a; Statistisches Landesamt 2007). Es stellt sich die Frage, inwieweit die Branchenzusammensetzung und die Diskrepanz zu den Unternehmen von Einheimischen das Resultat eigenethnischer Beziehungen und Netzwerke oder aber viel eher das von mangelnden individuellen Ressourcen sowie von ökonomischen und institutionellen Rahmenbedingungen (bzw. von beidem) ist. Die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen hängt mehr denn je von wissensbezogene Ressourcen ab. Andererseits jedoch hat sich offenbar auch in Deutschland eine kleine aber feine Elite an ausländischstämmigen Unternehmern herausgebildet, die nicht selten als Beleg für die Chancenoffenheit und Zukunftsfähigkeit der Migrantenökonomie insgesamt verwendet werden (ATIAD 2001; PwC 2008). Die wohl bekanntesten Beispiele für einen unternehmerischen Aufstieg von Migranten sind mit den Namen des Reiseanbieters Vural Öger, mit dem Textilunternehmer Kemal Sahin oder dem des Berliner Döner-Fabrikanten Remzi Kaplan verbunden. Und in Baden-Württemberg wird der Mannheimer Großhändler Mustafa Baklan häufig als Exempel für einen modernen türkischen Mittelstand genannt.

Fälle wie diese sind ein Hinweis darauf, dass die Branchenzugehörigkeit, und teils auch die Kundenorientierung, kein exakter Prädiktor für den wirtschaftlichen Erfolg und die Professionalität der Leistungen von ethnischen Unternehmern ist. Denn schließlich beruht das Erfolgsrezept dieser Elite (sieht man von den persönlichen Fähigkeiten ab) zu einem beachtlichen

²⁰ Häufig wird die Stärke der türkischstämmigen Community selbst in Stadtteilen wie Berlin-Kreuzberg oder Neu-Köln überschätzt.

²¹ Unserer Studie in NRW zufolge positionieren sich allerdings nur zwischen 4% (italienische Männer) und 14% (russischstämmige Frauen) der Befragten in einer ethnischen Nische (Leicht et al. 2009).

Teil auf haushaltsnahen Dienstleistungen und der Distribution von „ethnischen Produkten“, wobei sie zudem als Großhändler und Reiseunternehmer nicht nur den offenen Markt sondern mehr oder weniger auch die Landsleute bedienen. Zwar unterscheiden sie sich allein schon durch ihre soziale und ökonomische Integration sowie durch ihr Bekenntnis zum Standort Deutschland vom klassischen middleman-minority-Unternehmer. Doch lässt ihre Erfolgsgeschichte dennoch einige für „Minderheitenunternehmer“ typische Charakteristika erkennen. Als ein entscheidendes Merkmal wird die Fähigkeit gesehen, soziokulturelle Ressourcen zu bündeln und ökonomisch zu nutzen (Portes/ Bach 1985; Waldinger et al. 1990; Light/ Gold 2000). Dazu zählen neben den co-ethnischen Beschäftigten auch Formen von ethnischer Solidarität und Vertrauen sowie vor allem adäquate Beziehungen zum Heimatland, insbesondere zu potenziellen Zuliefererbetrieben. Wohl aber maßgeblicher für die Herausbildung eines modernen „ethnischen Mittelstands“ ist heutzutage eine Globalisierung der Unternehmenspolitik. Die gehandelten Produkte der türkischstämmigen Elite-Unternehmer entstehen größtenteils im Herkunftsland, wohin sie hervorragende Verbindungen besitzen.

Transnationales Unternehmertum und internationale Verflechtungen

Mit der fortgeschrittenen internationalen Verflechtung ökonomischer Aktivitäten, aber vor allem mit den verbesserten Handels-, Kommunikations- und Transportmöglichkeiten, wurde (auch) die an Immigranten interessierte Entrepreneurshipforschung um einen zeitgemäßen Typus, den „transnationalen Unternehmer“ bereichert. Allerdings ist die Forschung noch stark mit der Frage befasst, ob es sich überhaupt um eine neue Erscheinung handelt und wie diese dann gegenüber anderen Formen ethnischen Unternehmertums abgrenzbar ist. In der Sicht von Portes, Haller und Guarnizo (2002) handelt es sich hierbei um zugewanderte Selbständige, deren Tätigkeit kontinuierlich Auslandsaufenthalte im Herkunftsland erfordern und deren Erfolg von ihren Kontakten und Verbindungen dorthin abhängig ist. Von zentraler Bedeutung ist hierbei, dass sie als Unternehmer sowohl in der alten als auch in der neuen Heimat in ihr soziales Umfeld „eingebettet“ sind, was ihnen Zugang zu entscheidenden Netzwerken und Ressourcen verschafft. Im Gegensatz zum Forschungsfeld „international entrepreneurship“ betont „transnational entrepreneurship“ die soziokulturellen Entstehungsbedingungen und ferner die Abhängigkeit von der Community und den Beziehungen in welche Immigranten eingebunden sind (Drori et al. 2009; Sequeira et al. 2009).

Die Aufmerksamkeit, die transnationales Unternehmertum in den letzten Jahren erfahren hat, ist nicht nur auf die wachsende Relevanz des Phänomens sondern auch auf die Vermutung zurückzuführen, dass dieser Typus viel eher zu wirtschaftlichem Erfolg als herkömmliche Migrantenselbständigkeit führt, da er auf anderen Triebkräften beruht (Light 2004). Nicht zuletzt durch das Internet und die damit einhergehende schnelle Kommunikation, wird erwartet, dass vielerorts eine Art „elektronisch koordinierte ethnische Diaspora“ entsteht, die mehr und höherwertige unternehmerische Aktivitäten hervorruft als jede andere Form der Migration zuvor (Portes et al. 2002; Zhou 2004).

Bei bisherigen Beobachtungen handelt es sich allerdings eher um Fallstudien, da es zumeist an repräsentativen Daten zur Identifizierung dieses Migrationstyps mangelt. Die Befunde zeigen zumindest auf, wo die Chancen transnationaler Unternehmer liegen. Hiebert und Kwak

(2004) beschreiben die unternehmerischen Strategien von koreanischen Zuwanderern in Vancouver, darunter vor allem Studenten, die ihre Beziehungen im Herkunfts- und Gastland und das damit verbundene Wissen nutzen, um sich grenzübergreifend im Bildungs- und Tourismussektor zu engagieren. Generell sind solche intimen Kenntnisse über kulturelle Unterschiede und Bedürfnisse geeignet, neue Geschäftsfelder zu entdecken und diese durch die Möglichkeit des Rückgriffs auf ethnische Netzwerke und Ressourcen gezielt zu besetzen (Sequeira et al. 2009). Und mehr noch: Teils folgt auch das internationale Kapital solchen Bedarfsstrukturen. Am Beispiel der Chinesen in Los Angeles zeigen Tseng und Zhou (2001) auf, in welcher Weise sich Immigranten als Immobilienmakler verdienen und die Auslandsinvestitionen Hongkonger Banken lenken. Strittig ist, inwieweit es vor allem wissens- oder kapitalintensive Tätigkeiten sind, die transnationale Entrepreneure verfolgen. Drori, Honig und Wright (2009) zufolge kann es sich genauso um den internationalen Transfer von einfachen Ideen handeln, wie etwa die zum Betrieb von Modeboutiquen oder Nagelstudios, soweit die Fertigkeiten in grenzüberschreitenden Familiennetzwerken ausgetauscht und vermarktet werden (Bagwell 2008). Zumeist jedoch ist von höherwertigem Wissen die Rede. Nach Portes et al. (2002) handelt es sich bei transnationalem Unternehmertum insbesondere um eine hoch gebildete Elite, die durch ihre Fähigkeiten auch entsprechend hohe Einkommen erzielt.

Was die Situation in Deutschland betrifft sehen Goebel und Pries (2006) im deutsch-türkischen Tourismusunternehmer Vural Öger ein „gutes Beispiel für den Zusammenhang von Transnationalisierungsprozessen und ethnischem Unternehmertum sowie einer genuin transnationalen Karriere“ (ebd., S. 276). In gewisser Weise sind die für transnationale Selbständigkeit typischen Merkmale aber auch bei den zuvor genannten türkischstämmigen Unternehmern (siehe oben) zu finden. Ein ganz anderes Beispiel präsentiert Leung (2001), die anhand der mittelständischen taiwanesischen Computergroßhändler in Hamburg zeigt, wie wichtig die transnationale Vernetzung zu den Computerproduzenten in Taiwan und China ist. In dieser (ebenfalls qualitativ ausgerichteten) Untersuchung wird aber auch deutlich, dass sich die kleineren Einzelhändler stärker an den lokalen Netzwerken ihrer Ethnie orientieren. Solche Beispiele erwecken den Eindruck, dass transnationale Karrieren eher den Eigentümern größerer Unternehmen vorbehalten sind (Goebel/ Pries 2006).

Aber dennoch: Je nach Definition ist Transnationalismus voraussichtlich keine Frage der Größe oder eine Sache von unternehmerischen Eliten. Dies wird deutlich, wenn man die bundesweit immens gewachsene Zahl der Gewerbemeldungen polnischer Staatsbürger betrachtet, deren Lebens- und Arbeitswelt sich diesseits und jenseits der Grenze entspannt. Die bislang noch gültige Einschränkung der Arbeitnehmerfreizügigkeit für die neuen EU-Mitgliedsstaaten hat dazu geführt, dass sich viele Polinnen und Polen – basierend auf dem für EU-Bürger freien Niederlassungsrecht für Selbständige – als Unternehmer/innen versuchen und zwischen der Heimat und Deutschland pendeln (Nowicka/ Zielinska 2007; Werner 2009). Natürlich gilt dies nur für einen Teil der „neuen“ Selbständigen. Zunächst unabhängig von der Frage, ob die vor allem im Baugewerbe, Reinigungs- und Pflegebereich engagierten polnischen Zuwanderer hierzulande „scheinselbständig“ sind, zeigt das Beispiel, dass das Spektrum transnationalen Unternehmertums weit gefächert ist. Als charakteristisch für transnationale polnische Selbständige sieht Miera (2008) zudem auch den Umstand an, dass viele nicht nur in Deutsch-

land sondern auch in Polen ein Unternehmen gründen (möchten). Die geographische Nähe sowie der Umstand, dass viele Polen die deutsche Sprache relativ gut beherrschen, begünstigen diese Intention (Glorius 2007). Zu bedenken ist jedoch, dass Pendelmigration und damit einhergehende transnationale unternehmerische Tätigkeiten nicht nur bei polnischen, sondern neuerdings vermehrt auch bei Migranten aus Rumänien, Bulgarien und anderen osteuropäischen Ländern zu beobachten sind (John 2007).

2.3 Integration: Zwischen Mobilitätsfalle und sozialem Aufstieg

Der Wechsel in die berufliche Selbständigkeit kann nicht nur unterschiedliche Motive sondern auch unterschiedliche Folgen haben. Je nach Herkunft, individuellen Ressourcen, sozialen Beziehungen und Branchenwahl der Gründer variiert auch die Tragfähigkeit und Güte ihrer Unternehmen. So ist teils strittig, inwieweit Selbständigkeit die soziale und ökonomische Position von Migranten nachhaltig verbessert oder eher verschlechtert, das heißt letztlich, ob sie als Chance zum sozialen Aufstieg und struktureller Integration oder aber als Sackgasse bzw. als ethnische Mobilitätsfalle zu sehen ist. Während der erste Integrationsindikatorenbericht der Bundesregierung (2009) einen hohen Anteil der Selbständigen im Erwerbssystem nahezu unkommentiert als wichtiges Indiz für die Eingliederung von Migranten bewertet,²² besteht in den Wissenschaften nicht unbedingt Einigkeit, wie eine unternehmerische Tätigkeit diesbezüglich zu beurteilen ist. Wir behandeln diese Frage im Folgenden in der gebotenen Kürze, da sie nicht im Mittelpunkt der vorliegenden Untersuchung steht.

Selbständigkeit als Chance zu sozialem Aufstieg

Als Indikator zur Einschätzung der Integrationswirkung kann nicht allein der quantitative Umfang beruflicher Selbständigkeit verwendet werden, sondern es müssen zudem die Motive vor der Gründung sowie die soziale und ökonomische Lage danach bewertet werden. Traditionell wird den Push-Faktoren als Triebkräfte für den Schritt in die Selbständigkeit hohe Bedeutung zugemessen. Dies gilt insbesondere in der Ethnic Entrepreneurshipforschung, da der Weg ins Unternehmertum häufig als Befreiung aus der Arbeitslosigkeit oder aus anderen benachteiligten Positionen gesehen wird (siehe Kapitel 2.1). Allein aus dieser Perspektive betrachtet geht die zunehmende Zahl selbständiger Migranten mit deren Arbeitsmarktintegration einher.

Inwieweit sich hierdurch ihr sozialer Status verbessert, hängt nicht nur von ihren Beschäftigungsperspektiven sondern auch von Wohlfahrtseffekten, sprich: von dem erzielten Einkommen ab. Es wurde bereits darauf verwiesen (Kapitel 2.2), dass selbständige Migranten im Durchschnitt besser als ihre abhängig beschäftigten Pendants verdienen. Die Aussagekraft von Gruppenvergleichen ist jedoch beschränkt, weshalb sich die Frage stellt, inwieweit der Gründungsprozess auch auf individueller Ebene zu einer Einkommens- oder Statusverbesserung führt. Unserer NRW-Studie (Leicht et al. 2009) zufolge bekunden – je nach betrachteter Ethnie – in etwa zwischen 40% und 60% der befragten Selbständigen eine Einkommensver-

²² Die wertende Komponente kommt im Bericht zumindest durch die Empfehlung „Förderung der Selbständigkeit“ (S. 185) zum Ausdruck.

besserung gegenüber einer Arbeitnehmerposition, was relativ viel ist, da ein weiteres Viertel bis ein Drittel (v.a. ehemals Arbeitslose) hierzu keine Aussage treffen konnte. Ein ähnliches Muster zeigt sich auch hinsichtlich der an die selbständigen Migranten gerichteten Frage, ob sie in dieser Stellung mehr Anerkennung erfahren als in einer abhängigen Beschäftigung. Hier empfindet insbesondere ein hoher Anteil der Frauen türkischer und russischer Herkunft Selbständigkeit als eine Prestigesteigerung.

Eine gewisse Skepsis gegenüber der integrationsfördernden Wirkung beruflicher Selbständigkeit wird aber zudem auch aus dem middleman-minority-Ansatz (Bonacich 1973) und letztlich aus dem Verdacht abgeleitet, dass das unternehmerische Engagement auf befristete Zeit bzw. bis zur Rückkehr ins Heimatland angelegt ist (Kontos 2005). Diesbezüglich stellen Leicht et al. (2009) fest, dass – mit Ausnahme der Italiener – jeweils weit über die Hälfte der selbständigen Migranten eine „lebenslange“ Bleibeabsicht hat.

Selbständig in die Sackgasse?

Constant und Zimmermann (2005) vermuten, dass der Weg ins Unternehmertum weniger durch Integrationsanstrengungen als vielmehr durch den Wunsch geprägt ist, ökonomischen Erfolg unabhängig von den Arbeitsmarktinstitutionen zu erzielen. Dies muss zwar ihre gesellschaftliche Eingliederung am Ende nicht ausschließen, erinnert aber daran, dass persönlicher Erfolg auch in abgeschotteten Gemeinschaften zu realisieren ist. In einer Typisierung der Sozialintegration von ethnischen Minderheiten betont Esser (2000), dass sich diese prinzipiell sowohl auf das Herkunftsland, das Aufnahmeland, aber auch auf die ethnische Gemeinde im Aufnahmeland beziehen kann. Die These, dass ethnische Unternehmer unter Umständen innerhalb ihrer Community einen sozialen Aufstieg erfahren, aber hierdurch ihre Bereitschaft zur Mobilität in der Gesamtgesellschaft verringert wird, geht auf Wiley (1973) zurück, der allerdings den empirischen Beleg für die behauptete „Mobilitätsfalle“ schuldig geblieben ist. Allein aber die Möglichkeit, dass Migranten in ihrer Gemeinschaft eine „Binnen-Karriere“ durchlaufen (Elwert 1982), und in dieser Position die dann vergleichsweise größeren Mühen scheuen, sich in der „fremden Aufnahmegesellschaft“ zu integrieren, hat die Vermutung bestärkt, Selbständigkeit könne in diesen Fällen in eine Sackgasse führen. Nach Esser (2003) vergrößern räumliche Segregation und ethnische Netzwerke – etwa verbunden mit kurzfristigen Gewinnaussichten durch die Ausbeutung ethnischer Solidarität – solche Gefahren. Diese Befürchtung rührt aber sicher auch daher, dass soziale Mobilität in modernen Gesellschaften im allgemeinen eher durch Humankapital als durch ethnisches Kapital befördert wird.

Insgesamt entsteht der Eindruck, dass sich die These von der Mobilitätsfalle für ethnische Unternehmer auf Erfahrungen aus den Enklaven angloamerikanischer Metropolen stützt, die ein höheres Maß an Abschottung gegenüber der Mehrheitsgesellschaft erlauben als bspw. die „Migrantenquartiere“ in deutschen Städten. Andererseits jedoch gibt es mit Blick auf den Outcome und auf die Arbeitsbedingungen in „ethnischen Betrieben“ bestimmter Sektoren, in denen oftmals prekäre Verhältnisse und Selbstausbeutung vorherrschen, manche Zweifel an der Wohlfahrtswirkung ethnischer Ökonomien (Loeffelholz et al. 1994). Aus diesem Grund wertet Pécoud (2001) bspw. die Erfolgsgeschichte mancher türkischer Unternehmer in Deutschland kaum als Zeichen politischer oder sozialer Integration.

3. Daten und Methoden

Die Datenlage im Bereich der Migrationsforschung, und dabei vor allem auch in Bezug auf beruflich selbständige Migranten, wird im allgemeinen als eher unzureichend bezeichnet.¹ Daher muss die Untersuchung die benötigten Informationen aus verschiedenen Quellen zu einem Gesamtbild zusammentragen und sich dabei auf einen Mix an Methoden stützen.

3.1 Anforderungen und Untersuchungsdesign

An die zur Beantwortung der Untersuchungsfragen erforderlichen Daten sind hohe Ansprüche gestellt, da sie in Bezug auf mindestens vier Dimensionen Indikatoren bereitstellen müssen. Informationen zur Herkunft der Selbständigen und ihren Ressourcen verlangen *personenbezogene* Daten. Demgegenüber erfordert das Interesse an der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit betriebliche bzw. *unternehmensbezogene* Daten und eine regionale Ausrichtung der Daten auf die Situation in Baden-Württemberg eine *länderbezogenen* Differenzierung. Darüber hinaus müssen die Daten aber auch den *methodischen Anforderungen* insbesondere im Hinblick auf Repräsentativität und Aussagekraft gerecht werden. Im Einzelnen müssen die Daten

- a. eine Differenzierung der Selbständigen nach ihrem Herkunftsland erlauben;
- b. nicht nur die Staatsangehörigkeit sondern zusätzlich den Migrationshintergrund (vor allem Eingebürgerte) erfassen;
- c. Vergleiche mit anderen Erwerbspersonen ermöglichen, um einerseits Übergänge zwischen abhängiger und selbständiger Erwerbsarbeit beurteilen zu können und andererseits auch demographische Besonderheiten der Selbständigen gegenüber ihren abhängig beschäftigten Pendanten zu identifizieren;
- d. valide und aussagekräftige Indikatoren bieten und damit den Anspruch auf Repräsentativität erfüllen, um die Untersuchungsergebnisse auf die Grundgesamtheit übertragen zu können;
- e. die Möglichkeit eröffnen, die sozialen Merkmale der Selbständigen mit den Charakteristika ihrer Betriebe zu verknüpfen;
- f. eine ausreichend hohe Fallzahl besitzen, um zu robusten Ergebnissen zu gelangen, die soweit als von Zufallsfehlern befreit sind;
- g. sich über mehrere Zeitpunkte erstrecken, um auch Entwicklungen nachvollziehen zu können;
- h. möglichst auf Individualebene vorliegen, um auch multivariate Analysen durchführen zu können;
- i. sowohl auf Landes- als auch Bundesebene vorliegen, um Vergleiche anstellen zu können.

Diese Liste macht klar, dass eine einzelne Datenquelle nicht alle Anforderungen erfüllen wird, weshalb aus einem Kranz an unterschiedlichen Daten einzelne Facetten betrachtet und zu einem Gesamtbild zusammengeführt werden müssen. In der Untersuchung wurden zum einen verschiedene amtliche Statistiken für Sekundärdatenanalysen genutzt. Zum anderen

¹ Haug 2005, Santel 2008.

wurde eigenes eine Befragung (Primärerhebung) durchgeführt. Nachfolgend werden die verwendeten Datenquellen sowie ihre Vor- und Nachteile kurz dargestellt.

3.2 Amtliche Daten (Sekundärdaten)

Aus dem Bereich der amtlichen Statistik werden, die der Wissenschaft zur Verfügung gestellten sog. scientific use files der Mikrozensus verschiedener Jahre, aber vereinzelt auch Daten aus den Fachserien des Statistischen Bundesamtes und Landesamtes, darunter auch die Gewerbeanzeigenstatistiken, verwendet.

Mikrozensusdaten

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 bzw. in Baden-Württemberg. Bundesweit nehmen rund 370.000 Haushalte und damit etwa 820.000 Personen an der verpflichtenden Befragung teil.

Das ifm verfügt über die Mikrodatenfiles (scientific use files) mehrerer Erhebungsjahre. Mit diesen Files (70%-Substichprobe der Originaldaten) sind auch aufwändigere und fortgeschrittenere Analysen auf der Individualebene möglich. Aus den Daten ergibt sich ein großes Analysepotenzial, insbesondere durch die Möglichkeit, ein breites Spektrum an verschiedenen Migranten- und Erwerbsgruppen einzubeziehen. Darüber hinaus bietet der Mikrozensus aber vor allem eine Reihe soziodemographischer Variablen, die zur Beschreibung und Analyse der Struktur und Entwicklung von Migrantenselbständigkeit unerlässlich sind (z.B. Alter, Geschlecht, Beruf, Aufenthaltsdauer, Zugehörigkeit zur ersten oder zweiten Generation) sowie ökonomische Merkmale (z.B. Einkommen, Wirtschaftszweig, Arbeitsvolumen). Seine Begrenzung besteht jedoch im Mangel an betrieblichen Indikatoren (wie Investitionen, Umsatz oder Ausbildungsbeitrag usw.).

Dagegen liegen umfangreiche Informationen über berufliche Selbständige und andere Erwerbstätige in einer Differenzierung nach verschiedenen Merkmalen vor. Der Mikrozensus erfasst seit 2005 nicht nur Ausländer, sondern auch Deutsche mit Migrationshintergrund. Damit sind sowohl Zuwanderer im eigentlichen Sinne als auch alle sonstigen Personen enthalten, die mit „Migranten“ in Verbindung gebracht werden (Ausländer, Eingebürgerte, Vertriebene, Aussiedler und Asylbewerber). Durch die Zuordnung zur (früheren) Staatsangehörigkeit ist eine Unterscheidung nach einzelnen Herkunftsgruppen möglich.

Die Betrachtung von Selbständigen verschiedener Herkunftsgruppen auf Landesebene bringt allerdings auch bei einem so großen Stichprobenumfang wie dem des Mikrozensus das Problem geringer Fallzahlen mit sich. Durch den Zugriff auf die Mikrodatenfiles (scientific use files) mehrerer Erhebungsjahre kann dieses Problem – zumindest bei einigen der Analysen – durch einen „Match“ der Daten teilweise kompensiert werden.²

² Beim „Match“ der Daten und ihrer Interpretation war zu berücksichtigen, dass der Mikrozensus eine Wiederholungsbefragung ist, mit welcher bestimmte Personen über einen Zeitraum von vier Jahren befragt werden. Allerdings gibt es auch Merkmale, die sich bei einer befragten Person von einem zum anderen Jahr verändern können.

Neben den Individualdaten des Mikrozensus werden zusätzlich die Fachserien des statistischen Landesamtes verwendet. Dort werden zwar nur aggregierte Daten ausgewiesen, dafür sind sie jedoch zeitnaher bzw. aktueller als der scientific use file.³

Gewerbeanzeigenstatistik

Um neben dem Selbständigenbestand auch das Gründungsgeschehen bemessen zu können wird auf die amtliche 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 (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 mit einer Existenzgründung einhergehen, aber nicht unbedingt mit einem 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 zu 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 Baden-Württemberg vor. Zumindest für Einzelunternehmen wird die Staatsangehörigkeit – nicht jedoch der Migrationshintergrund – der meldenden Person ausgewiesen. Dies erlaubt es, Strukturen und Entwicklungen des Gründungsgeschehens bestimmter Gruppen näherungsweise wiederzugeben.

3.3 Eigene Erhebungen (Primärdaten)

Weder die amtlichen Daten, noch die verfügbaren Sekundärdaten bieten genügend Informationen, um die gestellten Untersuchungsfragen zufriedenstellend beantworten zu können. Diese Unzulänglichkeiten machten es notwendig eine eigene Befragung durchzuführen. Da aber auch hier durch finanzielle und befragungstechnische Limitierungen noch Lücken hinsichtlich der erforderlichen Indikatoren bestanden, wurde zusätzlich bzw. ergänzend auf zwei frühere Migrantenbefragungen des ifm zurückgegriffen.

³ In den meisten Fällen wird die Fachserie ein bis zwei Jahre nach der Erhebung veröffentlicht, während die für wissenschaftliche Zwecke produzierten Mikrodatenfiles erst nach ihrer faktischen Anonymisierung zur Verfügung stehen.

Befragung von Unternehmer/innen mit Migrationshintergrund in Baden-Württemberg 2009

Mittels einer eigenen und auf Baden-Württemberg konzentrierten Erhebung wurden im Frühjahr 2009 exakt 1.201 Selbständige bzw. Betriebsinhaber verschiedener Herkunftsgruppen mittels computergestützten Telefoninterviews befragt. Die vom ifm Mannheim konzipierte (und von der BIK Marplan Intermedia durchgeführte)⁴ Befragung zielte – in Ergänzung der Mikrozensusdaten – vor allem auf die Erfassung von Informationen über die Biographie und Migrationsgeschichte der Selbständigen und über den Prozess bis zur Gründung ihres Unternehmens, insbesondere auch über etwaige Qualifizierungen und Ressourcen. Im Mittelpunkt der Erhebung standen jedoch die betrieblichen Charakteristika, wozu neben der Branchenzugehörigkeit nicht nur die Leistungspotenziale zählen, die sich bspw. aus dem Umsatz oder den geschaffenen Arbeits- und Ausbildungsplätzen ergeben, sondern auch die spezifischen Strategien, die Migranten mit ihren Unternehmen verfolgen. Zusätzlich wurden einige Informationen erhoben, die über Integrationsmerkmale Auskunft geben.

Die Auswahl der Zielgruppen war von der Absicht begleitet, nicht allein die „großen“ Migrantenpopulationen (aus der Türkei, Italien, Griechenland oder dem früheren Jugoslawien) zu befragen, sondern ein Minimum an solchen Herkunftsgruppen zu berücksichtigen, über die – zumindest in Baden-Württemberg – bisher kaum Erkenntnisse vorliegen, die aber dennoch ein relevantes Potenzial an unternehmerischen Aktivitäten aufweisen. Daher wurden neben den zuvor genannten „klassischen“ ehemaligen Gastarbeitergruppen zudem auch Selbständige aus Polen und aus einigen anderen osteuropäischen Ländern befragt. Hinzu kamen Selbständige aus dem Nahen und Mittleren Osten.⁵ Als Kontrollgruppe wurden deutsche Unternehmer/innen ohne Migrationshintergrund in die Untersuchung einbezogen.

Die Adressermittlung und Auswahlgrundlage wurde von der Humbert & Schneiderheinze GmbH übernommen, die sich auf die Stichprobenerstellung für Migrantenbefragungen spezialisiert.⁶ Um Selbstselektionen zu vermeiden und ein breites Spektrum an Migranten zu erreichen setzt sich die Grundgesamtheit der Untersuchung nicht, wie sonst üblich, aus den Mitgliederlisten von Kammern oder Verbänden zusammen, sondern aus alle in den öffentlichen Telefonverzeichnissen (Festnetz und Mobilfunk) enthaltenen Selbständigen bzw. Betriebsinhaber/innen. Es ist davon auszugehen, dass die überwältigende Mehrheit über einen Telefonanschluss verfügt und als Unternehmer ein Interesse an dessen Veröffentlichung hat. Diese Auswahlgrundlage hat gleichzeitig zur Folge, dass die Stichprobe – im Gegensatz zu anderen

⁴ BIK Marplan gehört dem Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute (ADM) an, in welchen sich die renommierten Befragungsinstitute zusammengeschlossen haben. Sie bürgen für Qualitätsstandards, Datenschutz und haben sich zu einheitlichen Richtlinien bei der Durchführung von Erhebungen verpflichtet. Die BIK Marplan GmbH verfügt über jahrzehntelange Erfahrung in der Befragung von Migranten.

⁵ Als Grund für die genannten Gruppenauswahl kam hinzu: Im Planungsstadium der Untersuchung sollten zunächst je 250 Selbständige polnischer, türkischer, italienischer und (ex-)jugoslawischer Herkunft befragt werden, sowie 200 einheimische Personen ohne Migrationshintergrund. Mit der im Folgenden beschriebenen Adressauswahl konnten auch etwa 20.000 Betriebsinhaber identifiziert werden, von denen anzunehmen war, dass sie einen Migrationshintergrund besitzen. Im Vorfeld der Stichprobenbildung zeigte sich jedoch, dass zwar ausreichend Adressen vorhanden waren, um Personen mit einem türkischen oder italienischen Migrationshintergrund zu befragen, aber dass die Zahl der Selbständigen aus Polen und aus dem ehemaligen Jugoslawien zu gering sein würde, um die gewünschte Interviewzahl zu realisieren.

⁶ Humbert & Schneiderheinze ist in Fragen der Migranten- und Selbständigenbefragung langjähriger Partner des ifm (www.stichproben.de).

Erhebungen – nur tatsächlich wirtschaftlich aktive Unternehmer/innen erfasst. Über ein Zuweisungsverfahren auf Grundlage der Onomastik (Namensforschung) wurden für die Bruttostichprobe potenzielle Adressdaten von Selbständigen bestimmter Herkunft (siehe oben) identifiziert. Die Richtigkeit der Zuweisung wurde später im Rahmen des Interviews überprüft.⁷

Tab. 3.1 Ausschöpfung der Bruttostichprobe (Sample-Bericht von BIK Marplan)

	Summe		türkisch italien. griech. jugosl. pol/osteu N.M.O. deutsch						
	Ist	Prozent	Fälle						
Eingesetzte Rufnummern	7888	100%	1300	1200	900	1111	1402	675	1300
Σ stichprobenneutrale Ausfälle:	4898	62,1%	816	743	514	721	975	382	747
• ungültige Rufnummer	955	12,1%	163	118	111	159	174	72	158
• Faxgerät / Modem (Pfeifton)	188	2,4%	47	10	10	25	26	16	54
• kein Unternehmen / nicht selbständig	1020	12,9%	52	86	57	208	237	149	231
• kein gültiger Migrationshintergrund	963	12,2%	74	237	84	186	239	99	44
• nach 20 Versuchen kein Kontakt	1304	16,5%	345	186	196	132	265	45	135
• Anschluss dauerhaft besetzt	57	0,7%	1	5		11	34	1	5
• Quote erfüllt / nicht verw. Adressen	411	5,2%	134	101	56				120
Bereinigtes Brutto	2990	100%	484	457	386	390	427	293	553
Σ systematische Ausfälle	1789	59,8%	283	257	254	215	234	193	353
• Anrufbeantworter	339	11,3%	67	44	39	26	79	49	35
• Zielperson in Feldzeit nicht erreichbar	224	7,5%	11	28	38	44	39	31	33
• Verweigerung Kontaktperson	647	21,6%	118	122	94	73	57	40	143
• Verweigerung Zielperson	336	11,2%	31	17	50	48	33	61	96
• Starke Verständigungsschwierigkeiten	6	0,2%			5	1			
• nicht realisierte Termine	123	4,1%	34	22	12	11	20	6	18
• Abbrüche in Interview	114	3,8%	22	24	16	12	6	6	28
Realisierte Interviews insgesamt	1201	40,2%	201	200	132	175	193	100	200

Um eine optimale Ausschöpfung der Stichprobe zu erreichen, wurden bilinguale Interviewer eingesetzt und die Fragebögen auch in die jeweilige Landessprache übersetzt. Die Interviewer waren somit in der Lage zwischen Deutsch und der Muttersprache der Befragten zu wechseln oder ein Interview ausschließlich in der Herkunftssprache zu führen.⁸ Durch dieses Vorgehen wurden relativ wenig Interviews abgebrochen und Gruppen ohne ausreichende Deutschkenntnisse waren nicht systematisch ausgeschlossen. Zugleich wurde hierdurch vermieden, dass nur die besser gebildeten und gut integrierten Migranten befragt werden. D.h. die Repräsentativität der Studie wurde erhöht. Mit einer Ausschöpfung von durchschnittlich 40% der Bruttostichprobe kann das Verfahren als zufrieden stellend bezeichnet werden (Tabelle 3.1).

⁷ Dabei konnten aber nur Betriebe berücksichtigt werden, die eine „ethnische Zuordnung“ erlauben, d.h. dass der Firmenname entweder den Namen des Inhabers enthält oder auf eine bestimmte Herkunft schließen lässt (so kann man bei „Efe-Döner“ einen Inhaber mit türkischen Wurzeln vermuten und dies dann überprüfen).

⁸ Bei den Befragten aus dem Nahen und Mittleren Osten konnte dies nicht realisiert werden, da es an arabisch sprechenden Interviewern mangelte.

Insgesamt konnten mit Blick auf die Betriebe der Inhaber türkischer, italienischer, polnischer/osteuropäischer und deutscher Herkunft pro Gruppe rund 200 Interviews realisiert werden. Hinsichtlich der Selbständigen aus dem ehemaligen Jugoslawien, aus Griechenland und dem Nahen und Mittleren Osten liegen die erreichten Befragtenzahlen niedriger (Tabelle 3.1).

Ergänzender Datensatz: Primärerhebung „Ethnische Ökonomie“ 2004/2005

Bereits in den Jahren 2004/2005 wurde vom ifm eine Befragung von Migrantenbetrieben auf Bundesebene im Auftrag des BMWA durchgeführt.⁹ Von diesem Sample mit insgesamt über 2.000 per Zufallsstichprobe ausgewählten Betrieben entfielen 289 Telefoninterviews auf Inhaber türkischer, italienischer und griechischer Herkunft in Baden-Württemberg.¹⁰ Um die Analysepotenziale der aktuellen Untersuchung zu erhöhen (und bspw. die bei Differenzierungen auftauchende Fallzahlprobleme zu kompensieren), wurde an manchen Stellen zusätzlich auf diesen Datensatz zurückgegriffen. Allerdings nur bei Indikatoren, die voraussichtlich über einen längeren Zeitraum Gültigkeit besitzen. Im BMWA-Datensatz sind die Frageformulierungen einzelner Variablen identisch mit denen in der Baden-Württemberg-Befragung.

Daten aus der Jobstarter-Studie Mannheim

Im Jahr 2008 führte das ifm im Rahmen eines vom BIBB/BMBF geförderten Jobstarter-Projekts¹¹ eine telefonische Befragung unter Mannheimer Unternehmen durch, mit welcher unter anderem die Ausbildungspotenziale untersucht wurden. Hier konnte gleichzeitig (zusätzlich zu den „einheimischen“ Betrieben) das Ausbildungsverhalten von insgesamt 320 Unternehmer verschiedenster ethnischer Herkunft ermittelt werden. Hierbei wurden 173 nicht-ausbildungsberechtigte Migrantenbetriebe in Kurzinterviews und weitere 147 Betriebe mit einer grundsätzlichen Ausbildungsberechtigung in länger dauernden Interviews befragt. Der Datensatz bietet neben den betriebsdemographischen Daten vor allem detaillierte Informationen über die Ausbildungsstrukturen und -hemmnisse und dabei auch Angaben über die gewünschten Unterstützungsmaßnahmen und über die Auszubildenden in diesen Betrieben.

⁹ Leicht et al. (2005): Die Bedeutung der ethnischen Ökonomie in Deutschland. Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit, ifm Universität Mannheim.

¹⁰ Einschließlich der Deutschen ohne Migrationshintergrund sowie der Russlanddeutschen waren dies 435.

¹¹ Begleitstudie für das Jobstarter-Projekt „Ausbildung² – kleine und mittlere Unternehmen stärken, Ausbildung verbessern“ im Auftrag der Stadt Mannheim.

4. Migranten in Baden-Württemberg

Eine Bestimmung des unternehmerischen Potenzials von Migranten erfordert zunächst eine Auseinandersetzung mit den hierfür verantwortlichen Ausgangsbedingungen, das heißt mit der Entwicklung und Struktur der Zuwanderung nach Baden-Württemberg und der hier geborenen Migranten (Kapitel 4.1). Von Bedeutung für das Gründungsgeschehen sind zudem die Arbeitsmarktpositionen (Kapitel 4.2) und die Qualifikationen von Migranten (Kapitel 4.3). Wenngleich die formalen Bildungsgüter i.d.R. auch die Chancen einer Erwerbsbeteiligung determinieren, gehen wir hier in umgekehrter Reihenfolge vor, da wir uns nachfolgend hauptsächlich für die Potenziale derer interessieren, die dem Arbeitsmarkt prinzipiell (entweder als Erwerbstätige oder als Arbeitslose) zur Verfügung stehen.

4.1 Struktur und Entwicklung der Zuwanderung

Dem Mikrozensus zufolge besitzen in Baden-Württemberg im Jahr 2010 rund 2,8 Mio. Menschen einen Migrationshintergrund (zur Definition vgl. Kapitel 1). Dies entspricht einem Anteil von 26,2% an der Gesamtbevölkerung. Unter den Flächenländern – und nach den Stadtstaaten Hamburg und Bremen – ist dies der höchste Migrantenanteil in der Bundesrepublik, gefolgt von Hessen, Berlin und Nordrhein-Westfalen (25% und jeweils 24%).¹ Ähnlich wie in anderen Bundesländern geht dieser Anteil auf die relativ hohe Zahl an Deutschen mit Migrationshintergrund zurück. Über 1,5 Mio. bzw. über die Hälfte (55%) aller Migranten² in Baden-Württemberg hat einen deutschen Pass (darunter zu etwa gleichen Anteilen eingebürgerte ehemalige Ausländer und zum anderen (Spät-)Aussiedler).³ Das entspricht 14,5% der Bevölkerung insgesamt, während die Ausländer „nur“ 11,8% der Gesamtbevölkerung des Landes ausmachen. Aber auch der baden-württembergische Ausländeranteil ist unter den Flächenländern der höchste und wird nur von den Stadtstaaten (hier einschließlich Berlin) übertroffen.

Bei allem ist zu berücksichtigen, dass rund zwei Drittel (1,8 Mio.) der Personen mit Migrationshintergrund auch „Migranten“ im eigentlichen Sinne des Wortes sind, d.h. in der ersten Generation auch wirklich zugewandert sind bzw. eine „eigene Migrationserfahrung“ besitzen.

Bedeutung der Herkunftsgruppen in Baden-Württemberg

Die Zusammensetzung der Herkunftsgruppen zeigt deutlich, dass ein Großteil der Zuwanderung nach Baden-Württemberg auf die Rekrutierung von „Gastarbeitern“ und die darauf folgende „Familienzusammenführung“ zurückzuführen ist. D. h. die Angehörigen aus den ehemaligen Anwerbeländern dominieren. Sieht man von der Gruppe der Spätaussiedler und von anderen⁴ zugewanderten Deutschen ab, dann stammen die meisten Migranten in Baden-Württemberg aus der Türkei (430.000 bzw. 15%). Mit etwas Abstand folgen diejenigen aus

¹ Vgl. Statistisches Bundesamt 2011, für einen Überblick über die Anteile in anderen Ländern vgl. auch Hin 2008; Statistisches Landesamt 2008 sowie Lehmann/ Wapler 2009.

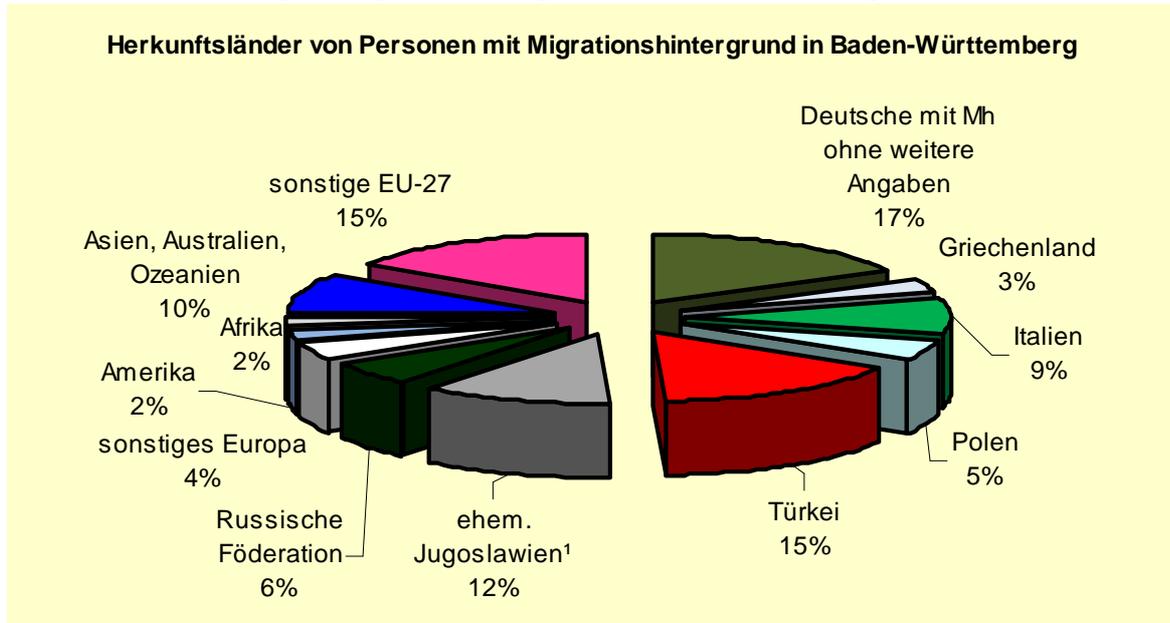
² Hier wie auch im Folgenden wird der Begriff „Migranten“ für Menschen mit Migrationshintergrund gebraucht (vgl. Definition in Kapitel 1).

³ 640.000 Eingebürgerte und 625.000 Aussiedler.

⁴ d.h. teils auch nicht herkunftsspezifisch identifizierbaren Personen mit deutscher Staatsangehörigkeit.

Italien (242.000 bzw. 9%). An dritter Stelle folgen Migranten aus der Russischen Föderation (158.000 bzw. 6%) und danach die aus Polen (138.000 bzw. 5%). Fasst man die Länder des ehemaligen Jugoslawien zusammen, dann stammt allein über ein Zehntel aus diesem Gebiet. Insgesamt kommt etwa ein Drittel aus einem außereuropäischen Land, die meisten hiervon aus den asiatischen Ländern. (Abbildung 4.1.1)

Abb. 4.1.1: Bevölkerung mit Migrationshintergrund in Baden-Württemberg 2010 nach Herkunft



Quelle: Statistisches Landesamt Ba-Wü; Mikrozensus 2010; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.
¹Ehemaliges Jugoslawien hier Bosnien-Herzegowina, Kroatien, Serbien.

Land-Bund-Unterschiede

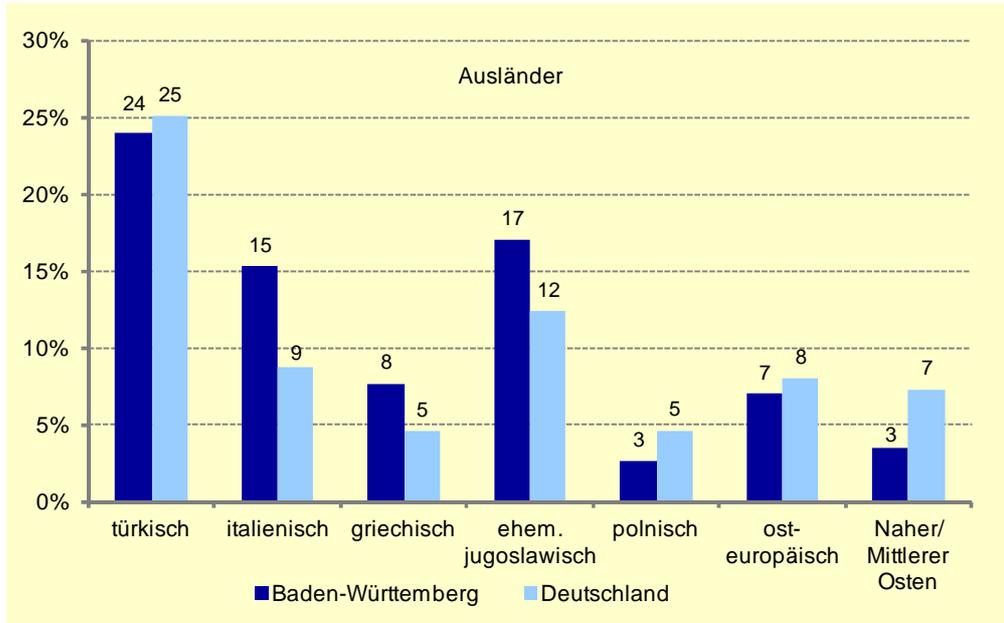
Bemerkenswert ist, dass die türkischstämmige Bevölkerung in Baden-Württemberg in etwa den gleichen Anteil an allen Migranten einnimmt wie auch in Deutschland insgesamt, während die italienische Population im Südweststaat deutlich überrepräsentiert ist (knapp 9% gegenüber 5% im Bund). Im „Ländle“ lebt fast ein Drittel aller Italiener Deutschlands. Überdurchschnittlich ist auch der Anteil der Migranten aus dem ehemaligen Jugoslawien und aus Griechenland. Demgegenüber sind die Osteuropäer hier im Land eher unterrepräsentiert: In Gesamtdeutschland stellen die Migranten aus Polen, Rumänien, Russland und der Ukraine (als größte Gruppen) über 19% aller Migranten, aber in Baden-Württemberg machen diese Gruppen 3%-Punkte weniger aus. Diese Differenzen sind nicht allein auf die andersartige Zusammensetzung in den neuen Bundesländern zurückzuführen. Denn z.B. auch in NRW leben anteilmäßig mehr Osteuropäer als in Baden-Württemberg.⁵

Doch eigentlich ist die Land-Bund-Diskrepanz noch größer, wenn die Eingebürgerten und vor allem die Spätaussiedler ausgeklammert werden. Mit Blick auf die Ausländerstruktur zeigt sich dann ein klares Muster: Abgesehen von den Türken (die in beiden Gebieten in etwa gleich hohe Anteile aufweisen) besitzen in Baden-Württemberg die übrigen Angehörigen aus

⁵ Der Anteil der Migranten aus Polen ist in NRW mit 11% nahezu doppelt so hoch (vgl. Statistisches Bundesamt 2011).

den ehemaligen Anwerbeländern ein größeres Gewicht als in der Bundesrepublik insgesamt. Demgegenüber sind die Polen und übrigen Osteuropäer, aber genauso die Migranten aus dem Nahen und Mittleren Osten, weniger stark als in Gesamtdeutschland vertreten (Abbildung 4.1.2). Inwieweit diese unterschiedliche Zusammensetzung an Migranten dann Einfluss auf den jeweiligen Selbständigenbestand nimmt, wird an anderer Stelle noch diskutiert.

Abb. 4.1.2: Zusammensetzung der Ausländer in Baden-Württemberg und Deutschland



Quelle: Statistisches Bundesamt; Mikrozensus 2008 (scientific use file); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim. Ehemaliges Jugoslawien hier Bosnien-Herzegowina, Kroatien, Serbien. Sonstiges Osteuropa ohne Baltikum, einschließlich Russland.

Verlauf der Zuwanderung

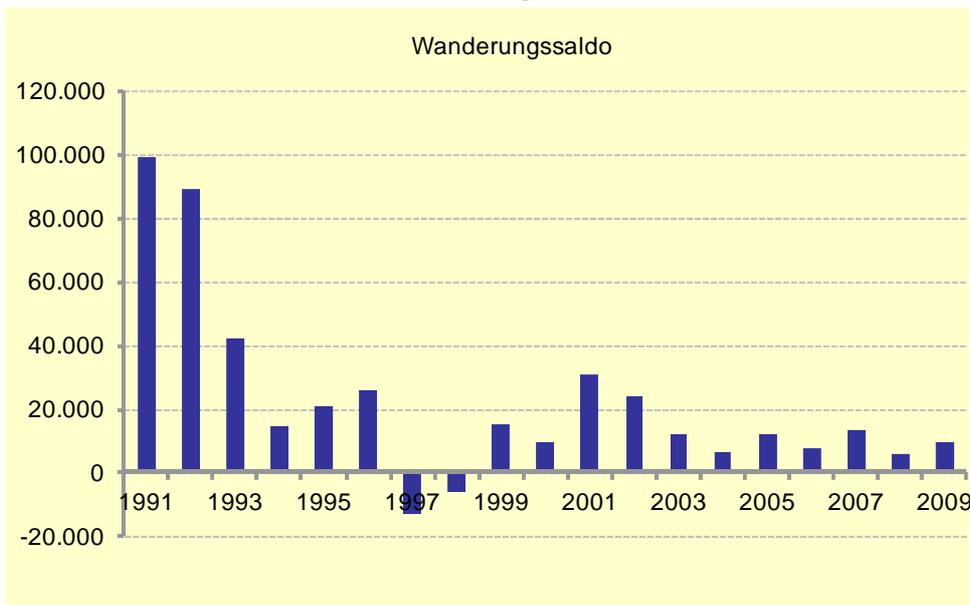
Die derzeitigen Wanderungsbewegungen sind kaum mit denen der Vergangenheit zu vergleichen: Blickt man zurück, so ist die Bevölkerungszahl in Baden-Württemberg seit den 50er Jahren zunächst durch die Vertriebenenströme, die Gastarbeiteranwerbung und Familiensammenführung, später dann durch die Arbeitskräftezuwanderung aus Osteuropa sowie durch Bürgerkriegsflüchtlinge, aber auch durch innerdeutsche Wanderungen nach dem Mauerfall, um rund 3 Millionen angestiegen, wobei insgesamt rund 15,7 Millionen zu- und 12,7 Millionen abgewandert sind.⁶ Doch seit Anfang der 90er Jahre wurde der Wanderungssaldo in Baden-Württemberg – wie auch in Deutschland insgesamt – wieder kleiner. Was die Zu- und Fortzüge von Migranten betrifft, kann dies längerfristig nur anhand des Wanderungsverhaltens von Ausländern aufgezeigt werden. Im Jahr 1991 sind über die Landesgrenze noch fast 100.000 Ausländer mehr zugewandert als fortgezogen, doch im Jahr 2009 ist dieser Saldo auf einen Überschuss von nur noch 10.000 Personen geschrumpft (Abbildung 4.1.3).

Differenziert nach einzelnen Nationalitäten ist festzustellen, dass sich durch die seit geraumer Zeit nachlassenden Zuzüge von Türken, Italienern und Griechen schließlich auch der Gesamtbestand in diesen Gruppen langsam verringert. Hierzu trägt natürlich auch bei, dass viele

⁶ Statistisches Landesamt/ Bosch-Stiftung 2009.

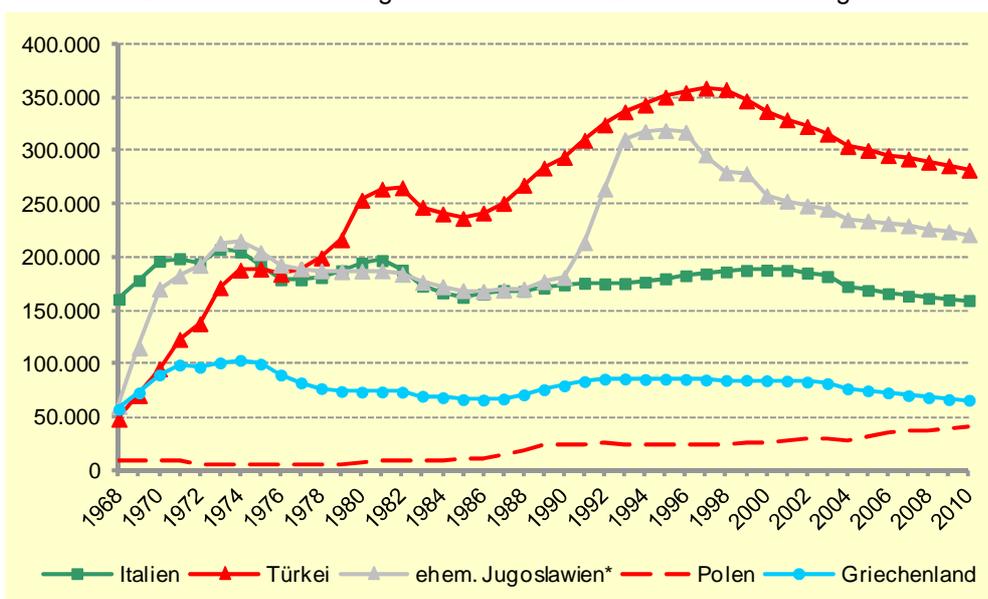
ins Rentenalter gekommene Italiener und Griechen ihren „Lebensabend“ lieber in der alten Heimat als in Deutschland verbringen. Veränderungen zeigen sich aber auch in Bezug auf andere Gruppen: Zwei Jahrzehnte nach der Auflösung der Warschauer-Pakt-Staaten hat die Dynamik an Zuzügen auch aus östlicher Richtung, so etwa bei den Migranten aus Polen und Russland in der Tendenz nachgelassen. Allerdings ist insbesondere das Wanderungsverhalten der Polen von einer hohen Zahl an Zu- und Fortzügen geprägt, was nicht nur an der geographischen Nähe des Herkunftslandes sondern auch an der häufigen Aufnahme von vorübergehenden Beschäftigungen liegt.

Abb. 4.1.3: Saldo aus Zu- und Abwanderung von Ausländern nach Baden-Württemberg seit 1990



Quelle: Statistisches Landesamt Ba-Wü; eigene Darstellung.

Abb. 4.1.4: Bestandsentwicklung an Ausländern in Baden-Württemberg nach Nationalität seit 1968



Quelle: Bundesamt für Migration und Flüchtlinge; Statistisches Landesamt Ba-Wü; eigene Darstellung.

Längerfristige Entwicklung der ausländischen Bevölkerung

Die Zahl der Migranten wird allerdings nicht nur (und in Bezug auf manche Gruppen immer weniger) durch die Zu- und Abwanderung bestimmt, sondern genauso durch die hierzulande Geborenen, deren Eltern nicht aus Deutschland stammen. Da die amtliche Statistik jedoch erst seit 2005 auch den Migrationshintergrund erfasst, kann die längerfristige Entwicklung, z.B. der ersten und zweiten Generation von Migranten nur anhand des Bestands an Ausländern insgesamt nachvollzogen werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich Veränderungen auch durch Einbürgerungen ergeben. Misst man nur entlang der Staatsangehörigkeit, dann zeigt die Entwicklungskurve der türkischen Migranten seit Ende der 60er Jahre mit nur wenigen Einschnitten bis 1997 nach oben, liegt aber im Jahr 2008 wieder unterhalb des Niveaus von 1990 (Abbildung 4.1.4). Im Gegensatz zu den anderen Gruppen verläuft der Anstieg bei den Türken nach dem Anwerbestopp 1973 relativ ungestört.⁷ Bei den Italienern und Griechen ist ein leichter Anstieg erst wieder ab Ende der 80er Jahre zu vermerken, wobei auch deren Zahl im letzten Jahrzehnt wieder deutlich abgenommen hat. Die Zahl der Migranten aus dem ehemaligen Jugoslawien hat durch die Bürgerkriegsflüchtlinge und deren Rückkehr die größte Dynamik in der Zu- und Abnahme erfahren. Die Entwicklung der Polen weicht – nicht nur wegen des niedrigeren Niveaus – von diesem Muster ab: Deren Zahl hat mehr oder weniger kontinuierlich zugenommen.

4.2 Arbeitsmarktpositionen

Hinsichtlich der Ausgangsbedingungen für die Entwicklung unternehmerischer Aktivitäten ist natürlich nicht allein die Stärke der Population sondern vor allem auch die Position am Arbeitsmarkt von Bedeutung. Unter der Vielzahl an selbständigkeitsrelevanten Ressourcen spielt die Arbeitserfahrung und damit die Frage der Erwerbsbeteiligung eine maßgebliche Rolle. Doch mit Blick auf mögliche Push-Faktoren ist genauso von Interesse, wie stark die einzelnen Gruppen von Arbeitslosigkeit betroffen sind.

Erwerbsbeteiligung

Insgesamt befanden sich in Baden-Württemberg im Jahr 2010 rund 7,1 Millionen Personen im erwerbsfähigen Alter. Dieser Zahl standen knapp 5,4 Mio. Erwerbstätige und 269.000 Erwerbslose gegenüber, was einer Erwerbspersonenzahl von 5,625 Mio. entspricht. Hieraus ergibt sich eine Erwerbsquote von 79%.⁸

Die Erwerbsbeteiligung von Personen mit und ohne Migrationshintergrund unterscheidet sich deutlich: Im Jahr 2010 liegt sie unter „Einheimischen“ bei 81% und unter Migranten bei 73% (im Jahr 2006 bei 79% zu 72%). Auf Bundesebene bewegt sich diese Diskrepanz auf etwas anderem Level (80% gegenüber 70%). Da vor Abschluss der Studie die anonymisierten Daten

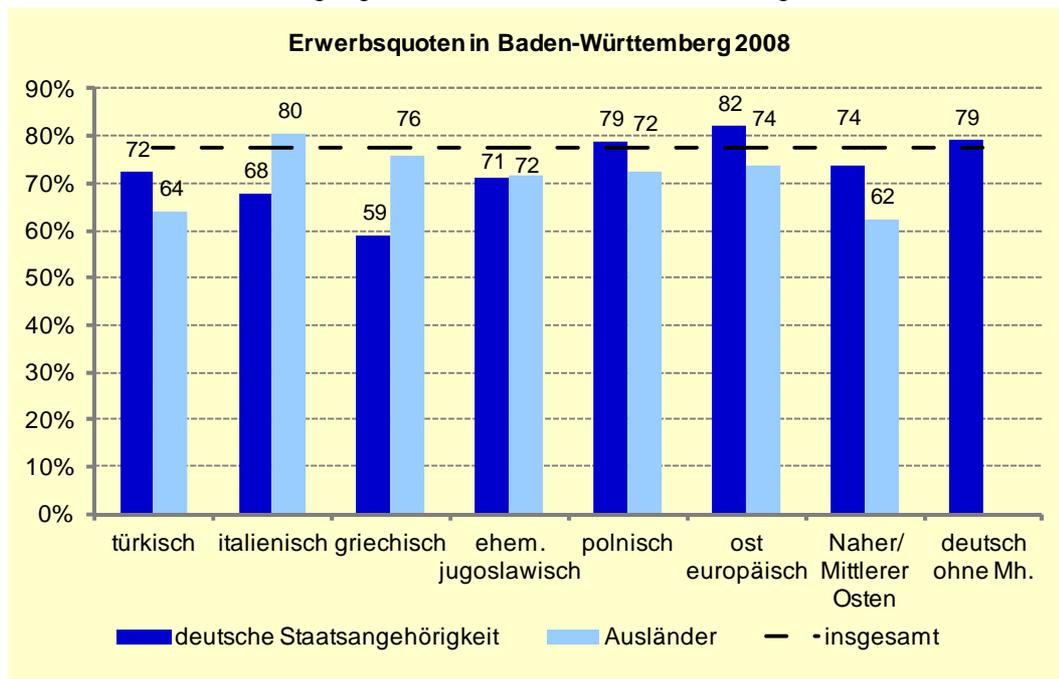
⁷ Nach Meier-Braun (1995) forderte der Anwerbestopp den Familiennachzug bei den türkischen Gastarbeitern geradezu heraus, zumal zudem die Kindergeldsätze für ausländische Kinder, die im Heimatland geblieben waren, gekürzt wurden.

⁸ Erwerbsquote = Anteil der Erwerbspersonen (Erwerbstätige + Erwerbslose) an der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter (15 bis 65 Jahre). Häufig wird auch die sog. „Erwerbstätigenquote“ verwendet, die als Verhältnis zwischen Erwerbstätigen und erwerbsfähigen Personen gerechnet wird.

des scientific use file nur bis zum Jahr 2008 vorlagen, können die Erwerbsquoten von Migranten nach ihrer Herkunft (Nationalitäten) nur für diesen Zeitpunkt angegeben werden. An vorderster Stelle in der Erwerbsbeteiligung und ganz in der Nähe der Deutschen ohne Migrationshintergrund stehen die Osteuropäer sowie die Italiener (80% bzw. 79%), dicht gefolgt von den Polen (77%). Während die Migranten aus dem ehemaligen Jugoslawien und aus Griechenland eher eine mittlere Position einnehmen, bilden die Migranten aus dem Nahen und Mittleren Osten sowie aus der Türkei das Schlusslicht.

Die Erwerbsquoten werden aber nicht nur durch die ethnische Zugehörigkeit, sondern auch durch den Migrationsstatus und das Geschlecht beeinflusst. In Bezug auf die erstgenannte Rahmenbedingung zeigt sich, dass die Höhe der Erwerbsbeteiligung auch davon abhängig ist, ob es sich um Eingebürgerte oder um Ausländer handelt. Allerdings ist diesbezüglich die Richtung des Einflusses nicht einheitlich (Abbildung 4.2.1): In vier der sieben Gruppen wirkt sich ein deutscher Pass positiv auf die Erwerbsbeteiligung aus. D.h. die eingebürgerten Migranten aus der Türkei, aus Osteuropa (darunter auch Aussiedler) und aus dem Nahen/Mittleren Osten weisen höhere Erwerbsquoten auf als ihre Pendanten ohne deutschen Pass. Hingegen verhält sich dies bei den südeuropäischen Gruppen gerade umgekehrt. Hier sind es dann die Ausländer, die sich durch eine stärkere Erwerbsbeteiligung auszeichnen.

Abb. 4.2.1: Erwerbsbeteiligung* nach ethnischer Herkunft und Migrationsstatus



Quelle: Statistisches Bundesamt; Mikrozensus 2008 (scientific use file); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Ehemaliges Jugoslawien: hier Bosnien-Herzegowina, Kroatien, Serbien.

Sonstiges Osteuropa: ohne Baltikum, einschließlich Russland.

*Bezug: Erwerbsfähige Bevölkerung im Alter zwischen 15 und unter 65 Jahren.

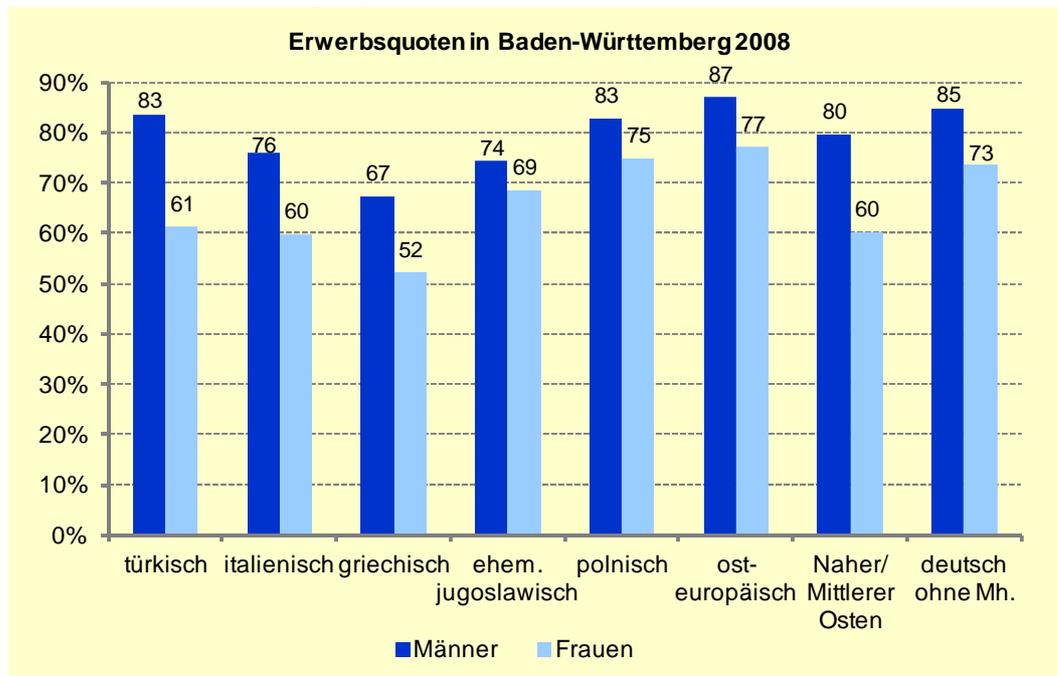
Dieses Muster zeigt sich ähnlich auch beim Blick auf Gesamtdeutschland (nicht abgebildet). Allerdings mit der Ausnahme, dass dort die eingebürgerten Migranten aus dem ehemaligen Jugoslawien eine höhere Erwerbsbeteiligung als die Ausländer aufweisen. Der je nach Ethnie unterschiedliche Einfluss des Migrationsstatus dürfte darauf zurückzuführen sein, dass die

Eingebürgerten und Aussiedler aus den östlichen Ländern durchschnittlich besser gebildet sind als die Ausländer in diesen Gruppen und daher eine höhere Erwerbsorientierung haben. Unter den Italienern und Griechen lassen sich relativ wenig einbürgern, da ihnen als EU-Bürger die gleichen Rechte zustehen wie den Einheimischen. Soweit dies aber der Fall ist, handelt es sich oftmals um diejenigen der zweiten Generation. Wie eine genauere Betrachtung der italienischen Nicht-Erwerbspersonen zeigt, sind diese im Durchschnitt 20 Jahre alt, oft ohne Ausbildung und wohnen häufig noch zuhause im „Hotel Mama“.

Erwerbsbeteiligung nach Geschlecht

Männer weisen in der Regel eine höhere Erwerbsbeteiligung als die Frauen auf. Dies ist ein Standardbefund in der Arbeitsmarkt- und Geschlechterforschung. Allerdings gibt es diesbezüglich auch einige bemerkenswerte Unterschiede, wenn nach der ethnischen Herkunft differenziert wird. Während die Geschlechterdiskrepanz hinsichtlich der Erwerbsbeteiligung bei Personen ohne Migrationshintergrund rund 12 Prozentpunkte ausmacht, liegt zwischen Migranten und Migrantinnen eine Spanne von 16 Prozentpunkten.⁹ Solche Unterschiede zeigen sich auch mit Blick auf einzelne Herkunftsländer, wenngleich in unterschiedlicher Stärke (Abbildung 4.2.2): Die größten Geschlechterdifferenzen werden bei den vorwiegend islamisch geprägten Herkunftsgruppen, d.h. bei den Migranten aus der Türkei und dem Nahen/Mittleren Osten evident. Bei den aus dem Iran und arabischen Ländern stammenden beträgt die Spanne 20 Prozentpunkte und bei den Türken sogar 22 Prozentpunkte.

Abb. 4.2.2: Erwerbsbeteiligung* nach ethnischer Herkunft und Geschlecht



Quelle: Statistisches Bundesamt; Mikrozensus 2008 (scientific use file); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Ehemaliges Jugoslawien: hier Bosnien-Herzegowina, Kroatien, Serbien.

Sonstiges Osteuropa: ohne Baltikum, einschließlich Russland.

*Bezug: Erwerbsfähige Bevölkerung im Alter zwischen 15 und unter 65 Jahren.

⁹ Bei den Personen ohne Migrationshintergrund beträgt die Erwerbsquote von Frauen 73% und von Männern 85% (Abb. 4.2.2). Hingegen bei Frauen und Männern mit Migrationshintergrund 65% zu 81% (hier nicht abgebildet).

Auffällig sind allerdings auch die Differenzen unter den Migranten polnischer bzw. osteuropäischer Herkunft. Denn auch hier zeigt sich ein Geschlechtergefälle von 8 bis 10 Prozentpunkten, obwohl die aus den postsozialistischen Ländern stammenden Frauen zumindest in ihren Herkunftsländern traditionell eine eher höhere Erwerbsneigung besitzen. Die geringste Diskrepanz ergibt sich bei den ehemaligen Jugoslawinnen und Jugoslawen.

Bei allem ist noch festzuhalten, dass bei den Männern mit Migrationshintergrund die Unterschiede zur Erwerbsbeteiligung der „Einheimischen“ gar nicht so groß sind. Die Erwerbsquote der Letztgenannten liegt nur rund 3 Prozentpunkte höher.

Erwerbslosenquoten

Hier interessiert nicht nur, in welchem Umfang Migranten dem Arbeitsmarkt prinzipiell zur Verfügung stehen (siehe oben), sondern auch, inwieweit sie eine Beschäftigung finden. Anstelle der Erwerbstätigenquote (die Auskunft über den Erfolg am Arbeitsmarkt gibt), konzentrieren wir uns hier auf den Misserfolg bzw. auf die Erwerbslosigkeit. Die Tatsache, dass Ausländer eine höhere Arbeitslosenquote aufweisen als Deutsche ist allgemein bekannt, weshalb nicht überrascht, dass dies auch in Baden-Württemberg der Fall ist. Die Erwerbslosenquote¹⁰ von Ausländern ist mehr als doppelt so hoch wie bei Deutschen und lag 2010 bei 9,5%. In Bezug auf die Differenzierung nach einzelnen Herkunftsgruppen müssen nachfolgend wieder die Daten von 2008 herangezogen werden.

Selten wird untersucht, wie sich Eingebürgerte und Ausländer im Hinblick auf ihr Arbeitslosigkeitsrisiko unterscheiden. Diesbezüglich ist zu konstatieren, dass Migranten mit einem deutschen Pass etwas besser als Ausländer in den Arbeitsmarkt integriert sind und eine Erwerbslosenquote von „nur“ 6,7% aufweisen. Dieser Befund spiegelt sich auch in den hier betrachteten Herkunftsgruppen wider (Tabelle 4.2.3). Sieht man von den Polen ab, so liegt unter den Ausländern der Anteil an Erwerbslosen jeweils ein Stück über demjenigen bei den Eingebürgerten bzw. den Deutschen mit Migrationshintergrund.

Am stärksten von Erwerbslosigkeit betroffen sind die Migranten aus dem Nahen/Mittleren Osten. Von denjenigen ohne deutschen Pass ist fast jeder fünfte ohne eine Anstellung. Aber auch unter den Türken grassiert, sofern sie nicht eingebürgert sind, eine relativ starke Erwerbslosigkeit (11%). Die niedrigsten Anteile an Personen ohne Beschäftigung finden sich bei polnischen Migranten, sowohl ohne als mit deutschem Pass (3,4% bzw. 5,6%) sowie bei den eingebürgerten Italienern (4%).

Eine wichtige Frage, die sich noch bei der Erklärung der relativ niedrigen Selbständigenquoten von Migranten in Baden-Württemberg stellen wird, ist, inwieweit dieses Defizit auf das vergleichsweise geringe Niveau an Arbeitslosigkeit im Südwesten zurückzuführen ist. Vorerst ist an dieser Stelle festzuhalten, dass die Erwerbslosenquoten in Baden-Württemberg nicht nur insgesamt sondern auch unter Migranten einen niedrigeren Level als bundesweit

¹⁰ Die auf Basis des Mikrozensus errechnete Erwerbslosenquote unterscheidet sich von der Arbeitslosenquote der BA-Statistik, da im ersten Fall auch diejenigen berücksichtigt werden, die sich nicht bei den Arbeitsagenturen als arbeitslos melden. Allerdings zählen nach der im Mikrozensus zugrunde liegenden ILO-Definition Personen mit einer geringfügigen Tätigkeit nicht als Erwerbslose.

aufweisen (Tabelle 4.2.3). Allerdings entspricht die Land-Bund-Diskrepanz nicht ganz dem Verhältnis wie dies bei den Personen ohne Migrationshintergrund zu beobachten ist. Insbesondere mit Blick auf einzelne Untersuchungsgruppen hält sich die Spannweite in Grenzen.

Tab. 4.2.3: Erwerbslosenquoten nach ethnischer Herkunft und Geschlecht

Migrationsstatus	Herkunft	Erwerbslosenquoten					
		Baden-Württemberg			Deutschland		
		Männer	Frauen	Gesamt	Männer	Frauen	Gesamt
Gesamt		3,7	4,8	4,2	7,4	7,8	7,6
Deutsch ohne Mh.		2,7	3,8	3,2	6,3	6,8	6,5
Deutsch mit Mh.		5,9	7,5	6,7	10,2	10,4	10,3
Ausländer		7,2	8,9	7,9	14,0	14,9	14,3
Deutsch mit Mh. aus ...	Türkei	5,7	10,9	7,9	13,4	14,9	14,0
	Italien	4,9	3,2	4,1	10,7	7,9	9,5
	Griechen	/	/	/	7,1	7,4	7,2
	ehem. Jugoslawien	6,6	7,3	6,9	8,6	9,9	9,2
	Polen	1,7	9,6	5,6	7,7	8,8	8,3
	sonstiges Osteuropa	6,0	5,5	5,8	9,7	8,6	9,2
	Naher/Mittlerer Osten	19,4	15,3	18,3	17,8	21,0	18,8
	Rest der Welt	6,8	9,8	8,3	9,8	10,9	10,3
Ausländer aus ...	Türkei	9,8	12,4	10,7	17,8	21,4	19,0
	Italien	5,5	7,6	6,3	9,0	9,4	9,1
	Griechen	6,8	8,9	7,8	9,8	8,6	9,3
	ehem. Jugoslawien	5,6	8,2	6,7	11,1	11,3	11,2
	Polen	2,0	4,5	3,4	9,2	12,6	11,1
	sonstiges Osteuropa	9,0	7,4	8,1	16,4	17,0	16,7
	Naher/Mittlerer Osten	14,0	25,8	17,6	27,4	34,8	29,3
	Rest der Welt	5,8	7,8	6,7	11,1	12,7	11,8

Quelle: Statistisches Bundesamt; Mikrozensus 2008 (scientific use file); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Eine geschlechterdifferenzierende Analyse zeigt, dass insgesamt betrachtet auch unter Migranten Frauen häufiger als Männer von Erwerbslosigkeit betroffen sind (Tabelle 4.2.3). Die Diskrepanz ist je nach Ethnie und Migrationsstatus unterschiedlich stark ausgeprägt. Vor allem eingebürgerte Frauen türkischer Herkunft, ausländische Frauen aus dem Nahen/ Mittlerem Osten sowie polnische Frauen sind deutlich häufiger von Erwerbslosigkeit betroffen als ihre männlichen Pendanten. Es sind jedoch auch einige Abweichungen im Geschlechterverhältnis zu beobachten. Unter den eingebürgerten Migranten sticht die höhere Erwerbslosigkeit der Männer mit Wurzeln in Italien und dem Nahen/Mittleren Osten hervor. In der Gruppe der „sonstigen osteuropäischen“ Migranten in Baden-Württemberg haben Männer unabhängig vom Migrationsstatus höhere Erwerbslosenquoten als Frauen. Insgesamt jedoch sind keine allzu gravierenden Geschlechterunterschiede festzustellen.

4.3 Qualifikationsstrukturen

Zwar ist die absolute Zahl an Migranten bestimmter Herkunft eine gewichtige Komponente für das bereits aktivierte oder noch schlummernde unternehmerische Potenzial. Doch maßgeblich sind – neben den strukturellen Rahmenbedingungen – vor allem die individuellen

und sozialen Ressourcen. Zumindest in der Gründungsforschung insgesamt, aber auch in der europäischen Ethnic Entrepreneurshipforschung herrscht weitestgehend Einigkeit, dass eine gute Humankapitalausstattung, und dabei vor allem formale Bildung, zu den zentralen Determinanten unternehmerischer Aktivitäten zählt (vgl. Kapitel 2.1). Selten führt eine gute Schul- oder Berufsausbildung direkt in die Selbständigkeit, aber sie gibt den Nährboden für berufliche Karrieren, wobei Qualifikationen nicht nur für den generellen Zugang zum Arbeitsmarkt, sondern auch im Hinblick auf die danach gewonnenen Erfahrungen zum Aufbau eines eigenen Unternehmens von Bedeutung sind. Andererseits wird aber auch argumentiert, dass der Weg in die Selbständigkeit genauso eine Alternative für Geringqualifizierte ist.

Spätestens seit „PISA“ kreist die Debatte um die Ursachen und Folgen der ungleichen Bildungschancen von Migranten in Deutschland, wobei hier vor allem die zweite oder dritte Generation im Blickfeld steht. Allerdings ist das Qualifikationsniveau der ersten und damit zu meist älteren Generation eher noch schlechter: Rund 40% der Migranten im Alter zwischen 25 und 65 haben keinen Berufsabschluss.¹¹ Grundlage für nachfolgende Betrachtung ist jedoch nicht allein das Alter, sondern die Qualifikation derer, die sich überhaupt am Erwerbsleben beteiligen. Dies vor allem deshalb, weil wir in der Untersuchung auf das Gründungs- und unternehmerische Potenzial fokussieren. D.h. es interessiert in diesem Fall, über welche Berufsabschlüsse die Erwerbspersonen mit Migrationshintergrund verfügen. Insofern mag manches der Ergebnisse von dem abweichen, was ansonsten in Bezug auf die Gesamtbevölkerung beobachtet wird.

Wir konzentrieren uns hierbei auf die beruflichen Abschlüsse der Erwerbspersonen im Alter zwischen 25 und unter 65 Jahren und differenzieren der Übersicht halber nach Personen ohne und mit einem beruflichen Abschluss sowie Meister/Techniker und nach Hochschulabsolventen (oder jeweils vergleichbaren Qualifikationen). Vergleicht man zunächst nur die Erwerbspersonen mit und ohne Migrationshintergrund insgesamt, dann zeigt sich, dass der Anteil der Migranten ohne Berufsabschluss mit 32% mehr als dreimal so hoch liegt wie bei den Einheimischen. Dies ist vor allem ein Ausländereffekt (40%), denn unter den Eingebürgerten¹² machen die Unqualifizierten „nur“ 21% aus. Auf der „anderen Seite“ des Qualifikationsspektrums haben die Einheimischen einen Anteil von 21% Hochschulabsolventen, die Migranten jedoch nur 13%.

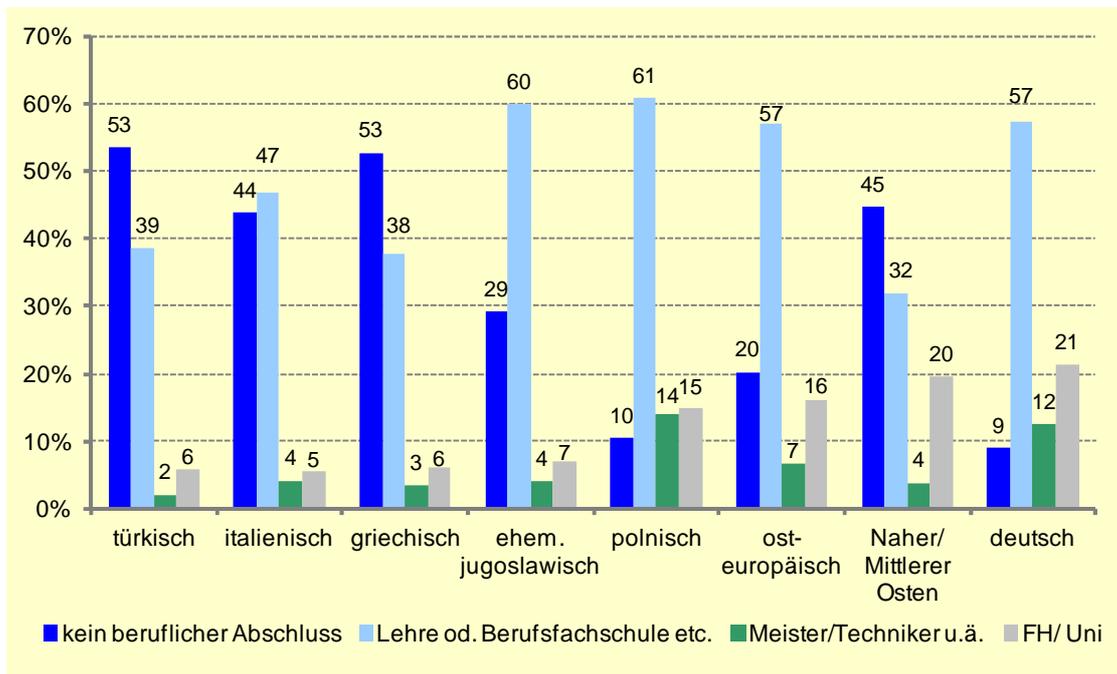
Genauso gravierend sind die Differenzen zwischen den einzelnen Ethnien, deren Qualifikationsstruktur in Abbildung 4.3.1 ohne Differenzierung nach Eingebürgerten und Ausländern dargestellt ist. Demnach findet sich der höchste Anteil an Unqualifizierten unter den Erwerbspersonen türkischer und griechischer Herkunft. Hier haben über die Hälfte (53%) keinen Berufsabschluss und nur knapp 6% einen akademischen Abschluss. Von diesem niedrigen Qualifikationsniveau nicht weit entfernt sind die Italiener, bei denen der Anteil an Personen ohne Berufsabschluss etwas geringer ist. Mit Blick auf die Migranten aus dem ehemaligen Jugoslawien sieht es nur leicht besser aus. Hier hat immerhin die Hälfte einen mittleren Berufsabschluss.

¹¹ Statistisches Bundesamt 2011.

¹² Hier wie nachfolgend sind dabei die Aussiedler eingeschlossen.

Eine hiervon ziemlich abweichende Struktur wird bei den Polen und sonstigen Osteuropäern evident: Die Anteile an Ungelernten sind höchstens halb so hoch wie bei den Angehörigen aus den Anwerbeländern und weit über die Hälfte haben einen Lehr- oder vergleichbaren Berufsabschluss. Gleichzeitig verfügen zwischen 15% und 16% über einen Hochschulabschluss. Die Quote an Hochqualifizierten wird aber von den Migranten aus dem Nahen/Mittleren Osten und auch von denen aus der „restlichen Welt“ (letztere nicht abgebildet) übertroffen. Von denen aus dem Nahen/Mittleren Osten haben 20% bzw. 22% einen Hochschulabschluss. Deren Bildungsstruktur weist allerdings eine gewisse Bipolarität auf, denn gleichzeitig liegt der Anteil an Ungelernten bei 45% bzw. 27%.¹³

Abb. 4.3.1: Qualifikationsstruktur von Erwerbspersonen im Alter zwischen 25 und <65 Jahren



Quelle: Statistisches Bundesamt; Mikrozensus 2008 (scientific use file); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim. Ehemaliges Jugoslawien: hier Bosnien-Herzegowina, Kroatien, Serbien. Sonstiges Osteuropa: ohne Baltikum, einschließlich Russland.

Zu erwähnen ist an dieser Stelle noch, dass sich die migrantenspezifische Qualifikationsstruktur in Baden-Württemberg kaum von der auf Bundesebene unterscheidet (nicht abgebildet). Einer der wenigen Unterschiede besteht darin, dass die Erwerbspersonen mit Migrationshintergrund bundesweit einen etwas höheren Anteil an Hochqualifizierten aufweisen (16% gegenüber 13%). Dies ist teilweise auf die bereits erwähnte ungleiche Zusammensetzung der Herkunftsgruppen zurückzuführen, da in Baden-Württemberg bspw. weniger hoch qualifizierte Osteuropäer arbeiten.

¹³ Hier sind natürlich immer auch die meist völlig anders gestalteten Berufsbildungssysteme in den Herkunftsländern zu berücksichtigen, die häufig eher auf schulische und kaum auf berufliche Ausbildung setzen.

II. Grundlinien der Migrantenselbständigkeit

Unternehmerische Aktivitäten beginnen nicht erst mit der Gründungsentscheidung. In der Regel geht diesem Schritt ein Abwägungs- und Planungsprozess voraus. Aber auch wenn es zur Gründung eines Unternehmens kommt, ist das Projekt noch vielen Gefahren ausgesetzt, weshalb sich die empirische Forschung zum einen für die Markteintritte und -austritte (flow) und zum anderen für den Bestand an Selbständigen (stock) interessiert. Ein Überblick zu den Grundlinien der Migrantenselbständigkeit muss den Blick daher sowohl auf das Gründungsgeschehen als auch auf die Bedeutung, Struktur und Entwicklung der Selbständigen richten.

5. Gründungsaktivitäten von Migranten

Wir befassen uns mit der absoluten und relativen Bedeutung der Gründungen und Liquidationen durch Migranten (Kapitel 5.1) und nehmen dabei auch eine Differenzierung nach Stadt- und Landkreisen vor (Kapitel 5.2). Abschließend erörtern wir einige qualitative Aspekte der Gründungsaktivitäten (Kapitel 5.3).

5.1 Gründungen und Liquidationen

Die Zahl der Menschen, die mindestens einmal im Leben „auf eigene Rechnung“ arbeiten oder zumindest den Gedanken daran fassen, wächst.¹ Zum einen eröffnen neue Märkte neue Chancen. Zum anderen ist die Arbeitswelt durch ein hohes Maß an Flexibilisierung und Unsicherheit geprägt. Die Dynamik von Unternehmens- und Arbeitsmärkten trägt aber auch dazu bei, dass manche Selbständigkeit nur von kurzer Dauer ist. Da es in Deutschland keine Statistik gibt, die Gründungsprozesse im Längsschnitt verfolgt, kann das Geschehen nur anhand der Gewerbemeldetstatistik, d.h. lediglich anhand von Aggregatdaten nachvollzogen werden. Aber immerhin ermöglichen es die Daten, den Umfang an Neugründungen – allerdings nur in Differenzierung nach der Staatsangehörigkeit² – zu beobachten.

Umfang und Struktur der Gründungen

Von den im Jahr 2010 getätigten rund 122.000 Gewerbemeldungen in Baden-Württemberg lassen sich rund 57.000 als Existenzgründungen³ identifizieren. Hiervon entfielen über 38.100 (67%) auf deutsche Staatsangehörige und mithin 18.900 (33%) auf Ausländer. Damit sind die Ausländer weit überproportional am Gründungsgeschehen beteiligt, da der Ausländeranteil an allen Erwerbspersonen in Baden-Württemberg – sozusagen als maximales Gründungspotenzial – nur bei 13% liegt. Zu berücksichtigen ist hier wie im Folgenden allerdings auch, dass Deutsche häufiger als Ausländer in den Freien Berufen gründen, die in den Gewerbemelddaten nicht erfasst werden (siehe Erläuterung in Kapitel 3). Andererseits ist aber genauso zu

¹ Arum/ Müller 2004.

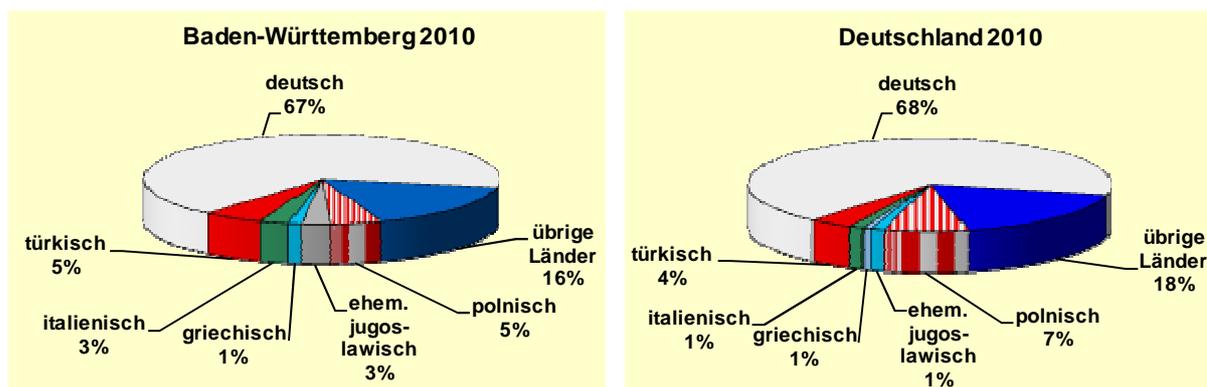
² Die Gewerbeanzeigenstatistik lässt keine weiteren Informationen zu einem etwaigen Migrationshintergrund von Deutschen zu (vgl. Kapitel 3.2).

³ Existenzgründungen: Hier definiert als Hauptniederlassungen ohne unselbständige Zweigstellen und ohne Nebenerwerbsgründungen, aber einschließlich Übernahmen durch Erbfolge, Kauf oder Pacht.

beachten, dass der Anteil von Migrantinnen und Migranten an allen Gründungen höher liegt, da hier nur Ausländer/innen, aber diejenigen mit deutschem Pass nicht mitgezählt werden.

Differenziert nach einzelnen Nationalitätengruppen zeigt sich, dass die türkischen Gründer/innen als stärkste ausländische Populationsgruppe den ersten Rang einnehmen. Von ihnen gründeten im Jahr 2010 etwa 3.100 eine eigene Existenz. Als nächstes folgen mit 2.600 Neugründungen die polnischen Migranten, obwohl diese im Südwesten eine relativ kleine Gruppe unter der ausländischen (Erwerbs-)Population stellen (vgl. Kapitel 4). An dritter Position stehen Migranten aus dem ehemaligen Jugoslawien mit 1.520 Gründungen, sehr dicht gefolgt von Italiener/innen, von denen 1.505 eine Gründung meldeten. Was die Absolutzahlen betrifft bilden unter den von uns betrachteten Gruppen die Griechinnen und Griechen das Schlusslicht, da zu den Gründungen von Personen aus dem Nahen/Mittleren Osten sowie auch zu der Gruppe der „sonstigen Osteuropäer“ keine Angaben vorliegen. (Sie finden sich in der Restkategorie der „übrigen Länder“ wieder.) Wie die Gründungsstärke in relativen Maßen einzuschätzen ist, wird nachfolgend noch dargestellt.

Abb. 5.1.1: Anteile einzelner Nationalitäten an allen Existenzgründungen in Baden-Württemberg und Deutschland 2010



Quelle: Statistisches Landesamt Ba-Wü und Statistisches Bundesamt; Gewerbeanzeigenstatistik 2008; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Aufschlussreich ist ein Vergleich mit der Verteilungsstruktur in der Bundesrepublik insgesamt (Abbildung 5.1.1). Es war zu erwarten, dass die Gründungen von Ausländern bundesweit einen niedrigeren Anteil einnehmen, da hier der Ausländeranteil in der Bevölkerung und an den Erwerbspersonen geringer als in Baden-Württemberg ist.⁴ Dies ist zwar der Fall, allerdings ist der Ausländeranteil an den Gründungen auf Bundesebene nur 1 Prozentpunkt geringer. Aber die zwischen Bund und Land unterschiedliche Zusammensetzung in der Bevölkerungsstärke einzelner Nationalitäten schlägt sich in anderer Weise in den Gründungsstrukturen nieder: So ist der Anteil der Italiener/innen und ehemaligen Jugoslawen an den Gründungen in Baden-Württemberg mehr als doppelt so hoch wie in der Bundesrepublik. Etwas höher sind auch die Anteile an türkischen Gründungen. Dagegen liegt der Anteil an Gründer/innen aus Polen auf leicht geringerem Level, was auch vor dem Hintergrund der besonderen Gründungsformen und der größeren Entfernung zu Polen zu sehen ist (s. im Folgenden).

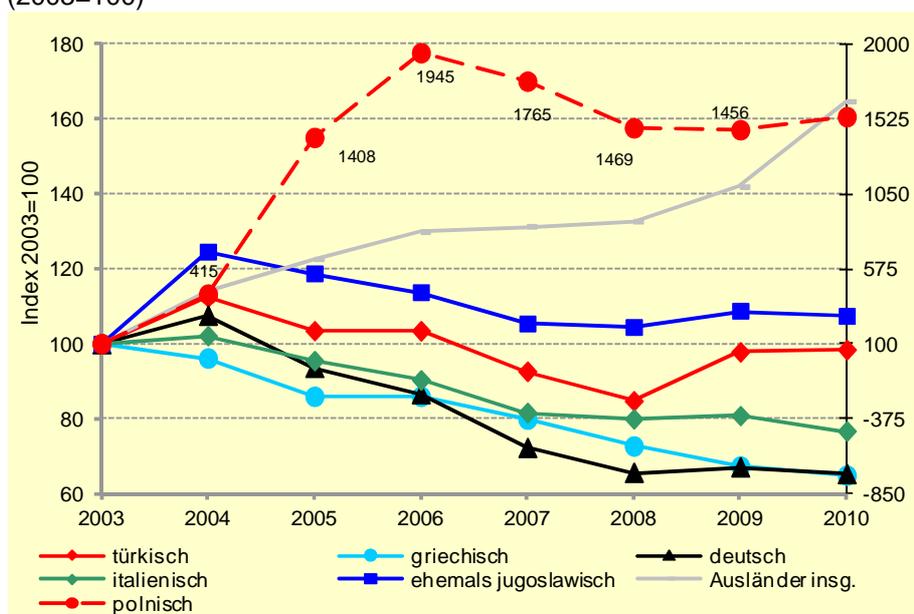
⁴ Vgl. auch Kapitel 4.1. Der Ausländeranteil unter den Erwerbspersonen beträgt in der Bundesrepublik 9,3% und in Baden-Württemberg 13%.

Entwicklung der Gründungsaktivitäten

Die Entwicklung des Gründungsgeschehens ist ein gutes Beispiel dafür, wie sehr die äußeren Rahmenbedingungen auf die Stärke der unternehmerischen Aktivitäten von Individuen bzw. von einzelnen Ethnien Einfluss nehmen und dies im Groben und Ganzen unabhängig davon, um welche ethnische Gruppe es sich handelt. Betrachtet man zunächst den gruppenübergreifenden Verlauf der Gründungszahlen ist festzustellen, dass – wie auch auf Bundesebene – der Umfang an Existenzgründungen ab Mitte des letzten Jahrzehnts zunächst rückläufig war. Dies lag aber auch daran, dass die Zahlen zunächst noch in den Jahren 2003 und 2004, bedingt durch die Förderung von Gründungen aus der Arbeitslosigkeit (vor allem durch die sog. „Ich-AG“), nach oben schnellten. Im Zuge der Konjunkturverbesserung und des dann verringerten Drucks auf dem Arbeitsmarkt hatten die Notgründungen wieder an Gewicht verloren. Hinzu kam, dass mit der Zusammenlegung von Existenzgründungszuschuss und Überbrückungsgeld auch gleichzeitig die Förderbedingungen verschärft wurden.

Wohl auch vor diesem Hintergrund nehmen die Gründungsaktivitäten einiger Nationalitätengruppen einen ähnlichen Verlauf, wengleich auf unterschiedlichem Niveau (Abb. 5.1.2).⁵ Zumindest bei den Angehörigen der ehemaligen Anwerbeländer verläuft die Kurve ähnlich wie die der deutschen Gründer/innen. Allerdings ging die Zahl der Gründungen bei den Deutschen am stärksten zurück. Diese Diskrepanz ist nicht nur auf das Ausgangsniveau bzw. darauf zurückzuführen, dass Deutsche zuvor stärker als Ausländer von den Förderungen der BA profitierten,⁶ sondern auch auf die bleibend hohen Gründungsaktivitäten von Ausländern.

Abb. 5.1.2: Index der Entwicklung des Gründungsgeschehens in Baden-Württemberg 2003-2010 (2003=100)



Quelle: Statistisches Landesamt Ba-Wü; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.
Die gestrichelte Linie für polnische Gründer/innen bezieht sich auf die sekundäre Größenachse (rechts).

⁵ Zur Vergleichbarkeit der Gründungsaktivitäten wird hier ein gemeinsamer Index gebildet, der für das Jahr 2003 bei 100% beginnt.

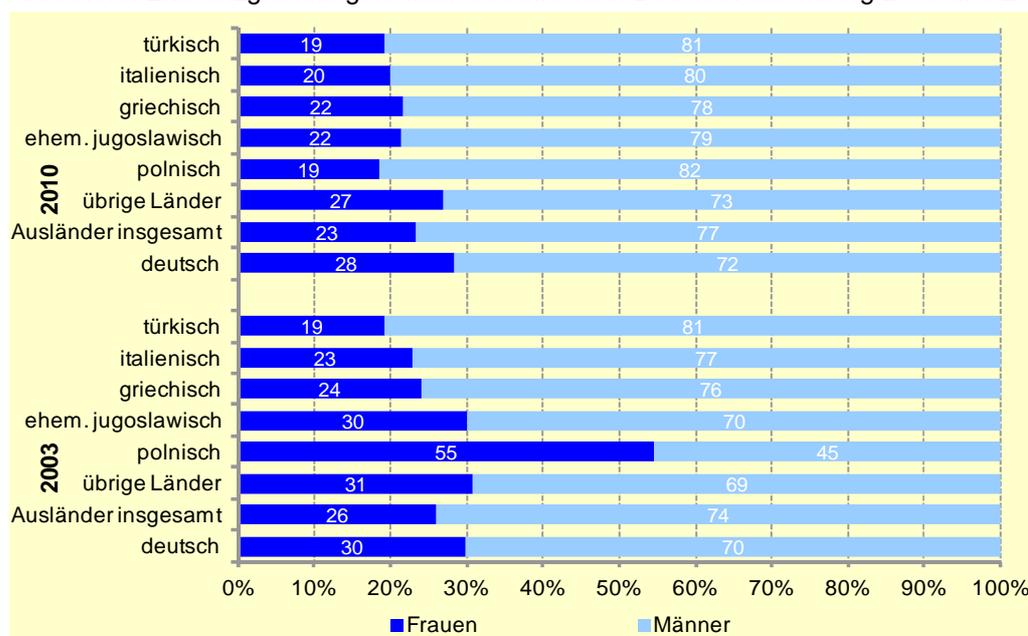
⁶ Leicht/ Leiß 2006.

Die Zusammensetzung ausländischer Gründungen wird heterogener bzw. stärker als zuvor durch neue Gruppen bestimmt. Der beobachtete Zuwachs beruht insbesondere auf den Gründungsaktivitäten der polnischen, rumänischen und bulgarischen Zuwanderer. Auch dies ist ein treffliches Beispiel für die Wirkung institutioneller Rahmenbedingungen: Seit dem EU-Beitritt Polens im Jahr 2004 und durch die bis 2011 geltende Übergangsfrist in der Arbeitnehmerfreizügigkeit, die eine reguläre Beschäftigung in Deutschland größtenteils verwehrt, griffen viele Polinnen und Polen „ersatzweise“ auf das für EU-Bürger/innen geltende freie Niederlassungsrecht für Selbständige zurück. Da es sich hier zumeist um Tätigkeiten handelt, für die eine Gewerbeanmeldung erforderlich ist, stiegen die Gründungszahlen enorm.⁷ Inwieweit es sich hier um Formen von „Scheinselbständigkeit“ handelt, kann mit den Daten nicht identifiziert werden. Der jüngere Gesamtzuwachs geht wesentlich auf die Gruppe der „Übrigen“ und dabei vor allem auf die Rumänen und Bulgaren zurück, für die seit der zweiten EU-Erweiterungsrunde im Jahr 2007 dieselben institutionellen Rahmenbedingungen gelten wie zuvor für polnische Zuwanderer.⁸ In dieser „Restkategorie“ (nicht abgebildet) haben die Gründungszahlen seit 2003 um 150% zugenommen; besonders deutlich seit 2008.

Gründungsgeschehen in Differenzierung nach Geschlecht

Das Existenzgründungsgeschehen wird nicht nur durch die institutionellen Rahmenbedingungen, sondern auch durch die Geschlechterungleichheit in beruflicher Selbständigkeit beeinflusst. Gründungen durch Frauen sind in allen Ethnien unterrepräsentiert. Insgesamt betrachtet entfallen von den Neuerrichtungen der Deutschen lediglich 28% auf die Frauen und bei den Ausländern sind es nur 23% (Abb. 5.1.3).

Abb. 5.1.3: Existenzgründungen nach Geschlecht in Baden-Württemberg 2003 und 2010



Quelle: Statistisches Landesamt Ba-Wü; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

⁷ Da die Zunahme gegenüber 2003 teils das 20-igfache beträgt kann dies in der Grafik nicht entlang der gleichen Achse dargestellt werden.

⁸ Im Vergleich zu 2006 liegen die Zahlen der Neugründungen im Jahr 2010 von Rumänen 51-mal und von Bulgaren 14-mal höher (John 2011).

Mit Blick auf die einzelnen Herkunftsgruppen ist die Geschlechterungleichheit bei den türkisch- und polnischstämmigen am größten. Aber auch in den anderen Gruppen dominieren die Männer klar das Gründungsgeschehen. Eine verhältnismäßig stärkere Gründungsneigung zeigen die Frauen aus der Gruppe der „übrigen Länder“. Aus einer anderen Untersuchung des ifm ist bekannt, dass sich hier insbesondere die aus Russland und dem sonstigen Osteuropa stammenden Frauen mit höheren Anteilen hervorheben.⁹

Zwar hat sich die Unterrepräsentation von Frauen im Gründungsgeschehen in den letzten Jahren etwas verringert, zumindest ist die frauenspezifische Selbständigenquote leicht gestiegen,¹⁰ allerdings wird dies nicht in erhöhten Frauenanteilen unter den Gewerbemeldungen erkennbar. Gegenüber dem Jahr 2003 haben sich diese Anteile innerhalb aller Herkunftsgruppen – wenn auch nur leicht – verringert (Abb. 5.1.3). Besonders deutlich sind die rückläufigen Anteile unter den „polnischen Gründungen“. Noch vor dem EU-Beitritt Polens entfiel über die Hälfte (55%) aller Gründungen von polnischen Staatsangehörigen auf Frauen. Vor dem Hintergrund der zuvor geschilderten Beschränkungen in der Arbeitnehmerfreizügigkeit hat sich dies grundlegend geändert, da Pendelzuwanderungen und Formen „transnationaler Selbständigkeit“ (vgl. Kapitel 2.2) vor allem im Baugewerbe vorzufinden sind und daher Männer in der Überzahl sind. Über die Hälfte aller polnischen Gründungen beruht auf baugewerblichen Tätigkeiten. Letztlich liegt der Rückgang der Gründungsanteile „polnischer“ Frauen am überproportionalen Zuwachs der Männer.

Liquidationen und deren Entwicklung

Eine hohe Gründungszahl ist – je nach Jahr und Konjunktur – zumeist auch mit einer hohen Zahl an Liquidationen verbunden, wenngleich teils zeitversetzt. Denn mit einer steigenden Zahl an „Risikoträgern“ wachsen tendenziell die Fälle, die mit ihrem Vorhaben scheitern. Dies ließe sich über eine lange Zeitspanne zurückverfolgen, wird aber auch bereits in dem hier zugrunde liegenden Zeitraum ersichtlich (Abbildung 5.1.4). Während im Jahr 2004 der Saldo aus Neuerrichtungen und Liquidationen sowohl bei Deutschen und Ausländern noch positiv ausfiel, übertraf in der Folgezeit die Zahl der Schließungen die der neuen Betriebe, zumindest bei den Deutschen. Bei den Ausländern lag die Zahl der Gründungen noch immer über der von Liquidationen. Dies liegt jedoch keineswegs daran, dass Ausländer weniger scheitern. Ein Unterschied bestand vor allem darin, dass bei den Deutschen sowohl die Gründungs- als auch die Schließungszahlen abgenommen haben, wohingegen bei Ausländern beide Aggregate – wenn auch unterschiedlich – gewachsen sind. Bei Ausländern fand das relativ hohe Niveau an Gründungen in den Jahren 2003 und 2004 seinen negativen Nachhall durch einen stärker haften bleibenden Level an Schließungen.

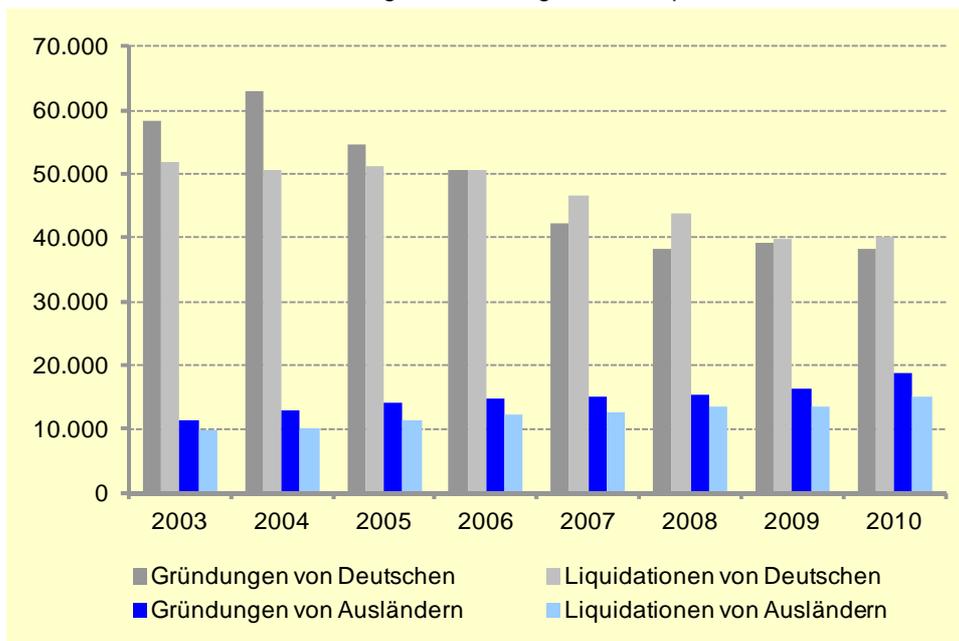
Wodurch diese Entwicklung zustande kommt, zeigt sich bei einer differenzierten Betrachtung nach Nationalitäten (Abbildung 5.1.5). Bei den Türken, aber vor allem bei den Italienern stieg die Zahl der Marktaustritte tendenziell an, wenngleich es zwischenzeitlich bis 2008 zu einer kurzen „Beruhigung“ kam. Diese Entwicklung ist teils auch vor dem Hintergrund der starken Besetzung im krisenanfälligen Gastgewerbe zu sehen. Aber dennoch ist bei den ehemaligen

⁹ Siehe hierzu die Untersuchung von Leicht et al. 2009 zum Gründungsverhalten von Migrantinnen in NRW.

¹⁰ Ebenda sowie Leicht/ Lauxen-Ulbrich 2006.

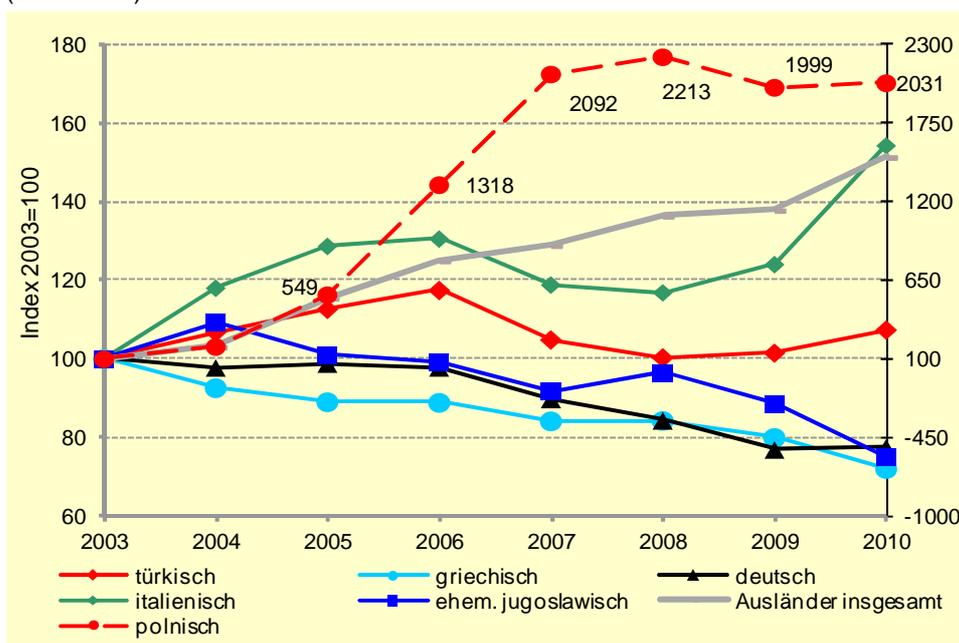
Jugoslawen und Griechen ein Rückgang der Schließungszahlen zu beobachten (wobei zu berücksichtigen ist, dass die für den Schließungslevel mitverantwortlichen Gründungszahlen ebenfalls rückläufig waren). Ganz anders verläuft die Kurve bei den Polen. Hier ist die Zahl der Liquidationen – trotz seit 2006 rückläufiger Gründungszahlen – selbst noch bis 2008 nach oben geklettert, weshalb davon auszugehen ist, dass viele Polen, die nach dem EU-Beitritt nach Deutschland kamen, wieder in ihr Herkunftsland zurückgekehrt sind (oder ihre transnationale Pendelbewegung im Zeitverlauf eingestellt haben).

Abb. 5.1.4: Absolute Entwicklung v. Gründungen und Liquidationen in Baden-Württemberg 2003-2010



Quelle: Statistisches Landesamt Ba-Wü; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Abb. 5.1.5: Index der Entwicklung der Liquidationen in Baden-Württemberg 2003-2010 (2003=100)



Quelle: Statistisches Landesamt Ba-Wü; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Die gestrichelte Linie für polnische Gründer/innen bezieht sich auf die sekundäre Größenachse (rechts).

Gründungs- und Schließungsquoten

Die bisher dargestellten Befunde beschreiben das Gründungs- und Schließungsgeschehen in quantitativer Sicht und dabei auch unter dem Einfluss des zahlenmäßigen Gewichts, das einzelne Nationalitäten in Baden-Württemberg einnehmen. Dies ist letztlich auch abhängig von den Zuwanderungsbewegungen. Das heißt, die auf der Makroebene dargestellten Ergebnisse sagen noch nichts über die Gründungsneigungen und die Bestandsfähigkeit auf der Mikro- bzw. auf der Ebene von Individuen aus. Hierzu müssen die Aktivitäten ins Verhältnis zur Populationsstärke oder besser: zur Zahl der Erwerbspersonen einer Ethnie gestellt werden.¹¹ Nachfolgend wird als Gründungs- und Schließungsquote die nationalitäten- bzw. gruppenbezogene Zahl der Ereignisse pro 10.000 Erwerbspersonen¹² verwendet. Auch hier können zunächst noch nicht alle Nationalitätengruppen (Osteuropäer, Naher/Mittlerer Osten) berücksichtigt werden, da hier teilweise Daten über die Zuwanderer aus einzelnen Ländern fehlen.

Werden zunächst Deutsche und Ausländer in Baden-Württemberg insgesamt betrachtet zeigen sich bereits beachtliche Unterschiede: Die Gründungsquote von Ausländern ist mit einem Wert von 266 mehr als dreimal so hoch wie bei den Deutschen, deren Quote bei 80 liegt (Abbildung 5.1.6). Zwar ist zu berücksichtigen, dass die hohe Zahl an Gründungen durch polnische Staatsbürger (die in der Grafik nur abgeschnitten dargestellt werden kann) die Quote der Ausländer insgesamt nach oben zieht. Allerdings würde selbst bei einer Ausklammerung der Aktivitäten von Polen die Gründungsquote der Ausländer immer noch bei 236 Neuerrichtungen pro 10.000 Erwerbspersonen und damit immer noch dreimal so hoch wie bei den Deutschen liegen. Ergänzend ist natürlich zu erwähnen, dass auch die Schließungsquote von Ausländern die von Deutschen fast um das Dreifache übertrifft. Dies verdeutlicht, wie stark die Fluktuation aus Ein- und Austritten im Gründungsgeschehen von Ausländern ist.

Die außerordentlich hohe Gründungs- und Schließungsquote der Polen muss rechnerisch zusätzlich vor dem Hintergrund gesehen werden, dass vielen Gewerbemeldungen keine Wohnsitzerfassung gegenübersteht, da viele Polen sozusagen „wandernde Selbstbeschäftigte“ sind, die nur vorübergehend an ihrem Arbeitsort wohnhaft sind.¹³ Ähnliches gilt vermutlich auch für die hohe Gründungsquote derjenigen aus den „übrigen Ländern“, die bei 402 Gründungen pro 10.000 Erwerbspersonen liegt. Hier macht sich die Entwicklung unter Rumänen und Bulgaren bemerkbar, deren Gründungszahl deutlich stärker steigt als deren Population.¹⁴ Im Vergleich zu den Zuwanderern aus der Gruppe der „übrigen Länder“ weisen bspw. die Türken, ehem. Jugoslawen oder Italiener niedrigere Gründungsquoten auf. Bei Letztgenannten kommen auf 10.000 Erwerbspersonen aber immerhin noch 208, 123 und 122 Gründer/innen. Die Migranten aus Griechenland bilden das Schlusslicht unter den darstellbaren Gruppen.

¹¹ Soweit andere Untersuchungen die Gründungsintensität insgesamt (selten in Differenzierung nach Nationalitäten) betrachten, wird zumeist der Umfang der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter zugrunde gelegt. Wir sehen hingegen in den Erwerbspersonen eine bessere Bezugsgröße, da sie die in manchen Ethnien hohe Zahl der Nicht-Erwerbspersonen (siehe Kapitel 4.2) berücksichtigt bzw. ausklammert.

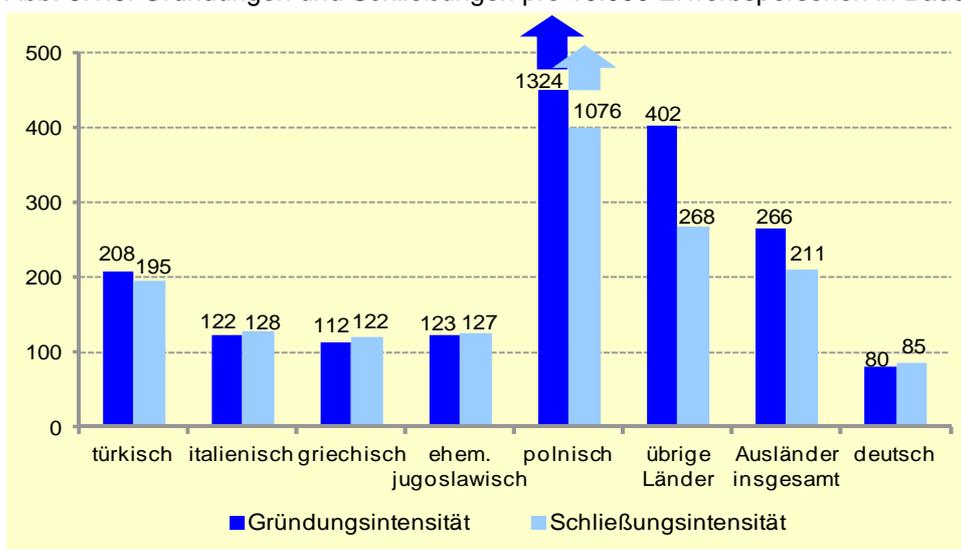
¹² Hier von 2008.

¹³ Vgl. auch die Analyse von Stein (2007) zum Gründungsgeschehen in Stuttgart und das Wohnortproblem bei Polen.

¹⁴ Vgl. John 2011.

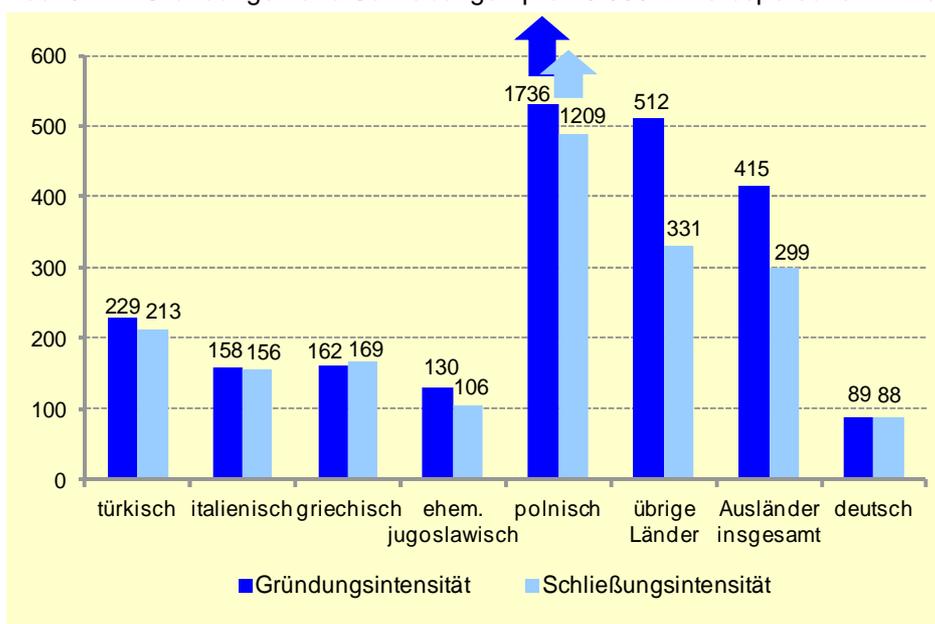
Von großem Interesse ist ein Vergleich mit den Gründungs- und Schließungsintensitäten auf Bundesebene:¹⁵ Während dort – zumindest 2010 – das Aktivitätsmaß für Deutsche grob betrachtet ähnlich wie in Baden-Württemberg ist, erzielen die Ausländer in Gesamtdeutschland deutlich höhere Quoten (Abbildung 5.1.7). Bundesweit kommen auf 10.000 ausländische Erwerbspersonen 415 Gründungen, im Südwesten jedoch nur 266. Dies ist kein zufälliges Ergebnis, denn mit Blick auf die Werte der vorangegangenen Jahre zeigt sich ein ähnliches Bild. In Deutschland insgesamt liegen die Gründungsquoten aller Ethnien deutlich über denen von Baden-Württemberg. Insbesondere die Gründungsaktivitäten von Türken, Griechen und von Migranten aus der Gruppe der „übrigen Länder“ sind weit stärker als in Baden-Württemberg.

Abb. 5.1.6: Gründungen und Schließungen pro 10.000 Erwerbspersonen in Baden-Württemberg 2010



Quelle: Statistisches Landesamt Ba-Wü (Gewerbeanzeigen); Statistisches Bundesamt (Mikrozensus); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Abb. 5.1.7: Gründungen und Schließungen pro 10.000 Erwerbspersonen in Deutschland 2010



Quelle: Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

¹⁵ Auch hier können nicht alle Ethnien berücksichtigt werden, da teils die Basiswerte fehlen.

Anzumerken ist, dass gleichzeitig die Schließungsquoten auf Bundesebene durchweg höher als im Südwesten sind. Dennoch ergibt sich in Gesamtdeutschland – zumindest im Jahr 2010 – ein insgesamt (alle Ausländer) günstigerer Saldo aus Gründungen und Schließungen als in Baden-Württemberg.

5.2 Gründungsgeschehen in regionaler Perspektive

Die Forschung zur Erklärung von Migrantenselbständigkeit befasst sich seit langem mit dem Einfluss von strukturellen Bedingungen und dabei auch mit den Chancenstrukturen, die sich aus dem unmittelbaren Umfeld sowie aus Netzwerkbeziehungen ergeben (vgl. Kapitel 2.1). Strittig ist, inwieweit eine sozialräumliche Segregation von Migranten das unternehmerische Engagement einzelner Gruppen erhöht, indem sie die Nachfrage nach ethnischen Produkten und damit auch die Marktchancen einschlägiger Gründungen forciert.¹⁶ Teils wird auch argumentiert, dass die örtliche Ballung zudem den Wettbewerb um Einfacherarbeitsplätze verschärft, weshalb ohnehin ein Druck zur „Selbstbeschäftigung“ entsteht.¹⁷ Eine andere These in gleicher Richtung lautet, dass Agglomerations- und Netzwerkeffekte die Bildung von Clustern fördern und hierüber dann neue Zuwanderung und unternehmerische Initiativen generieren.¹⁸ Dem ist entgegenzuhalten, dass sich nur wenige Migranten in „clusterrelevanten“ wissens- und technologieintensiven Branchen bewegen. Es sind vermutlich eher kleine Händler und Gastronomen, die von Quartieren mit hohen Ausländeranteilen profitieren.

Stichhaltiger erscheint in diesem Zusammenhang das Argument, dass Migrantenselbständigkeit vornehmlich das Resultat von Globalisierungs-, Tertiarisierungs- und vor allem von Urbanisierungsprozessen ist. Sassen (2001) zufolge transformieren ethnische Unternehmer die globalen Märkte auf die lokale Ebene. Sie finden in den urbanen Zentren der westlichen Welt einen fruchtbaren Boden, denn der moderne Lebensstil, die Betriebsamkeit und die Konsumgewohnheiten der städtischen Mittelklasse verlangen internationale, wenn nicht gar exotische, Produkte und verstärken zudem die Externalisierung haushaltsnaher Dienste.¹⁹ Aber auch die Unterprivilegierten bedienen sich solcher Angebote, da die Familienwirtschaft der Migranten – wie der Fast-Food-Sektor zeigt – mit vergleichsweise niedrigen Preise lockt. Daher entstehen neue Gründungschancen weniger als oft vermutet in ethnischen Enklaven, sondern häufiger auf dem offenen Markt, der sich vor allem an den Bedürfnissen der Mehrheitsgesellschaft orientiert.²⁰ Dies schließt nicht aus, dass sich in den Städten trotzdem vereinzelt segregierte Migrantenquartiere und -ökonomien oder wenigstens „multikulturell“ angehauchte Straßenzüge bilden, deren Flair auf Einheimische gleichermaßen einen Reiz ausübt.

Doch zu den Triebkräften von Gründungen zählen nicht nur die Chancen sondern auch die Zwänge, die sich aus der Not am Arbeitsmarkt ergeben. Da Migranten häufiger in den ehemals industriellen Zentren wohnen, dort aber die Beschäftigungsmöglichkeiten sinken, dürf-

¹⁶ „Neighbourhoods with high concentrations of immigrant populations are a fruitful territory for immigrant business in general and especially for those that cater for specialist ethnic tastes“ (Kloosterman/ Rath 2001: 197)

¹⁷ Bonacich 1973; Aldrich/ Waldinger 1990; Iyer/ Shapiro 1999.

¹⁸ Fairchild 2009.

¹⁹ Kloosterman/ Rath 2003.

²⁰ Waldinger et al. 1990.

ten Push-Faktoren dort eine größere Rolle als für Nicht-Deutsche spielen. Es sind auch in dieser Sicht dann nicht nur Orte mit hohen Migrantenanteilen sondern vor allem solche mit starkem sozialen Wandel, die Migranten einerseits eine geeignete Basis (Gelegenheitsstrukturen) andererseits einen Auslöser (Arbeitsmarkt) für unternehmerische Aktivitäten bieten.

Wie plausibel solche Zusammenhänge sind, wollen wir im Folgenden anhand der Gründungsquoten von Migranten in den baden-württembergischen Städten (und im Vergleich mit den Landkreisen) prüfen. Abweichend vom vorherigen Konzept können hier die Gründungs- und Schließungsraten nur auf die jeweilige regionale Bevölkerungsstärke der Gruppen,²¹ nicht jedoch auf die Erwerbspersonen bezogen werden, da es hierzu an Kreisdaten fehlt.

Uneinheitliche Gründungsintensität in großen Städten mit hohem Ausländeranteil

Baden-Württemberg hat nur 9 „Großstädte“ mit mehr als 100.000 Einwohnern, in denen jedoch rund ein Fünftel der Bevölkerung des Landes lebt und fast ein Drittel der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten arbeitet.²² Dennoch lässt sich, wenn überhaupt, kaum eine dieser Städte als „Metropole“ im landläufigen Sinn²³ bezeichnen. In der Debatte um die Determinanten von ethnischen Ökonomien ist aber ohnehin weniger von den Metropolen sondern von „Global Cities“²⁴ die Rede, deren Funktion nicht so sehr an der Größe der Einwohnerzahl als an ihrer wirtschaftlichen Ausstrahlungskraft und an ihren internationalen Beziehungen zu messen ist. Das Zusammenspiel aus Globalisierung, Urbanität und Migrantenökonomie müsste sich daher zumindest anhand einer prosperierenden und relativ weltoffenen Stadt wie Stuttgart – und möglicherweise auch am Beispiel Mannheim – aufzeigen lassen. Die beiden Städte sind nicht nur die bevölkerungsstärksten im Land, sondern weisen auch die größte Ausländerdichte auf. Stuttgart und Mannheim besitzen einen Ausländeranteil von jeweils 23%, wobei hier Deutsche mit Migrationshintergrund noch nicht berücksichtigt sind.²⁵ In der Rangfolge kommen dann Heilbronn (20%), Pforzheim (18%) und Ulm (17%). Die Ausländeranteile der einzelnen Kreise sind in Karte 5.2.1 dokumentiert.

Im Vergleich mit dem regionalen Ranking der Gründungsquoten von Ausländern mag dann vielleicht überraschen, dass Stuttgart unter den 9 Städten des Landes nur den siebten Rang einnimmt. In der Landeshauptstadt entfallen auf 10.000 Ausländer lediglich 110 Gründungen.²⁶ Eine schwächere Intensität weisen nur noch Freiburg und Ulm auf. Auf Platz 1 der Rangliste liegt der Stadtkreis Mannheim, der hinsichtlich der Aktivitäten von Ausländern mit einem Wert von 283 eine 2,5fach höhere Gründungsquote als Stuttgart aufweist. Dies ist letztlich der Grund, weshalb Mannheim zudem auch das Ranking der Gründungsquoten insgesamt (d.h. einschließlich der deutschen Gründungen) anführt.

²¹ Bezug: Ausländerzentralregister 2007; Statistisches Landesamt Ba-Wü.

²² Brachat-Schwarz 2007.

²³ Eine allgemeingültige Definition von „Metropolen“ gibt es nicht, auch wenn sie häufig mit „Weltstädten“ gleichgesetzt werden. Die Debatte um die Metropolregionen in Deutschland hat gezeigt, dass die Metropole auch eine relative – d.h. nicht allein von der Bevölkerungszahl abhängige – regionale Bedeutung haben kann.

²⁴ Sassen 1996.

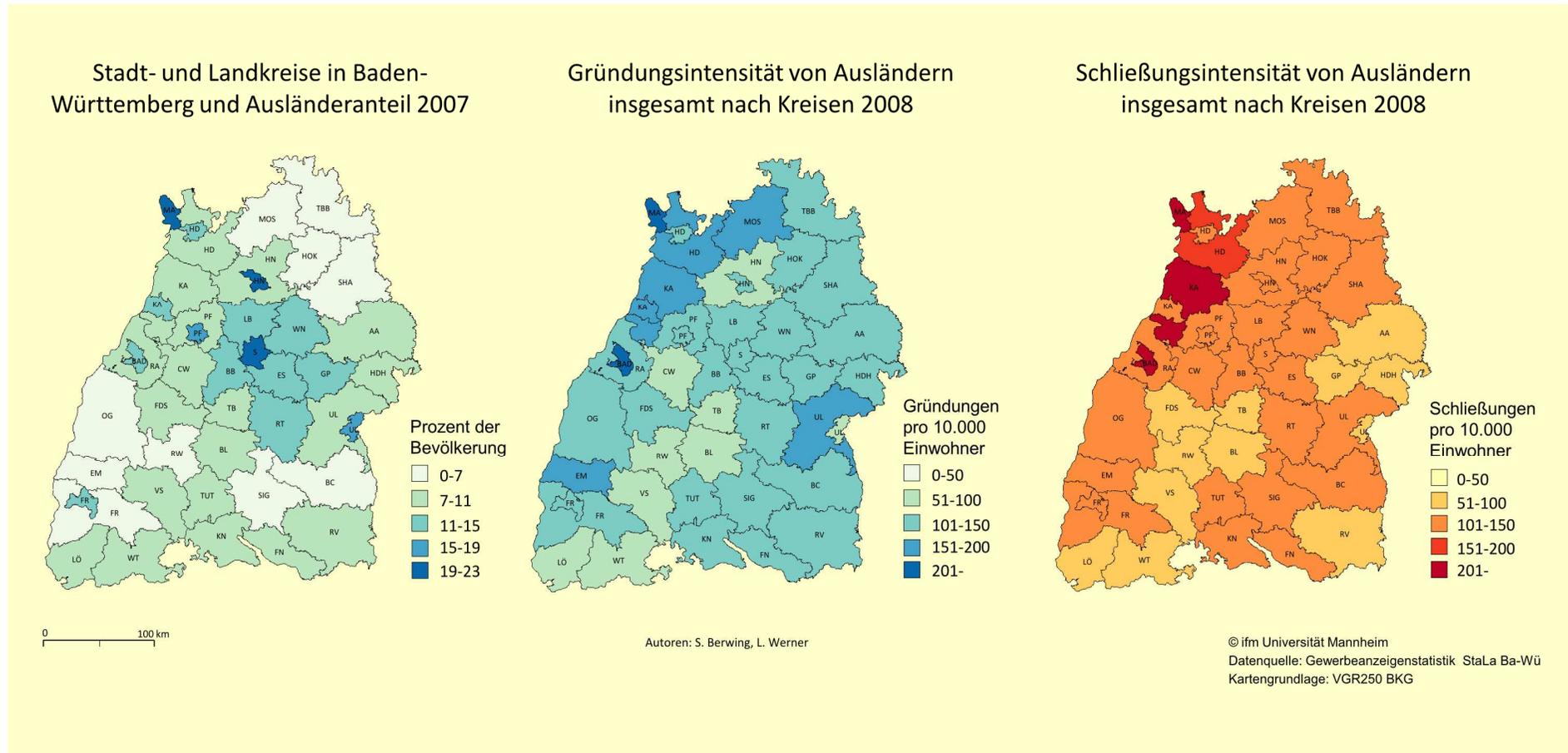
²⁵ Stuttgart hat einen Migrantenanteil von 37% (Statistisches Bundesamt 2007).

²⁶ Die Werte sind nicht mit den zuvor in Kapitel 5.2 verwendeten Quoten vergleichbar, da sie eine andere Bezugsgröße (Bevölkerung) haben.

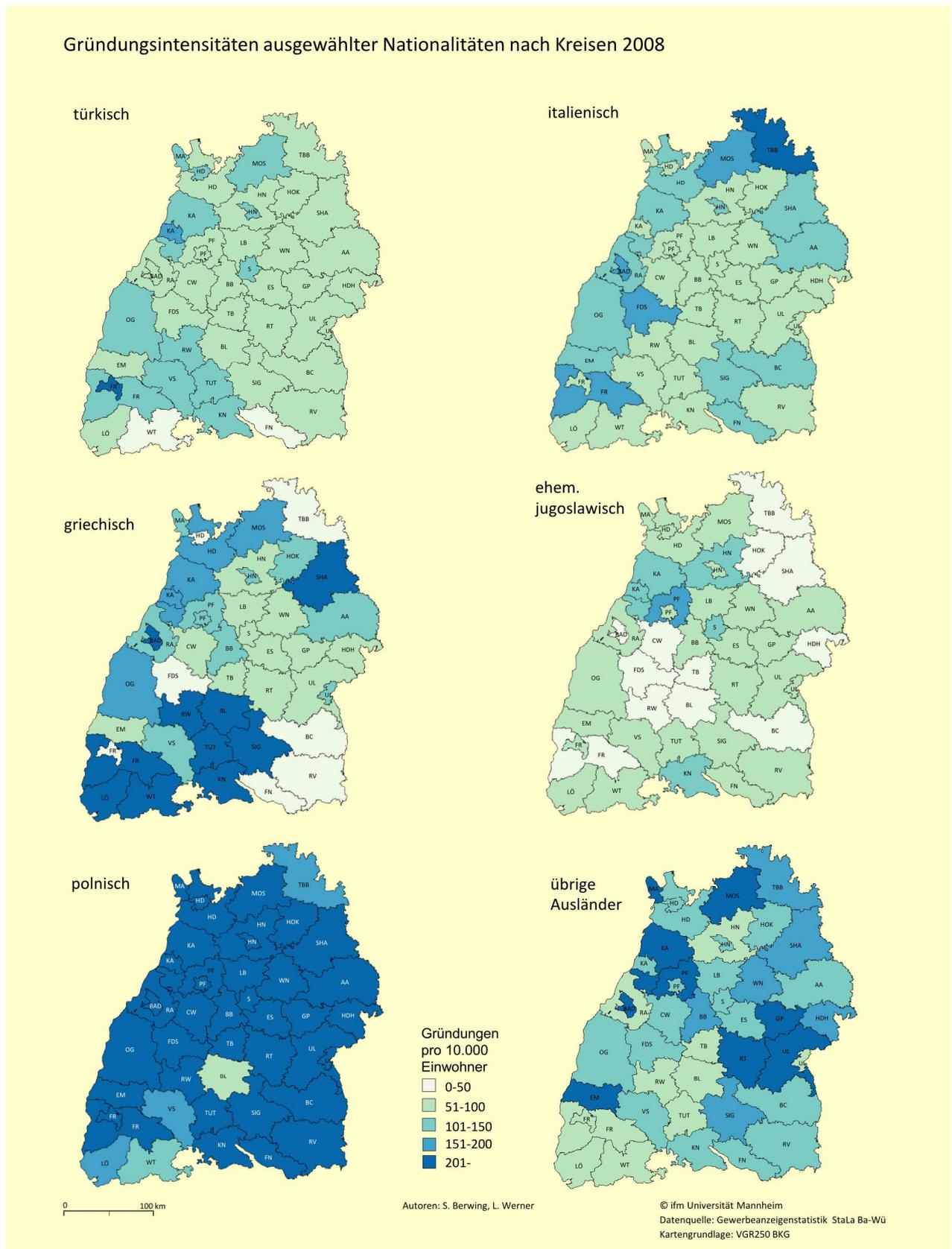
Karte 5.2.1: Stadt- und Landkreise in Baden-Württemberg und Ausländeranteil 2007

Karte 5.2.2: Gründungsintensität von Ausländern insgesamt nach Kreisen 2008

Karte 5.2.3: Schließungsintensität von Ausländern insgesamt nach Kreisen 2008



Karten 5.2.4: Gründungsintensität ausgewählter Nationalitäten nach Kreisen 2008



Natürlich ist die hohe Quote – wie schon im Kapitel 4.2 erkennbar war – zu einem beachtlichen Teil auf die Aktivitäten der Polen zurückzuführen, die sich vor allem im Baugewerbe als „Wanderselbständige“ verdienen. Allerdings nimmt Mannheim hinsichtlich der Gründungsintensität von Ausländern auch dann einen Spitzenwert weit vor Stuttgart ein, wenn die Gewerbemeldungen der Polen jeweils ausgeklammert werden. In der Rangliste „ausländischer“ Gründungen folgen nach Mannheim Baden-Baden (211), Karlsruhe (161), Heidelberg (133) und Reutlingen (131). Hier wäre zu klären, weshalb zu den Kreisen mit hohen Gründungsquoten von Ausländern vor allem diejenigen entlang der Rheinschiene zählen (Karte 5.2.2).

Entgegen manchen Erwartungen besitzen Ausländer in vielen Landkreisen eine weit höhere Gründungsquote als in den Städten. Beispielsweise liegen der Landkreis Karlsruhe, der Neckar-Odenwald-Kreis, der Alb Donau-Kreis und Emmendingen sowie der Rhein-Neckar-Kreis auf den Rängen drei bis sechs und acht, wobei jedoch der Ausländeranteil nur zwischen 6% und 10% beträgt. D.h., eine hohe Gründungsneigung unter Ausländern erfordert nicht unbedingt die Einbettung in ein stark von Ausländern geprägtes Umfeld. Dies unterstützt zunächst schon die These, dass nicht etwa ethnische Nachfragestrukturen, sondern die Chancen des „offenen Marktes“ von größerer Bedeutung sind. Der Stadtkreis Karlsruhe, wo Ausländer eine hohe Gründungsintensität zeigen, besitzt mit 15% einen für Städte vergleichsweise niedrigen Ausländeranteil in der Bevölkerung.²⁷ Das heißt, die Tatsache, dass Mannheim sowohl im Hinblick auf den Ausländeranteil als auch bei der Gründungsquote von Ausländern an der Spitze liegt, ist in Baden-Württemberg eher eine Ausnahmeerscheinung.

Zusammenhang mit regionalem Niveau der Arbeitslosigkeit unter Ausländern

Da Mannheim nicht nur insgesamt, sondern auch in Bezug auf Ausländer eine der höchsten Arbeitslosenquoten im Land aufweist, liegt die Frage nahe, inwieweit das außerordentliche Maß an „Selbstbeschäftigung“ aus der Not geboren wird. Die landesweiten Ergebnisse sind diesbezüglich nicht eindeutig: Einerseits befinden sich Städte und Kreise wie Baden-Baden, Karlsruhe, der Neckar-Odenwald- und der Main-Tauber-Kreis, wo Ausländer durch hohe Gründungsquoten glänzen, gleichzeitig auf der Top-Ten-Liste in punkto Ausländerarbeitslosigkeit. Andererseits sind viele andere Kreise, in denen Migranten eine starke Selbständigkeitsneigung entwickeln, mit relativ geringen Arbeitsmarktproblemen konfrontiert. So ist z.B. das Umfeld der gründungsstarken Ausländer im Landkreis Karlsruhe, im Alb-Donau-Kreis oder in Emmendingen nur wenig von Arbeitslosigkeit geprägt. Andersherum kann auch festgestellt werden, dass bspw. in Freiburg Ausländer besonders hart von Arbeitslosigkeit betroffen sind, aber deren Gründungsquote dennoch weit unterhalb vom Landesdurchschnitt liegt.

Aus diesen Gründen wurde zum einen ein Korrelationswert nach Pearson und zum anderen eine Rangfolgenkorrelation in Bezug auf beide Größen ermittelt. Im Ergebnis zeigt sich jeweils zwar ein eher schwacher, aber immerhin ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Höhe der regionalen Gründungsintensität und der Arbeitslosenquote von Ausländern (Pearson: 0.414; $p=0,005$ / Spearman-Rho: 0.261; $p=0,087$). Mit Blick auf die in einem Regressionsmodell erklärte Varianz ist davon auszugehen, dass die Arbeitslosigkeit nur etwa ein Fünf-

²⁷ Bezogen auf die Stadtkreise liegt der Landesdurchschnitt bei über 18%.

tel der regionalen Unterschiede in den Gründungsneigungen erklärt. Allerdings müsste ein Schätzmodell nicht nur für das Gesamtaggregat an Ausländern, sondern in Bezug auf einzelne Herkunftsgruppen vorgenommen werden. Der Einfluss von Arbeitslosigkeit auf die Selbständigkeitsneigung von Ausländern wird noch an anderer Stelle untersucht (Kapitel 9).

Vergleich der Gründungsquoten von Ausländern und Deutschen

Besonders bemerkenswert ist sicher die Tatsache, dass das insgesamt hohe Niveau der Gründungsaktivitäten von Ausländern nicht nur auf die Stärke ihrer unternehmerischer Ambitionen in einzelnen Kreisen zurückzuführen ist, sondern auf einen überregionalen Trend: Denn in keinem einzigen Stadt- oder Landkreis in Baden-Württemberg liegt die Gründungsintensität von Deutschen über der von Ausländern (nicht abgebildet). Auch wenn die starken Diskrepanzen vor dem Hintergrund interpretiert werden müssen, dass Deutsche häufiger in den hier untererfassten freien Berufen gründen,²⁸ sind die Niveauunterschiede beträchtlich. Die größten Differenzen zwischen beiden Gruppen zeigen sich in Mannheim, im Neckar-Odenwald-Kreis, im Landkreis Karlsruhe, im Alb-Donau-Kreis und in Baden-Baden und letztlich also in den Regionen, die sich auch durch hohe Gründungsquoten unter Ausländern auszeichnen.

Natürlich sind in einigen dieser ländlichen Regionen die Absolutwerte an Neugründungen von Ausländern sehr niedrig, wobei die hohe Gründungsquote dann meist einem geringen Niveau an ausländischer Bevölkerung geschuldet ist.²⁹ Allerdings sind die Differenzen zur Gründungsintensität der Deutschen häufig nicht nur auf den „rechnerischen Vorsprung“ der Ausländer, sondern auf den Umstand zurückzuführen, dass die Quote an deutschen Gründungen besonders niedrig liegt. Dies deutet also darauf hin, dass sich Migranten in diesen Regionen trotz eines insgesamt schlechten Gründungsklimas – sozusagen gegen den Trend – unternehmerisch engagieren.

Regionale nationalitätenspezifische Gründungsquoten

Mit Blick auf die indifferente Beziehung zwischen regionaler Gründungs- und Populationsstärke könnte als Einwand gelten, dass ein „Enklaveneffekt“ schon deshalb nicht ersichtlich wird, weil sich die ermittelten Werte auf alle Ausländer und nicht auf einzelne Herkunftsgruppen beziehen. Mögliche Zusammenhänge zwischen Marktchancen und ethnischer Segregation werden zumeist mit Bezug auf die bevölkerungsstarke türkische Community diskutiert. In den Karten 5.2.4 sind daher die Gründungsintensitäten von türkischen Staatsangehörigen abgebildet. In dieser Perspektive zeigt sich, dass die Rangliste eher von Verdichtungsräumen, d.h. von den Städten, zuvorderst Freiburg und Karlsruhe, dann Mannheim, Heilbronn und Heidelberg, angeführt wird. Auf Platz 9 kommt dann auch Stuttgart ins Bild, wo beachtlich viele türkische Migranten leben.³⁰ Allerdings lassen sich die genannten Spitzenreiter Freiburg und Karlsruhe, ähnlich wie die ländlichen Kreise Rottweil, Ortenaukreis und Tuttlingen, nicht als herausragende Zentren türkischer Zuwanderer einordnen.³¹

²⁸ Siehe auch Kapitel 3 und 5.1.

²⁹ Bspw. liegt der Ausländeranteil im Neckar-Odenwald-Kreis bei 6%.

³⁰ Im Jahr 2007 nicht ganz 22.000 mit ausschließlich türkischem Pass.

³¹ 2007 in Freiburg etwas mehr als 2.000 und in Karlsruhe über 6.000 (8% bzw. 15% der ausländ. Bev.)

Dies ist jedoch in Mannheim der Fall, wo prozentual weit mehr Migranten als in Stuttgart, nämlich 30% der ausländischen Bevölkerung, türkischer Herkunft sind.³² Durch die Kategorisierung in der Karte ist nicht erkennbar, dass im Jahr 2008 die Absolutzahl türkischer Gründungen in Mannheim höher als in Stuttgart lag, obwohl in der Schwabenmetropole mehr Türken wohnen. Dies dürfte auf unterschiedliche Stadtteil- und Gelegenheitsstrukturen zurückzuführen sein: Einer ifm-Studie zufolge konzentriert sich rund die Hälfte aller türkischen Geschäftsleute auf die überdurchschnittlich von Landsleuten bewohnte Mannheimer Innenstadt, den Jungbusch und Neckarstadt.³³ In diesen auch stark von anderen Ethnien frequentierten Bezirken spielt co-ethnische Kundschaft eine vergleichsweise größere (wenn auch nicht unbedingt ausschlaggebende) Rolle. Zwar weisen in Stuttgart die Stadtteile Feuerbach, Münster, Wangen oder das Nordbahnhofviertel auch einen hohen Anteil an türkischer Bevölkerung auf,³⁴ doch hinsichtlich der Bedeutung des Geschäftslebens sind diese kaum mit der Mannheimer Innenstadt zu vergleichen: Dort zeigt sich ein breites Sortiment an türkischen Läden, Restaurants, Praxen und Büros in einem zudem konsumattraktiven Stadtteil, wie es in Stuttgart oder in den (in der Karte hervorgehobenen) ländlich geprägten Kreisen im Südwesten nicht zu finden ist.

Doch insgesamt betrachtet lässt sich resümieren, dass die regionale Intensität und Verteilung türkischer Gründungsaktivitäten wohl einige Beispiele für die gründungsfördernde Wirkung ethnischer Segregation bieten kann, jedoch keine generalisierbaren Muster. Dies wird allein schon daran ersichtlich, dass sich bei einer relativ großen Anzahl von Kreisen die Gründungsquote von Türken bei einem Wert zwischen 50 und 100 eingependelt hat. Hier dürfte sich die auch in ländlichen Gemeinden starke Präsenz von Döner-Imbissbuden bemerkbar machen.

Blickt man auf das regionale Ranking der Gründungsquoten von Italienern, oder auch auf das der Griechen (Karten 5.2.4), dann erscheint der Zusammenhang zwischen Wohnkonzentration und Gründungsintensität ohnehin wenig plausibel: Denn insbesondere am Beispiel der Italiener wird augenfällig, dass sich ihre Selbständigkeitsneigung viel eher auf dem Land und weniger in der Stadt entwickelt. Unter den ersten 20 Rankingplätzen findet sich – mit Ausnahme von Heilbronn – keine einzige größere Stadt. Auch die Griechen gründen mit höherer Wahrscheinlichkeit auf dem „flachen Land“. Ihre Stärken liegen vor allem im südlichen Teil von Baden-Württemberg und teilweise entlang der westlichen Grenze. Insgesamt betrachtet macht sich bemerkbar, dass der Schwerpunkt italienischer und griechischer Gründungen im Gastgewerbe (und teils noch im Handel) liegt und die hierfür in Frage kommenden Kunden aus allen ethnischen Gruppen kommen.³⁵ Schließlich sind italienische und griechische Gastronomen, Händler und Friseure bis ins kleinste Dorf vorgedrungen. Co-ethnische Kundenbeziehungen spielen in der Geschäftstätigkeit so gut wie keine Rolle.

Die regionalen Gründungsaktivitäten der Migranten aus dem ehemaligen Jugoslawien weisen ein schwer zu deutendes Muster auf, zumal es nur wenige Regionen mit herausragend hohen

³² Rund 19.000.

³³ Leicht et al. 2005c.

³⁴ Fuchs 2007.

³⁵ Vgl. Kapitel 12 und 13.

Quoten gibt (Karten 5.2.4). Eine starke Gründungsintensität zeigt diese Gruppe im Enzkreis, wo das unternehmerische Engagement sogar höher als das der Türken und Italiener ist. Danach folgen Heilbronn, Karlsruhe und schließlich auch Stuttgart, wo die Ex-Jugoslawen nicht nur viele Betriebe sondern auch ein Fünftel der ausländischen Einwohner stellen. In weiten Teilen des Landes jedoch ist die Gründungsintensität dieser Gruppe eher schwach ausgeprägt.

Das krasse Gegenteil hierzu bilden die Gründungsquoten der Kategorie der „übrigen Ausländer“ (Karten 5.2.4), die sich vor allem auch in solchen Kreisen überdurchschnittlich unternehmerisch engagieren, wo die anderen Nationalitätengruppen (sieht man von den Griechen ab) weniger präsent sind. Dies betrifft insbesondere den östlichen Landesteil. Ansonsten jedoch wird die Rankingliste auch hier von den bereits mehrfach genannten Kreisen Alb-Donau, Mannheim, Neckar-Odenwald-Kreis, Göppingen (als Ausnahme), Karlsruhe und Baden-Baden angeführt. Die Tatsache, dass sich in einigen dieser Kreise mehrere Nationalitäten durch hohe Gründungsquoten auszeichnen kann als Hinweis auf ein eher generell gutes Gründungsklima für Ausländer gewertet werden.

Der Vollständigkeit halber sind in Karte 5.2.3 die Schließungsintensitäten von Ausländern insgesamt dargestellt. Hier wird nochmals auf regionaler Ebene deutlich, was zuvor in Kapitel 5.1 bereits in der Gesamtschau zu erkennen war: Überall dort, wo die Zahl bzw. Intensität der Markteintritte relativ hoch ist, wächst das Risiko und damit auch die Zahl der gescheiterten Existenzen (vgl. auch Karte 5.2.2).

Zur besseren Einschätzung der unternehmerischen Aktivitäten sind daher auch Bestandszahlen erforderlich. Hierauf wird in Kapitel 6 eingegangen.

5.3 Gründungsformen

Natürlich ist zur Beurteilung der Migrantenökonomie in Baden-Württemberg nicht allein die Zahl der Gründungen und der Selbständigen sondern auch deren Bedeutung in qualitativer Hinsicht von Interesse. Dazu gehört die Frage, welche Charakteristika die Unternehmen in der Gründungsphase aufweisen.

Grundsätzlich lassen sich einige der Fragen anhand der Gewerbemeldestatistik verfolgen. Dennoch greifen wir an dieser Stelle zusätzlich auch auf die in Kapitel 3 beschriebene eigene Unternehmensbefragung zurück. Dies hat den Vorteil, dass zum einen auch das Gründungsverhalten von Deutschen mit Migrationshintergrund (d.h. nicht nur von Ausländern) in die Ergebnisse einfließen und zum anderen auch die in den Gewerbemeldungen nicht enthaltenen Freien Berufe. Zu beachten ist auch, dass nicht hinter jeder amtlichen Anmeldung am Ende auch tatsächlich eine Gründung steht, während unsere Primärerhebung solche Gründer erfasst, die (allein schon durch ihren Telefonbucheintrag) Marktaktivitäten vorweisen können.

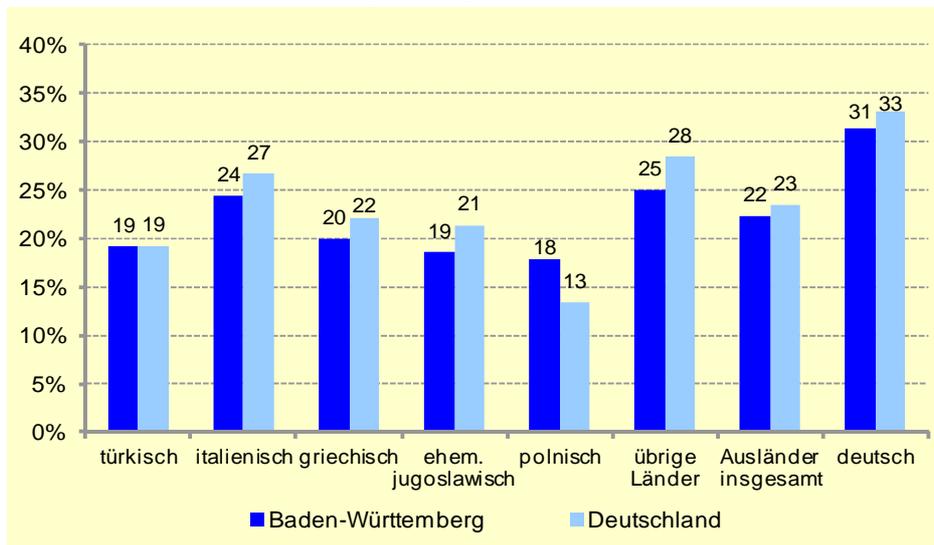
Es gibt eine Vielfalt an Unternehmensgründungen, die sich in ihrer Art bspw. hinsichtlich der wirtschaftlichen Substanz oder auch danach unterscheiden lassen, ob ein Unternehmen selbst gegründet oder übernommen wurde.

Gründungen mit „wirtschaftlicher Substanz“

Die wirtschaftliche Substanz und damit die Qualität von Gründungen wird in der amtlichen Statistik in der Regel daran festgemacht, ob es sich um eine so genannte „Betriebsgründung“ handelt. Als voraussichtlich wirtschaftlich „substanzuell“ werden solche Gründungen definiert, die nicht zum Nebenerwerb führen und von einer juristischen Person (AG, GmbH), Personengesellschaft (OHG, KG) oder einer natürlichen Person vorgenommen werden, wobei letztere zusätzlich noch ins Handelsregister oder in die Handwerksrolle eingetragen sein müssen oder zumindest einen Arbeitnehmer beschäftigen.³⁶ Da es sich jedoch bei den Gewerbeanmeldungen zunächst lediglich um eine Absichtserklärung handelt, ist vor allem letztgenanntes Kriterium nicht ganz unproblematisch. Wir halten uns im Folgenden dennoch an diese Definition, wobei wir Gründungen von unselbständigen Zweigstellen ausschließen bzw. nur Hauptniederlassungen einbeziehen.

Nimmt man die solchermaßen identifizierten „echten“ Betriebsgründungen von Ausländern zusammen, dann stellen sie ein Viertel aller Gründungen mit wirtschaftlicher Substanz, was einem niedrigerem Wert als dem Ausländeranteil an allen Gründungen entspricht (vgl. Kapitel 5.1). Um aber die Gründungscharakteristika in Bezug auf einzelne Herkunftsgruppen einschätzen zu können, sind in Abbildung 5.3.1 die Anteile der substanzuellen Betriebsgründungen (nur Hauptniederlassungen) an allen Existenzgründungen (ohne diejenigen im Nebenerwerb) dargestellt.³⁷

Abb. 5.3.1: Anteil der Betriebsgründungen mit wirtschaftlicher Substanz nach Nationalität 2010



Quelle: Statistisches Landesamt Ba-Wü; Gewerbeanzeigenstatistik 2010; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Demnach lässt sich unter den Deutschen fast ein Drittel (31%) der Gründungen als solche mit voraussichtlich größerer wirtschaftlicher Substanz bezeichnen, aber unter den Ausländern nur 22%. (Bei einer alternativen Berechnungsmethode unter Einschluss nicht nur der Kleingrün-

³⁶ Statistisches Bundesamt, Fachserie 2, Reihe 5, Unternehmen und Arbeitsstätten.

³⁷ Durch die genannten Einschränkungen kann es zu Abweichungen gegenüber anderen Ergebnissen kommen. Vgl. auch John 2007. Zur Definition von Existenzgründungen in dieser Untersuchung vgl. Kapitel 5.1.

dungen sondern auch der Nebenerwerbsgründungen unterscheiden sich die Anteile von Deutschen und Ausländern jedoch kaum, da Ausländer seltener als Deutsche im Nebenerwerb gründen).³⁸

Einen etwas höheren Anteil an „echten“ Betriebsgründungen haben die Italiener sowie die Gruppe der übrigen Ausländer. Hier kann immerhin jede vierte Gründung als substantiell angesehen werden. Bei den Italienern dürfte dies möglicherweise auch auf den Umstand zurückzuführen sein, dass sie nicht selten bereits bei der Gründung eine Person beschäftigen, da das häufig von ihnen besetzte Gastgewerbe arbeitsintensiver als andere Branchen ist. Den geringsten Anteil weisen die Polen auf, von denen lediglich 18% „Substanz“ aufweisen.

Im Land-Bund-Vergleich zeigen sich keine allzu großen Unterschiede, was zunächst so zu werten ist, dass die Migrantengründungen in Baden-Württemberg keine höhere oder geringere Qualität aufweisen als in Deutschland insgesamt.

Übernahmen und Unternehmenseintritte

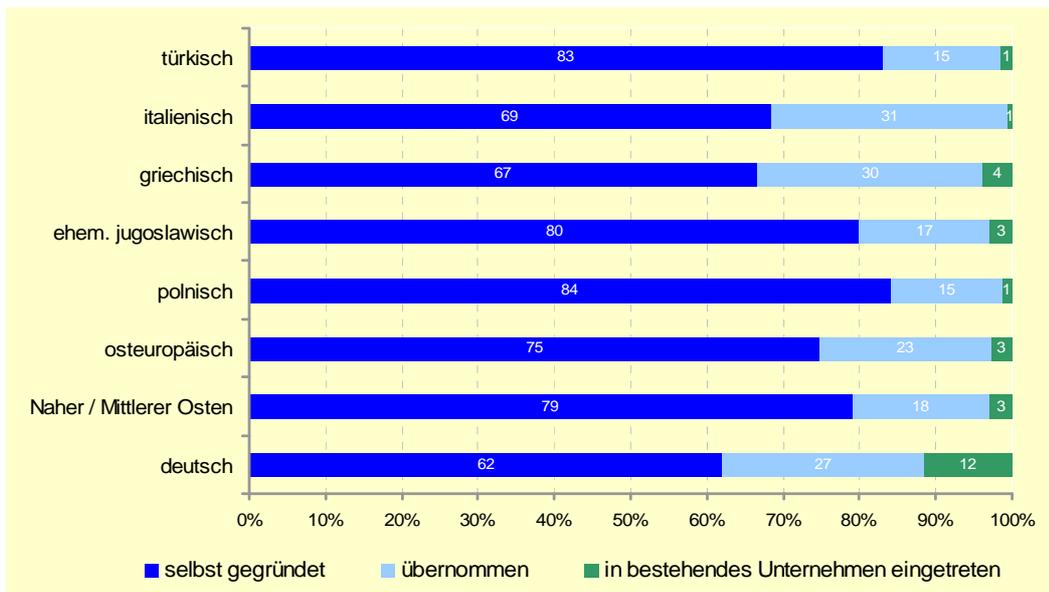
Nicht jede Existenzgründung bringt auch gleichzeitig ein neues Unternehmen hervor, da die Gründerinnen und Gründer ggf. auch einen bestehenden Betrieb durch Kauf, Pacht oder Erbe übernehmen oder auch in einen solchen als Gesellschafter eintreten können. Für die Beurteilung der herkunftsspezifischen Aktivitäten ist dies durchaus von Bedeutung. Zwar geht nicht aus jeder originären Neugründung auch eine neue Idee oder ein neues Produkte hervor, doch zumindest mit höherer Wahrscheinlichkeit als dies bei Übernahmen oder Unternehmenseintritten der Fall sein dürfte. Letztere haben gewissermaßen einen eher inkrementalen Charakter, da mit ihnen allenfalls eine Auffrischung von bestehenden Ideen oder ein Produktverbesserung verbunden ist.

Unseren Befragungsdaten zufolge haben (je nach Herkunftsgruppe) zwischen 60%-80% der Unternehmer/innen ihr „Projekt“ selbst ins Leben gerufen (Abbildung 5.3.2). Mit Ausnahme des Anteils bei den Deutschen, Türken und Italienern entsprechen die ermittelten Werte ungefähr denen in der Gewerbemeldestatistik, obwohl es sich um ein breiteres Spektrum an Branchen und um verschiedene Gründungszeiträume handelt.³⁹ Der Anteil der übernommenen Unternehmen schwankt zwischen 15% und 31%. Insbesondere die Griechen und Italiener haben überproportional häufig das Unternehmen von anderen übernommen, was in Anbetracht der hohen Anteile an Gaststättenbetrieben nicht verwundern dürfte. In allen Gruppen ist der Anteil der Unternehmenseintritte äußerst gering, macht aber immerhin bei den Deutschen ein Achtel des Geschehens aus.

³⁸ Ausführlicher erläutert in Leicht et al. 2005.

³⁹ In unserer Stichprobe liegt unter den türkischstämmigen Selbständigen der Anteil derjenigen, die das Unternehmen übernommen haben bei 15%, während dies in der Gewerbemeldestatistik 24% sind. Bei den Italienern liegt eine ähnliche Differenz von 31% zu 24% vor. Hingegen ist der für die Griechen ermittelte Anteil mit 30% und für Ex-Jugoslawen mit 17% fast identisch mit der Gewerbeanzeigenstatistik.

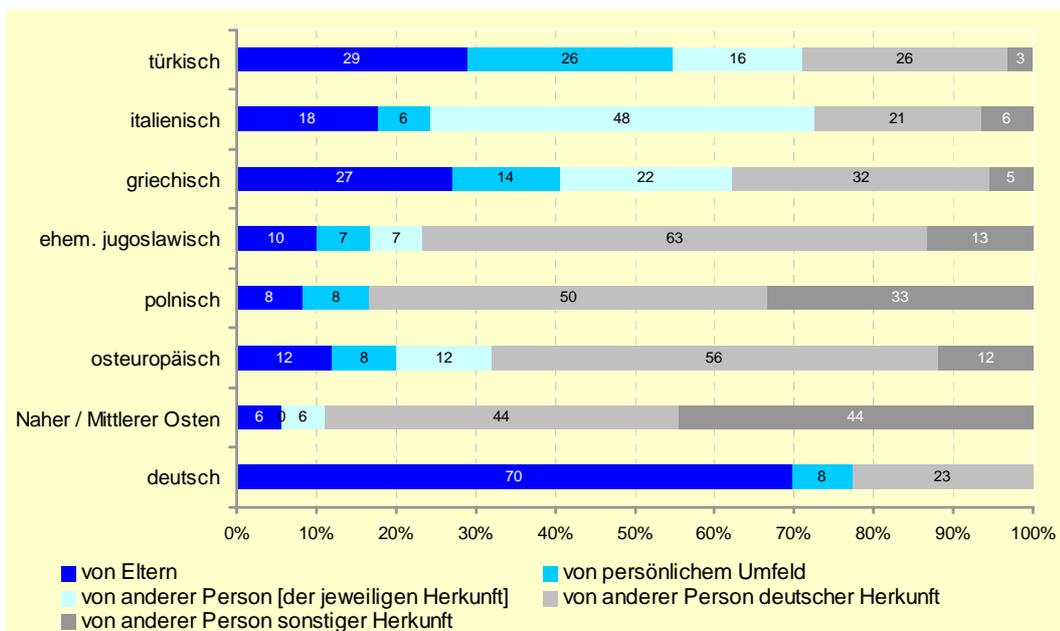
Abb. 5.3.2: Anteile von Unternehmensübernahmen und -eintritten nach ethnischer Herkunft



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Der hohe Anteil der Übernahmen bei den Deutschen resultiert aus dem Anteil an „Erben“, bzw. aus Unternehmensnachfolgen wie eine weitere Differenzierung zeigt (Abbildung 5.3.3). Hier kommen drei Viertel der Übernahmen von den Eltern oder nahen Verwandten.⁴⁰ Bei den Selbständigen türkischer oder griechischer Herkunft machen diese Art von Übernahmen die Hälfte oder etwas weniger aus und bei den Italienern rund ein Viertel. Alle anderen Gruppen liegen ein gutes Stück darunter.

Abb. 5.3.3: Anteile von Unternehmensübernahmen und -eintritten nach ethnischer Herkunft



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

⁴⁰ In der Abbildung Verwandte (und teils Freunde) zu „persönlichem Umfeld“ zusammengefasst.

Fast man die Übernahmen aus dem Umfeld von Familie, Freundes- und Bekanntenkreis zusammen, dann ist die (hierbei implizierte) ethnische Sukzession bei den Türken, Italienern und Griechen am stärksten und bei den Polen, Osteuropäern und übrigen äußerst gering. D.h. hier machen sich die Zuwanderungsstrukturen und damit verbundene Aufenthaltszeiten klar bemerkbar. Die Zahl der Verwandten in Deutschland ist noch gering und die ethnischen Netzwerke sind hier noch wenig ausgebildet.

6. Bedeutung und Entwicklung selbständiger Migranten

Die bis hierher durchgeführten Analysen müssen um einige wesentliche Gesichtspunkte erweitert werden, denn die Gewerbemeldedaten geben nur Auskunft über die im Verlauf eines Jahres erfolgten Gründungen und Liquidationen, nicht jedoch über den jeweiligen Bestand an Unternehmen bzw. Selbständigen, und auch nicht über deren Entwicklung. Zudem konnten bisher nur Ausländer betrachtet werden, obwohl es neben den Nicht-Deutschen in erheblichem Umfang Menschen mit deutschem Pass gibt, die aber dennoch nicht in Deutschland geboren wurden oder aber auch von Eltern abstammen, die zugewandert sind. Ferner muss sichergestellt werden, dass es sich bei den identifizierten Gründungen auch tatsächlich um Unternehmer/innen handelt, die in Deutschland bzw. in Baden-Württemberg ihren Wohnsitz haben. Die hohe Zahl der polnischen „Wanderselbständigen“ stellt diesbezüglich einen gewissen Unsicherheitsfaktor dar.

Diesen Anforderungen werden die Daten des Mikrozensus weitestgehend gerecht. Die Repräsentativstatistik erfasst die Erwerbstätigen nach ihrer beruflichen Stellung und bietet Jahresdurchschnittszahlen zum jeweiligen Bestand an Selbständigen. Diese werden zudem an ihrem Wohnort erfasst. Vor allem aber erlaubt der Mikrozensus – wie bereits in Kapitel 4 in Bezug auf die Erwerbspersonen – eine Unterscheidung zwischen Personen mit und ohne Migrationshintergrund¹ und dabei zusätzlich zwischen Ausländern und Deutschen, die selbst oder deren Eltern zugewandert sind.

Wir befassen uns zuerst mit der zahlenmäßigen und relativen Bedeutung von Migrantenselbständigkeit in Baden-Württemberg (Kapitel 6.1), wobei zudem ein Bundesländer- und Städtevergleich vorgenommen wird (Kapitel 6.2). Erforderlich ist ferner ein Rückblick auf die längerfristige Entwicklung seit Anfang der 90er Jahre (Kapitel 6.3) sowie auf einige Charakteristika, die mit der Zuwanderung einhergehen (Kapitel 6.4). Eine eher qualitative Komponente zeigt sich im Gewicht, das einzelne Wirtschaftsbereiche einnehmen (Kapitel 6.5).

6.1 Stärke und Zusammensetzung von Migrantenselbständigkeit

Dieser Abschnitt bietet zunächst einen Überblick zur Stärke und Struktur der Migrantenselbständigkeit in Baden-Württemberg, wobei vor allem auf die mit dem Migrationsstatus verbundenen Charakteristika eingegangen wird. Bestimmte Fragestellungen werden dann an anderer Stelle nochmals aufgegriffen.

Migrationsstatus der Selbständigen nicht-deutscher Herkunft

Dem Mikrozensus 2010 zufolge besitzen von den 552.000 Selbständigen in Baden-Württemberg 94.000 einen Migrationshintergrund (Tabelle 6.1.1). Das heißt mehr als jede sechste unternehmerisch aktive Person im Land hat ausländische Wurzeln. Da aber ansonsten bereits jede vierte baden-württembergische Erwerbsperson zu den Migranten zählt, wird hierdurch bereits ersichtlich, dass Migranten unter den Selbständigen unterrepräsentiert sind.

¹ Auf die Definition in Kapitel 1 sei nochmals verwiesen.

Welcher Migrationsstatus liegt hier im Einzelnen zugrunde bzw. wie setzen sich die Selbständigen im Hinblick auf ihre Staatsangehörigkeit und auf ihre „Zuwanderungsgeschichte“ zusammen? Insgesamt sind 54.000 und damit über die Hälfte Ausländer, d.h. vice versa besitzen 40.000 einen deutschen Pass. Nicht alle von den Letztgenannten sind im formalen Sinne eingebürgert, denn hierzu zählen auch die 18.000 selbständigen (Spät-)Aussiedler. Unter den Selbständigen findet sich (wenn nur die ehemaligen Ausländer betrachtet werden) ein etwas höherer Anteil an Eingebürgerten als unter allen Erwerbspersonen oder Erwerbstätigen.²

Tab. 6.1.1: Migrationsstatus nach Erwerbsposition und Geschlecht 2010

Migrationsstatus	Erwerbspersonen in 1.000			Selbständigenquote	
	insgesamt	Erwerbstätige	Selbständige	Ba-Wü	Deutschland
	Insgesamt				
Deutsch ohne MH*	4 222	4 072	458	11,2	11,1
Deutsch mit MH*	679	629	40	6,4	7,8
<i>(Spät-)Aussiedler</i>	381	358	18	5,0	5,9
<i>Eingebürgerte**</i>	234	214	22	10,3	12,5
Ausländer/innen	724	655	54	8,2	12,5
Migrant(inn)en zus.	1 403	1 284	94	7,3	10,2
<i>zugewandert</i>	1 125	1 033	79	7,6	10,7
<i>in D. geboren</i>	278	252	15	6,0	7,0
Insgesamt	5 625	5 357	552	10,3	10,9
	Frauen				
Deutsch ohne MH	1 955	1 883	140	7,4	7,6
Deutsch mit MH	321	295	16	5,4	5,6
Ausländerinnen	309	283	14	4,9	8,7
Migrantinnen zus.	630	578	30	5,2	7,1
<i>zugewandert</i>	511	470	26	5,5	7,5
<i>in D. geboren</i>	119	108	4	3,7	4,7
Insgesamt	2 584	2 461	170	6,9	7,5
	Männer				
Deutsch ohne MH	2 267	2 189	318	14,5	14,1
Deutsch mit MH	359	334	25	7,5	9,6
Ausländer	414	373	39	10,5	15,2
Migranten zus.	774	706	64	9,1	12,5
<i>zugewandert</i>	614	563	53	9,4	13,3
<i>in D. geboren</i>	159	144	11	7,6	8,6
Insgesamt	3.041	2.885	372	12,9	13,8

Quelle: Statistisches Landesamt Ba-Wü und Statistisches Bundesamt (Mikrozensus); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

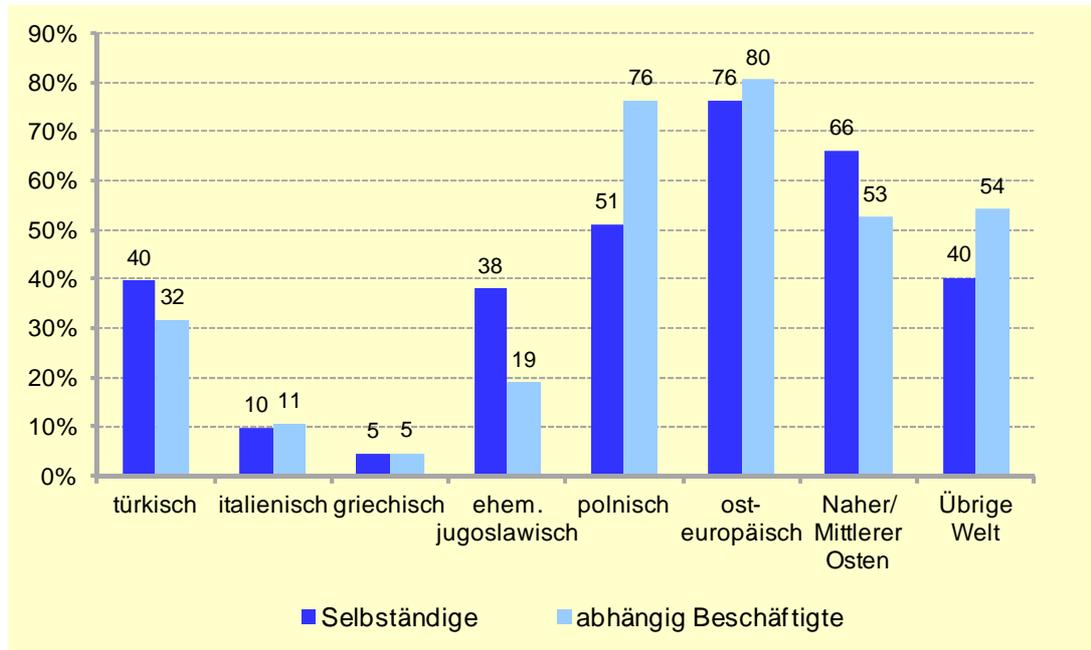
* MH = Migrationshintergrund im engeren Sinne; ** Eingebürgerte = ehemalige Ausländer

Allerdings gibt es diesbezüglich beachtliche Unterschiede zwischen den Herkunftsgruppen (Abbildung 6.1.2). Während unter den italienisch- oder griechischstämmigen Selbständigen nur 10% bzw. 5% einen deutschen Pass haben, ist es unter den Türkischstämmigen und denen aus dem ehemaligen Jugoslawien mehr als jeder Dritte (40% bzw. 38%). Unter den Selbstän-

² 23% der selbständigen Migranten sind eingebürgerte ehemalige Ausländer im Vergleich zu 17% unter den Erwerbspersonen und auch unter den Erwerbstätigen. Rechnet man allerdings die Aussiedler ein, ergeben sich jeweils höhere Anteile und andere Verhältnisse. Siehe auch im Folgenden.

digen aus Polen, Osteuropa oder dem Nahen/Mittleren Osten sind sogar zwischen der Hälfte bis drei Viertel deutsche Staatsangehörige.³ Zu berücksichtigen ist jedoch, dass es sich bei den Polen und sonstigen Osteuropäern zu einem großen Teil um (Spät-)Aussiedler handelt.

Abb. 6.1.2: Anteil Deutscher mit Migrationshintergrund in einzelnen Herkunftsgruppen



Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus; scientific use file - Match); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Die Anteile entsprechen nur teilweise dem Bild in der abhängigen Beschäftigung. Vor allem unter den Ex-Jugoslawen und den Migranten aus dem Nahen/Mittleren Osten sind die Selbständigen eher eingebürgert als die Arbeitnehmer/innen.

Migrationsstatus und Selbständigenquoten

Ein zentrales und häufig verwendetes Maß zur Bestimmung der unternehmerischen Neigungen und Fähigkeiten bietet die Selbständigenquote, zumeist definiert als Anteil der Selbständigen an allen Erwerbstätigen. Sie beträgt unter den Deutschen ohne Migrationshintergrund 11,2% (Tabelle 6.1.1). Insofern ist es erstaunlich und außerordentlich bemerkenswert, dass die Selbständigenquote unter Migranten in Baden-Württemberg nur zwei Drittel so hoch ist bzw. lediglich 7,3% beträgt. Dies ist nicht nur ein geringer Wert im Vergleich mit den Einheimischen, sondern auch – wie wir nachfolgend noch diskutieren – verglichen mit der Selbständigenquote von Migranten in anderen Bundesländern. Verwundern mag dies zudem auch vor dem Hintergrund des dargestellten Gründungsgeschehens, nach welchem Ausländer eine weit stärkere Selbständigkeitsneigung zeigen.⁴ Auch wenn sie mit ihren „neuen Existenzen“ häufiger scheitern, wies der Saldo zwischen Gründungen und Schließungen in den letzten Jahren tendenziell noch immer einen „Überschuss“ aus (Kapitel 5.1).

³ Abweichend von den 2010er Daten wurden hier die Match-Files der Jahre 2007 und 2008 verwendet, um Fallzahlenprobleme bei den Differenzierungen zu mindern.

⁴ Ein Teil der Unterschiede zwischen der Bemessung der Gründungsintensität auf Grundlage der Gewerbeanzeigen und der Selbständigenquoten, muss auch vor dem Hintergrund gesehen werden, dass der Mikrozensus die Freien Berufe und die Landwirtschaft mit erfasst.

Hierzu passt dann, dass die (zuvor mit der Gewerbestatistik betrachteten) Ausländer im Vergleich zu den Migranten mit deutschem Pass eine leicht höhere Selbständigenquote (8,2%) besitzen. Die Selbständigkeitsneigung der Deutschen mit Migrationshintergrund wird durch die äußerst niedrige Selbständigenquote der Aussiedler gedrückt, da sich diese nur zu 5% unternehmerisch betätigen. Die eingebürgerten ehemaligen Ausländer machen sich hingegen weit häufiger selbständig (10,3%). Leicht unterproportional in der Selbständigkeit vertreten sind auch die Erwerbstätigen der zweiten Generation, von denen nur 6% ein Unternehmen gründeten (genauer in Kapitel 6.4).

Migrationsstatus und Selbständigenquoten nach Geschlecht

Was uns in nachfolgenden Kapiteln in verschiedenen Zusammenhängen immer wieder begegnet, ist die Frage, inwieweit bestimmte Strukturen auf geschlechtsspezifische Unterschiede zurückzuführen sind. Frauen sind unter den Selbständigen stark unterrepräsentiert.⁵ Tabelle 6.1.1 gibt daher schon an dieser Stelle einen Überblick zur Verteilung selbständiger Migranten auf Frauen und Männer, vor allem im Hinblick auf ihren Migrationsstatus.

Es dürfte vor dem Hintergrund der bereits zuvor festgestellten Geschlechterverteilung bei Gründungen nicht verwundern, dass sich dies auch im Selbständigenbestand niederschlägt. Nur 30.000 der insgesamt 94.000 Selbständigen mit Migrationshintergrund sind weiblichen Geschlechts (Tab. 6.1.1), was einem Frauenanteil von 32% entspricht. Immerhin jedoch liegt dieser Anteil fast 2%-Punkte über dem bei den Deutschen ohne Migrationshintergrund. Unter den Migrant(inn)en mit deutschem Pass ist der Frauenanteil mit 40% sogar noch höher.

Diejenigen Frauen mit deutscher und nicht-deutscher Staatsangehörigkeit sind annähernd paritätisch verteilt, während unter den Männern die Ausländer ein klares Übergewicht besitzen.

Da die Geschlechterverteilung aber von der Struktur des gesamten Erwerbspersonenpotenzials beeinflusst wird und sich mit zunehmender Erwerbsbeteiligung von Frauen auch ihr Gewicht unter den Selbständigen verbessert, sagen die Frauenanteile noch wenig über die Gründungsneigungen und die unternehmerische Präsenz von Frauen aus. Ein weit besserer Indikator ist hier die Selbständigenquote. Diesbezüglich zeigt sich, dass Migrantinnen noch einen schwereren Stand haben als die einheimischen Frauen. Die Selbständigenquote von Migrantinnen liegt in Baden-Württemberg lediglich bei 5,2% und damit noch niedriger als die der ohnehin schon schlecht positionierten „deutschen“ Frauen mit 7,4%. Dabei ist es nahezu unerheblich, ob Migrantinnen einen deutschen Pass haben oder nicht.

Bemerkenswert ist allerdings, dass die Geschlechterdiskrepanz unter Migrant(inn)en nicht so stark ausfällt wie bei den Einheimischen, wo die Selbständigenquote der Männer mit 14,1% fast doppelt so hoch wie die der Frauen ist. Unter den Migrant(inn)en liegt die Selbständigenquote der Männer mit 9,1% nicht ganz so extrem über der von Frauen. Dieses Geschlechterverhältnis errechnet sich auf Basis einer insgesamt niedrigeren Selbständigenquote als im Bundesgebiet, da hier Frauen zu 7,1% und Männer zu 12,5% selbständig sind.

⁵ Vgl. auch Leicht/ Welter 2004; Leicht/ Lauxen-Ulbrich 2005; Leicht et al. 2009.

Migrationsstatus und Selbständigenquoten nach Herkunftsgruppen

Hinsichtlich der Bedeutung von Migrantenselbständigkeit insgesamt ist nicht unerheblich, welche zahlenmäßige Stärke und welche Selbständigkeitsneigung bestimmte Gruppen besitzen (Tabelle 6.1.3). Diesbezüglich ist festzuhalten, dass die Migranten türkischer Herkunft mit 16.000 Selbständigen die größte Gruppe stellen, gefolgt von den Italienern mit 10.000 und den Polen mit 6.000 Selbständigen. (Im Mikrozensus sind die nicht-sesshaften polnischen „Wanderselbständigen“⁶ mit geringerer Wahrscheinlichkeit als in den Gewerbeanzeigen enthalten.) Die Zahl der griechischstämmigen Selbständigen ist statistisch nicht gesichert darstellbar und sie ist in den letzten Jahren zurückgegangen. Fasst man die ehemaligen Jugoslawen als Ländergruppe zusammen, kommen diese auf 10.000.

Der in Baden-Württemberg vergleichsweise geringe Level an unternehmerischen Aktivitäten von Migranten insgesamt beruht natürlich auch auf einer niedrigen Selbständigkeitsneigung innerhalb einzelner Herkunftsgruppen. Genauer formuliert liegt die Selbständigenquote aller in der Untersuchung betrachteten Ethnien in Baden-Württemberg unterhalb der ihrer Pendants auf Bundesebene (Tabelle 6.1.3). Ein großer Unterschied zeigt sich bereits in Bezug auf die Migranten aus den EU-Ländern, wo die Differenz der Selbständigenquoten zwischen Bund und Land 5%-Punkte beträgt. Dies spiegelt sich auch hinsichtlich der Quote der Migranten aus Italien, Polen und dem ehemaligen Jugoslawien wider. Hinzu kommt, dass sich auch die aus dem Nahen und Mittleren Osten sowie aus der Gruppe der „übrigen Länder“ stammenden Zuwanderer in Baden-Württemberg relativ seltener selbständig machen.

Tab. 6.1.3: Erwerbspositionen nach Herkunftsgruppen 2010

Herkunft	Erwerbspersonen in 1.000			Selbständigenquote (%)	
	insgesamt	Erwerbstätige	Selbständige	Ba-Wü	Deutschland
Deutsch ohne MH*	4.222	4.072	458	11	11
EU 27	484	449	37	8	13
Nicht-EU (Drittstaaten)	919	835	57	7	9
türkisch	227	199	16	8	9
Italienisch	134	123	10	8	12
griechisch	50	46	(<5)	(7)	14
ehem. jugoslawisch	176	163	10	6	9
polnisch	86	80	6	8	12
osteuropäisch**	324	299	12	4	5
Naher/Mittlerer Osten	132	118	6	5	8
Übrige Länder	274	256	30	12	16

Quelle: Statistisches Landesamt Ba-Wü und Statistisches Bundesamt (Mikrozensus; scientific use file); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

* MH = Migrationshintergrund im engeren Sinne, ** Hier abweichend von übrigen Analysen nur ehem. Sowjetunion und Rumänien.
(Werte in Klammern statistisch nicht signifikant).

Immerhin jedoch liegt die Selbständigenquote in der Gruppe der „übrigen Länder“ im Vergleich zu anderen Gruppen mit 12% relativ hoch. Denn ansonsten findet sich im Südweststaat kaum eine hinsichtlich der Selbständigkeitsneigung besonders herausragende Ethnie. Die

⁶ Und die im Verdacht der „Scheinselbständigkeit“ stehen (vgl. Kapitel 2).

Selbständigenquote der türkisch-, italienisch- und polnischstämmigen Erwerbstätigen liegt in Baden-Württemberg mit 8% nur knapp über dem Mittelwert für Migranten insgesamt. (Tab. 6.1.1). Leicht unterdurchschnittlich ist die Selbständigenquote der ehemaligen Jugoslawen.

Einige der in den letzten Jahren gründungsstarken Herkunftsgruppen sind im Südwesten nicht nur in Bezug auf ihre Selbständigenquote, sondern auch in ihrer zahlenmäßigen Bedeutung unterrepräsentiert. Im Vergleich zum Bund stellen die selbständigen Polinnen und Polen, allein schon wegen der Entfernung, nur einen halb so hohen Anteil an der Migrantenselbständigkeit insgesamt. Baden-Württemberg besitzt, wirtschaftsgeschichtlich bedingt, eine andere Zuwanderungsstruktur. Hier entfällt auf die Gruppe der ehemaligen Anwerbeländer 45% aller unternehmerisch aktiven Migranten im Land. Auf Bundesebene besitzt diese Gruppe jedoch nur einen Anteil von 32% (hier nicht abgebildet).

6.2 Exkurs: Länder- und Städtevergleich

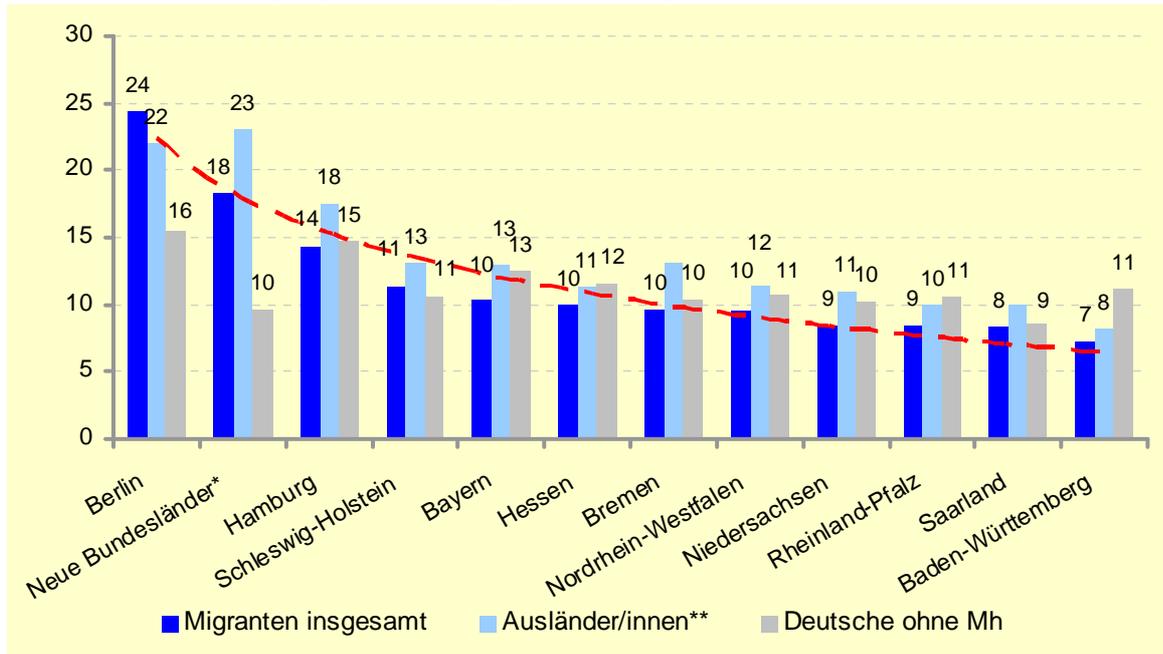
Zunächst ungeachtet der Randbedingungen betrachtet ist die Wahrscheinlichkeit, dass sich Migranten im Südweststaat selbständig machen um ein Viertel geringer als in Deutschland insgesamt. Die jeweiligen Selbständigenquoten liegen rund drei Prozentpunkte auseinander (nochmals Tabelle 6.1.1). Dahinter stehen nicht nur die dargestellten Diskrepanzen in Bezug auf einzelne Herkunftsgruppen. Unterschiede zeigen sich auch hinsichtlich einiger sozialer Merkmale. In Baden-Württemberg haben bspw. die Eingebürgerten eine etwas geringere Selbständigenquote. Und auch die der ersten Generation liegt deutlich unterhalb derjenigen auf Bundesebene. Bei den Ausländer/innen liegen sogar über 4%-Punkte dazwischen.

Bundesländervergleich

Ein Einwand gegen den Vergleich könnte lauten, dass die Land-Bund-Diskrepanz durch die Besonderheiten einzelner Länder, vor allem der ostdeutschen, beeinflusst wird. Daher sind in Abbildung 6.2.1 die Selbständigenquoten nach einzelnen Bundesländern sortiert. Daraus wird ersichtlich, dass Baden-Württemberg im Ranking aller Länder sehr deutlich das Schlusslicht bildet. Die Selbständigenquoten sind dabei sowohl in Bezug auf Migranten insgesamt als auch mit Blick auf die Ausländer die niedrigsten im Vergleich aller Bundesländer.

An vorderster Stelle (in Bezug auf die Quote von Migranten insgesamt) stehen Berlin und die (hier zusammengefassten) neuen Bundesländer, wo in etwa jeder vierte bzw. fünfte erwerbstätige Migrant beruflich selbständig ist. In Ostdeutschland beruht die Quote allerdings auf einer bekanntlich geringen Absolutzahl an Migranten. Eine für Stadtstrukturen typisch hohe Selbständigenquote (14%) weisen auch die Migranten in Hamburg auf. Im Mittelfeld liegen die Flächenländer Bayern, Hessen und Nordrhein-Westfalen. Hier führt jede zehnte Person mit Zuwanderungsgeschichte ein eigenes Unternehmen. Das Schlusslicht, noch hinter Rheinland-Pfalz und dem Saarland bildet im Ranking Baden-Württemberg. Ein Zusammenhang mit der Höhe der Migrantenanteile unter den Erwerbstätigen lässt sich nicht herstellen, da nicht nur Berlin, Hamburg und Bremen sondern auch Hessen ähnlich hohe Migrantenanteile in der Erwerbsbevölkerung aufweisen. Aber natürlich sind für die höheren Selbständigenquoten in den Stadtstaaten die urbanen Strukturen (mit) verantwortlich. Doch selbst hier gibt es gravierende Unterschiede, wie nachfolgend deutlich wird.

Abb. 6.2.1: Selbständigenquoten nach Migrationshintergrund und Bundesländern* 2010



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

*Die neuen Bundesländer aufgrund der geringen Fallzahlen zusammengefasst.

** Quoten für Bremen und Saarland aus Scientific Use File 2008.

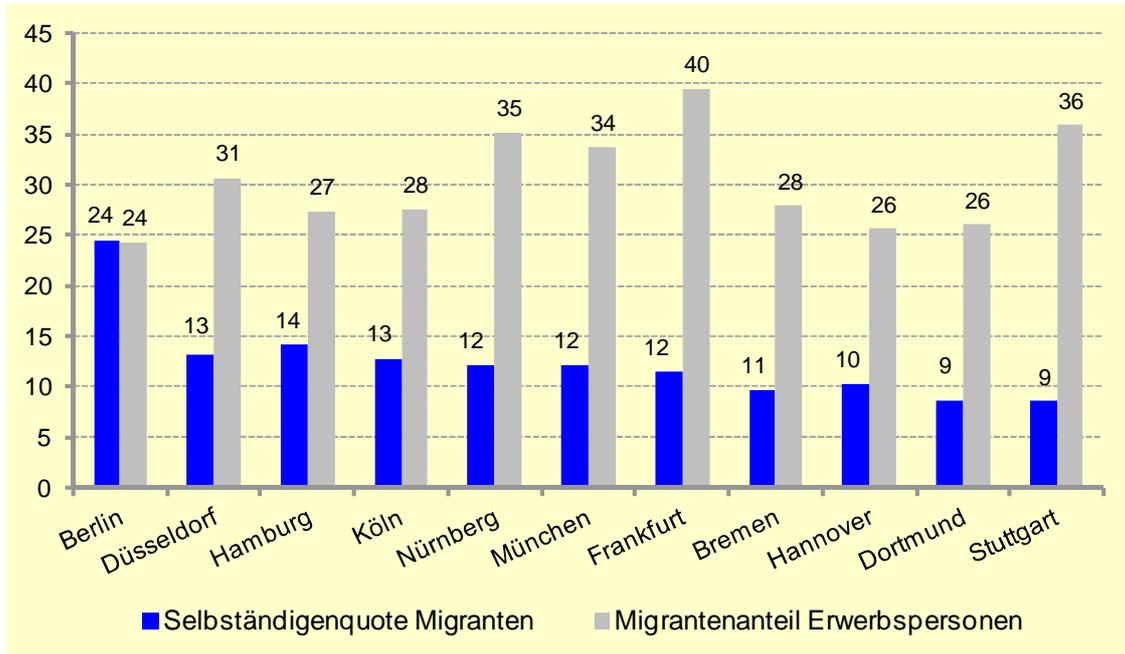
Bemerkenswert ist darüber hinaus, dass Baden-Württemberg (neben Hessen und Rheinland-Pfalz) zu den wenigen Bundesländern zählt, in welchen die Selbständigenquote unter den einheimischen Erwerbstätigen nicht nur höher als bei den Migranten insgesamt, sondern auch höher als bei Ausländer/innen ist. Und diese Diskrepanz fällt in Baden-Württemberg recht deutlich aus.

Migrantenselbständigkeit in Stuttgart und im Vergleich großer Städte

Starke Differenzen in der Selbständigkeitsneigung kommen genauso beim Vergleich der großen Städte in Deutschland zum Vorschein (Abb. 6.2.2).⁷ Während in Berlin fast jede vierte, und in Düsseldorf, Hamburg, Köln, Nürnberg und München jede achte erwerbstätige Person mit Migrationshintergrund (12-14%) beruflich selbständig auf den Beinen steht, ist dies in Stuttgart lediglich bei jedem Zwölften (8,6%) der Fall. Und auch hier zeigt sich kein systematischer Zusammenhang zwischen den Selbständigenquoten und dem Migrantenanteil an den Erwerbspersonen. Stuttgart hat im bundesweiten Vergleich einen der höchsten Migrantenanteile in der Bevölkerung. Dieser ist sogar höher als in Berlin. Die Südwest-Stadt besitzt starke internationale Bezüge und bedeutende multinationale Unternehmen, aber dies schlägt sich offenbar nicht in der Selbständigkeitskultur der Migranten nieder. Zusammen mit Dortmund bildet die baden-württembergische Landeshauptstadt das Schlusslicht in diesem Städtevergleich. Dies war bereits in Anbetracht der im Landesvergleich eher schwachen Gründungsquote in Stuttgart zu erwarten (Kapitel 5.2).

⁷ Fallzahlenbedingt konnten hier nur Städte mit relativ hohem Bevölkerungs- und Migrantenanteil ausgewählt werden.

Abb. 6.2.2: Selbständigenquoten und Erwerbspersonenanteile von Migranten in ausgewählten deutschen Städten



Quelle: Statistisches Bundesamt (Fachserien 2010 und 2008); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Mögliche Ursachen für die geringere Selbständigenquote von Migranten in der Landeshauptstadt wurden bereits im Zusammenhang mit dem regionalen Gründungsgeschehen erörtert. Die günstigen Arbeitsmarktbedingungen können dieses Phänomen wohl teilweise, aber nicht ausreichend erklären. Dies zeigt sich auch an der höheren Selbständigkeitsneigung unter den Einheimischen. Die Selbständigenquote unter den Deutschen ohne Migrationshintergrund beträgt in Stuttgart 13%, in Städten wie Dortmund, Hannover, Nürnberg oder Frankfurt aber bspw. nur zwischen 9% bis 12% (hier nicht abgebildet).

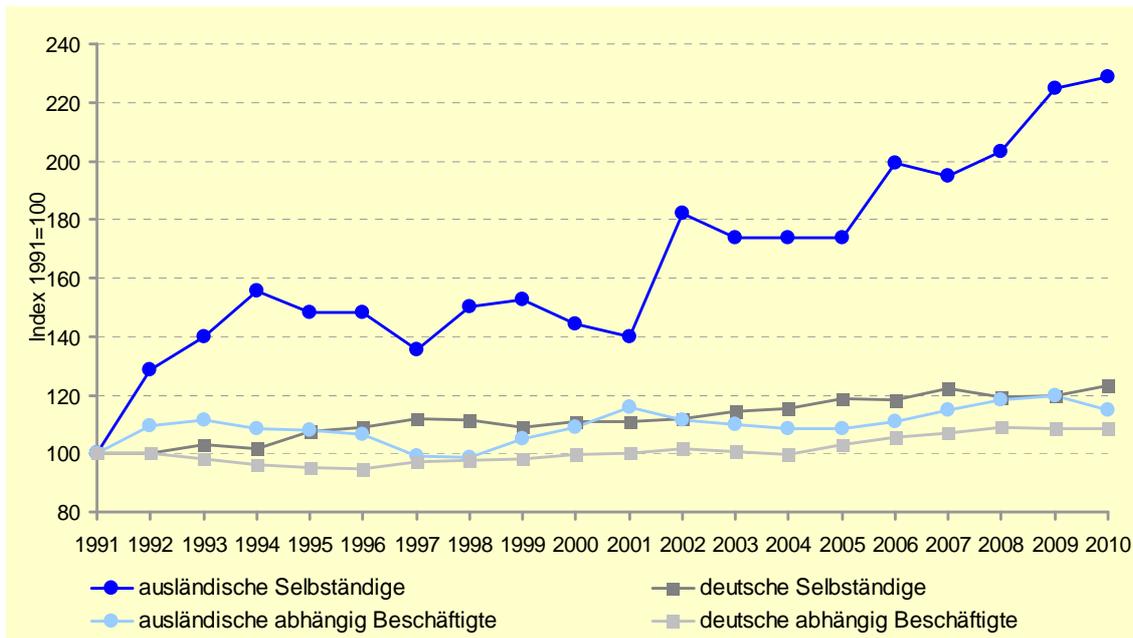
6.3 Entwicklungslinien in längerfristiger Perspektive

Die Hintergründe der dargestellten Bedeutung und Struktur von Migrantenselbständigkeit sind mit Momentaufnahmen nicht zu erfassen, weshalb ein Rückblick auf die längerfristige Entwicklung erfolgt. Da sich aber Personen mit Migrationshintergrund erst seit 2005 mit der amtlichen Statistik erkennen lassen, müssen für den langen Zeitraum die Zahlen für Ausländer verwendet werden. Auf die jüngere Entwicklung unter Einbezug von Deutschen, die eine Zuwanderungsgeschichte haben, wird darauf folgend eingegangen.

Entwicklungsmuster in absoluten und relativen Zahlen

Dem beobachteten niedrigen Niveau an Ausländerselbständigkeit liegt dennoch eine beachtliche Dynamik in der Entwicklung zugrunde: Seit 1991 hat sich der Bestand von 24.000 auf 54.000 (2010) mehr als verdoppelt. Zum besseren Vergleich mit der langfristigen Entwicklung der abhängig Beschäftigten sind die Veränderungen in Abbildung 6.3.1 als Index (1991=100) abgetragen. Hier wird ersichtlich, dass die Zahl der selbständigen Ausländer um 128%, die der abhängig beschäftigten Ausländer jedoch nur um 15% gestiegen ist.

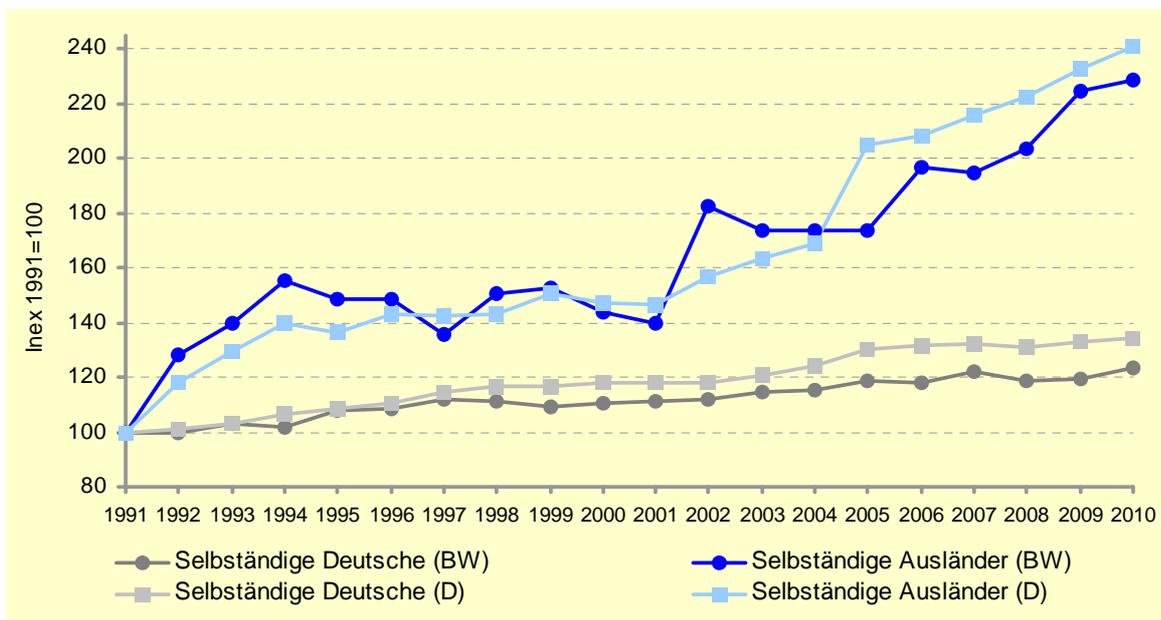
Abb. 6.3.1: Index der Entwicklung von ausländischen und deutschen Selbständigen und abhängig Beschäftigten* in Baden-Württemberg 1991-2010 (1991=100)



Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Fachserie div. Jahrgänge (Mikrozensus); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

* Abhängig Beschäftigte hier einschließlich Familienangehörigen.

Abb. 6.3.2: Index der Entwicklung von ausländischen und deutschen Selbständigen in Baden-Württemberg und in Deutschland 1991-2010 (1991=100)



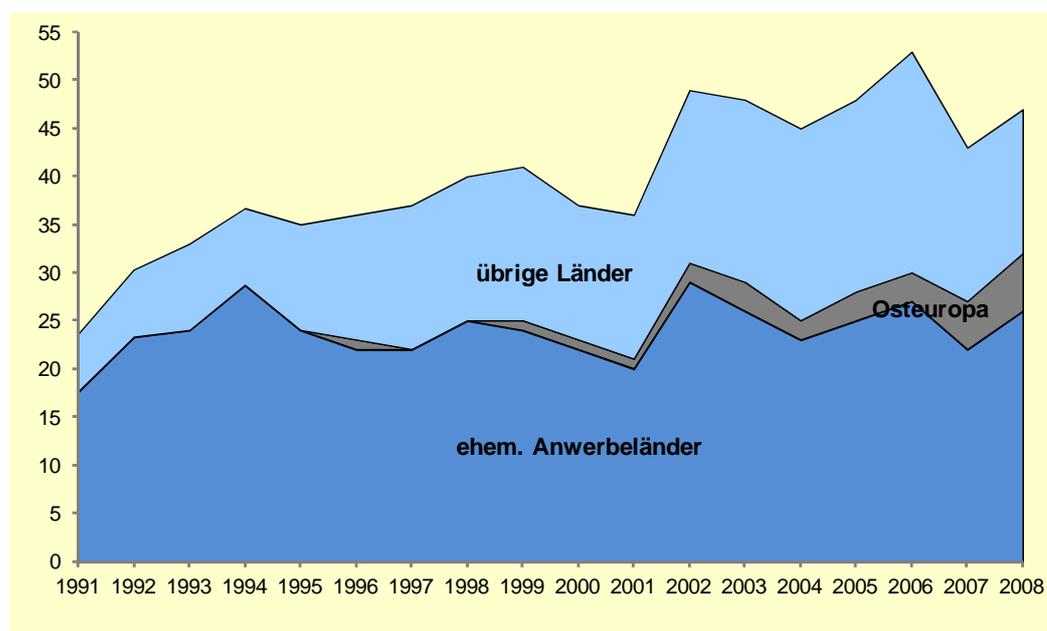
Quelle: Statistisches Landesamt Ba-Wü und Statistisches Bundesamt, Fachserie div. Jahrgänge (Mikrozensus); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Dieser Sprung der Selbständigenzahl nach oben ist – sieht man von einzelnen Gruppen wie den Polen ab – nur zu geringem Teil auf Zuwanderungseffekte zurückzuführen, denn wie bereits beschrieben, war der Wanderungssaldo in diesem Zeitraum stark rückläufig. Die gegenüber den ausländischen Arbeitnehmern überproportionale Entwicklung untermauert dies. Oh-

nehin hielten sich insbesondere die Angehörigen der ehemaligen Anwerbeländer, wie in Kapitel 7 noch aufgezeigt wird, zum Zeitpunkt der Gründung ihrer Unternehmen schon relativ lang in der Bundesrepublik auf.

Die Veränderungsraten sowohl bei den Selbständigen als auch bei den Arbeitnehmer/innen übersteigen die bei den deutschen Pendanten, was bei den ausländischen Selbständigen natürlich auf das geringe Ausgangsniveau zurückzuführen ist. In den 70er und 80er Jahren waren selbständige Ausländer (nicht nur in Baden-Württemberg) noch eher eine Gruppe von Exoten. Einen sprunghaften Anstieg erlebten sie insbesondere Anfang der 90er Jahre und dann, nach einer vergleichsweise moderaten Entwicklung, nochmals zwischen der Mitte und dem Ende des vergangenen Jahrzehnts. Es ist offenkundig, dass der erste Schub ein generelles Phänomen in der Bundesrepublik war, zumindest was die ausländischen Selbständigen betrifft. Dies wird bei einem Vergleich mit der Entwicklung auf Bundesebene ersichtlich (Abbildung 6.3.2). In Baden-Württemberg ist die Zahl ausländischer Selbständiger bis 1995 zunächst von 24.000 auf 35.000 und erst mit einem zweiten Schub zwischen 2001 und 2002 nochmals kräftig auf 43.000 angestiegen. Mit dem erneuten Zuwachs in den letzten Jahren der vergangenen Dekade kam es zu einer Angleichung der prozentualen Veränderungsrate von Land und Bund. Dieser Gleichschritt führte aber nicht dazu, dass sich auch die Selbständigenquote der Ausländer in Baden-Württemberg der auf Bundesebene angeschlossen hat (siehe im Folgenden).

Abb. 6.3.3: Entwicklung von ausländischen Selbständigen aus den ehemaligen Anwerbeländern und den übrigen Ländern in Baden-Württemberg 1991-2008



Quelle: Statistisches Bundesamt, (Mikrozensus scientific use file); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

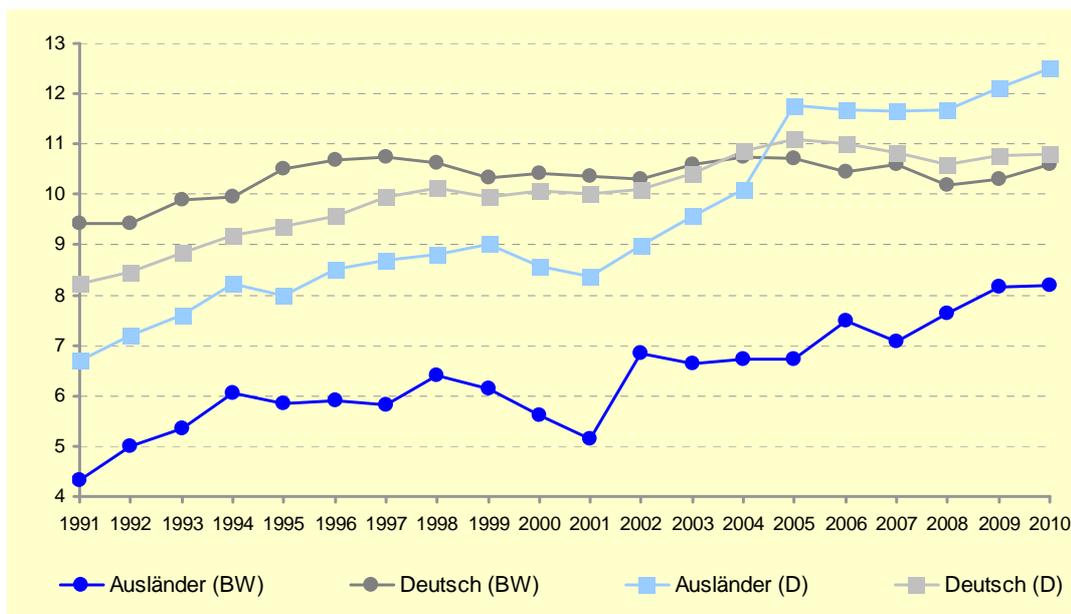
Den Hintergründen dieser Entwicklung wird an anderer Stelle nachgegangen. Zumindest auf den ersten Blick sieht es so aus, als würden die Entwicklungssprünge mit entscheidenden makrostrukturellen Veränderungen, so etwa mit der Wende in Osteuropa, der EU-Erweiterung und dann auch mit den Fördermaßnahmen der BA zusammenhängen. Allerdings wurden die Zuwächse Anfang der 90er Jahre (noch) nicht durch „neue“ Selbständige aus dem Osten, sondern durch einen verstärkten Gründungsboom unter den Angehörigen der ehemaligen Anwer-

beländer, also vor allem von den schon länger Verweilenden, ausgelöst (Abbildung 6.3.3). Mit Blick auf die Entwicklung in jüngerer Zeit ist festzustellen, dass sich die Zahl der ausländischen Selbständigen aus den ehemaligen Anwerbeländern nicht mehr so gravierend verändert hat, wenn man von einigen diskontinuierlichen Bewegungen absieht. Eine Ausnahme stellen die türkischen Selbständigen dar, die erst in jüngerer Zeit zahlenmäßig nochmals stark zugelegt haben. Ansonsten wird das Wachstum vor allem durch die Selbständigen aus den übrigen Ländern induziert – und dabei ganz langsam auch durch die aus Osteuropa. Zu beachten ist, dass sich die Abbildung (wegen der längeren Zeitreihe) nur auf die Entwicklung von Ausländern bezieht, weshalb bspw. der Zuwachs durch die vielen Osteuropäer mit deutscher Staatsangehörigkeit hier nicht adäquat widerspiegelt wird.

Entwicklung der Selbständigenquoten von Ausländern

Die Unterschiede zwischen den Selbständigenquoten auf Landes- und auf Bundesebene werden etwas verständlicher, wenn man das Ausgangsniveau Anfang der 90er Jahre ins Kalkül zieht. Während die Selbständigenquote von Ausländern in Gesamtdeutschland bereits 1991 bei 6,7% lag, startete die Entwicklung in Baden-Württemberg mit einem um 2,5%-Punkte niedrigeren Wert (Abbildung 6.3.4). Im Gegensatz dazu jedoch lag die Selbständigenquote der Einheimischen im Südwesten deutlich über derjenigen in Gesamtdeutschland. Die für die Deutschen geltende Selbständigenquote hat sich jedoch im Zeitverlauf angeglichen und rangiert derzeit auf ähnlich hohem Niveau (Tabelle 6.1.3). Demgegenüber haben sich die Selbständigenquoten von Ausländern in Land und Bund nicht angeglichen. Nach fast zwei Jahrzehnten beträgt der Abstand zwischen beiden Quoten immer noch 4%-Punkte (und selbst unter Einbezug der Deutschen mit Migrationshintergrund immer noch 3%-Punkte).

Abb. 6.3.4: Entwicklung der Selbständigenquote von Ausländern und Deutschen in Baden-Württemberg und Deutschland 1991-2010



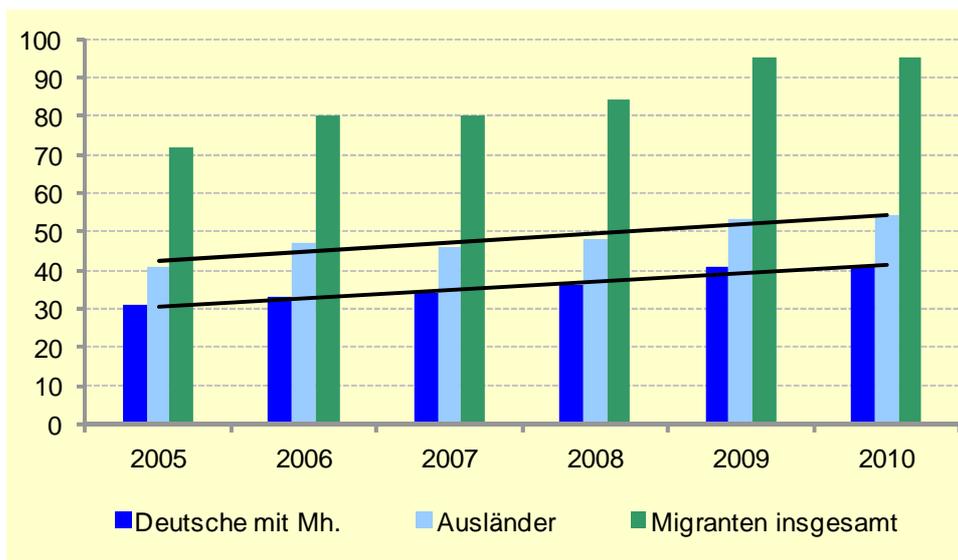
Quelle: Statistisches Landesamt Ba-Wü und Statistisches Bundesamt, Fachserie div. Jahrgänge (Mikrozensus); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Nach einer vorübergehenden Annäherung beider Quoten zwischen 2001 und 2002 drifteten sie wieder auseinander. Dies ist allerdings nicht allein auf die Entwicklung ausländischer Selbständiger zurückzuführen, wie auch aus Abbildung 6.3.2 ersichtlich, sondern zum Teil auf die Entwicklung der Zahl ausländischer Arbeitnehmer in Baden-Württemberg. Denn die Beschäftigtenzahl an Ausländern stieg im Südwesten seit Anfang der 90er Jahre stärker als in Gesamtdeutschland (hier nicht abgebildet). Vor diesem Hintergrund ist auch der Einbruch der Selbständigenquote von Ausländern zwischen 1998 und 2001 zu sehen. Die Absolutzahl an Selbständigen ging (wie auch aus Abb. 6.3.1 abzuleiten) nicht so stark zurück wie es anhand der Quote scheint, sondern die Zahl der ausländischen Arbeitnehmer zog mit einem vor allem im Verarbeitenden Gewerbe spürbaren Konjunkturhoch bis 2000/2001 an und ging dann wieder etwas zurück.

Jüngere Entwicklung der Selbständigen mit Migrationshintergrund insgesamt

Die noch junge statistische Erfassung und Bestimmung des Migrationshintergrunds von Personen erlaubt dementsprechend auch nur die Darstellung einer kurzen Phase. Die dahinter stehende Frage ist, ob der Zuwachs an Ausländern in ähnlicher Weise auch bei den Eingebürgerten zu beobachten ist. Soweit die kurze Zeitspanne überhaupt eine solche Abschätzung erlaubt, kann in Bezug auf Baden-Württemberg festgehalten werden, dass sich der Gesamtzuwachs um 23.000 selbständige Migranten seit 2005 in etwa proportional auf beide Gruppen, d.h. auf Ausländer und Eingebürgerte bzw. auch Aussiedler verteilt (Abbildung 6.3.5). Beide Aggregate haben allein in diesem kurzen Zeitraum um etwa ein Viertel zugelegt.

Abb. 6.3.5: Entwicklung der Selbständigen Ausländer und der Deutschen mit Migrationshintergrund in Baden-Württemberg 2005-2010 (in Tausend).



Quelle: Statistisches Landesamt Ba-Wü, Fachserie div. Jahrgänge (Mikrozensus); eigene Berechnungen
ifm Universität Mannheim.

* jeweils Migrationshintergrund im engeren Sinn.

Der jüngere Zuwachs unter selbständigen Migranten insgesamt ist zu einem beachtlichen Teil auf die unternehmerischen Aktivitäten der Türkischstämmigen zurückzuführen, während die lange Zeit ähnlich gewichtige Gruppe der Italiener/innen zahlenmäßig eher stagniert. Zu er-

wähnen ist hierbei, dass Selbständige türkischer Herkunft häufiger eingebürgert sind,⁸ weshalb die Gesamtgruppe türkischstämmiger Selbständiger dann auch erst mit der Erfassung des Migrationshintergrunds der Eingebürgerten „richtig sichtbar“ wurde.

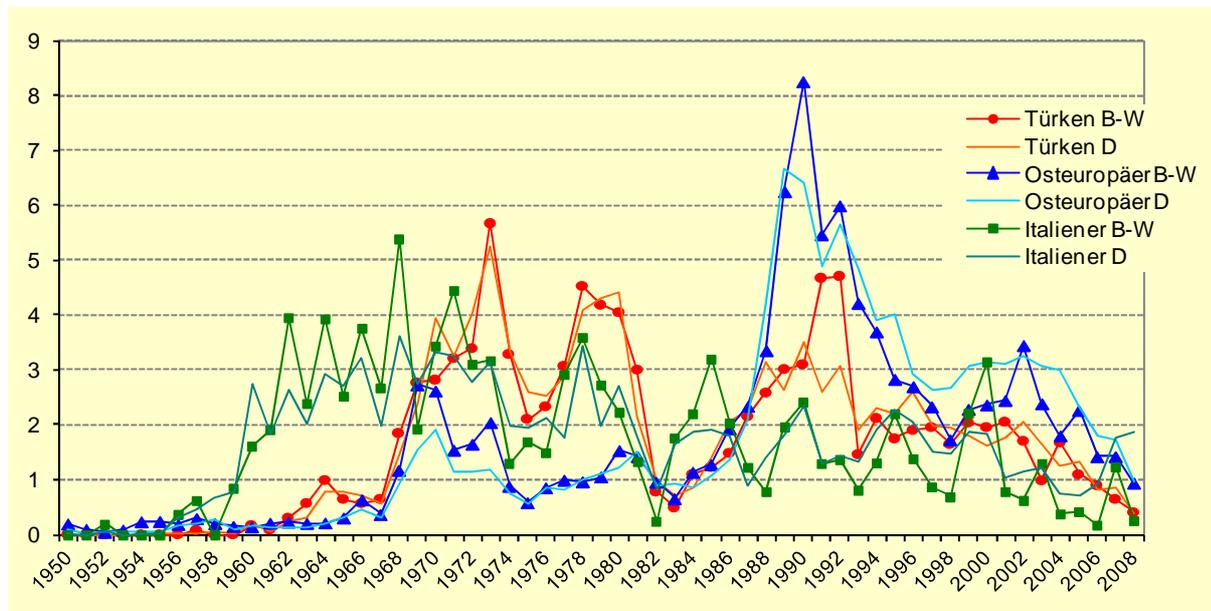
6.4 Zuwanderungszeiträume und Generationen

Umfang und Gestalt der Migrantenökonomie werden (unter anderem) auch durch die Zuwanderungszeiträume geformt, da die Migration zu unterschiedlichen Zeiten auch Menschen mit unterschiedlichen Motiven und Erfahrungen nach Baden-Württemberg brachte. Die Struktur dieser Phasen und die damit einhergehende Stärke der Zuwanderung sind zudem auch verantwortlich für die Bedeutung, welche die erste und zweite Generation unter den beruflich Selbständigen einnimmt.

Zuwanderungsphasen von Selbständigen in der ersten Generation

In welchem Zeitraum sind die selbständigen Migranten, soweit sie der ersten Generation zugehören, einst zugewandert? Natürlich stehen viele von denen, die einst in den 50er und 60er Jahren als „Gastarbeiter“ angeworben wurden, heute nicht mehr unbedingt im Erwerbsleben. Aber dennoch sind die Zuwanderungszeitpunkte derjenigen von Interesse, die zum Erhebungszeitpunkt (noch) beruflich selbständig waren. Rückblickend wird hierbei zunächst die gesamte Aufenthaltszeit unabhängig vom Erwerbsstatus betrachtet. Das heißt der Frage, wie viele Jahre nach ihrer Zureise sie ihr Unternehmen gegründet haben, widmen wir uns an anderer Stelle (Kapitel 7).

Abb. 6.4.1: Verteilung türkischer, italienischer und osteuropäischer Selbständiger nach Zuwanderungszeiträumen: Land-Bund-Vergleich



Quelle: Statistisches Bundesamt, (Mikrozensus scientific use file); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

⁸ Der Anteil der Eingebürgerten beträgt unter den türkischstämmigen Selbständigen rund ein Drittel. Dies ist ähnlich auch auf Bundesebene der Fall.

Fast ein Zehntel der selbständigen Türken ist bereits in den 60er Jahren zugereist, wobei der große Boom etwas später eingesetzt hat, denn die meisten der heute Selbständigen sind zwischen 1971 und 1980 zugewandert. Der Medianwert, der anzeigt, in welchem Jahr bereits die Hälfte aller in Baden-Württemberg selbständigen Türken hierzulande angekommen war, liegt bei 1980. Dies ist ähnlich bei den Griechen der Fall. Die Selbständigen aus Italien, sind – wie auch das Mitte der 50er Jahre unterzeichnete Anwerbeabkommen nahe legt – in der Mehrzahl sogar früher nach Deutschland gekommen: Über ein Viertel wanderte bereits in den 60er Jahren und ein weiteres Viertel dann noch vor 1980 zu. (Der Median liegt bei 1976). Die ehemaligen Jugoslawen erreichen die Hälfte ihrer Gruppenstärke im Jahr 1985. Es dürfte nicht überraschen, dass dieser Wert für die Polen und die Gruppe der übrigen Osteuropäer wesentlich später, d.h. bei 1989 bzw. 1993 liegt.

In Abbildung 6.4.1 ist beispielhaft die Verteilung der Zuwanderer aus der Türkei, aus Italien und aus Osteuropa auf die Zuwanderungszeiträume dargestellt, wodurch ein Vergleich zwischen der Struktur auf Landes- mit der auf Bundesebene möglich wird. Am Beispiel der Italiener zeigt sich, dass die in Baden-Württemberg lebenden Selbständigen durchschnittlich etwas früher ihre Heimat verlassen haben als diejenigen, die sich in den übrigen Bundesländern niedergelassen haben. Drei Viertel aller (zum Erhebungszeitpunkt) selbständigen Italiener in Baden-Württemberg sind bereits vor 1980 zugewandert. In Deutschland trifft dies nur auf etwa die Hälfte zu. In der Tendenz zeigt sich dies auch bei den türkischen Zuwanderern. Und soweit sich Osteuropäer (darunter viele Aussiedler) im Südwesten niedergelassen haben, erfolgte dies stärker konzentriert auf die frühen 80er Jahre und weniger als im gesamten Bundesgebiet zusätzlich noch in späteren Phasen. Diese Zuwanderungsstrukturen könnten, wie nachfolgend noch untersucht wird, auch Implikationen für die zugrunde liegenden Qualifikationen haben.

Gewicht der zweiten Generation

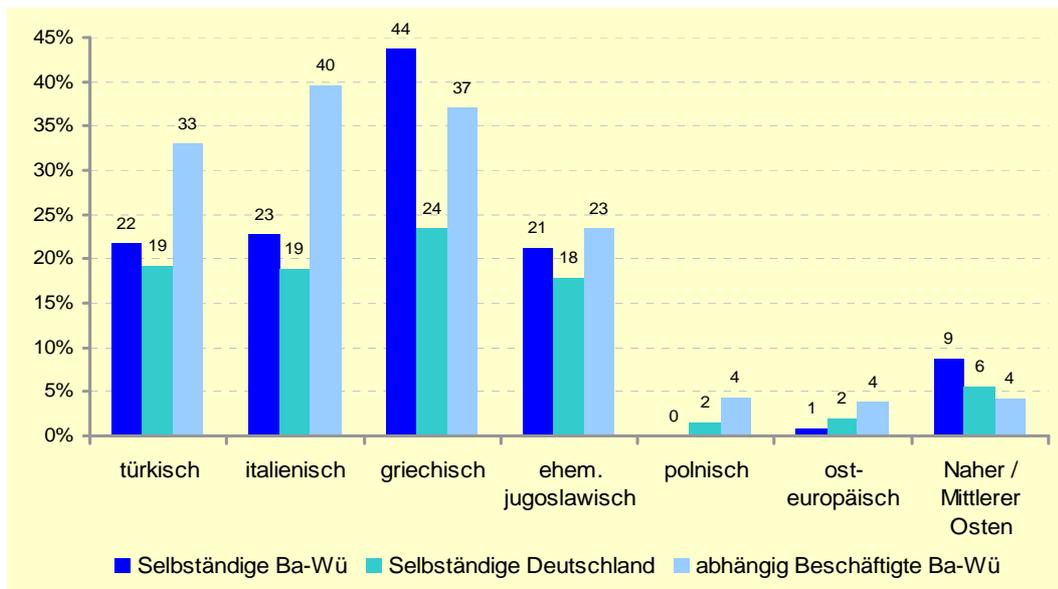
Im Zusammenhang mit der Debatte um die Ursachen zunehmender Migrantenselbständigkeit wird in der Öffentlichkeit nicht selten der Eindruck erweckt, das Phänomen werde von der hohen Gründungsneigung von Menschen der Zweiten Generation getragen. Vor dem Hintergrund der widersprüchlichen und teils doch optimistischen Einschätzungen interessiert also, wie präsent die hier in Deutschland sozialisierten Migranten in der beruflichen Selbständigkeit sind. In Anlehnung an das Statistische Bundesamt werden hier als „Zweite Generation“ (und teils abweichend von einigen anderen Definitionen⁹) diejenigen Personen bezeichnet, die keine eigene Migrationserfahrung besitzen bzw. die in Deutschland geboren sind.

Die zweite Generation ist noch nicht so stark unter den unternehmerisch engagierten Migranten vertreten (siehe auch oben Tabelle 6.1.1). Die erste Generation dominiert: Rund 79.000 sind in persona zugewandert, das heißt: weniger als ein Fünftel des derzeitigen Bestands an selbständigen Migranten in Baden-Württemberg (15.000) ist hier in Deutschland geboren. Jedoch war ein höherer Anteil eigentlich nicht zu erwarten, denn die erfolgreiche Ausübung

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.

beruflicher Selbständigkeit erfordert in der Regel eine adäquate Arbeitserfahrung und damit ein gewisses Alter. Andererseits ist dieses Ergebnis auch stark von der Struktur der jüngeren Zuwanderung beeinflusst, da sich – wie schon am Beispiel der Polen zu sehen war – immer mehr Osteuropäer selbständig machen und dadurch der Anteil an Gründungen, der auf die Nachfahren der ehemaligen Gastarbeiter entfällt, tendenziell schwindet.

Abb. 6.4.2: Anteil der Zweiten Generation unter Selbständigen und abhängig Beschäftigten nach Herkunftsländern in Baden-Württemberg und Deutschland



Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus; scientific use file – Match 2007/2008); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Welchen Anteil die Selbständigen aus der zweiten Generation innerhalb der einzelnen Herkunftsgruppen stellen, wird aus Abbildung 6.4.2 ersichtlich. Der höchste Anteil findet sich bei den Griechen, wo mindestens jeder dritte – oder sogar fast jeder zweite – Selbständige in Deutschland geboren ist. Unter den türkisch-, italienisch- und jugoslawischstämmigen Selbständigen ist in etwa jeder Vierte bis Fünfte hierzulande geboren. Solche Werte werden in den anderen Herkunftsgruppen nicht erreicht. Insbesondere unter den Osteuropäern ist die zweite Generation verständlicherweise nur schwach präsent.

Auffällig ist, dass die Anteile der zweiten Generation in Gesamtdeutschland zumeist unter denjenigen in Baden-Württemberg liegen. Hier macht sich zumindest in der Tendenz bemerkbar,¹⁰ dass die ersten Gastarbeiter bereits in den 50er, aber vor allem in den 60er und 70er Jahren in größerer Zahl in den Südwesten zugewandert sind, während der Zustrom aus den Anwerbeländern in den anderen Bundesländern teilweise später einsetzte bzw. in Ostdeutschland natürlich keine Rolle spielte. Die erste Generation ist daher in Baden-Württemberg etwas älter, wodurch deren Nachfahren mit größerer Wahrscheinlichkeit in einem für die Selbständigkeit reifen Alter sind. Es dürfte dann nicht verwundern, dass auch ein hoher Anteil der abhängig beschäftigten Türken, Griechen und Italiener zur zweiten Generation zu rechnen ist.

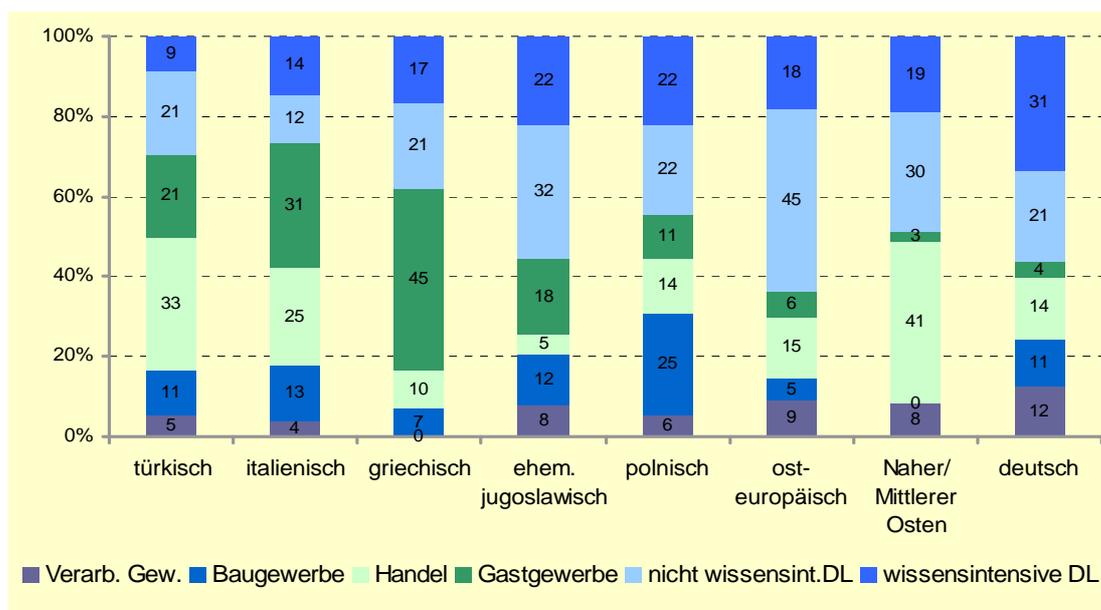
¹⁰ In den früheren Querschnitterhebungen kam der Unterschied zwischen Baden-Württemberg und Deutschland noch stärker zur Geltung.

6.5 Wirtschaftsbereiche

Als ein zentrales Charakteristikum der Migrantenökonomie wird das Engagement in Branchen mit niedrigen Zugangshürden und damit in Wirtschaftsbereichen mit geringen Anforderungen an Human- und Finanzkapital, aber mit hoher Arbeitsintensität gesehen. Dieses Bild ist allerdings auch stark durch die Alltagsbeobachtung und durch die Ökonomie der Migranten aus den ehemaligen Anwerbeländern geprägt, was in jüngerer Zeit auch zu entsprechenden Fehlinterpretationen und politischen Kontroversen in den Medien führte.¹¹ Die sektorale Struktur selbständiger Migranten ist wesentlich breiter und auch moderner als vielfach vermutet. Insgesamt finden sich nur 29% aller Migrantenunternehmen in Baden-Württemberg im Gastgewerbe und Handel, und dies mit abnehmender Tendenz. Rund 17% sind dem Produzierenden Gewerbe und weitere 18% den wirtschaftsnahen Dienstleistungen zuzuordnen. Und fügt man die in den kulturellen und kurativen Dienstleistungen tätigen Freiberufler hinzu, entfällt ein Viertel aller selbständigen Migranten auf die wissensintensiven Dienstleistungen.

Die Determinanten dieser Strukturen werden klarer, wenn man nach Herkunftsländern differenziert. Zunächst ist festzustellen, dass von den unternehmerischen Aktivitäten der Türken, Italiener und Griechen jeweils mehr als die Hälfte allein auf das Gastgewerbe und den Handel entfällt, weitere haushalts- und personenbezogene Dienstleistungen nicht einberechnet (Abbildung 6.5.1). Einen besonders breiten Platz nimmt die Gastronomie allerdings nicht so sehr unter den Türken (und schon gar nicht unter den „Arabern“) ein, sondern unter den Griechen und Italienern, was auch als Hinweis darauf zu werten ist, dass nicht nur die individuellen Ressourcen sondern auch die Nachfrage nach kulturellen Gütern eine entscheidende Rolle bei der Branchenorientierung spielt.

Abb. 6.5.1: Verteilung selbständiger Migranten auf Wirtschaftsbereiche in Baden-Württemberg



Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus; scientific use file - Match); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

¹¹ Anlass war ein Interview von Thilo Sarrazin (Bundesbank-Vorstand) in *Lettre International* (86/2009), der behauptete: „Eine große Zahl an Arabern und Türken in dieser Stadt (...) hat keine produktive Funktion, außer für den Obst- und Gemüsehandel, und es wird sich vermutlich auch keine Perspektive entwickeln.“

Die in manchen Gruppen starke Bedeutung des Handels geht nicht immer – wie häufig vermutet – auf den Lebensmitteleinzelhandel zurück. Insbesondere die selbständigen Händler aus Osteuropa und aus dem Nahen und Mittleren Osten bedienen größtenteils ganz andere Warensegmente (von der Unterhaltungselektronik bis zum Kunstgewerbe und Möbelhandel).

Ohnehin ergibt sich mit Blick auf die Wirtschaftszweigstruktur der Polen und übrigen Osteuropäer ein ganz anderes Bild. Hier kommen die Anteile der distributiven Dienste eher in die Nähe der Branchenstruktur der Selbständigen deutscher Herkunft. Die Anteile, die auf das Gastgewerbe entfallen sind nur halb bis ein Drittel so hoch wie unter den Selbständigen aus den ehemaligen Anwerbeländern. Dies dürfte nicht verwundern, da die außerhäuslichen Ess- und Trinkgewohnheiten in Deutschland stark von der mediterranen Küche beeinflusst sind. Von daher ist auch ein knappes Fünftel der Selbständigen aus den Ländern des ehemaligen Jugoslawien gastronomisch engagiert. Die osteuropäische Küche spielt hingegen eine eher untergeordnete Rolle.

Aber die sektorale Orientierung der Polen und der sonstigen Osteuropäer (darunter vor allem Russen) ist keinesfalls homogen. Die Polen sind so stark wie keine andere Nationalität in den baugewerblichen Leistungen präsent. Ein Viertel aller polnischen Tätigkeiten konzentriert sich auf das Bauhandwerk. Und dennoch fällt dieser mit dem Mikrozensus identifizierte Anteil noch hinter den zurück, der sich mit Gewerbeanzeigenstatistik erkennen lässt. Dort ist jedes zweite von Polen angemeldete Gewerbe dem Bau zuzuordnen (hier nicht dargestellt). Es ist offensichtlich, dass ein großer Teil der polnischen „Schein- und Wanderselbständigen“ in einer wohnortbezogenen Erhebung, wie dies beim Mikrozensus (aber auch bei unserer eigenen Erhebung) der Fall ist, nicht erfasst werden kann, zumal die Selbständigkeit meist nur von kurzer Dauer ist (zu den Effekten der eingeschränkten Arbeitnehmerfreizügigkeit siehe auch Kapitel 2 und 5.1). Die russischen, rumänischen und sonstigen osteuropäischen Gründer sind (soweit sesshaft) auffällig stark in den „nicht-wissensintensiven“ Dienstleistungen vertreten, wozu vor allem Dienste im pflegerischen Bereich oder in der Gebäudereinigung usw. zählen. Fast die Hälfte arbeitet in diesen und ähnlichen Wirtschaftsbereichen.

In den vor allem durch die Freien Berufe geprägten wissensintensiven Dienstleistungen sind sämtliche der in unserer Untersuchung ausgewählten Ethnien noch unterrepräsentiert. (Mit Blick auf selbständige Migranten insgesamt bzw. auf andere Herkunftsgruppen, wie z.B. Westeuropäer, sieht das etwas anders aus.) Während fast ein Drittel der einheimischen Selbständigen in den wissensintensiven Diensten tätig ist, macht dieser Bereich bei den betrachteten Gruppen nur zwischen einem Zehntel und einem Fünftel aus. Am stärksten sind hier die Polen und Ex-Jugoslawen involviert. Würde man die Russen gesondert betrachten, kämen auch hier höhere Anteile zum Tragen.¹²

An dieser Stelle ist zu erwähnen, dass sich die Wirtschaftszweigstruktur prinzipiell auch mit unseren eigenen Befragungsdaten abbilden lässt. Wir gehen jedoch davon aus, dass bestimmte Branchen im Telefonadressverzeichnis überrepräsentiert sind, wodurch auch unsere Primärdaten möglicherweise sektorale Verzerrungen erfahren. In der Tendenz kommt man mit den Daten aber zu Ergebnissen, die mit den Mikrozensusdaten vergleichbar sind.

¹² Gesondert untersucht in Leicht et al. 2009.

III. Determinanten

Welche Faktoren beeinflussen die Entstehung und Entwicklung der dargestellten unternehmerischen Aktivitäten von Migrantinnen und Migranten? 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.¹ 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.² Trotz aller Kritik an diesem „Modell“,³ halten wir den Ansatz dennoch geeignet, um an dieser Stelle die Komponenten und die Bedeutung ethnischer Strategien etwas näher zu beleuchten.

Waldinger und Kollegen benutzen den Begriff „Strategien“ um unternehmerische Aktivitäten von Migranten zu charakterisieren. 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. 7.0). 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“⁴, wie etwa Bildung, Selbständigkeitserfahrung und andere Formen von Humankapital werden wir im Folgenden eingehen (Kapitel 7.1 und 7.4). 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.⁵ Diesen Möglichkeiten wird in Kapitel 7.2 ausführlich nachgespürt.

¹ Vgl. hierzu Kapitel 2.

² „Ethnic strategies emerge from the interaction of opportunities and group characteristics, as ethnic groups adapt to their environments“ (Aldrich/ Waldinger 1990, S. 114).

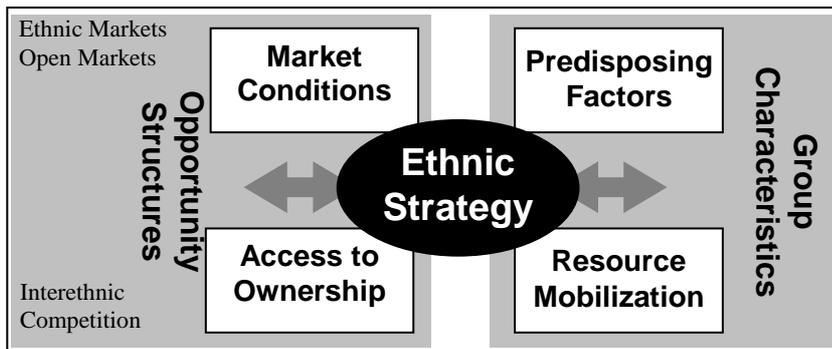
³ Kloosterman und Rath (2003, S. 6) bezeichnen den Ansatz von Waldinger et al. eher als Klassifikation denn als Erklärungsmodell. Light und Rosenstein (1995) kritisieren v.a. die mangelnde methodische Umsetzbarkeit des Interaktionsansatzes.

⁴ Light 1984; Light/ Gold 2000.

⁵ Aldrich 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.

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. Mit den Märkten der unternehmerisch aktiven Migranten und ihren Bedingungen befassen wir uns in Kapitel 7.3.

Abb. 7.0: Ethnische Strategien und interaktive Komponenten



Quelle: Vereinfachte eigene Darstellung nach Waldinger, Aldrich und Ward (1990).

Bei der Suche nach den Determinanten sind einige Randbedingungen erwähnenswert: So müssen sich Faktoren, die das Gründungsgeschehen lenken, nicht unbedingt mit jenen decken, die den unternehmerischen Erfolg bestimmen. Andererseits hat die Gründungsforschung gezeigt, dass hier größtenteils die gleichen Einflussfaktoren greifen. Ferner erscheint es möglich, dass die unternehmerischen Ambitionen von Migranten und von Einheimischen auf jeweils unterschiedlichen Triebkräften beruhen und dass es dennoch eine Reihe an Variablen gibt, die bei beiden Gruppen ähnliche Wirkung zeigen. Bei allem ist zu beachten, dass die Erklärung der Bedeutung und Entwicklung von Migrantenselbständigkeit auch mehrdimensionale Analysen erfordert, wobei das Wissen um die Stärke bestimmter Zusammenhänge allein nicht ausreichend ist. Denn darüber hinaus ist auch maßgeblich, wie viele Migranten die identifizierten gründungsrelevanten Eigenheiten und Chancen überhaupt besitzen.

Daher greifen wir in Kapitel 7 zunächst nur streiflichtartig auf die in der Ethnic Entrepreneurshipforschung geführte Diskussion um die Wirkung bestimmter Ressourcen und Gelegenheiten zurück, sondern fragen zuerst, in welchem Maße Migranten insbesondere mit Humankapital, ethnischem oder sozialem Kapital ausgestattet sind. Was die Wirkung dieser Faktoren betrifft ist von einem komplexen Einflussgeflecht auszugehen, dem die Datenlage nicht in jeder Hinsicht gerecht werden kann. Soweit es die Daten zulassen werden am Ende des Kapitels einige zentrale Determinanten mit (weiteren) multivariaten Analysen identifiziert. In Kapitel 8 widmen wir uns den subjektiven Bestimmungsfaktoren und mithin der Frage, durch welche Motivlagen der Schritt in die Selbständigkeit beflügelt wurde. Zwar spielen hier bereits Push- und Pullfaktoren eine gewichtige Rolle, aber Kapitel 9 befasst sich noch eindringlicher mit den Einflüssen des Arbeitsmarktes und mit der Frage, inwieweit sich die vergleichsweise niedrigen Selbständigenquoten von Migranten mit der in Baden-Württemberg geringeren Arbeitslosigkeit erklären lassen.

7. Verfügbarkeit von Ressourcen und Gelegenheiten

Spätestens seit den 90er Jahren herrscht in der Ethnic Entrepreneurshipforschung weitestgehend Einigkeit, dass weder personen- noch marktbezogene Faktoren allein die Entwicklung der Migrantenökonomie erklären, sondern das Zusammenspiel aus der Nutzung bestimmter Ressourcen und Gelegenheiten – aber nicht zuletzt auch deren Einbettung in bestimmte Strukturen (vgl. Kapitel 2).⁶ Die Meinungen gehen jedoch darin auseinander, welche Ressourcen, Gelegenheiten oder Strukturen es im Einzelnen sind, die zu ethnischem Unternehmertum führen. Während in der Gründungsforschung (insgesamt gesehen) Bildung und selbständigkeitsrelevantes Humankapital als wichtigste Voraussetzung für den Schritt zu und den Erfolg von unternehmerischem Verhalten behandelt wird, werden diese Einflussfaktoren in der Ethnic Entrepreneurshipforschung etwas zurückhaltender bewertet. Besonderes Augenmerk wird auf kulturelle Faktoren und auf ethnisches Kapital gelegt, das heißt letztlich auf Ressourcen, von denen angenommen wird, dass sie Migranten in stärkerem Umfang als Humankapital zur Verfügung stehen. Entscheidend ist jedoch nicht nur die Angebots- sondern genauso die Nachfrageseite. Daher interessieren die Märkte und damit auch die Gelegenheiten und Strategien, die Migranten sehen und nutzen, um ihre Ressourcen zum Einsatz zu bringen. Die genannten Faktorenbündel (Humankapital, ethnisches Kapital und Marktchancen) werden in den drei nachfolgenden Unterkapiteln auf ihre Relevanz hin im Einzelnen betrachtet, bevor ihre Einflussstärke in Gesamtmodellen untersucht wird.

7.1 Humankapital

Allgemeines und spezifisches Humankapital, darunter formale Bildung und Erfahrungswissen, gelten als zentrale Determinanten für den Zugang zu Selbständigkeit und das erfolgreiche Führen eines Unternehmens.⁷ In welchem Umfang verfügen Migranten über entsprechendes Humankapital?

7.1.1 Formale Bildung (Berufliche Qualifikation)

In Bezug auf ethnisches Unternehmertum wird die Relevanz von formalem Wissen – generell sowie im Vergleich zu anderen Faktoren – teilweise in Frage gestellt. Dies nicht zuletzt, weil Migranten insgesamt und durchschnittlich betrachtet weniger gebildet sind und daher zudem überproportional in Sektoren gründen, in denen Bildung und Wissen eine vergleichsweise geringe Rolle spielen. Ferner wird davon ausgegangen, dass insbesondere die Geringqualifizierten in der Ausübung einer selbständigen Tätigkeit einen alternativen Weg zu Arbeit und Wohlstand finden, während die Bessergebildeten auf attraktivere Arbeitnehmerjobs zurückgreifen können.⁸ Andererseits jedoch sind es häufig genauso auch höher qualifizierte Migran-

⁶ Hierfür stehen vor allem das Interaktionsmodell von Waldinger, Aldrich und Ward (1990) oder der Mixed-Embeddedness-Ansatz von Kloosterman und Rath 2001.

⁷ Brüderl et al. 1996; Arum/ Müller 2004.

⁸ Vgl. Kapitel 2.1 sowie vor allem Hammarstadt 2001 oder Thomas 2009.

ten, die am Arbeitsmarkt benachteiligt werden oder deren Berufsabschluss nicht anerkannt wird, weshalb auch für sie der Schritt in die Selbständigkeit lohnenswert erscheint.⁹

Qualifikationsstruktur

An anderer Stelle (Kapitel 7.4) untersuchen wir mit multivariaten Modellen unter anderem, welchen Einfluss die berufliche Ausbildung auf die Wahrscheinlichkeit nimmt, dass Migranten selbständig oder abhängig beschäftigt sind und welche Bedeutung der Bildungsfaktor im Vergleich zu anderen Determinanten hat. Hier interessieren zunächst die Grundlagen dieser Schätzmodelle, das heißt, wie viele Migranten in welcher beruflichen Stellung über welche Berufsabschlüsse verfügen. Aus dem Vergleich der Qualifikationsstruktur von Selbständigen und Arbeitnehmern lassen sich bereits erste Rückschlüsse auf die Bedeutung von Bildung für die Ausübung einer unternehmerischen Tätigkeit ziehen.

Der Arbeitsmarkt in Deutschland ist seit jeher stark berufsfachlich strukturiert und Zertifikate besitzen im Vergleich zu anderen Ländern eine größere Bedeutung. Daher dürfte nicht verwundern, dass Migranten zu einem höheren Anteil als Deutsche *ohne beruflichen Abschluss* sind. Der Anteil Ungelernter schwankt natürlich zwischen den einzelnen Ethnien. Unter den Angehörigen der ehemaligen Anwerbeländer (die aus dem ehemaligen Jugoslawien ausgenommen) haben zwischen 43% (Italiener) und 47% bzw. 48% (Griechen und Türken) der Selbständigen keinen Berufsabschluss (Abbildung 7.1.1). Dieser Anteil ist in etwa doppelt so hoch wie unter den übrigen Ethnien – wenn man von den Deutschen absieht, von denen nur 8% ohne Abschluss sind. Den geringsten Anteil an Ungelernten haben die polnischen Selbständigen, die gleichzeitig den höchsten Proporz an mittleren Berufsabschlüssen (*Lehre oder vergleichbare Qualifikation*) aufweisen, gefolgt von den übrigen Osteuropäern.

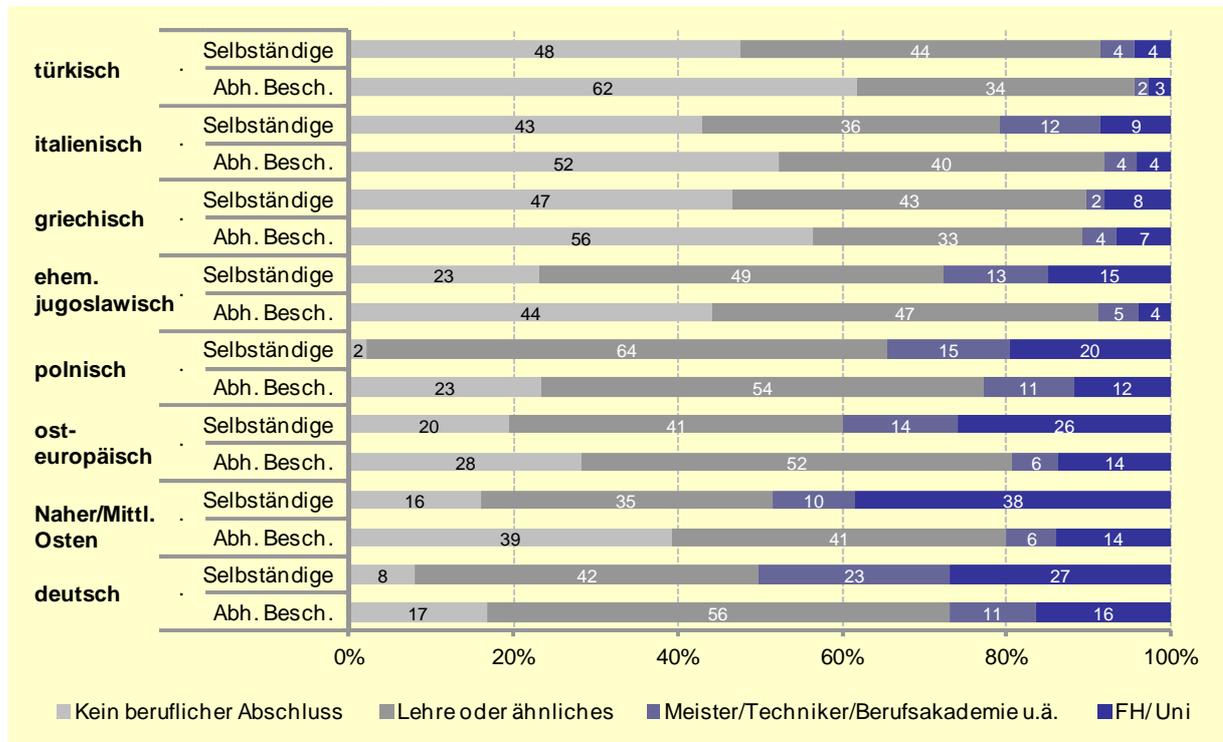
Von besonderem Interesse ist jedoch auch der jeweilige Anteil an Höherqualifizierten unter den Selbständigen, wozu im Folgenden nicht nur die Fachhochschul- und Universitätsabsolventen, sondern auch diejenigen mit einem Meister, Techniker- oder vergleichbaren Abschluss gerechnet werden.

Der gruppenspezifische Umfang an Selbständigen mit einem *Meister, Techniker- oder Berufsakademieabschluss* (oder ähnlichem Zertifikat) ist zunächst auch davon abhängig, wie viele der Gruppe überhaupt eine berufliche Ausbildung und damit die Voraussetzung für höhere Abschlüsse besitzen. Grenzen werden darüber hinaus durch die institutionellen Regulierungen in Deutschland gesetzt: Während fast jeder vierte einheimische Selbständige über einen Meister- oder Technikerabschluss oder ähnlichen Abschluss verfügt, ist dies unter Migranten höchstens bei jedem siebten bis achten Selbständigen der Fall. Am besten sind diesbezüglich noch diejenigen aus den osteuropäischen Ländern, d.h. auch einschließlich der Polen und Jugoslawen, ausgestattet. Hier ist allerdings auch zu beachten, dass zu dieser Gruppe (in unserer Mikrozensusklassifikation) zudem diejenigen zählen, die eine zwei- oder dreijährige Schule des Gesundheitswesens oder eine Berufsakademie besuchten. Dies ist bspw. unter den Osteuropäern besonders häufig der Fall. Auch deshalb ist hier in etwa jeder siebte Selbständige in dieser Qualifikationsstufe zu verorten. In der Gruppe der Anwerbeländer bilden die an-

⁹ Leicht et al. 2009.

sonsten durchschnittlich eher schlecht gebildeten Italiener diesbezüglich eine Ausnahme, da immerhin 12% einen Meisterbrief oder Technikerabschluss oder Vergleichbares besitzen.

Abb. 7.1.1: Berufliche Abschlüsse von Selbständigen und abhängig Beschäftigten nach Herkunft (Baden-Württemberg)



Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus; scientific use file - Match); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

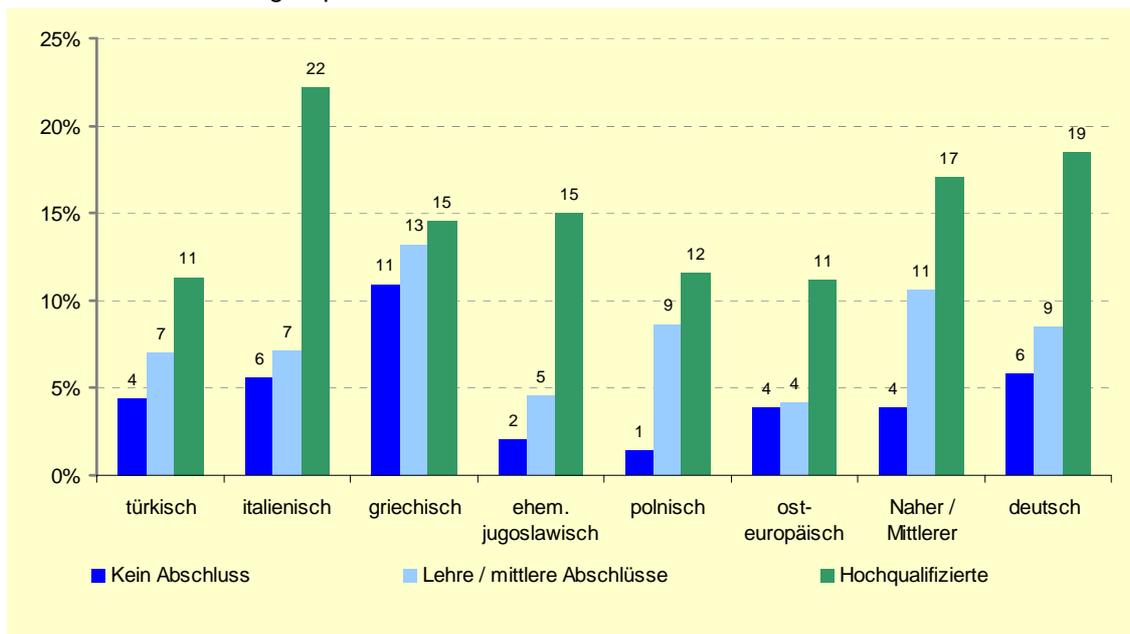
Ein deutliches Gefälle zeigt sich jedoch im Anteil der *Hochschulabsolventen*: Unter den türkischstämmigen Selbständigen verfügen lediglich 4% und unter den italienisch- und griechischstämmigen nur 9% bzw. 8% über einen Fachhochschul- oder Universitätsabschluss. Das heißt auch hier werden wiederum Unterschiede zwischen den Angehörigen der ehemaligen Anwerbeländer (von Jugoslawen abgesehen) und den Osteuropäern ersichtlich. Diese haben mit einem Anteil von einem Viertel bis einem Fünftel zwar etwas weniger Hochqualifizierte als die einheimischen Selbständigen, von denen mehr als jede bzw. jeder Vierte eine Hochschule besuchte, doch weisen sie insgesamt eine wesentlich bessere Qualifikationsstruktur auf als die Südeuropäer und die Türken. Übertroffen wird der Hochqualifiziertenanteil jedoch noch von den Migranten aus dem Nahen und Mittleren Osten, von denen mehr als ein Drittel einen Hochschulabschluss hat.

Entscheidend ist in diesem Zusammenhang, dass die Selbständigen durchweg in allen Ethnien besser gebildet sind als die *abhängig Beschäftigten* (Abbildung 7.1.1). Dies ist ein erster Hinweis auf die Bedeutung der beruflichen Qualifikation für den Weg ins Unternehmertum. Unter den Arbeitnehmern liegt der Anteil an Ungelernten (je nach Herkunftsgruppe) um 10%- bis 20%-Punkte über dem Wert bei Selbständigen. Und umgekehrt bzw. am „anderen Ende“ des Qualifikationsspektrums, beträgt bei den Selbständigen der Anteil an Hochqualifizierten in etwa das anderthalb bis dreifache des Anteils bei den abhängig Beschäftigten.

Qualifikationsspezifische Selbständigenquoten

Deutlicher als der Strukturvergleich zwischen selbständig und abhängig Beschäftigten lässt sich anhand der qualifikationsspezifischen Selbständigenquoten der Einfluss von Bildung erkennen. Eine höhere berufliche Qualifikation erzeugt in jeder Ethnie ein höheres Niveau an Selbständigkeit (Abbildung 7.1.2). Das heißt, in allen Herkunftsgruppen steigt die Selbständigenquote mit dem beruflichen Abschluss.¹⁰ Sieht man von den Erwerbstätigen griechischer Herkunft ab, macht die Selbständigenquote bei den Fach- und Hochschulabsolventen den größten „Sprung“ nach oben.

Abb. 7.1.2: Selbständigenquoten nach Qualifikation* und ethnischer Herkunft in Baden-Württemberg



* „Lehre und mittlere Abschlüsse“ einschl. Anlernausbildung, Berufsfachschule etc. Zu „Hochqualifizierten“ zählen neben den Fachhochschul- und Universitätsabsolventen auch Abschlüsse als Meister, Techniker, Berufsakademie, Fachakademie und Fachschulen im Gesundheitswesen.

Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus; scientific use file - Match); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Der Zusammenhang zwischen Bildung und Selbständigkeitsneigung wird noch in Kapitel 7.4 im Rahmen von multivariaten Analysen, d.h. unter Kontrolle weiterer Variablen, untersucht, weshalb an dieser Stelle auf eine weiterführende Interpretation verzichtet wird. Zunächst ist als zentrales Ergebnis festzuhalten, dass (neben einem Meister- Techniker- oder Berufsakademieabschluss) insbesondere ein Hochschulabschluss entscheidend dafür ist, ob sich Personen abhängig oder selbständig betätigen.

Profil der Hochschulabsolventen

Leider bietet der Mikrozensus keine Möglichkeit zu überprüfen, ob die Studienabschlüsse in Deutschland oder im Herkunftsland erworben wurden. Die Zensusfragen lassen ferner auch offen, ob die Probanden für das Herkunftsland typische Qualifikationen besitzen, die durch das Standardfrageprogramm nicht erfasst werden. Daher greifen wir diesbezüglich auf unsere

¹⁰ Zur Definition der Gruppen siehe Fußnote in Abbildung 7.1.2.

eigene Erhebung zurück, mit welcher wir auch die im *Ausland erzielten Studienabschlüsse* einbeziehen, selbst wenn sie in Deutschland eventuell nicht *anerkannt* werden.¹¹

Daran gemessen ergibt sich eine etwas andere Bildungsstruktur unter den Selbständigen. Der Anteil derer, die auf ein absolviertes Studium verweisen ist in unserer Befragung wesentlich höher als dies in den standardisierten Mikrozensusdaten zum Ausdruck kommt. Dies ist insbesondere bei den Polen und übrigen Osteuropäern der Fall und vor dem Hintergrund zu sehen, dass es sich überwiegend um Studienabschlüsse handelt, die im Ausland erzielt wurden und zu einem weiteren Teil um solche Berufe, für die in Deutschland nicht unbedingt ein Hochschulstudium erforderlich ist. Dies sagt jedoch noch nichts darüber aus, ob der Abschluss oder der Beruf in Deutschland anerkannt oder nicht anerkannt wird. Dieser Frage war daher gesondert mit der Befragung nachzugehen.

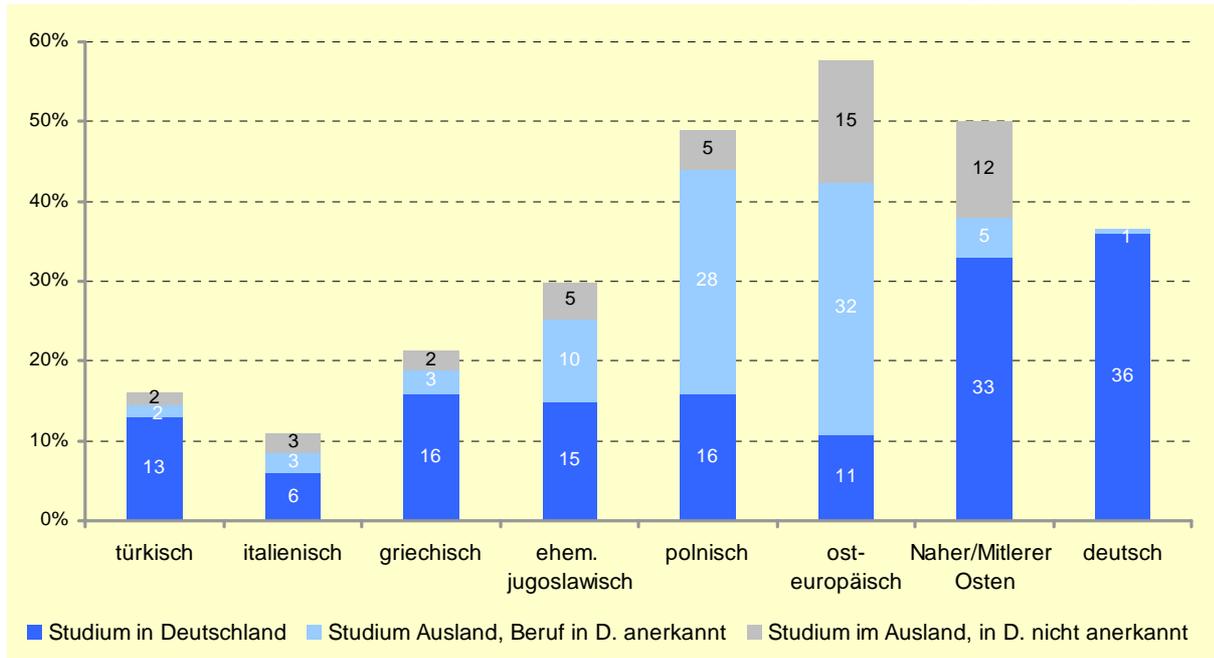
Unter den Polen und sonstigen Osteuropäern sowie unter den Migranten aus dem Nahen und Mittleren Osten, aber auch aus Italien ist es jeweils rund ein Viertel der Studiumsabsolventen, deren Abschluss in Deutschland nicht anerkannt wird (nicht abgebildet). Bei den übrigen Nationalitäten handelt es sich hier um etwa ein Zehntel. (Bezogen auf alle Selbständigen bzw. Qualifikationsgruppen reduzieren sich diese Anteile dann entsprechend auf zwischen 5% und 15%.)

Dies hat gewisse Folgen, da sich die Migranten ohne anerkanntes Zertifikat in der Regel nicht nur in der abhängigen Beschäftigung sondern auch in der Selbständigkeit nach alternativen Tätigkeiten umschauen müssen. Während von Unternehmern aus Polen, dem sonstigen Osteuropa und dem Nahen/Mittleren Osten, die ein in Deutschland anerkanntes Studium abgeschlossen haben, dann auch zwei Drittel (66%) in einer Branche tätig sind, die als *wissensintensive Dienstleistung* eingestuft werden kann, ist dies bei denjenigen ohne anerkannten Studienabschluss nur bei rund einem Viertel (27%) der Fall. Ähnlich verhält sich dies auch bei den Gruppen aus den ehemaligen Anwerbeländern (65% zu 32%).

In unserer Untersuchung scheinen Selbständige mit Hochschulabschluss in der Tendenz übererfasst zu sein, was möglicherweise auf ein Stichproben-Bias in unserer Erhebung oder aber auch auf die Vergleichsgröße, d.h. auf die Standardisierung der Abschlussarten im Mikrozensus zurückzuführen ist. Subtrahiert man in unserer Untersuchung die Anteile derer mit einem in Deutschland nicht anerkannten Studienabschluss und berücksichtigt man ferner, dass (zumindest im Sprachgebrauch vieler Migranten) viele der im Ausland erzielten Techniker-, berufsakademischen oder Fachschulabschlüsse mit einem „Studium“ in Verbindung gebracht werden, so rücken die einerseits in unserer Befragung und die andererseits im Mikrozensus ermittelten Anteile an „Studienabschlüssen“ näher aneinander. Viele Osteuropäer haben zudem eine Ausbildung in einem Heilberuf oder in einem kunsthandwerklichen Beruf, der im Herkunftsland ein Studium, aber in Deutschland lediglich den Besuch einer Fachschule erfordert (vor allem im Bereich der Krankengymnastik, Logopädie oder Ergotherapie usw.). Dies führt dazu, dass nicht ganz ein Drittel der befragten Selbständigen aus Polen und Osteuropa im Ausland bzw. im Herkunftsland einen Studienabschluss erzielten, der zwar in Deutschland als „Beruf“ anerkannt wird, aber statistisch nicht als Studium gezählt wird Abbildung (7.1.3).

¹¹ Es wurde allgemein gefragt „Haben Sie ein Studium absolviert“ und ferner, in welchem Land.

Abb. 7.1.3: Studienabschluss in Deutschland, im Ausland und deren Anerkennung (Selbständige)



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Betrachtet man hingegen nur die Summe derer, die ein Studium in Deutschland absolviert haben, dann reduzieren sich die Anteile an Hochschulabsolventen beträchtlich. Es gibt zwar keinen Grund, nur diese Anteile zugrunde zu legen, immerhin jedoch zeigt sich hierbei, dass ein beachtlicher Proporz der hoch qualifizierten selbständigen Migrantinnen und Migranten in Baden-Württemberg ihre schulische bzw. berufliche Sozialisation in Deutschland erfahren hat. Die meisten der aus dem Nahen und Mittleren Osten stammenden Hochschulabsolventen, haben ihre Qualifikation in Deutschland erworben. Auf insgesamt geringerem Anteilsniveau ist dies ähnlich auch bei den türkischstämmigen Hochschulabsolventen zu beobachten.

Qualifikation der zweiten Generation

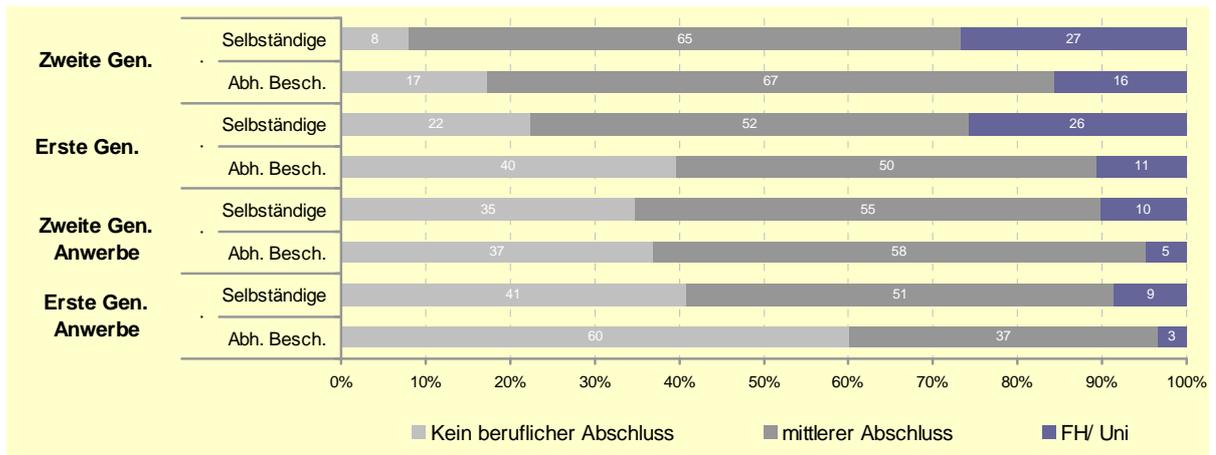
Dies bedeutet jedoch nicht, dass diese gehobene Bildungsschicht an Selbständigen sämtlich zur zweiten Generation (nach der amtlich-statistischen Definition)¹² zu zählen ist. Unter den Angehörigen der ehemaligen Anwerbeländer ist nur jeder vierte der Studiumsabsolventen hierzulande geboren. Und unter den Osteuropäern und denen aus dem Nahen/Mittleren Osten ist es nicht einmal jeder Zwanzigste. Von diesen Gruppen sind wohl die meisten zum Studieren nach Deutschland gekommen und sind dann geblieben um ein Unternehmen zu gründen.

In einem erweiterten Blickwinkel führt dies zu der Frage, welche Qualifikationen die Selbständigen aus der zweiten Generation aufweisen. Dabei ist daran zu erinnern, dass die zweite Generation unter den selbständigen Migranten insgesamt nur 16% (unter den Türken, Italienern und Griechen etwas mehr) und mithin nach wie vor eine Minderheit ausmachen,¹³ weshalb die Qualifikationsstruktur auch Fallzahlenprobleme birgt. Daher musste hier stark aggregiert bzw. kleinere Kategorien zu einer größeren zusammengefasst werden.

¹² Vgl. Kapitel 6.1.

¹³ Zumindest insgesamt betrachtet. Siehe Kapitel 6.1, Tabelle 6.1.1.

Abb. 7.1.4: Qualifikationsstruktur ersten und zweiten Generation in Baden-Württemberg



Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus; scientific use file - Match); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Auch innerhalb der zweiten Generation zeigt sich, dass die Selbständigen generell etwas besser qualifiziert sind als die abhängig Beschäftigten (Abbildung 7.1.4). Der Anteil an Ungelernten ist niedriger und der Anteil an Hochschulabsolventen liegt über dem der Arbeitnehmer. Allerdings sind die Unterschiede zwischen erster und zweiter Generation eher vernachlässigbar. Dies liegt aber auch daran, dass die großen Aggregate die Diskrepanzen auf der Ebene einzelner Ethnien überdecken. Wie ein Abgleich der Daten mit denen für Gesamtdeutschland (mit dann höheren Fallzahlen) zeigt, lässt sich der höhere Anteil an Hochqualifizierten unter den in Deutschland geborenen Selbständigen vor allem auf die Nachfahren der Migranten aus den nordwestlichen Industriestaaten und den asiatischen Ländern zurückführen. Bei einer Zusammenfassung der Anwerbeländer wird auch in Baden-Württemberg deutlich, dass die Qualifikationsstruktur der ersten und zweiten Generation gar nicht so weit auseinander liegt, wie das oftmals in der Öffentlichkeit vermittelte Bild über die hierzulande sozialisierten jungen Unternehmer/innen vermuten lässt. Sie können sich teils besser ins Bild setzen als dies die Daten untermauern.¹⁴

7.1.2 Non-formale Bildung (Erfahrungswissen und spezifisches Humankapital)

Die Gründung und Führung eines eigenen Unternehmens erfordert nicht nur formale Bildung, sondern natürlich vor allem auch selbständigkeitsrelevantes Humankapital. Dazu zählen zuvorderst eine ausreichende Arbeits- und Branchenerfahrung, wobei auch Erfahrungswissen durch eine frühere selbständige Tätigkeit oder durch ein elterliches Unternehmen von großem Nutzen sein kann.

In welcher Weise non-formales Wissen die Gründungsneigung erhöht, lässt sich in der Retrospektive nur schwer mit entsprechender Sicherheit identifizieren, zumal ein Teil des feststellbaren Erfahrungswissens erst im Zuge der Ausübung einer selbständigen Tätigkeit akkumuliert worden ist. Aus diesem Grund muss – wo immer möglich – der jeweilige Erfahrungsschatz zum Zeitpunkt der Gründung des Unternehmens herangezogen werden.

¹⁴ Vgl. z.B. die Studie über junge türkischstämmige Unternehmer von PwC 2009.

Arbeits- und Branchenerfahrung zum Gründungszeitpunkt

Es besteht kaum Zweifel, dass der Schritt in die Selbständigkeit von einem adäquaten Schatz an Erfahrungswissen über die Arbeitswelt im Allgemeinen und an spezifischen Branchenkenntnissen im Besonderen begleitet sein muss. Doch keine amtliche Statistik gibt Auskunft darüber, wie lange bzw. in welchem Umfang Menschen Arbeits- und Berufserfahrung oder Branchenerfahrung gesammelt haben. Solches kann auch eine Befragung, wenn überhaupt, nur in begrenztem Umfang leisten, da dies einen tiefen Einblick in die Details der Berufsbiographie verlangt.

Daher wird in der Gründungsforschung zumeist das Lebensalter als Näherungswert, d.h. als sog. „Proxivariable“ für die *Arbeitserfahrung* verwendet, wenngleich zu bedenken ist, dass die davon abzuziehenden Zeiten für Ausbildung und von Arbeitslosigkeit differieren. Gemessen an den Mikrozensusdaten unterscheidet sich das für den Gründungszeitpunkt ermittelte Durchschnittsalter der Personen kaum bzw. liegt bei fast allen Ethnien innerhalb einer Bandbreite von 33 bis 34 Jahren. Eine Ausnahme bilden die Polen, die durchschnittlich mit 37 Jahren gründen. Ansonsten unterscheidet sich die mitgebrachte Arbeitserfahrung auch nicht von den Gründern deutscher Herkunft.

Aufgrund einiger Unsicherheiten in der Bestimmung des Gründungszeitpunkts mit Mikrozensusdaten¹⁵ greifen wir hier zusätzlich auf unsere eigene Befragung zurück, die im Groben und Ganzen zwar ähnliche Werte, aber doch kleine Abweichungen liefert (Abbildung 7.1.5). Hier sind es die osteuropäischen Gruppen, deren durchschnittliches Gründungsalter mit 38 Jahren etwas höher liegt, während der Mittelwert für die Türkischstämmigen 30 Jahre beträgt. Diese Werte erscheinen vor dem Hintergrund der zuvor dargestellten formalen Qualifikationsstrukturen recht plausibel, da die Polen und sonstigen Osteuropäer, aber auch die aus dem Nahen/Mittleren Osten in der Regel eine längere Ausbildungszeit durchlaufen und zudem auch später zugewandert sind.¹⁶ Dagegen weisen die Angehörigen der ehemaligen Anwerbeländer, aber vor allem die Türken, umgerechnet weniger Ausbildungsjahre auf und gelangen dann entsprechend früher zu einer Gründung.

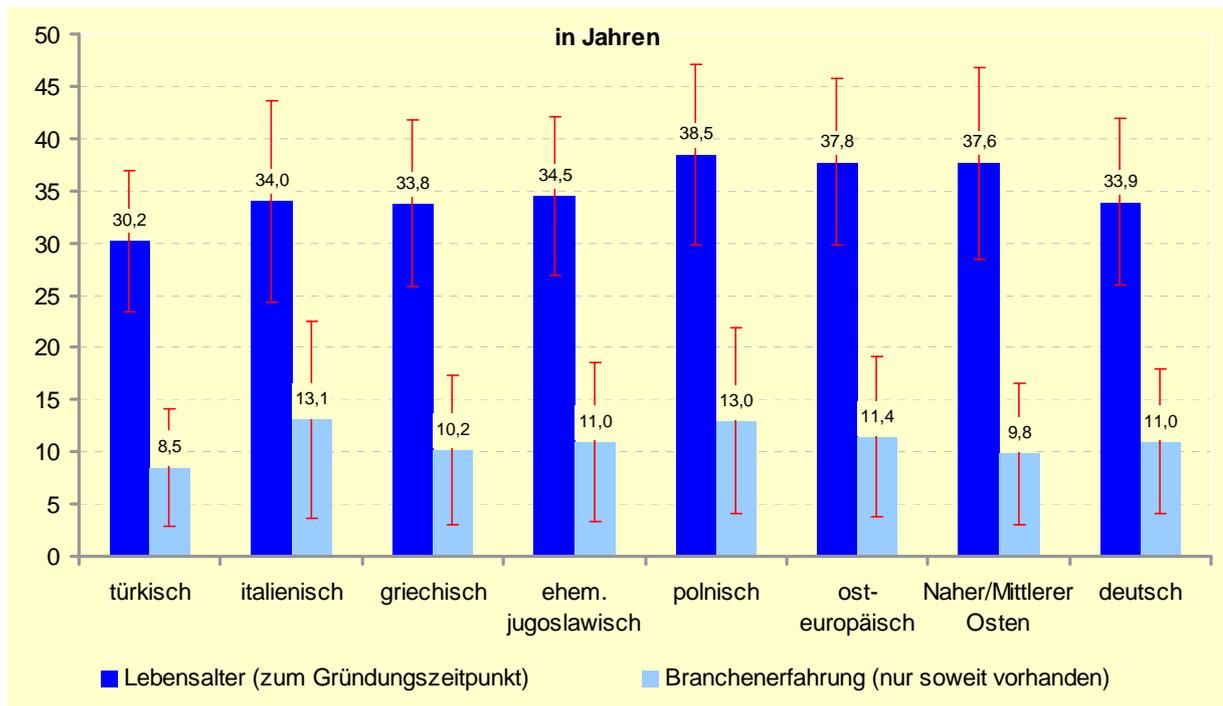
Insgesamt betrachtet unterscheiden sich die Herkunftsgruppen also in Bezug auf die zum Gründungszeitpunkt gesammelte Arbeitserfahrung nicht wirklich spürbar voneinander, zumindest wenn man das Lebensalter zugrunde legt. Wie die Werte der Standardabweichung in der Grafik zeigen, sind auch die Streuungen nicht besonders unterschiedlich.

Deutlichere Unterschiede ergeben sich jedoch, wenn die *Branchenerfahrung* herangezogen wird. Diesbezüglich stellt sich dann zunächst die Frage, ob die Existenzgründer/innen überhaupt schon in der Branche gearbeitet haben, in welcher sie gründen. Über allen Herkunftsgruppen hinweg betrachtet war dies bei rund zwei Dritteln der Fall, wobei allerdings hiervon ungefähr ein Fünftel angibt, nicht in „der selben“ sondern in einer „ähnlichen Branche“ gearbeitet zu haben. Wertet man dennoch beides als eine vorhandene Branchenerfahrung, dann kommt man bezüglich der einzelnen Ethnien zu folgenden Ergebnissen (Abbildung 7.1.6):

¹⁵ Im Mikrozensus wird nicht direkt nach dem Jahr der Gründung sondern ganz allgemein nach dem Zeitpunkt der Aufnahme der „jetzigen Tätigkeit“ gefragt.

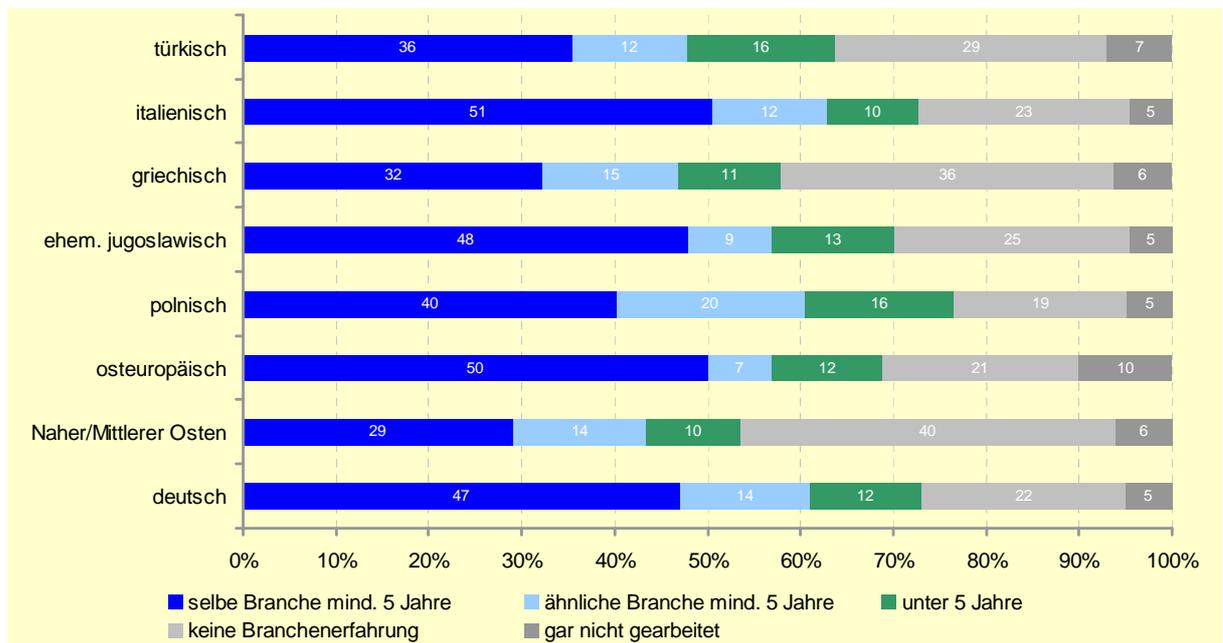
¹⁶ Vgl. auch Kapitel 6.4 sowie im Folgenden.

Abb. 7.1.5: Lebensalter zum Gründungszeitpunkt und Branchenerfahrung
(Mittelwert und Standardabweichung)



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Abb. 7.1.6: Branchenerfahrung zum Gründungszeitpunkt



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Zunächst wohlwollend betrachtet verfügten rund drei Viertel der italienischen, polnischen und deutschen Gründer/innen über ein Mindestmaß an Branchenerfahrung. In den übrigen Herkunftsgruppen trifft dies (wie auch insgesamt) in etwa auf zwei Drittel zu (unter den Griechen etwas weniger) und lediglich diejenigen aus dem Nahen/Mittleren Osten hatten nur knapp über die Hälfte einen vergleichbaren Erfahrungsschatz.

Geht man allerdings davon aus, dass von einer „Branchenerfahrung“ im Sinne des Wortes nur dann gesprochen werden kann, wenn das dabei erfahrene Wissen auch über einen Mindestzeitraum angehäuft wurde, dann sieht die Situation wiederum etwas anders aus. Hier sind es dann nicht nur die Zuwanderer aus dem Nahen/Mittleren Osten sondern auch die Türkisch- und Griechischstämmigen Gründer/innen, die vergleichsweise wenig Erfahrung vorzuweisen haben. Weniger als die Hälfte in diesen Gruppen kann auf eine Branchenerfahrung von mindestens 5 Jahren zurückblicken.

Würde man hier auch noch diejenigen rausrechnen, die zuvor nicht in der jetzigen Branche sondern in einer ähnlichen gearbeitet haben, dann reduzieren sich die Anteile an „Branchenerfahrenen“ („selbe Branche mindestens 5 Jahre“) unter den Türken, aber vor allem unter den Griechen und denen aus dem Nahen/Mittleren Osten auf knapp über bzw. unter ein Drittel.

Ein genauerer Blick darauf, welcher Erfahrungsschatz bei den „Erfahrenen“ in Jahren vorliegt, kann in Abbildung 7.1.5 abgelesen werden. Sofern eine entsprechende Erfahrung vorliegt, ist sie bei den Italienern und Polen, gemessen an den Jahren, am größten und liegt noch vor derjenigen der Deutschen ohne Migrationshintergrund. Allerdings variieren die Erfahrungswerte stark innerhalb der Gruppen, wie sich aus der Standardabweichung erkennen lässt.

Selbständigkeitserfahrung

Besonders vorteilhaft ist es natürlich, wenn bereits Erfahrungen mit beruflicher Selbständigkeit vorliegen. Dies kann indirekt dadurch der Fall sein, dass der Vater oder die Mutter bereits selbständig war oder ist und hier (etwa in einem kleinen Familienunternehmen) entsprechende Imitationseffekte und Rollenmuster entstehen. Oder aber es handelt sich um Personen, die bereits zu einem früheren Zeitpunkt selbständig waren und dies dann erneut versuchen. In diesem Fall handelt es sich um ein „zweischneidiges Schwert“, denn schließlich bleibt unklar, inwieweit der erste Versuch mangels ausreichender Erfahrung gescheitert ist.

In der Gründungsforschung wird der sozialen Herkunft und mithin der *intergenerationalen Vererbung von Selbständigkeit* hohe Bedeutung zugeschrieben. Es ist ein Standardbefund in der Mobilitäts- und Gründungsforschung, dass die Wahrscheinlichkeit des Zugangs in die Selbständigkeit steigt, wenn der Vater oder die Mutter bereits selbständig war oder ist¹⁷ – und das nicht nur, wenn es sich um die Nachfolge in einem Familienunternehmen handelt. Allerdings liegen für Deutschland in Bezug auf die intergenerationale Vererbung von Selbständigkeit in Bezug auf Migranten bislang kaum Befunde – außer denen aus unseren eigenen Untersuchungen¹⁸ – vor. Einerseits ist davon auszugehen, dass unter Migranten zumindest das Potenzial an Unternehmensnachfolgen von geringerer Bedeutung ist, da die meisten Zuwanderer gar keine Eltern – und schon gar keine mit einem Unternehmen – in Deutschland haben. Andererseits stammen viele Migranten aus Ländern, in welchen berufliche Selbständigkeit eine größere Rolle spielt, weshalb sie entsprechendes Erfahrungswissen u.U. auch im Herkunftsland gesammelt haben können.

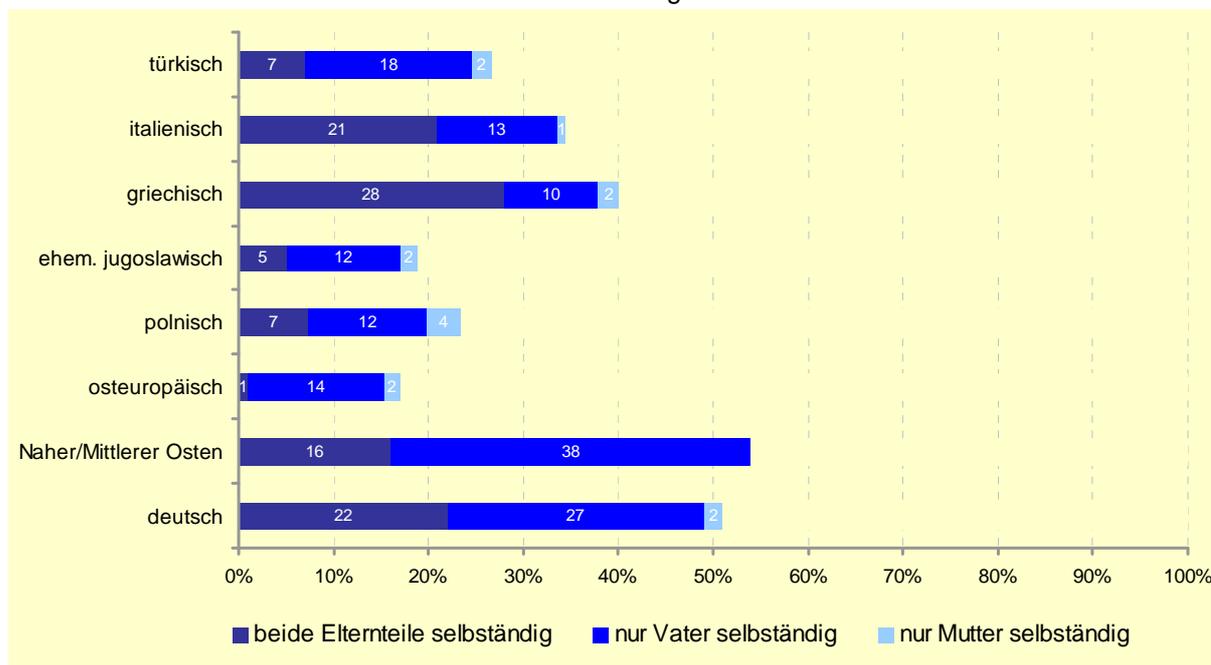
¹⁷ Zum Beispiel: Cooper/ Dunkelberg 1987; Kurz/ Müller 1987; Strohmeyer/ Leicht 2000.

¹⁸ Zuletzt für NRW (Leicht et al. 2009).

Letzteres scheint vor allem für Migranten aus dem Nahen und Mittleren Osten zuzutreffen. Hier hat die Hälfte selbständige Eltern oder mindestens einen selbständigen Vater (Mütter tauchen hier nicht auf). Der Anteil selbständiger Väter ist sogar eine Spur höher als bei den Einheimischen (Abbildung 7.1.7). In der Rangfolge kommen die Griechen und Italiener, unter denen 40% bzw. 35% mindestens einen unternehmerisch erfahrenen Elternteil haben. Hier sind überwiegend beide Elternteile selbständig, was darauf hinweist, dass es sich in vielen Fällen um ein Familienunternehmen handelt. Der Imitations- und Lerneffekt mag in solchen Fällen noch stärker sein. Bei den Türken ist dies nicht in gleichen Maßen zu beobachten, zumindest sind es dort eher die Väter, die selbständig sind. Die Migranten aus der Türkei können auch insgesamt weniger häufig als die aus Italien oder Griechenland auf das unternehmerische Kapital der Eltern zurückgreifen, obwohl die Selbständigenquote in der Türkei nicht minder hoch ist.

Insgesamt betrachtet haben die Selbständigen aus den klassischen Anwerbeländern zu einem höheren Anteil selbständige Eltern als die Osteuropäer, was sicher auch vor dem Hintergrund der vergleichsweise geringen Bedeutung selbständiger Erwerbsarbeit in den postsozialistischen Ländern zu werten ist. Insofern sind die gründungswilligen Zuwanderer polnischer oder generell osteuropäischer Herkunft stärker auf formales Humankapital angewiesen, worüber sie in der Regel auch stärker verfügen.

Abb. 7.1.7: Anteil der Unternehmer/innen mit selbständigen Eltern



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

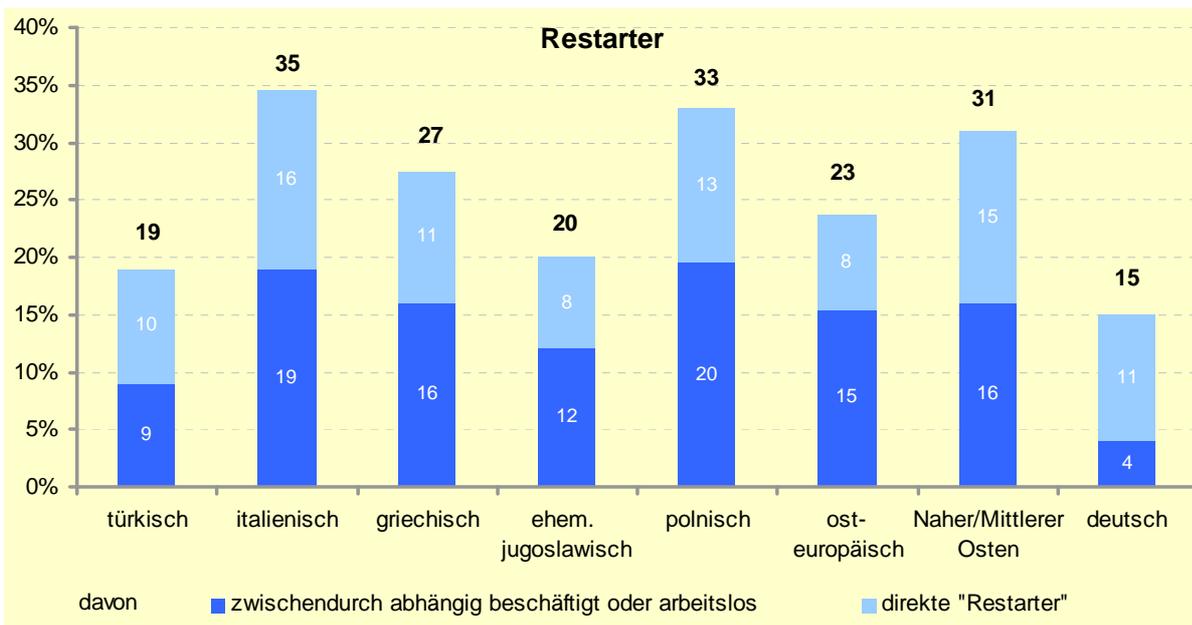
Neben den von den Eltern durch die soziale Herkunft „geerbten“ Erfahrungswerten spielt für die Gründung natürlich auch das persönlich erworbene unternehmerische Kapital, d.h. die *eigene Selbständigkeitserfahrung*, eine wesentliche Rolle. Dieser Akquisition von spezifischem Humankapital können unter Umständen durchaus auch negative Effekte vorausgehen. Schon die hohe Zahl an Marktein- und -austritten lässt vermuten, dass darunter viele Migranten (und Deutsche) sind, die es nicht bei einem Versuch belassen, sondern ihr Glück zu einem

späteren Zeitpunkt erneut versuchen. Häufig wird diesbezüglich auch gemutmaßt, dass sich ein Teil der Migranten mangels Alternativen in einem Kreislauf aus Gründung und Schließung und letztlich auch in einer Mobilitätsfalle befinden, aus welcher sie nicht mehr herauskommen (vgl. Kapitel 2.3).¹⁹ Andererseits werden in Deutschland, im Gegensatz zur Situation in vielen anderen Ländern, diejenigen die sich als „Restarter“ wiederholt zum Schritt in die Selbständigkeit entschließen, häufig zu unrecht stigmatisiert.²⁰

In unserer Stichprobe findet sich eine erstaunlich hohe Zahl an Selbständigen, die nicht zum ersten Mal gegründet haben (Abbildung 7.1.8). Unter denjenigen aus Italien, Polen und dem Nahen/Mittleren Osten ist es jeweils sogar rund ein Drittel, die schon vor der jetzigen unternehmerischen Tätigkeit selbständig waren. Innerhalb der meisten anderen Migrantengruppen machen die „Restarter“ ein Fünftel bis ein Viertel aus. Demgegenüber ist dies bei den Deutschen weit seltener der Fall. Hier beträgt der Anteil lediglich 15%.

Interessanterweise hat in etwa ein Drittel und innerhalb mancher Ethnie (z.B. unter den Gründern aus der Türkei oder dem Nahen/Mittleren Osten) sogar rund die Hälfte aller Unternehmen direkt nach dem ersten Versuch einen zweiten unternommen. Bei den Polen und sonstigen Osteuropäern überwiegt der Anteil derer, die nach dem ersten Selbständigkeitsversuch erstmal in einer abhängigen Beschäftigung „pausierten“ oder aber zuvor arbeitslos waren.

Abb. 7.1.8: Anteil der Unternehmer/innen, die zu einem früheren Zeitpunkt bereits selbständig waren



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Inwieweit die unter Migranten höheren Restart-Raten auf den Mangel an Alternativen, vor allem durch Arbeitslosigkeit, oder durch einen permanenten „Drang“ zur Selbständigkeit (etwa infolge von elterlich geprägtem unternehmerischem Kapital) kann nur indirekt beantwortet werden. Mit Hilfe einer logistischen Regression wurden die Determinanten „wiederholter

¹⁹ Das Problem der Mobilitätsfalle wird allerdings häufiger im Zusammenhang mit der Enklavenökonomie gesehen (Wiley 1973; Esser 2000).

²⁰ Kay et al. 2004.

Selbständigkeit“ unter Kontrolle von Alter, Geschlecht und Wirtschaftszweig untersucht, welchen Einfluss die Qualifikation hier nimmt. Demzufolge ist die Wahrscheinlichkeit, dass ein Migrant ohne beruflichen Abschluss einen zweiten Selbständigkeitsversuch unternimmt doppelt so hoch wie bei den Ausgebildeten ($\text{Exp}(B) = 2.13$). Dieser Zusammenhang ist hochsignifikant (hier nicht abgebildet). Daher spricht einiges für die These, dass der Selbständigkeitsdrang auch mit Arbeitsmarktproblemen in Verbindung steht (siehe Kapitel 9).

7.1.3 Institutionen- und Sprachkenntnisse (unspezifisches Humankapital)

Ein nicht unerheblicher Teil des für die Gründung und Führung eines Unternehmens erforderlichen Wissens hat eher unspezifischen Charakter, da es nicht explizit für den Schritt in die Selbständigkeit (vgl. Kap. 7.1.2) sondern generell für berufliches Fortkommen von Nutzen ist. Und dennoch handelt es sich nicht unbedingt um Wissen, das durch formale Bildung und Zertifikate nachweisbar ist oder gezielt für den Einsatz in der Arbeitswelt erworben wird (vgl. Kap. 7.1.1). Es handelt sich vielmehr um eine Handlungskompetenz, die in aller Regel durch den Umgang mit Institutionen und Personen in Deutschland und bei Migranten daher mit der Aufenthaltszeit wächst. Gemeint sind Kenntnisse im Umgang mit Behörden und Einrichtungen aller Art, was auch als eine Form von „Institutionenwissen“, d.h. als Wissen um die Funktion und Struktur gesellschaftlicher und politischer Institutionen bezeichnet werden kann.²¹ Probleme im Gründungsprozess werden von Migranten oftmals mit bürokratischen Hürden und mangelnden rechtlichen Kenntnissen in Verbindung gebracht (siehe auch Kapitel 15). Darüber hinaus resultieren Unzulänglichkeiten im Zugang zu den zentralen Institutionen des Arbeitsmarktes vor allem aus unzureichenden Sprachkenntnissen. Es herrscht weitestgehend Einigkeit, dass für den beruflichen Erfolg, und darunter auch für die erfolgreiche Führung eines Unternehmens, Sprachkompetenzen von entscheidender Bedeutung sind. Sprachkenntnisse verbessern sich nicht automatisch mit der Aufenthaltszeit, sofern Migranten eher abgeschottet leben. Aber im Allgemeinen ist davon auszugehen, dass die Aufenthaltszeit und damit die Herausforderungen im Lebensalltag den Wortschatz und die Grammatik schärfen.²²

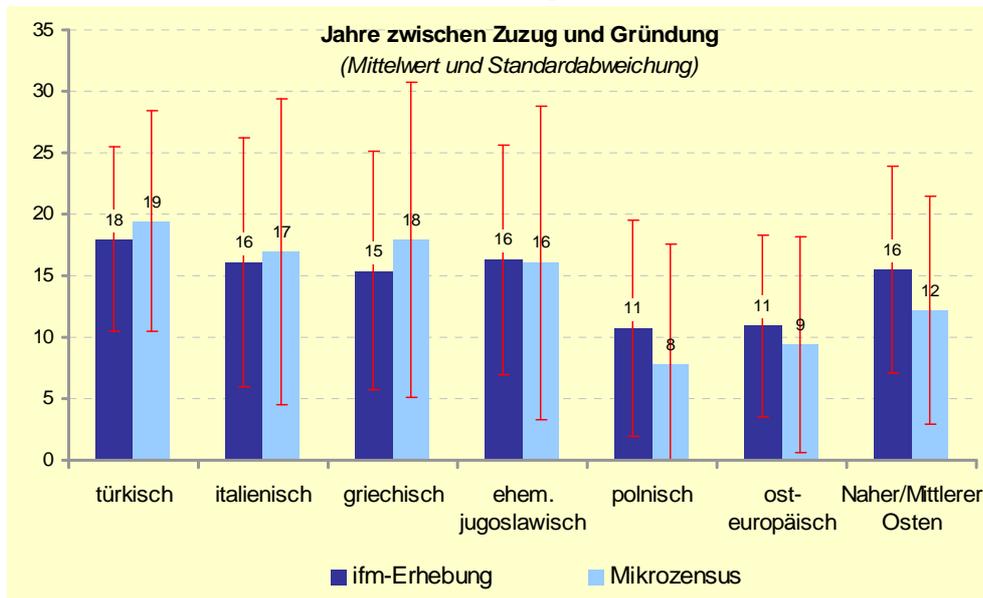
Anhand der dargestellten Zuwanderungsphasen (Kapitel 6.4) war nachzuvollziehen, wie lange sich selbständige Migranten unterschiedlicher Herkunft durchschnittlich in Deutschland aufhalten. Im Zusammenhang mit dem Erwerb von *Institutionenkenntnissen* ist jedoch eher von Bedeutung, wie viel Zeit zwischen der Zuwanderung und der Gründung eines Unternehmens liegt. Grundsätzlich sind die Chancen auf den Erwerb von gründungsrelevantem Institutionenwissen ungleich verteilt, da bspw. den ehemaligen Gastarbeitern und ihren Nachfahren mehr Zeit als den mehrheitlich erst in den 90er Jahren zugewanderten Osteuropäern blieb. Dies zeigt sich daran, dass sowohl dem Mikrozensus als auch unserer eigenen Erhebung zufolge die Migranten aus der Türkei, Italien, Griechenland und aus dem ehemaligen Jugoslawien durchschnittlich zwischen 15 und 19 Jahre in Deutschland lebten bevor sie sich selbständig machten (Abbildung 7.1.9). Die Streuung ist allerdings recht groß wie die Standardabweichungen zeigen. Bei den Polen und sonstigen Osteuropäern währte die Zeit zwi-

²¹ Vgl. z.B. Deichmann 2004.

²² Esser (2004) resümiert diesbezüglich: „Als besonders wirksame Faktoren erweisen sich das Einreisalter und die Aufenthaltsdauer im Einwanderungsland“ (Einleitung, S.ii).

schen Zuwanderung und Gründung naturgemäß weniger lang bzw. lag zwischen etwa 8 und 11 Jahren.

Abb. 7.1.9: Aufenthaltsdauer bis zur Gründung



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Es zeigt sich also, dass – unter weitestgehender Berücksichtigung der nach Ethnien unterschiedlichen Zuwanderungsphasen – keine allzu großen Diskrepanzen hinsichtlich der Potenziale zur Akkumulation von Institutionenwissen bestehen, und dass für die Angehörigen der klassischen Anwerbeländer erst lange Zeit nach ihrem Zuzug „Selbständigkeit“ ein Thema wurde.²³ Eine „Mindestanlaufzeit“ erscheint daher notwendig. Die Polen und teilweise auch die sonstigen Osteuropäer bilden hier – neben den zuvor genannten Gründen – auch deswegen eher eine Ausnahme, weil die Beschränkung der Arbeitnehmerfreizügigkeit entsprechend viele transnationale „ad-hoc-Selbständige“ bzw. Wanderselbständige hervorgebracht hat (siehe Kapitel 5.1). Entsprechend groß sind daher auch die Mittelwertabweichungen. Etwa die Hälfte aller Gründungen von polnischstämmigen Migranten entfiel auf die letzten 5 Jahre.

Wie wichtig ist das *Beherrschen der deutschen Sprache* zur Führung eines Unternehmens bzw. über welche Deutschkenntnisse verfügen die selbständigen Migranten? Die amtliche Statistik bietet hierzu keinerlei Indikatoren, weshalb hier ausschließlich auf unsere eigene Erhebung zurückgegriffen wird. Zur Feststellung von Sprachkompetenzen lassen sich methodisch prinzipiell zwei Verfahren unterscheiden:²⁴ Zum einen Selbsteinschätzungen durch die Probanden und zum anderen Sprachtestverfahren. In unserer Erhebung wurden beide Methoden angewandt, das heißt die Befragten konnten ihre Sprachkenntnisse selbst einstufen. Aber zusätzlich wurden ihre Deutschkenntnisse durch die Interviewer anhand von Schulnoten bewertet.²⁵ Da die Befragten ihre Kenntnisse eher über- oder unterschätzen und die Selbsteinstu-

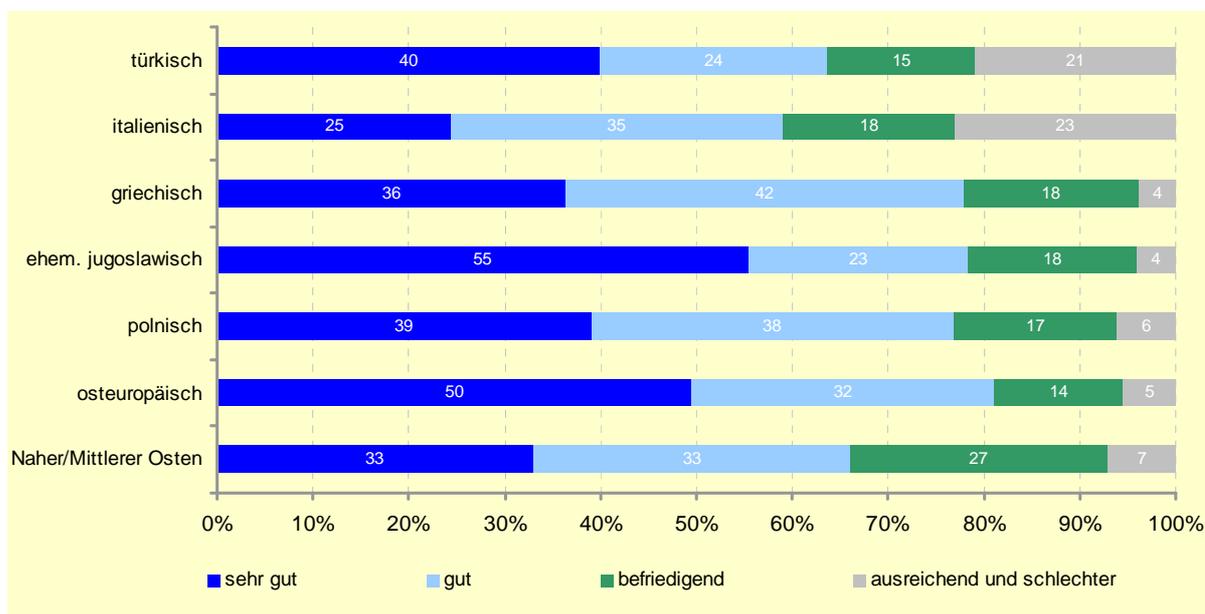
²³ Es versteht sich von selbst, dass hier die zweite Generation nicht in den Werten enthalten ist.

²⁴ Für einen Überblick siehe Haug 2008.

²⁵ Die Interviews konnten grundsätzlich in Deutsch oder in der Muttersprache geführt werden (durch bilinguale Interviewer (siehe Kapitel 3). Allerdings sollte das Eröffnungsgespräch in Deutsch geführt werden, was den Interviewern Gelegenheit gab, ihre Beurteilung abzugeben.

fungsmethode keine objektiven Messstandards zur Vergleichbarkeit bietet, haben wir uns nachfolgend ausschließlich an der Fremdeinstufung durch die Interviewer orientiert.

Abb. 7.1.10: Deutsche Sprachkenntnisse bei den befragten Selbständigen (Fremdeinstufung)



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Demzufolge verfügen je nach Ethnie zwischen 60% (Italiener) und 82% (Osteuropäer) der Selbständigen über „gute“ oder „sehr gute“ Deutschkenntnisse (Abbildung 7.1.10). Die Tatsache, dass knapp einem Viertel (23%) der italienischen Selbständigen höchstens „ausreichende“ und damit schlechte Deutschkenntnisse attestiert wurde,²⁶ ist bemerkenswert, da die Italiener, zumal die Selbständigen, zum einen in der öffentlichen Meinung als relativ gut integriert gelten²⁷ und zum anderen, weil ihre Aufenthaltszeit in Deutschland vergleichsweise lang ist (Kapitel 6.4). Ein ähnliches Bild bieten die türkischstämmigen Selbständigen, von denen auch über ein Fünftel relativ schlechte Bewertungen bekam. Bei 6% von ihnen wurde sogar die Note „mangelhaft“ vergeben.

Im Vergleich hierzu schneiden die Griechen und Jugoslawen sowie die Polen und Osteuropäer relativ gut ab. Hier wurde nur eine Minderheit von 4% bis 5% mit „ausreichend“ und schlechter beurteilt.

Insgesamt jedoch, das heißt auch unter Einbezug der Italiener und Türken, dürften die selbständigen Migranten bessere Deutschkenntnisse haben als die abhängig Beschäftigten. Dies zeigen zumindest Vergleiche mit ähnlichen Erhebungen unter Arbeitnehmern oder in der Bevölkerung insgesamt.²⁸

²⁶ Hier ist allerdings erklärend hinzuzufügen, dass es sich bei einem Großteil der als schlecht eingestuften Probanden um solche handelt, die nicht bereit waren, wenigstens das Kontaktgespräch in Deutsch zu führen.

²⁷ Vgl. zum Beispiel Schäfer/ Thränhardt 1998.

²⁸ Siehe hierzu u.a. Haug 2008 (Bundesamt für Migration und Flüchtlinge) sowie Erläuterungen zum Vergleich von Selbständigen und übrigen Erwerbstätigen in Leicht et al. 2009.

7.2 Ethnisches und soziales Kapital

Die Beobachtung, dass die Zahl selbständiger Migranten auf breiter Ebene und zudem (auch) in jenen Gruppen wächst, die vergleichsweise geringe formale Bildung und teilweise wenig spezifisches Humankapital aufweisen, ist ein international beobachtbares Phänomen und lenkt die Aufmerksamkeit auf einige weitere Faktoren: „To the extent that higher levels of entrepreneurship cannot be explained solely by the personal characteristics of owners, then we must turn to *social structural and cultural conditions* for an explanation“ (Aldrich und Waldinger 1990: 113).²⁹ Die Suche nach zusätzlichen Determinanten wird von der Annahme flankiert, dass Migranten versuchen, eine – mehr oder weniger bestehende – Unterversorgung mit Humankapital durch den Einsatz von ethnischem und sozialem Kapital zu kompensieren.³⁰

Die Frage nach der Bedeutung und Wirkung von ethnischen Ressourcen bildet denn auch einen zentralen Kern der Ethnic Entrepreneurship-Forschung. Doch ein in diesem Kontext vielfach produziertes Missverständnis besteht in der Annahme, allein schon aus der Unterschiedlichkeit des unternehmerischen Verhaltens von Migranten und Einheimischen ließe sich auf die Existenz und Wirkung ethnischer Ressourcen schließen. Zwischen allgemeinen bzw. Klassen-Ressourcen (z.B. Geld und Bildung) und spezifisch ethnischen ist zu unterscheiden.³¹ Ethnische Ressourcen können sich aus kulturellen und religiösen Werthaltungen, spezifischem Wissen, Informationen, Solidarität, Muttersprache und ähnlichem mehr zusammensetzen. Und sie stehen in der Regel nur bestimmten Gruppen zur Verfügung.³²

Zu den zentralen Ressourcen von Migranten, und im Besonderen von unternehmerisch Engagierten, zählt darüber hinaus auch soziales Kapital. Bourdieu (1983: 190) zufolge ist „Sozialkapital (...) die Gesamtheit der aktuellen und potentiellen Ressourcen, die mit dem Besitz eines dauerhaften Netzes von mehr oder weniger institutionalisierten Beziehungen gegenseitigen Kennens oder Anerkennens verbunden sind.“ Oder anders ausgedrückt: Es handelt sich dabei um Ressourcen, die auf der Zugehörigkeit zu einer Gruppe beruhen. Soziales Kapital entsteht also, wenn die Mitglieder einer ethnischen Community über ein gut funktionierendes soziales Netzwerk (im Herkunfts- oder im Aufnahmeland) verfügen.

Hinsichtlich der Bedeutung von ethnischem oder sozialem Kapital erscheint es wichtig zwischen solchen Ressourcen zu unterscheiden, die vorrangig die Motivation zum Schritt in die Selbständigkeit erhöhen und solchen, die es erlauben, das gegründete Unternehmen auch nachhaltig mit Erfolg zu führen. Zu den Erstgenannten dürften – zumindest in der Sicht der ethnokulturell orientierten Erklärungsansätze – insbesondere die Werthaltungen und kulturellen Prädispositionen zählen, die bestimmte Gruppen von Migranten stärker als andere motivieren, ihren Lebensunterhalt als Selbständige zu verdienen und „auf eigene Rechnung“ zu

²⁹ Hervorhebung durch Kursivschrift nicht im Original.

³⁰ Zwingenberger 2003.

³¹ Light 2004.

³² So ist bspw. „Geschäftssinn“ für sich genommen noch keine ethnische Ressource, kann es aber in einem bestimmten Kontext werden; etwa dann, wenn die Umsetzung einer Geschäftsidee mit einem Rückgriff auf landestypische und damit exklusive kulturelle Güter und Dienste oder auf Sprache und co-ethnische Beziehungen einhergeht.

arbeiten. Tragfähig werden ihre Unternehmen aber vor allem dann, wenn sie über das für die unternehmerische Tätigkeit besonders nützliche Sozialkapital der ethnischen Netzwerke und der ethnischen Solidarität verfügen. Soziales Kapital ist aber nicht nur für die Führung, sondern auch für die Gründung eines Unternehmens von Bedeutung.

7.2.1 Ethnische (ethnokulturelle) Ressourcen

Die These, dass sich Migranten vorrangig aufgrund bestimmter kultureller Werthaltungen für eine unternehmerische Tätigkeit entscheiden, hat in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften gegenüber der älteren Forschungsliteratur an Bedeutung verloren – oder wurde zumindest durch die Einsicht relativiert, dass sich kulturbedingtes Verhalten auch im Aufnahmeland nicht im „leeren Raum“ entwickelt³³ (siehe Kapitel 2). Doch in den Medien, der Politik und in der öffentlichen Debatte ist das „Kulturmodell“ nach wie vor präsent.³⁴ Nicht selten wird die Ansicht geteilt, nach welcher den Migranten (und in Deutschland vor allem den Türken) das „Geschäftemachen“ sozusagen „im Blut“ liegen würde.³⁵ Zwar werden in der Ethnic Entrepreneurship-Forschung ethnokulturelle Ansätze in einer orthodoxen bzw. „reinen“ Form kaum noch vertreten, aber in vielen Studien wird das unternehmerische Verhalten von Migranten häufig dem Einfluss der Primärsozialisation im Herkunftsland zugeschrieben. So wird die Gründungsneigung in einzelnen Migrantengruppen bspw. mit den oftmals in den Heimatländern höheren Selbständigenquoten³⁶ sowie mit einem höheren Risikobewusstsein in Verbindung gebracht.³⁷ Nach Schuleri-Hartje (2007: 2) besteht die „zentrale individuelle Ressource ethnischer Existenzgründer“ in ihrem „Mut und ihrer Entscheidungsfreudigkeit, sie sind motivierter den Sprung in die Selbständigkeit zu wagen.“ Die Bereitschaft neue Wege zu gehen kann auch als Folge biographischer Unsicherheiten gesehen werden, die durch die Migration entstehen, weshalb der Aufbau einer neuen beruflichen Existenz auf adäquaten Erfahrungswerten beruht.³⁸

Bedeutung von langfristigen und im Herkunftsland entwickelten Gründungsabsichten

Soweit bei der Erklärung von Migrantenselbständigkeit Ethnizität und Kultur überhaupt eine Rolle spielen, stehen sich zwei Ansätze gegenüber: Light (1987) und Light und Gold (2000) unterscheiden zwischen einerseits „orthodoxer Ethnizität“, die sie mit den Eigenschaften verbinden, die durch die Primärsozialisation im Herkunftsland entstehen und folglich personen-gebunden aus der alten Heimat „mitgebracht“ wurden und andererseits „reaktiver Ethnizität“, die sich nach der Einwanderung durch die Konfrontation mit der Situation in der Aufnahmegesellschaft entwickelt. So stellt sich die Frage, wie berechtigt die Annahme ist, dass die durch Primärsozialisation im Herkunftsland erworbenen kulturellen Eigenheiten noch im An-

³³ Kloosterman und Rath (2003: 139) beklagen: „Most researchers automatically assume there are real differences, just because they are dealing with immigrants ... They reduce immigrant entrepreneurship to an ethnocultural phenomenon existing in an economic and institutional vacuum.“

³⁴ Kritik zum Bild in den Medien findet sich bei Pütz 2003.

³⁵ Zitat aus einer homepage der IHK Mittlerer Niederrhein. Ähnlich Wiebe 1984.

³⁶ Yuengert 1993; Dana 1997. Und in Deutschland z.B. Sen zit. in BTEU 2000; Aliochin 2008.

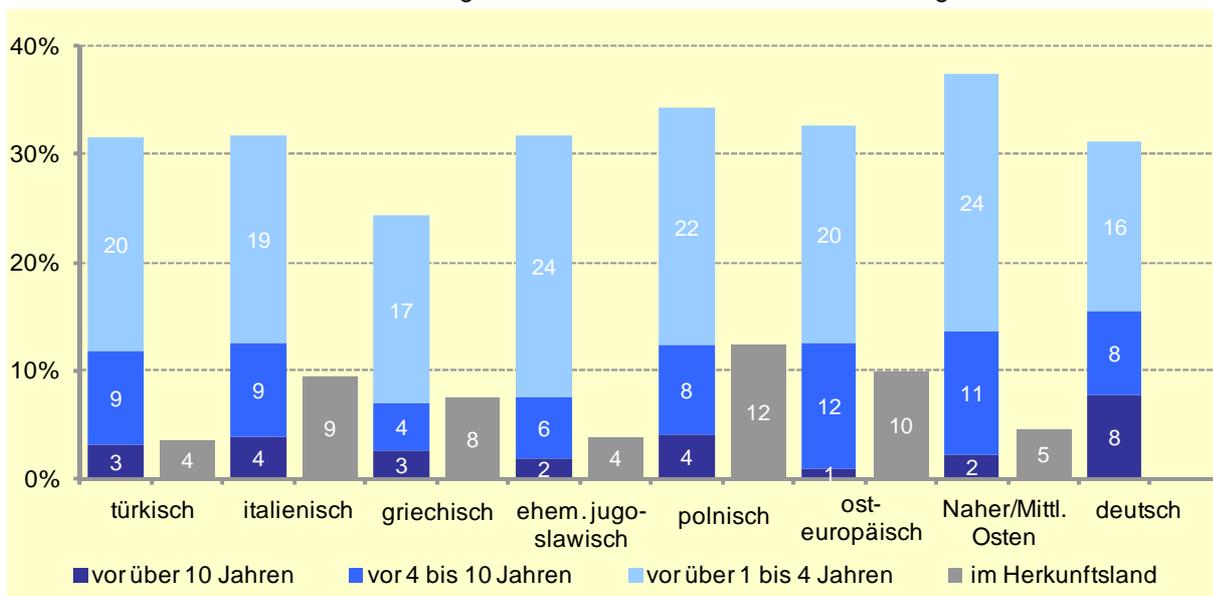
³⁷ Böhmer 2007.

³⁸ Juhasz 2005.

kunftsland nachwirken, indem sie bspw. einen Hang zur beruflichen Selbständigkeit auslösen. Unsere Befragungsdaten liefern hierfür wenig Anhaltspunkte:

Die Unternehmer/innen wurden gefragt, wann ihnen zum ersten Mal die Idee kam, sich selbständig zu machen. Natürlich verlangt die Beantwortung ein gewisses Abstraktionsvermögen, da kaum zu erwarten ist, dass Zuwanderer der ersten Generation (um die es sich bei den Selbständigen überwiegend handelt)³⁹ in jungen Jahren bereits ein konkretes Ansinnen zur Unternehmensgründung entwickelt haben. Eher war der Hang zur Selbständigkeit latent vorhanden. Aber dennoch spiegeln die Antworten eine „Historie“ grundsätzlicher Natur wider. Auf was es hier ankommt ist unter anderem, zu zeigen, dass die Idee, ein Unternehmen zu gründen, bei der Mehrheit relativ zeitnah vor der tatsächlichen Umsetzung und daher wohl eher durch die Auseinandersetzung mit der Aufnahmegesellschaft entstand. Im Schnitt wurde bei etwa zwei Dritteln die „erste Idee“ innerhalb von nur 12 Monaten „geboren“. Konzentriert man sich auf die länger gehegten Träume vom eigenen Unternehmen, dann sind es nicht etwa die Migranten, die hier besonders auffallen, sondern die Deutschen ohne Migrationshintergrund: Bei 8% schlummerte der Gründungswunsch über 10 Jahre (Abbildung 7.2.1). Bei kaum einer der Migrantengruppen ergibt sich eine so lang zurückgehende Reifezeit.

Abb. 7.2.1: Zeit und Ort der Entstehung des ersten Gedankens sich selbständig zu machen



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Im Zusammenhang mit vermeintlich kulturellen Faktoren und der Primärsozialisation ist jedoch von größerem Interesse, in welchem Umfang bei den Migranten der Wunsch ein Unternehmen zu gründen bereits im Herkunftsland entstand.⁴⁰ Dies ist nur bei wenigen der Fall, und dann – was auf den ersten Blick überraschen mag – eher bei den Osteuropäern und weniger bei den Zuwanderern aus den ehemaligen Anwerbeländern, obwohl letztere auf eine stärker ausgeprägte Kultur der Selbständigkeit in ihren Herkunftsländern zurückblicken können (Abbildung 7.2.1). Während unter den Polen und Osteuropäern in etwa jede achte Person be-

³⁹ Vgl. Kapitel 6.4.

⁴⁰ Die Ergebnisse verändern sich kaum, wenn die „Restarter“ aus der Analyse herausgenommen werden.

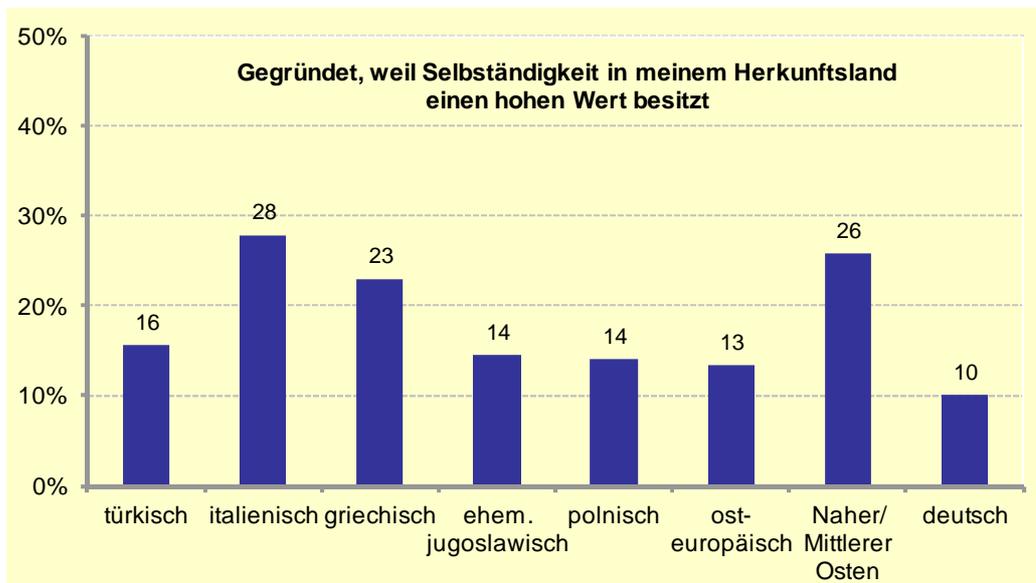
reits im Herkunftsland über diese Idee nachgedacht hatte, kam dies bei den Italienern und Griechen nur bei etwa jeder zehnten und bei den Türken und Ex-Jugoslawen sogar nur bei jeder zwanzigsten vor.

So betrachtet erscheint wenig plausibel, dass das unternehmerische Engagement in Deutschland bzw. Baden-Württemberg in wesentlichem Umfang auf lang zurückreichende „importierte“ kulturelle Neigungen zurückzuführen ist. Die Entscheidung zum Schritt in die Selbständigkeit geht eher auf situative Momente zurück, zumal sich rund zwei Drittel höchstens ein Jahr vor der Gründung mit diesem Gedanken erstmals befassten.

„Selbständigkeit“ als kultureller Wert

Doch allein aus dem Zeitraum und dem Ort der Entstehung des Gründungswunsches lässt sich natürlich noch nicht bemessen, welche Relevanz die Primärsozialisation oder die Herkunftskultur für die Entscheidung zu einer unternehmerischen Tätigkeit hat. Bei der Suche nach den Gründungsmotiven (siehe nachfolgendes Kapitel 8) wurde unter anderem der Frage nachgegangen, inwieweit der kulturelle Stellenwert, den „Selbständigkeit“ in den Herkunftsländern jeweils besitzt, auch für das unternehmerische Verhalten der Einzelnen in der neuen Heimat eine Rolle spielt. Der von den Befragten zugrunde gelegte Stellenwert ist ein höchst subjektives Gebilde. Aber der Umfang, in welchem die Gründer in Baden-Württemberg einen Zusammenhang zwischen kulturellen Prägungen und dem eigenen Verhalten erkennen, korrespondiert in etwa mit dem Niveau, das berufliche Selbständigkeit in den Herkunftsländern in quantitativer Hinsicht⁴¹ hat (Abbildung 7.2.2).

Abb. 7.2.2: Primärsozialisation im Herkunftsland: Bedeutung von „Selbständigkeit“ als kultureller Faktor für die Gründungsentscheidung



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Jeweils rund ein Viertel der Italiener, Griechen oder derjenigen aus dem Nahen/Mittleren Osten nimmt kulturelle Ressourcen als Gründungsmotiv in Anspruch. Dieser Anteil hebt sich

⁴¹ Zumindest in der groben Tendenz und gemessen an den Selbständigenquoten der Herkunftsländer.

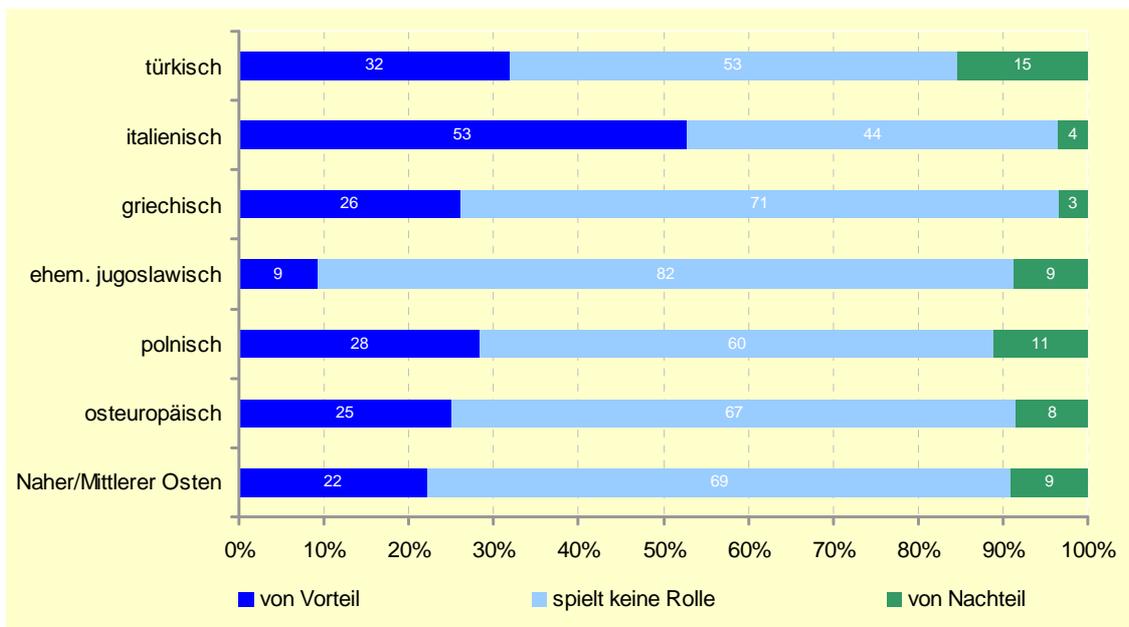
nunmehr deutlich von demjenigen ab, der sich für die Migranten aus den einstigen Ostblockländern ermitteln lässt. Aber auch unter den Osteuropäern sehen immerhin 13% bis 14% eine „Selbständigkeitskultur“ als Antriebsmoment für den Gründungsschritt. Zur besseren Einschätzung der Anteilswerte wurde den Deutschen die selbe Frage gestellt. Hier kann nur jede zehnte Person einen Zusammenhang zwischen dem eigenen Karriereweg und einer wie auch immer gearteten Selbständigkeitskultur herstellen.

„Ethnizität“ als strategische Ressource

Wenn überhaupt beeinflussen ethnische Ressourcen nicht nur die Gründungsentscheidung. Mit gleichem Recht stellt sich die Frage, welche Bedeutung Ethnizität für das unternehmerische Verhalten auf Dauer, das heißt für die Fortführung bzw. Leitung eines Unternehmens hat. Einen nachhaltigen Nutzen besitzen ethnische Ressourcen vor allem dann, wenn sie strategisch einsetzbar und daher auf dem Markt von Vorteil sind.⁴² Vor diesem Hintergrund interessierte, inwieweit die jeweilige eigene ethnische Herkunft als Vorteil oder als Nachteil für den Verkauf der Produkte oder der Dienstleistungen gesehen wird.

Für die Mehrheit der Befragten spielt ihre ethnische Identität und Zugehörigkeit offensichtlich keine wesentliche Rolle (Abbildung 7.2.3). Insbesondere die Ex-Jugoslawen und die Griechen sehen hierin eher selten eine Marktrelevanz. Für vier Fünftel bzw. drei Viertel hat die Herkunft keine strategische Bedeutung. Und bei den Osteuropäern ist dies immerhin bei zwei von dreien der Fall. Der Migrationshintergrund kann aber auch Nachteile haben: Sieht man von den Italienern und Griechen ab, so sieht immerhin rund ein Zehntel (bei den Türken sogar etwas mehr) hier einen negativen Effekt.

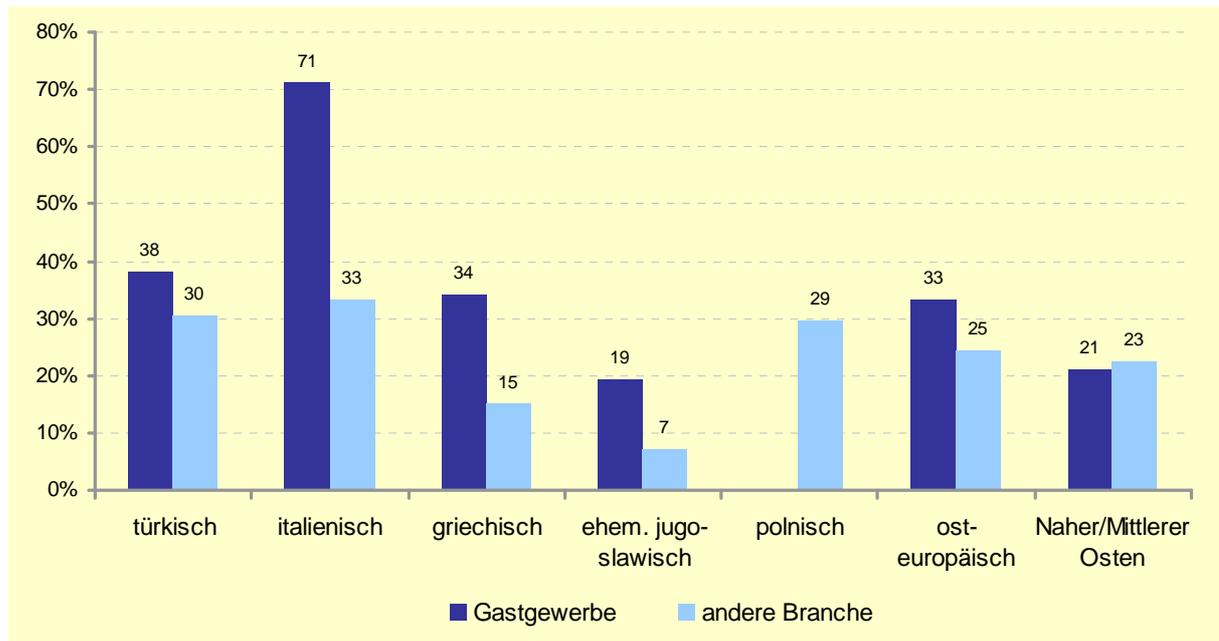
Abb. 7.2.3: Nutzen der ethnischen Herkunft auf den Märkten



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

⁴² Die Betonung von Ethnizität wäre z.B. eine Strategie, die zu zusätzlichen Einnahmen führt (Pütz 2004).

Abb. 7.2.4: Vorteile durch ethnische Herkunft* (Gastgewerbe vs. andere Wirtschaftsbereiche)



* Anteile derjenigen, die Vorteile auf den Märkten durch ihre ethnische Herkunft empfinden.
Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Hier interessiert aber vor allem, in welchem Maß die ethnische Herkunft als ein Vorteil beim Marktauftritt empfunden wird. Den geringsten Vorteil sehen die „ethnisch zersplitterten“ Angehörigen des ehemaligen Jugoslawiens. Von den übrigen Gruppen sieht jeweils ein Viertel, aber von den Türken ein Drittel und von den Italienern sogar die Hälfte einen Gewinn durch die eigene ethnische Herkunft.

Es erscheint mit Blick auf die Branchenstruktur erkennbar, warum vor allem die Italiener ihre ethnische Zugehörigkeit als einen Vorteil empfinden: Im Gastgewerbe, in welchem möglichst authentische und vor allem mediterrane Speisen und Getränke verlangt werden, besitzen ethnische Ressourcen besondere Relevanz. Hier werden kulturelle Kompetenzen auch von außen, d.h. von den potenziellen Kunden bzw. Gästen, zugeschrieben und daher möglicherweise auch teils Klischees bedient. So verwundert es nicht, dass fast drei Viertel aller italienischen Gastronomen ihre Herkunft als einen Vorteil betrachten (Abbildung 7.2.4).

Ähnlich gilt dies auch für die Gastgewerbetreibenden in anderen Herkunftsgruppen (wenn man von den Polen absieht, die kaum Gastwirte stellen, oder von den Arabern und Iranern, für welche die Branchenzugehörigkeit diesbezüglich keine großen Unterschiede erzeugt). Bemerkenswert sind allerdings die starken Diskrepanzen in der Einschätzung der Bedeutung von ethnischen Ressourcen durch die Italiener auf der einen Seite und durch die Türken oder Griechen auf der anderen Seite, weil es sich auch bei den Letztgenannten häufig um Gastronomen handelt, die in der Regel landestypische Spezialitäten anzubieten haben. Aber möglicherweise machen sich hier die ethnischen Ressourcen nicht in gleichem Maße bezahlt. Die italienische Küche genießt einen vergleichsweise guten Ruf und sie wird insgesamt auch stärker von den Deutschen kultiviert. Einen solchen Status hat die türkische oder griechische Kü-

che⁴³ noch nicht erreicht, wenngleich sich zu den vielen Döner- und Gyros-Imbissbuden mittlerweile eine stattliche Anzahl an Restaurants gesellt.

Ethnische Strategie und Einfluss von Migrationserfahrung, Humankapital und Wissen

Ethnische Ressourcen werden nicht selten als ein strategisch nutzbares Potenzial von Migranten gesehen, um die aus ihrem Minderheitenstatus resultierenden Nachteile zu überwinden. Da ein unternehmerisches Engagement vor allem Humankapital erfordert, ist zu erwarten, dass vorrangig diejenigen Herkunftsgruppen auf ihr ethnisches Kapital zurückgreifen, die einen durchschnittlich geringeren Bildungsgrad aufweisen. So stellt sich die Frage, ob es eher die Geringqualifizierten sind, die beim Verkauf ihrer Produkte und Dienstleistungen auf ethnische Strategien setzen. Andererseits jedoch hat sich in einigen Populationen eine kleine Schicht an intermediären Experten herausgebildet, die als Anwälte, Unternehmens- und Steuerberater oder Dolmetscher sowie auch als Ärzte oder Apotheker im Interesse ihrer häufig co-ethnischen Kunden sowohl ethnische Ressourcen (Muttersprache, Solidarität und Vertrauen) als auch Klassenressourcen (Bildung und Kenntnisse über die Aufnahmegesellschaft) besitzen müssen.⁴⁴ In diesem Zusammenhang, aber auch darüber hinaus, mag genauso eine Rolle spielen, welche Größe die Population hat, weshalb die ethnische Herkunft je nach Ethnie ganz unterschiedliche Implikationen für den Marktauftritt birgt. Genauso dürfte von Bedeutung sein, wie stark sich Migranten mit Deutschland identifizieren (Eingebürgerte) und ob sie hierzulande oder im Ausland geboren sind.

Vor dem Hintergrund der Vielfältigkeit möglicher Einflüsse wurde mittels einer multivariaten Analyse – d.h. unter Kontrolle verschiedener Variablen – untersucht, welche Umstände es begünstigen, dass unternehmerisch engagierte Migranten in ihrer ethnischen Herkunft einen Vorteil sehen (abhängige Variable). Als potenzielle Determinanten wurden neben der nationalen Zugehörigkeit und dem Geschlecht zudem Migrations- und Integrationsmerkmale, wie die Migrationserfahrung (erste versus zweite Generation) oder ein deutscher Pass (Eingebürgerte versus Ausländer) in Betracht gezogen. Ferner wurde der Einfluss von Bildung und der Branche untersucht.

Zunächst ohne Kontrolle weiterer Variablen (Modell 1) bestätigen die logistischen Regressionen in Tabelle 7.2.5, die zuvor deskriptiv dargestellten Befunde: Die italienischen Selbständigen sehen mit vier mal höherer Wahrscheinlichkeit als die aus dem Nahen/Mittleren Osten (Referenzkategorie) einen Marktvorteil durch ihre Herkunft gegeben. Aber auch bei den Türkischstämmigen ist dies mit doppelt so hoher Wahrscheinlichkeit der Fall, während diejenigen aus dem ehemaligen jugoslawischen Gebiet am wenigsten von Ethnizität profitieren. In den übrigen Herkunftsgruppen zeigen sich keine signifikanten Effekte. Bei allem ist zu bemerken, dass die Unterschiede zwischen den Ethnien auch unter Kontrolle weiterer Variablen (soweit operationalisierbar) in der Tendenz erhalten bleiben oder sich sogar verstärken.

Einen deutlichen Einfluss hat das Geschlecht: Frauen sind eher der Meinung, dass ihnen ihre nationale Herkunft von Vorteil ist. Dies ist zunächst überraschend, da teils gemutmaßt wird,

⁴³ Im Rahmen eines Workshops auf dem Jahrestreffen der Deutsch-Hellenischen Wirtschaftsvereinigung am 1.12.2006 wurde die mangelnde Authentizität der griechischen Küche selbstkritisch diskutiert.

⁴⁴ Leicht et al. 2005a+b sowie Leicht et al. 2009b.

dass sich Migrantinnen stärker als Männer von ihrer eigenen Ethnie abgrenzen bzw. bei ihren unternehmerischen Tätigkeiten weniger auf ethnische Ressourcen setzen.⁴⁵

Tab. 7.2.5: Determinanten des Vorteils von Ethnizität am Markt¹⁾ (Logistische Regression)

unabhängige Variablen	Modell 1		Modell 2		Modell 3	
	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.
<i>Ref.: Naher/Mittlerer Osten</i>		***		***		***
türkisch	1,6		2,0	**	2,4	***
italienisch	3,9	***	4,6	***	4,6	***
griechisch	1,2		1,4		1,1	
ehem. jugoslawisch	0,4	***	0,4	***	0,4	**
polnisch	1,4		1,2		1,5	
osteuropäisch	1,2		1,0		1,2	
Geschlecht (<i>Ref. Männlich</i>)			1,5	**	1,6	**
Deutsche Staatsangehörigkeit (<i>Ref.: ausländ.</i>)			0,8		0,9	
Erste Generation (<i>Ref. Zweite Generation</i>)			2,2	***	2,1	***
<i>Ref. ohne Berufsabschluss</i>				**		*
Berufsabschluss			1,0		1,3	
Studium			1,6	*	1,9	**
<i>Ref. Nicht-wissensintensive DL</i>						***
Prod. Gewerbe					0,7	
Handel					1,6	*
Gastgewerbe					3,9	***
Wissensintensive DL					2,1	**
<i>Konstant</i>	0,3	***	0,1	***	0,1	***
<i>PseudoR² (Nagelkerke)</i>	0,13		0,16		0,22	

1) Abhängige Variable: Ist Ihre [...] Herkunft von Vorteil (ja/nein)

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

Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Aus der deutschen oder ausländischen Staatsangehörigkeit ergibt sich kein Effekt in der einen oder anderen Richtung. Von erwartet hoher Bedeutung ist allerdings die Zugehörigkeit zur ersten Generation der Zuwanderer. Migranten mit eigener Migrationserfahrung äußern doppelt so häufig, dass ihnen die ethnische Herkunft bei der Ausübung einer unternehmerischen Tätigkeit Vorteile einbringt.

Entgegen der These, dass es vor allem die Geringqualifizierten sind, die ethnische Ressourcen verwenden (müssen), verdeutlicht die Regressionsschätzung, dass der Vorteil von Ethnizität mit zunehmender Bildung wächst. Selbständige Migranten mit einem Studienabschluss sind fast doppelt so häufig wie die ohne Berufsabschluss davon überzeugt, dass ihnen ihre Herkunft marktstrategische Vorteile bringt. So betrachtet schließen sich also ethnisches Kapital und Humankapital nicht aus, sondern ergänzen sich. Dies ist umso mehr der Fall, wenn man zudem die Wirtschaftszweigzugehörigkeit kontrolliert:

Deskriptiv war bereits zu ersehen, dass es vor allem die Gastronomen sind, die von Ethnizität profitieren. Dies bestätigt auch die mehrdimensionale Analyse. Entscheidend ist darüber hin-

⁴⁵ Zum Beispiel Hillmann 1999.

aus aber auch, ob es sich um eine wissensintensive Dienstleistung handelt. Die mit hoher Professionalität ausgestatteten Selbständigen sind viel eher als die in den traditionellen nicht-wissensintensiven Dienstleistungen (Ausnahme: Gastgewerbe) der Meinung, dass ihre Herkunft von Vorteil ist. Dies unterstützt die Annahme, dass in den Bereichen der rechtlichen und wirtschaftlichen Beratung eine Reihe selbständiger Experten von einer intermediären Position zwischen eigener Ethnie und Mehrheitsgesellschaft profitiert (siehe auch Kapitel 7.3).

7.2.2 Soziales Kapital

Ökonomische Aktivitäten werden nicht nur durch individuelle Charakteristika sondern auch durch soziale Kontextvariablen bestimmt.⁴⁶ Dies scheint insbesondere in der Migrantenökonomie ein gewichtiges Argument. Zumindest gibt es in der Erforschung ethnischen Unternehmertums kaum einen anderen Faktor, dem in den letzten beiden Jahrzehnten die gleiche Aufmerksamkeit zuteil wurde wie sozialem Kapital. Hierbei werden zwar unterschiedliche Konzepte⁴⁷ bemüht, aber es besteht weitestgehend Einigkeit, dass soziales Kapital als eine Fähigkeit zu begreifen ist, die es Migranten erlaubt, über Netzwerke oder andere soziale Strukturen Zugang zu relevanten Ressourcen zu bekommen und (auch) dadurch unter Umständen Ressourcendefizite auf anderem Gebiet zu kompensieren.⁴⁸ Soziales Kapital entsteht aus den Beziehungen, welche Migranten im Kontext ihrer unternehmerischen Tätigkeit aufbauen und unterhalten, und wird mit wachsendem Vertrauen, gegenseitigem Verständnis und Aktivitäten auf Gegenseitigkeit (nicht zuletzt auf der Grundlage gemeinsamer Werte und Normen) weiterentwickelt. Hinsichtlich der Wirkung von sozialem Kapital ist zu unterscheiden zwischen Ressourcen, die der Kommunikation und Interaktion innerhalb der ethnischen Community dienen und folglich unter dem Begriff „Bonding“ subsumiert werden. Demgegenüber baut „Bridging“ im wörtlichen Sinne Brücken und dient einer besseren Verbindung „nach außen“.

Jedoch sind die Möglichkeiten, soziales Kapital zu messen und zu quantifizieren, durchaus begrenzt. Zur Einschätzung der Stärke von sozialen Beziehungen, Vertrauen, Solidarität und der Verfügbarkeit von Informationen, um nur einige Beispiele zu nennen, stehen in der Regel nur „weiche“ Indikatoren zur Verfügung, weshalb sich Sozialkapital im Rahmen von Befragungen nur bedingt operationalisieren lässt.⁴⁹ Nachfolgend wird dennoch versucht, mit ein paar wenigen Indikatoren zumindest das Potenzial zur Mobilisierung von sozialem Kapital abzuschätzen. Wir konzentrieren uns dabei auf die zentralen Institutionen der Ressourcenmobilisierung, d.h. auf die Familie und auf institutionelle Netzwerkbeziehungen. Die Bedeutung bestimmter Geschäftskontakte, insbesondere zu Lieferanten und zu Geschäftspartnern im Ausland, wird in Kapitel 13 und 14 in einem anderen Kontext bzw. zusammen mit der Frage außenwirtschaftlicher Verflechtung aufgegriffen.

⁴⁶ Granovetter 1985; Portes/ Sensenbrenner 1993.

⁴⁷ Am häufigsten verwendet werden die Konzepte von Bourdieu (1985), Coleman (1988) oder Putnam (1993).

⁴⁸ Light 1984; Portes/ Landolt 2000. Skeptische Sicht: Marger 2001.

⁴⁹ Oftmals wird die Häufigkeit von Kontakten zu bestimmten Netzwerkmitgliedern oder die örtliche Nähe zu diesen erfragt. Abgesehen davon, dass hierdurch wenig über die Qualität der Beziehungen zu erfahren ist, lassen sich solche Fragen in einem Mehr-Themen-Fragebogen (wie dem unseren) kaum in die Tiefe verfolgen, da die Zahl möglicher Netzwerkmitglieder meist unüberschaubar ist.

Potenzial der Familie

Im Zentrum der meisten Studien, die sich mit dem Einfluss von sozialem Kapital auf ethnisches Unternehmertum befassen, steht die Familie; zum einen als Institution, die in der Regel ein hohes Maß an Solidarität und Vertrauen auf sich vereint, und zum anderen als Ressource zur Akquisition von Arbeitskräften und finanziellem Kapital.⁵⁰ Sanders und Nee (1996: 236) argumentieren, „that household composition affects the stock of family-based social capital“ und verwenden als Indikator unter anderem die Zahl der im Haushalt lebenden Familienangehörigen. Insofern handelt es sich um ein Potenzial, auf dessen Grundlage sich soziales Kapital entwickeln kann. Einschränkend weist Granovetter (1995) jedoch zurecht darauf hin, dass die Zahl der Familienmitglieder bspw. den Faktor „Vertrauen“ nicht unbedingt vergrößert. Die Haushaltsgröße oder dessen Zusammensetzung vermag also höchstens als Näherungswert für das Potenzial an sozialem Kapital dienen.

Möglicherweise ist auch weniger entscheidend, wie viele Verwandte im Haushalt wohnen, sondern eher, ob sie direkt in das Unternehmen eingebunden sind. Daher interessiert der Umfang an so genannten „Mithelfenden Familienangehörigen“. Zunächst insgesamt, d.h. ohne herkunftsspezifische Differenzierung betrachtet, hat sich der Status der mithelfenden Familienangehörigen über die letzten Jahrzehnte enorm verändert. In der Definition der amtlichen Statistik handelt es sich bei den „Mithelfenden“ um Familienangehörige, die in einem „Unternehmen, das von einem Familienmitglied als Selbstständigen geleitet wird, mithelfen, ohne hierfür Lohn oder Gehalt zu erhalten und ohne dass für sie Pflichtbeiträge zur gesetzlichen Rentenversicherung gezahlt werden.“⁵¹ So dürfte wohl kaum verwundern, dass die Summe an unbezahlt Mithelfenden im Zeitverlauf beträchtlich abgenommen hat, da die meisten von ihnen – allein schon aus steuerrechtlichen Gründen – inzwischen auf der Gehaltsliste der Unternehmen stehen. Ende der 50er Jahre betrug die Zahl der Mithelfenden Familienangehörigen in Baden-Württemberg fast eine halbe Million, Mitte der 80er Jahre waren es noch 100.000 und gegen Ende dieses Jahrzehnts wurden noch knapp 64.000 registriert, davon die allermeisten (50.000) weiblich.

Vielfach wird assoziiert, dass es sich bei den ausländischen mitarbeitenden Familienmitgliedern um billige Arbeitskräfte handelt, die für ihren Einsatz nicht unbedingt entlohnt werden. Daher wäre anzunehmen, dass hier die Anteile der Mithelfenden höher als bei den Unternehmen der Deutschen ohne Migrationshintergrund ausfallen. Dem ist aber nicht so: Während dem Mikrozensus zufolge in den Unternehmen von Einheimischen die unbezahlt mithelfenden Familienangehörigen 1,3% aller Erwerbstätigen ausmachen, beträgt dieser Anteil bei den Migranten nur etwas mehr als ein halbes Prozent.

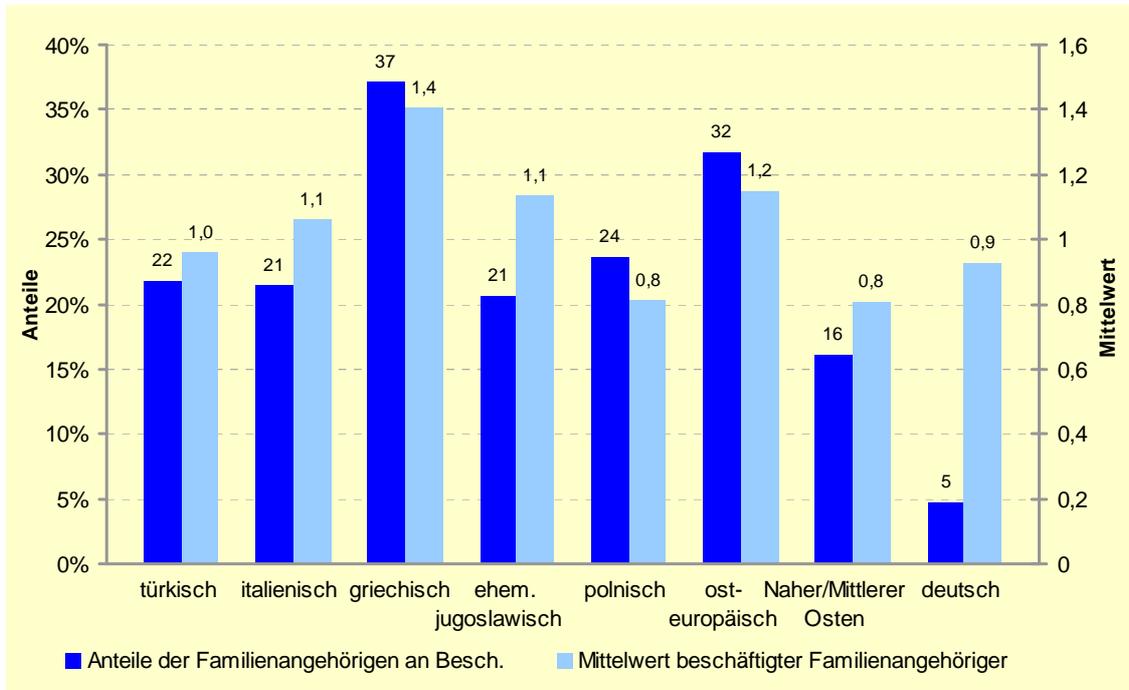
Da aber genauso die entlohnte Mithilfe in den Betrieben interessiert, greifen wir auch diesbezüglich auf unsere eigene Erhebung zurück. Im Durchschnitt entfällt auf jeden selbständigen Migranten etwa eine bzw. ein Beschäftigte(r), die oder der gleichzeitig zur Familie gehört. Natürlich variiert dieser Mittelwert zwischen den Herkunftsgruppen (Abbildung 7.2.6). Am höchsten ist die Zahl der Familienmitglieder unter den griechischstämmigen Selbständigen,

⁵⁰ Portes 1995; Sanders/ Nee 1996; Anthias/ Cederberg 2009.

⁵¹ Statistisches Bundesamt, Fachserie 1, Reihe 4.1.2.

die im Schnitt 1,4 Familienangehörige beschäftigt. Bei den Unternehmen mit Inhabern türkischer oder italienischer Herkunft entspricht die durchschnittliche Zahl an Familienangehörigen in etwa dem Gesamtschnitt. Nur geringfügig höher ist der Wert bei den ehemaligen Jugoslawen und den sonstigen Osteuropäern. Demgegenüber liegt der Mittelwert bei den Polen, den Arabern und Iranern und den Deutschen ein gutes Stück darunter.

Abb. 7.2.6: Beschäftigung von Familienmitgliedern



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Ein leicht verändertes Bild ergibt sich, wenn man den Anteil der Familienangehörigen an allen Beschäftigten zugrunde legt, da hier die Größe der Unternehmen in die Quote einfließt. Auch in dieser Perspektive stehen wiederum die Griechen an der Spitze, bei denen mehr als jeder dritte Beschäftigte (37%) aus der Familie stammt. Da die Polen und Osteuropäer eher kleinere Unternehmen führen, erhöht sich hier die Quote an Familienbeschäftigten und übertrifft die Werte von den Türken und Italienern. Am geringsten ist die Intensität bei den Unternehmen von Deutschen, teils auch deshalb, weil sie häufiger größere Betriebe führen. Hier zählt nur jeder zwanzigste Beschäftigte (5%) zum engeren Verwandtenkreis. So betrachtet wird bestätigt, dass die von Migranten geführten Unternehmen potenziell stärker als die von Einheimischen auf den Arbeitsressourcen der Familien aufbauen und daraus soziales Kapital entwickeln können.

Einflüsse auf die Nutzung von familiären Arbeitsressourcen

Hier stellt sich dann die Frage, von welchen Unternehmern bzw. Betrieben und unter welchen Umständen die Arbeitsressourcen der Familie als soziales Kapital genutzt werden. Anders als hinsichtlich des Einflusses von Ethnizität (siehe oben) ist zu erwarten, dass das Ausmaß der Nutzung von familiären Ressourcen unter anderem vom Migrationsstatus, aber insbesondere vom verfügbaren Humankapital und dem Wirtschaftszweig abhängig ist.

Tab. 7.2.7: Determinanten der Nutzung familiärer Arbeitsressourcen (lineare Regression)

unabhängige Variablen	Modell 1		Modell 2		Modell 3	
	Koeff. B	Sig.	Koeff. B	Sig.	Koeff. B	Sig.
<i>Ref.: Naher/Mittlerer Osten</i>						
türkisch	6,4		3,4		4,7	
italienisch	3,4		-4,2		-3,3	
griechisch	17,2	***	15,1	**	15,0	**
ehem. jugoslawisch	2,6		3,1		3,7	
polnisch	1,0		4,1		6,9	
osteuropäisch	7,7		9,9		12,8	*
Geschlecht (<i>Ref. Männlich</i>)			-4,2		-2,4	
Deutsche Staatsangehörigkeit (<i>Ref.: ausländ.</i>)			-2,1		-0,4	
Erste Generation (<i>Ref. Zweite Generation</i>)			6,8	*	6,5	*
Ethnizität als Marktvorteil (<i>Ref. kein Vorteil</i>)			4,6		3,9	
<i>Ref. ohne Berufsabschluss</i>						
Berufsabschluss			-10,1	**	-8,1	**
Studium			-17,5	***	-9,6	*
<i>Ref. Nicht-wissensintensive DL</i>						
Prod. Gewerbe					12,5	**
Handel					20,6	***
Gastgewerbe					15,2	***
Wissensintensive DL					-2,1	
<i>Konstant</i>	30,0		36,4		20,8	
<i>Korrigiertes R²</i>	0,01		0,03		0,07	

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

Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Zur Bemessung der Effekte und zur Kontrolle von Drittvariablen wurde auch hier eine Regression modelliert, wobei die zu erklärende Variable die Nutzung familiärer Arbeitsressourcen (Anteil der Familienangehörigen an allen Beschäftigten) ist. Die Ergebnisse sind in Tabelle 7.2.7 dargestellt.

Im ersten Schritt (Modell 1) wird nochmals bestätigt, dass es vor allem die Unternehmen der Inhaber griechischer Herkunft sind, die auf Familienbeschäftigung zurückgreifen. Sie unterscheiden sich diesbezüglich signifikant von den anderen Ethnien, während ansonsten (bzw. zwischen den anderen) kaum relevante Differenzen zu erkennen sind. Dabei spielt es auch keine Rolle (Modell 2), ob die Migranten die deutsche Staatsbürgerschaft (etwa durch Einbürgerung) besitzen. Einen signifikant positiven Einfluss hat jedoch die Zugehörigkeit zur ersten Generation. Dagegen nutzen Betriebsinhaber, die in ihrer ethnischen Herkunft einen Vorteil sehen, nicht signifikant häufiger die Familie als Ressource sozialen Kapitals.

Besonders hervorzuheben ist, dass sich formale Bildung – anders als bei der Erklärung ethnischer Ressourcen – negativ auf den Umfang der Nutzung von Familienressourcen auswirkt. Dies ist auch nachvollziehbar, denn die höher gebildeten Migrantenunternehmer betätigen sich zumeist in Bereichen, in denen nicht ohne weiteres Familienmitglieder eingesetzt werden können; zumindest dann nicht, wenn diesen die erforderliche Ausbildung fehlt. Ersichtlich wird dieser Zusammenhang im dritten Schritt (Modell 3), in welchem zusätzlich der Einfluss

der Wirtschaftsbereiche bemessen wird. Gegenüber den nicht-wissensintensiven Dienstleistungen (Referenzkategorie) zeigt sich vor allem im Gastgewerbe und im Handel ein starker positiver Nexus mit familiären Ressourcen. Betätigt sich ein Unternehmer hingegen in den wissensintensiven Diensten, dann spielt das soziale Kapital aus der Familie keine Rolle. Festzuhalten ist ferner, dass die zuvor (im ersten und zweiten Modell) dargestellten Effekte zwar unter Kontrolle des Wirtschaftsbereichs abgeschwächt werden, aber in ihrer Richtung tendenziell bestehen bleiben.

Netzwerkkontakte

Soziales Kapital speist sich häufig auch aus außerfamiliären Quellen. Generell bilden soziale Beziehungen und die Einbettung in Netzwerke den Nährboden der Sozialkapitalausstattung, was den Zugriff auf knappe Mittel verbessert.⁵² Dabei spielt nicht nur die Anzahl der Kontakte, sondern auch die Intensität eine Rolle. Wir haben die Probanden in unserer Erhebung gefragt, ob und in welchem Maß für den wirtschaftlichen Erfolg ihres Unternehmens Kontakte zu bestimmten Personen von Bedeutung sind, wobei nach Kontakten zu Personen innerhalb von Deutschland, ferner zu Personen im Herkunftsland oder in anderen Ländern zu unterscheiden war. Wir greifen diese Fragen in Kapitel 13 und 14 im Zusammenhang mit außenwirtschaftlichen Verflechtungen nochmals in differenzierterer und ausführlicherer Form auf.

Konzentriert man sich auf diejenigen Kontakte zu Landsleuten in Deutschland, die für die Befragten eher „große Bedeutung“ haben, dann kommt natürlich die Größe der jeweiligen Populationen mit ins Spiel. Und dies nicht nur in Bezug auf die Bevölkerung. Die Selbständigen türkischer und polnischer Herkunft zählen mittlerweile (in Deutschland insgesamt) zu den größten Unternehmergruppen unter den Migranten. Dies mag begünstigen, dass fast die Hälfte (43%) der türkischstämmigen und ein knappes Viertel (23%) der polnischstämmigen Selbständigen Kontakte zu Personen der gleichen ethnischen Herkunft pflegen, die für ihre Geschäftstätigkeit hohe Relevanz besitzen (Abbildung 7.2.7). Vermutlich handelt es sich vor allem um Geschäftskontakte zu anderen Selbständigen. Allerdings verwundert, dass die Italiener und Griechen, die ebenfalls relativ große (Unternehmer)Gruppen stellen, zu einem weit geringeren Anteil solche Kontakte besitzen. Dies ist hier nur bei 11% bzw. 8% der Fall.

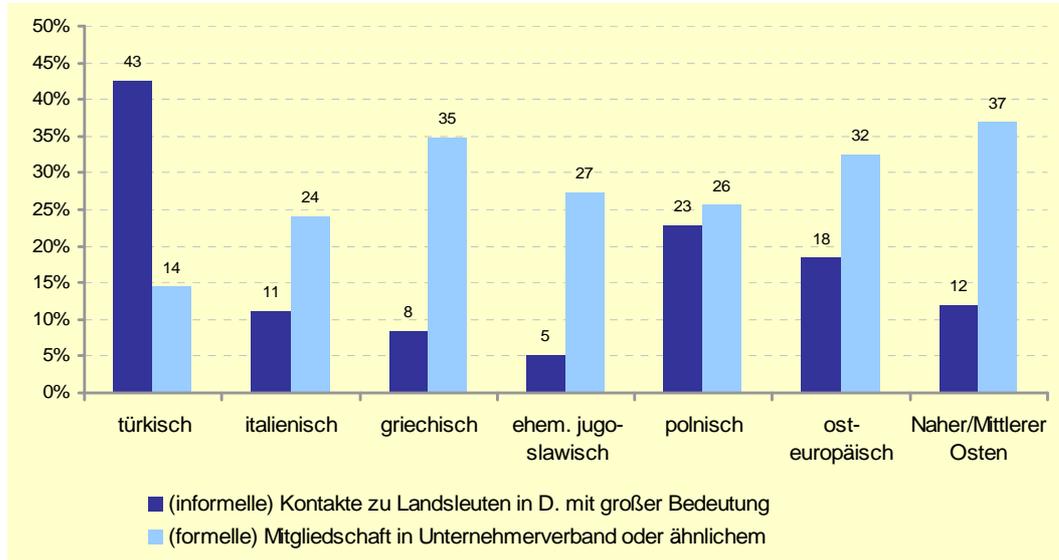
Da es sich bei den Migranten aus dem ehemaligen Jugoslawien sowie aus dem sonstigen Osteuropa und aus dem Nahen/Mittleren Osten jeweils um Gruppenaggregate handelt, die sich im Einzelnen teilweise aus populationsschwachen Ethnien zusammensetzen, müssten dort auch die Kontaktmöglichkeiten vergleichsweise gering sein. Dies trifft zumindest auf diejenigen aus dem Nahen und Mittleren Osten zu.

Solche Netzwerkkontakte zu co-ethnischen Geschäftspartnern und anderen Personen gleicher Herkunft lassen sich als „informell“ in dem Sinne einstufen, dass sie nicht durch eine übergeordnete Institution koordiniert und organisiert werden. Insofern haben die Kontakte einen individuell definierten Nutzen. Demgegenüber wird die Mitgliedschaft in einer formellen Institution, etwa in einer Kammer oder in einem Unternehmerverband, von teils anderen Motiven und zumeist anderen Erträgen begleitet. Eine solche Mitgliedschaft bietet sich (soweit

⁵² Portes 1995.

keine Zwangsmitgliedschaft besteht) etwa dann an, wenn es um die Durchsetzung von kollektiven Interessen geht. Unter Umständen kann die formelle Mitgliedschaft in einer Vereinigung auch unzureichende informelle Netzwerkkontakte kompensieren.

Abb. 7.2.8: Netzwerkkontakte und institutionelle Mitgliedschaften



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Die Unternehmer wurden daher auch nach Mitgliedschaften in Institutionen und dabei unter anderem auch nach der in einem Unternehmerverband (oder in einer branchentypischen Organisation) gefragt.⁵³ Abbildung 7.2.7 zeigt, dass die türkischstämmigen Unternehmer zu einem vergleichsweise geringen Anteil (14%) in einem Unternehmerverband organisiert sind. Dieser Wert kontrastiert die Erfahrung, dass die türkischen Unternehmerverbände in weit stärkerem Maß als andere in der Öffentlichkeit präsent sind. Allerdings muss es sich bei den anderen Gruppen und deren Mitgliedschaften nicht immer um ethnische Verbände handeln. Die höchsten Anteile an formellen Mitgliedschaften weisen die Selbständigen aus Griechenland und aus dem Nahen und Mittleren Osten auf (jeweils über ein Drittel). Letztlich ergibt sich mit Blick auf die Verbandsmitgliedschaften ein herkunftsspezifisch anderes Muster der Partizipation als dies bei den informellen Netzwerkkontakten zu beobachten war.

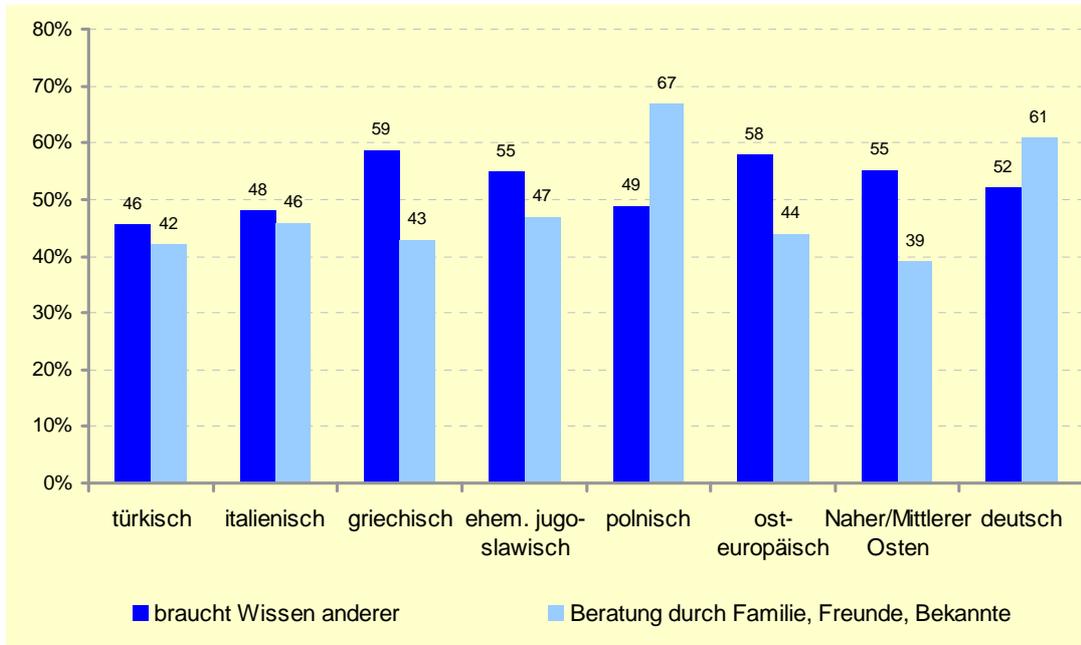
Nutznutzung von sozialen Beziehungen

Bei allem ist zu beachten, dass die Pflege von Kontakten und die Zugehörigkeit zu einem Netzwerk noch wenig darüber aussagt, welchen Nutzen die Individuen auf diesem Weg erzielen. Dies ist aber nicht nur von den Leistungen der Netzwerke oder der Geschäfts- bzw. Kooperationspartner abhängig, sondern auch von der Bereitschaft sich das Wissen anderer Personen anzueignen. Im Zusammenhang mit Fragen zum Gründungsverhalten wurden die Probanden auch gefragt, ob sie der Meinung sind, dass man sich die notwendigen Kenntnisse zur Gründung eines Unternehmens selbst aneignen kann oder ob man hierzu das Wissen anderer Personen benötigt. Ferner wurde gefragt, ob sie sich im Gründungsprozess von der Familie,

⁵³ Es wurde zwar auch die Zugehörigkeit zu einer Kammer erfragt, doch handelt es sich hierbei häufig um Zwangsmitgliedschaften, die weder etwas über das Motiv des Zutritts noch über den Informationsfluss aussagen.

von Freunden oder Bekannten haben beraten lassen. Diese Fragen nehmen zwar nicht unmittelbaren Bezug zu den thematisierten Netzwerkkontakten oder zur Einbindung der Familie in das Unternehmen, aber die jeweiligen Antworten hierauf können zumindest näherungsweise als Indikator für eine mehr oder weniger generelle Bereitschaft zur Nutzung von Informationen bzw. von externem Wissen gewertet werden.

Abb. 7.2.9: Nutzung von Wissen in sozialen Beziehungen und Netzwerken



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Demzufolge sind die Gründer türkischer Herkunft weniger gewillt, auf die Erfahrungen anderer zurückzugreifen als bspw. diejenigen griechischer oder osteuropäischer Herkunft (Abbildung 7.2.8). Damit relativiert sich die zuvor gewonnene Erkenntnis, dass die Türkischstämmigen einen hohen Anteil an Selbständigen aufweisen, die viele geschäftsrelevante Kontakte zu Landsleuten pflegen. Möglicherweise sind diese stärker von ökonomischem und weniger von sozialem Nutzen.

Mit Ausnahme der Polen und Deutschen haben sich nur zwischen zwei Fünftel bis zur Hälfte der Selbständigen im Gründungsprozess (zusätzlich) von der Familie, Freunden oder Bekannten beraten lassen. Bei den Polen und Einheimischen ist das bei fast zwei Dritteln der Fall.

Diese vorrangig auf den Gründungsprozess bezogene Nutznießung von sozialen Beziehungen schließt nicht aus, dass die Selbständigen in einzelnen Gruppen bei der weiteren Entwicklung ihres Unternehmens soziales Kapital in anderer Form in Anspruch nehmen. Dies kann mit unseren Befragungsdaten nicht evaluiert werden.

7.3 Ethnische und „offene“ Märkte

Neben den angebotsseitigen Ressourcen, die zur Gründung und Führung eines Unternehmens erforderlich sind, braucht es geeignete Nachfragestrukturen und letztlich Märkte, die den Migranten adäquate Chancen für ein unternehmerisches Engagement bieten können. Spätes-

tens seit dem interaktionstheoretischen Konzept von Waldinger, Aldrich und Ward (1990) oder dem Mixed-Embeddedness-Ansatz von Kloosterman und Rath (2001) wird bei der Erforschung ethnischen Unternehmertums ein stärkeres Augenmerk auf das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage und dabei insbesondere auf die sich im jeweiligen Umfeld bietenden Gelegenheitsstrukturen gelegt (siehe Kapitel 2).⁵⁴

Allerdings reicht die Diskussion, welche Beschaffenheit die Märkte von selbständigen Migranten haben (sollten) weiter zurück. Dabei geht es nicht nur um die passenden Branchen. Zumindest in der angloamerikanischen Forschungsliteratur kreist die Debatte vor allem um die Frage, auf welche Kunden die Gründer bzw. Unternehmer vorrangig setzen. Borjas (1986) sieht einen wesentlichen Grund für die (von ihm beobachtete) stärkere Gründungsneigung unter Immigranten in ihren Fähigkeiten, den Landsleuten spezielle Güter und Dienstleistungen anzubieten, insbesondere wenn sie in ethnischen Enklaven leben. In den deutschen Städten hat die ethnische Segregation jedoch selten ein Ausmaß erreicht, welches mit der Situation in den USA oder Großbritannien vergleichbar ist. Daher dürften Enklavenökonomien hierzu-lande eine geringere Rolle spielen.⁵⁵ Belege für die Existenz von ethnisch geformten Märkten werden häufig aus Beobachtungen in Stadtteilen mit einem hohen Anteil an türkischer Bevölkerung entlehnt, was nicht selten zu einer Überschätzung der Bedeutung co-ethnischer Kunden- und Geschäftsbeziehungen führt. Andererseits ist eine wohnräumliche Konzentration bestimmter Gruppen ohnehin keine Vorbedingung für eine Orientierung auf die Kundschaft gleicher Herkunft, zumal es Wirtschaftsbereiche gibt, in denen zwar keine Güter oder Dienstleistungen des täglichen Bedarfs aber dennoch „co-ethnische“ Produkte angeboten werden für welche die co-ethnische Kundschaft u.U. auch weitere Wege in Kauf nimmt. Daher ist die Größe und räumliche Konzentration von Populationen allein nicht ausschlaggebend.

Die Forschung scheint sich aber auch weitestgehend einig, dass das Wachstumspotenzial stark eingeschränkt wird, wenn sich Unternehmen auf ethnischen Märkten bewegen, insbesondere wenn die Zuwanderung in einzelne Quartiere stagniert oder rückläufig ist. Chancen für kleine ethnische Unternehmen sehen Aldrich und Waldinger (1990) daher auch auf den „offenen“ Märkten, vor allem wenn es sich um solche handelt, die von den Einheimischen nicht mehr rentabel bedient werden können. Dazu zählen Aldrich und Waldinger zufolge etwa unterversorgte oder vernachlässigte Märkte oder solche, die durch niedrige Skalenerträge oder unsichere Nachfrage gekennzeichnet sind. Hier ist zu betonen, dass sich das Angebot von „ethnischen“ Produkten und Dienstleistungen keinesfalls an Landsleute richten muss. Wie schon das Konzept der „Middleman Minorities“ (Bonacich 1973) konstatiert, schließen Nischenmärkte mit ethnischen Produkten nicht aus, dass die Kunden aus allen Ethnien kommen. Prominente Beispiele dafür bieten in Baden-Württemberg die italienischen, griechischen oder jugoslawischen Gastronomen, die schon seit jeher von einheimischen Kunden oder auch von Kunden anderer Ethnien profitieren.

In diesem Blickwinkel betrachtet schließt auch ein heterogener Kundenkreis nicht aus, dass es sich um Märkte handelt, in denen „Ethnizität“ hohe Bedeutung hat. Dies ist bspw. dann der

⁵⁴ „We propose a three-level strategy for analysing the opportunity structure and its underlying dynamics, based on national, urban/regional and neighbourhood levels of comparison.“ (Kloosterman/ Rath 2001, S. 1).

⁵⁵ Häußermann/ Siebel 2001; Schönwälder/ Söhn 2007.

Fall, wenn die Konkurrenten mehrheitlich gleicher ethnischer Herkunft sind. Eine solche Ethnisierung kann – genauso wie co-ethnische Kundschaft – sowohl Vorteile als auch Nachteile mit sich bringen. Die jeweiligen Implikationen sind von der Größe des Marktes und der Zahl der Mitbewerber abhängig.

Vor diesem Hintergrund interessiert, welche Relevanz ethnische oder aber „offene“ Märkte für die selbständigen Migranten in Baden-Württemberg haben. Wir bemessen dies zunächst mit Blick auf die Kundenstruktur (Kapitel 7.3.1) und leiten dann über zu der Frage, in welcher Konkurrenzsituation sich die Migrantenunternehmen befinden (Kapitel 7.3.2). Aus beidem lässt sich erkennen, welche (ethnischen) Strategien in welchen Herkunftsgruppen von Bedeutung sind. Da wir an dieser Stelle nicht den langfristigen Erfolg der Unternehmen, sondern in erster Linie die sich bietenden Chancenstrukturen betrachten, kann hier noch nicht direkt auf die daraus erwachsenden Vor- oder Nachteile geschlossen werden.

7.3.1 Kundenstruktur

Die Betriebsinhaber wurden unter anderem gefragt, wie hoch der Anteil an Landsleuten unter ihren Kunden ist und ferner auch um eine Einschätzung des Anteils an deutschen und Kunden anderer Herkunft gebeten.⁵⁶ Demnach haben die meisten Migrantenunternehmen einen eher geringen Anteil an Kunden der gleichen Herkunft. Der Durchschnittswert liegt bei den Selbständigen aus Osteuropa und aus der Türkei bei 28% bzw. 26% co-ethnischer Kundschaft und damit höher als in den anderen Gruppen (Abbildung 7.3.1). Am niedrigsten fällt der Anteil bei den Griechen und ehemaligen Jugoslawen aus, bei denen im Mittel nur etwa jeder zwölfte Kunde (7% bzw. 8%) zu den Landsleuten zählt. Die Kundenzusammensetzung der Unternehmer aus den übrigen Ländern liegt im Feld dazwischen. Überraschen dürfte vielleicht, dass die polnischen Selbständigen einen etwas höheren Anteil an co-ethnischen Kunden registrieren als bspw. die Italiener, Griechen oder diejenigen aus dem Nahen/Mittleren Osten.

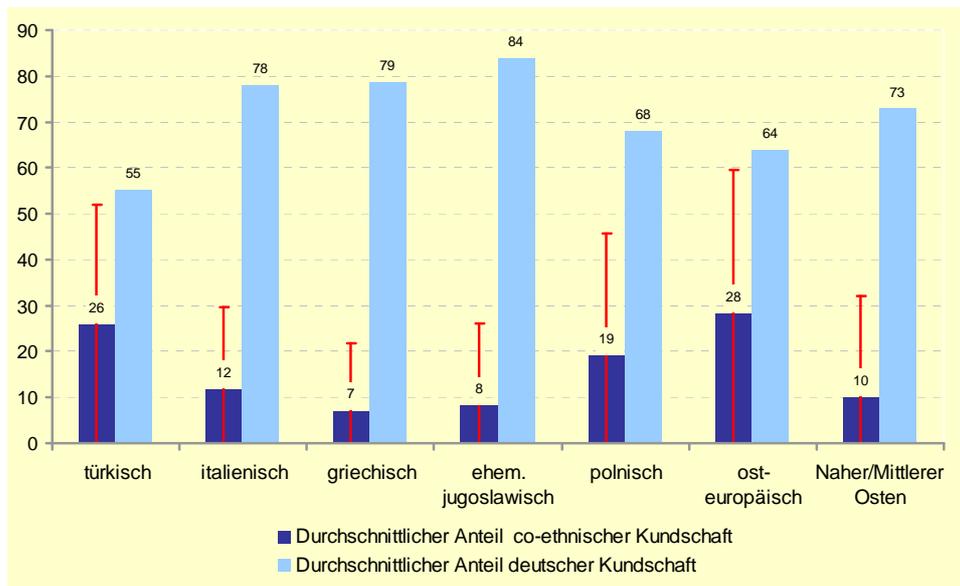
Diese Durchschnittswerte lassen sich noch besser einordnen, wenn man die geschätzten Anteile an einheimischen Kunden gegenüberstellt. Hier ist zu bedenken, dass sich die Werte nicht zu 100% summieren müssen, da ein Teil der Kunden weder zu den Landsleuten noch zu den Deutschen sondern zu einer dritten Gruppe zählt. Aber dennoch sind von den Kunden der Italiener, Griechen und Ex-Jugoslawen vier Fünftel und von den Kunden der Unternehmer aus dem Nahen/Mittleren Osten drei Viertel deutscher Herkunft (noch Abbildung 7.3.1). Die polnischen und sonstigen osteuropäischen Selbständigen haben einen Anteil von zwei Dritteln an deutschen Kunden. Der geringste Einheimischen-Anteil findet sich bei den türkischstämmigen Selbständigen. Hier ist nur etwas mehr als jeder zweite Kunde deutscher Herkunft.

Die abgebildeten Mittelwerte täuschen jedoch etwas darüber hinweg, dass es auch innerhalb der Herkunftsgruppen eine große Spannweite gibt. Dies zeigen die dargestellten Standardabweichungen in Bezug auf den Anteil an Landsleuten unter den Kunden. Es liegt nahe, dass die Kundenstruktur nicht nur von der ethnischen Zugehörigkeit, sondern u.a. auch von der Bran-

⁵⁶ Natürlich kann man nicht davon ausgehen, dass die Unternehmer in der Lage sind, die Herkunft ihrer Kunden anteilmäßig exakt zu bestimmen, da die meisten Kunden diesbezüglich ja nur eine Abschätzung anhand von Äußerlichkeiten oder anhand der Sprache vornehmen können.

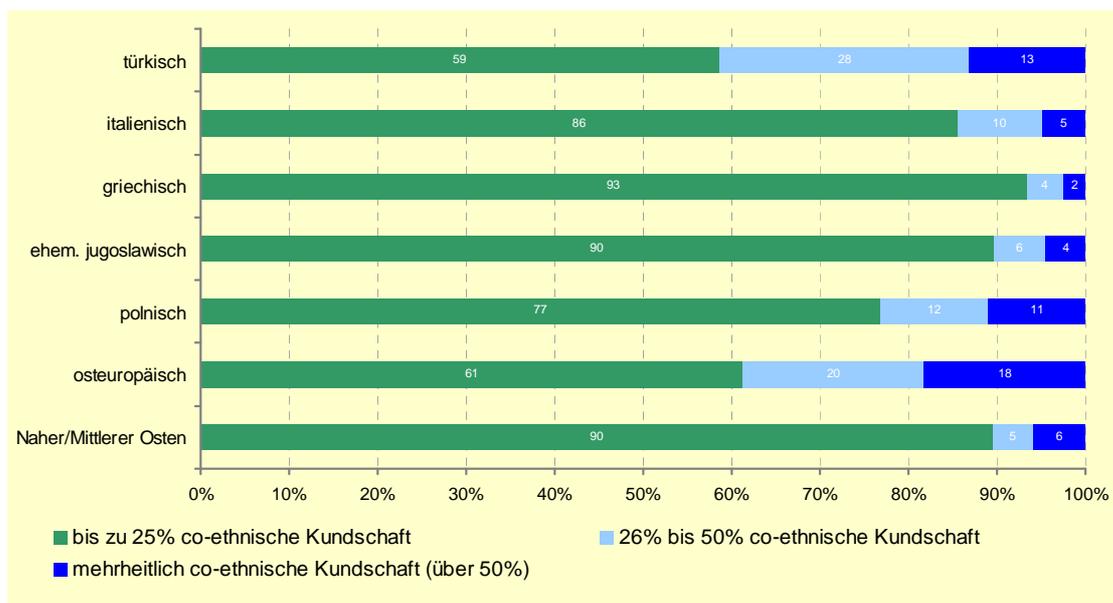
chenzugehörigkeit abhängig ist. Insgesamt betrachtet weisen das Verarbeitende Gewerbe, der Bau und das Gastgewerbe die geringsten Anteile an co-ethnischen Kunden auf (nicht abgebildet). In vielen Branchen können auch gar keine „ethnischen“ Produkte speziell für Landsleute angeboten werden (Beispiel: Autohandel oder Friseurgewerbe), weshalb sich migrantische Unternehmer schon allein aus Rentabilitätsgründen auch an Kunden aus der Mehrheitsgesellschaft wenden müssen. Demgegenüber werden die Selbständigen in den wissensintensiven Dienstleistungsbranchen wesentlich häufiger von Landsleuten konsultiert. Insbesondere im Kredit- und Versicherungsgewerbe und in den wirtschaftlichen und rechtlichen Beratungsdienstleistungen profitieren die Selbständigen von Kunden aus der eigenen Ethnie.

Abb. 7.3.1: Mittelwerte der Anteile an Kunden gleicher und deutscher Herkunft



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Abb. 7.3.2: Gruppierte Anteile von Kunden gleicher ethnischer Herkunft



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Eine bessere Einschätzung, wie „ethnisiert“ die Märkte selbständiger Migranten sind, lässt sich durch eine Kategorisierung nach gruppierten Werten gewinnen: Konzentriert man sich auf diejenigen Unternehmen, deren Kunden zu über 50% d.h. mehrheitlich Landsleute sind, dann wird das Bild noch deutlicher. Denn selbst unter den türkischstämmigen Selbständigen geben nur 13% an, dass sie überwiegend Türken als Kunden haben (Abbildung 7.3.2). Etwas höher ist dieser Anteil unter den osteuropäischen Unternehmern (18%). Auch in dieser Betrachtungsweise kommen an dritter Stelle die Polen (11%), während die Selbständigen aus Italien, Griechenland oder dem ehemaligen Jugoslawien, aber auch die aus dem Nahen/Mittleren Osten, äußerst selten mehrheitlich für ihre Landsleute arbeiten.

Welche Umstände nehmen darauf Einfluss, dass es Unternehmer mit einem hohen oder aber niedrigen Anteil an co-ethnischen Kunden gibt? Da auch hier mehrere Faktoren wirksam werden, wurden die Determinanten der Kundenstruktur und ihre Einflusstärke in multivariaten Analyseverfahren (lineare Regression) ermittelt. Die Koeffizienten und ihre Signifikanz sind in Tabelle 7.3.3 abgebildet.

Tab. 7.3.3: Determinanten co-ethnischer Kundschaftsbeziehung (lineare Regression)

unabhängige Variablen	Modell 1		Modell 2		Modell 3		Modell 4	
	Koeff. B	Sig.						
<i>Ref.: Naher/Mittlerer Osten</i>								
türkisch	15.5	***	13.7	***	13.5	***	14.8	***
italienisch	2.7		-2.1		-0.3		1.3	
griechisch	-4.2		-5.9	*	-4.0		-2.5	
ehem. jugoslawisch	-2.0		-0.8		-0.1		0.7	
polnisch	7.3	**	6.2	*	5.5		6.4	*
osteuropäisch	18.5	***	17.6	***	16.9	***	17.0	***
Geschlecht (<i>Ref.: Männlich</i>)			0.8		0.4		0.7	
Alter			0.0		-0.1		-0.1	
Deutsche Staatsangehörigkeit (<i>Ref.: ausländ.</i>)			-1.5		-2.7		-3.0	
Erste Generation (<i>Ref.: Zweite Generation</i>)			-1.0		-0.1		-0.8	
Ethnizität als Marktverteil (<i>Ref.: kein Vorteil</i>)			12.2	***	12.3	***	12.3	***
<i>Ref.: Nicht-wissensintensive DL</i>								
Prod. Gewerbe					-3.4		-3.2	
Handel					-0.5		-0.8	
Gastgewerbe					-5.6	**	-5.8	**
Wissensintensive DL					2.7		0.8	
<i>Ref.: ohne Berufsabschluss + Berufsabschluss</i>								
Studium							12.1	***
Sprachkenntnisse in Deutsch (<i>Ref.: keine</i>)							-2.2	
Interaktion Studium - Sprachkenntnisse							-8.2	*
<i>Konstant</i>	10.3	***	9.4	*	12.6	**	14.8	***
<i>Korrigiertes R²</i>	0.11		0.16		0.17		0.18	

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

Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Das erste Modell (ohne Kontrolle weiterer Variablen) spiegelt mehr oder weniger die zuvor beschriebenen Unterschiede zwischen den Ethnien wider. Im zweiten Modell werden neben

Geschlecht und Alter noch der Migrationsstatus (erste versus zweite Generation, deutsche Staatsangehörigkeit) kontrolliert. Dies sind Variablen, die „von sich aus“ (auch in den nachfolgenden Modellen) keinen signifikanten Einfluss auf die Kundenzusammensetzung nehmen. Einen hochsignifikanten Einfluss hat demgegenüber die – in Kapitel 7.2.1 beschriebene – Variable „Ethnizität“, wenngleich sich die Stärke des Koeffizienten in Grenzen hält. Aber immerhin liegt selbst unter Kontrolle weiterer Variablen der Anteil an co-ethnischen Kunden bei denjenigen, die ihre ethnische Herkunft als Marktvorteil einschätzen um 12%-Punkte höher als bei denen, für die ihre Herkunft diesbezüglich keine Rolle spielt.

Im dritten Modell, das heißt unter Berücksichtigung der wirtschaftssektoralen Tätigkeit, wird ersichtlich, dass gegenüber den nicht-wissensintensiven Routinedienstleistungen (Referenzkategorie) sich vor allem eine Tätigkeit im Gastgewerbe signifikant negativ auf co-ethnische Kundschaftsbeziehungen auswirkt. Das war vor dem Hintergrund der ethnienübergreifenden Nachfrage nach einer landestypischen bzw. vor allem mediterranen Küche zu vermuten. Im Vergleich dazu spielt die innerethnische Nachfrage eine geringere Rolle. Dies wird auch mit Blick auf das Produzierende Gewerbe oder den Handel ersichtlich, allerdings sind hier die Effekte nicht signifikant. Arbeiten Selbständige in den wissensintensiven Dienstleistungen besteht ein zwar nicht signifikanter aber positiver Zusammenhang mit co-ethnischer Kundschaft. Der Einfluss einer Tätigkeit in den wissensintensiven Dienstleistungen wird jedoch signifikant, wenn man in den Modellen die Polen und sonstigen Osteuropäer ausklammert (hier nicht abgebildet). Offensichtlich sind es vor allem die Selbständigen aus den ehemaligen Anwerbeländern, und dabei insbesondere die Türkischstämmigen, die aufgrund ihrer kulturellen und fachlichen Kompetenzen von einer innerethnischen Nachfrage nach diversen Beratungsdienstleistungen profitieren. Die tendenziell besser gebildeten Osteuropäer wenden sich in solchen Fragen nicht unbedingt an Experten der gleichen Herkunft.

Einen stark signifikanten Effekt hat Bildung, deren Einfluss im vierten Modell näher beleuchtet wird. Zunächst ist festzuhalten, dass ein abgeschlossenes Studium die Wahrscheinlichkeit co-ethnischer Kundschaft erhöht. Dieser Einfluss ist sogar entscheidender als die Zugehörigkeit zu den wissensintensiven Dienstleistungen, wie im Vergleich zum vorherigen Modell zu ersehen ist. Insgesamt untermauert dieser Befund die These, dass co-ethnische Kundenbeziehungen nicht unbedingt als Hinweis auf eine statusarme Form unternehmerischer Betätigung zu werten sind. Die Bessergebildeten engagieren sich auch in Branchen, in welchen sie eine intermediäre „Mittlerrolle“ einnehmen, indem sie Landsleute in punkto Versicherungen, Kredite, Steuer- oder Rechtsfragen oder auch in medizinischer Funktion beraten und betreuen.

Dies setzt in der Regel nicht nur eine interkulturelle Kompetenz, sondern auch Sprachkenntnisse voraus. Daher mag zunächst erstaunen, dass das Beherrschen der deutschen Sprache im Regressionsmodell einen negativen Einfluss hat. Für „sich genommen“ ist dies jedoch durchaus plausibel, da Selbständige mit einem höheren Anteil co-ethnischer Kundschaft weniger auf Deutschkenntnisse angewiesen sind. Doch wie sieht es bezüglich derer aus, die hoch gebildet und gute Sprachkenntnisse besitzen? Um hier klarer zu sehen, wurde in die Regressionsgleichung ein Interaktionsterm (Studium und Sprachkenntnisse) eingeführt. Daraus lässt sich ableiten, dass die berufsfachlich Hochqualifizierten mit schlechten Deutschkenntnissen zu einem höheren Prozentsatz co-ethnische Kunden haben als Hochqualifizierte mit guten

Deutschkenntnissen. Allerdings haben die Letztgenannten wiederum mit höherer Wahrscheinlichkeit Kunden der gleichen Herkunft als dies bei den Ungebildeten der Fall ist. Insgesamt unterstützen die Ergebnisse die These, dass es sich bei der Gruppe der Studierten mit guten Deutschkenntnissen um so genannte „intermediäre“ Selbständige handelt, die (etwa in den Freien Berufen und in den Versicherungs- und Kreditdienstleistungen) ihr fachliches Wissen an die Landsleute vermitteln und dabei aber vor allem sprachlich gut in die Mehrheitsgesellschaft integriert sein müssen.

An anderer Stelle (Kapitel 7.4) kann ersehen werden, dass sowohl eine gute Bildung als auch die Tätigkeit in einer wissensintensiven Branche nicht nur die Wahrscheinlichkeit co-ethnischer Kundenbeziehungen sondern überhaupt die Wahrscheinlichkeit der Ausübung einer selbständigen statt abhängigen Erwerbsarbeit erhöht. Mit Blick auf unsere Ausgangsfrage bedeutet dies, dass die Orientierung auf ethnische Märkte nicht generell – wie größtenteils in der Literatur gemutmaßt – in die Sackgasse führen muss.⁵⁷ Unter bestimmten Bedingungen kann dies eine nützliche und erfolgreiche Strategie für Migranten sein. Jedoch aufgrund der in einigen Ethnien geringen Zahl an Hochqualifizierten sind es eher elitäre Minderheiten, denen sich solche Gelegenheitsstrukturen bieten.

7.3.2 Konkurrenzsituation

Die Chancen auf den Märkten werden nicht nur durch die potenziell erreichbaren Kunden sondern auch durch den Wettbewerb und damit unter anderem durch die Konkurrenten determiniert. Zunächst unabhängig von der Frage des Erfolgs interessiert vorerst, auf welchen strategischen Konzepten Migrantenselbständigkeit in bestimmten Herkunftsgruppen beruht. Die Betriebsinhaber/innen wurden gefragt, mit welchen Unternehmen sie „am stärksten konkurrieren“ und ob es sich hierbei eher um Unternehmen aus der gleichen Ethnie oder um „deutsche“ Unternehmen handelt.

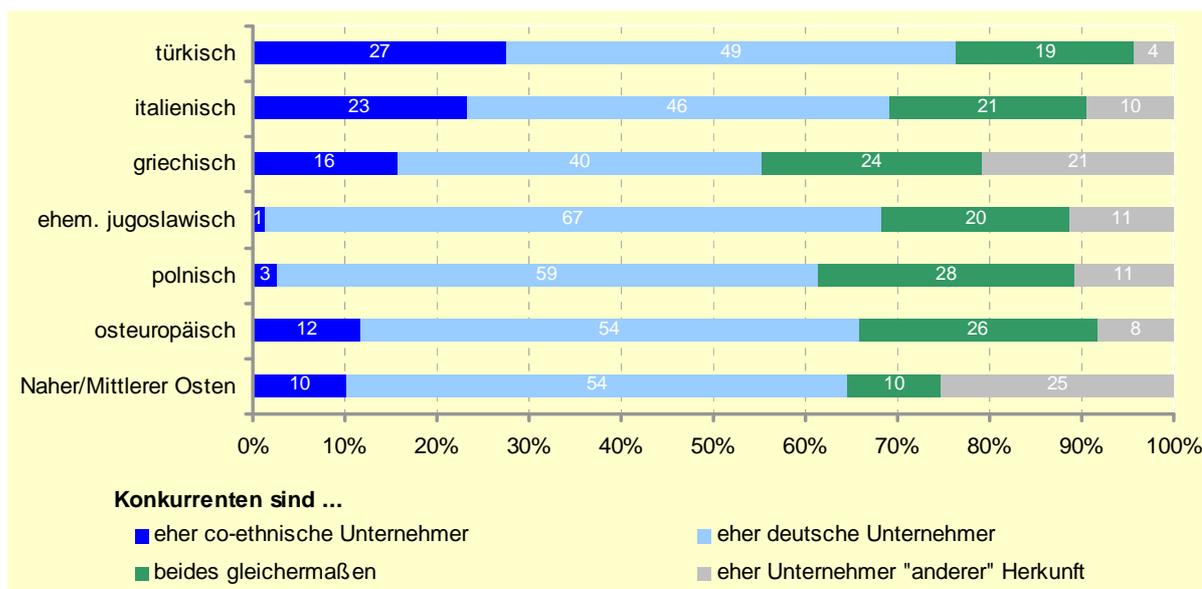
Im Ergebnis zeigt sich, dass ein fast gruppenübergreifend konstanter Anteil von rund einem Fünftel bis einem Viertel der Unternehmen mit Landsleuten und Einheimischen gleichermaßen konkurriert (Abbildung 7.3.4). Lediglich bei denjenigen aus dem Nahen/Mittleren Osten macht diese Gruppe weniger aus. In allen Ethnien sind es vorrangig die einheimischen Unternehmen, die als direkte Konkurrenten empfunden werden. Dies ist vor allem bei den Selbständigen aus dem ehemaligen Jugoslawien und aus Polen der Fall. Die Konkurrenz durch Landsleute spielt hier mit einem Anteil von 1% bzw. 3% so gut wie gar keine Rolle. Unter den (sonstigen) osteuropäischen Selbständigen und denen aus dem Nahen/Mittleren Osten steht in etwa jeder Achte bis Zehnte in einem Wettbewerb mit der eigenen Ethnie. Anders sieht dies bei den Betriebsinhabern türkischer, italienischer und griechischer Herkunft aus: Bei den Griechen kommen 16% der Konkurrenten aus Griechenland und bei den Türken und Italienern stammt rund ein Viertel (27% bzw. 23%) aus dem jeweiligen Herkunftsland.

Insgesamt bzw. gesamtwirtschaftlich betrachtet handelt es sich also um Anteilswerte, die zeigen, dass nicht nur die Nachfrageseite sondern auch die Angebotsseite weniger ethnisiert ist

⁵⁷ Wobei hier auf die These von der „Mobilitätsfalle“ Bezug genommen wird (vgl. Kapitel 2) und noch nichts zur These vom geringen Wachstumspotenzial auf ethnischen Märkten (Aldrich/ Waldinger 1990) gesagt wird.

als oftmals angenommen. Dies ist aber auch eine Frage der Branchen. In bestimmten Gebieten ist es mehr als augenscheinlich, dass sich insbesondere Gastronomen und Händler in einem binnenethnisch starken Konkurrenzkampf befinden. Dies zeigt bspw. die Konzentration von Döner-Imbissen oder Pizzabäckern in städtischen Quartieren, die häufig zu einem Verdrängungswettbewerb mit teils hohen Fluktuationen führt. Insofern dürfte kaum verwundern, dass im Gastgewerbe und im Handel die Konkurrenz durch Landsleute stärker als insgesamt empfunden wird (nicht abgebildet).

Abb. 7.3.4: Größte Konkurrenten nach ethnischer Herkunft



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Bei allem darf aber auch nicht vergessen werden, dass sich in manchen Branchen die Frage der innerethnischen Konkurrenz gar nicht stellt, weil keine „ethnischen“ Produkte oder Dienstleistungen angeboten werden, um die sich Unternehmer/innen der gleichen Herkunft gruppieren. Andererseits jedoch sind es häufig gar nicht ethnische Produkte oder Dienste, sondern die in manchen Wirtschaftsbereichen niedrigen Zugangsbarrieren, die zu einem verschärften innerethnischen Wettbewerb führen. Branchen, in denen keine Zertifikate oder anderweitig nachzuweisende Qualifikationen zur Ausübung einer selbständigen Tätigkeit erforderlich sind, bieten Gelegenheiten für Geringqualifizierte, die keinen Job als Arbeitnehmer finden. Gepaart mit ethniespezifischen oder kulturellen Vorlieben für bestimmte Branchen kann sich auch auf dieser Basis ein starker Wettbewerb entwickeln.

Welche Faktoren begünstigen die Orientierung auf Märkte, in denen eine hohe binnenethnische Konkurrenz spürbar wird? Dieser Frage wird wiederum mit Hilfe eines Regressionsmodells nachgegangen (Tabelle 7.3.5). Die Modelle haben eine vergleichsweise hohe Erklärungskraft bei einem Pseudo R^2 bis zu 0.41. Sieht man vom ersten Modell ab, dessen Ergebnisse mehr oder weniger bereits aus den dargestellten deskriptiven Befunden bekannt sind, und konzentriert sich auf die signifikanten Werte in den anderen Modellen, ist folgendes hervorzuheben:

Selbständige Migranten mit einem deutschen Pass sehen sich im Vergleich zu Ausländern mit nur halb so hoher Wahrscheinlichkeit in einer Konkurrenz mit anderen Unternehmern aus ihrer Ethnie (Modell 2). Dieser Zusammenhang verliert jedoch an Signifikanz, wenn man weitere Variablen kontrolliert.

Wie zu erwarten hat auch „Ethnizität“ einen hochsignifikanten allerdings positiven Einfluss. Selbständige, die ihre eigene ethnische Herkunft als Marktvorteil betrachten sind mit vier mal höherer Wahrscheinlichkeit als die Übrigen mit Landsleuten als Konkurrenten konfrontiert. Dies scheint vor allem für die Italiener von Bedeutung, denn die Kontrolle dieses Faktors hebt die zuvor beobachtete Differenz gegenüber anderen Ethnien (Modell 1) wieder auf, während der Faktor „Ethnizität“ bei den Türken offenbar weniger Einfluss auf die Konkurrenzspezifika nimmt. Dies bestätigt auf andere Weise nochmals, dass die Italiener weit stärker als die übrigen Gruppen ihre kulturelle Kompetenz für ihre Geschäftstätigkeit zu nutzen wissen (vgl. auch Abb. 7.2.3), aber dafür jedoch auch relativ häufig mit anderen Italienern im Wettbewerb stehen.

Tab. 7.3.5: Determinanten binnenethnischer Konkurrenz (logistische Regression)

unabhängige Variablen	Modell 1		Modell 2		Modell 3		Modell 4	
	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.
<i>Ref.: Naher/Mittlerer Osten</i>								
türkisch	3.3	***	1.9		2.4	**	2.3	
italienisch	2.5	**	1.0		0.8		0.8	
griechisch	1.8		1.2		0.8		0.9	
ehem. jugoslawisch	0.1	**	0.1	**	0.1	**	0.1	**
polnisch	0.0		0.0		0.0		0.0	
osteuropäisch	1.2		0.6		0.9		0.9	
Geschlecht (<i>Ref.: Männlich</i>)			1.3		1.6		1.7	
Alter			1.00		1.01		1.01	
Deutsche Staatsangehörigkeit (<i>Ref.: ausländ.</i>)			0.5	**	0.7		0.7	
Erste Generation (<i>Ref.: Zweite Generation</i>)			1.6		1.3		1.1	
Ethnizität als Marktvorteil (<i>Ref.: kein Vorteil</i>)			3.7	***	3.1	***	3.1	***
Anteil co-ethnischer Kundschaft (%)			1.02	***	1.03	***	1.03	***
<i>Ref.: Nicht-wissensintensive DL</i>								
Prod. Gewerbe					1.6		1.5	
Handel					5.0	***	4.7	***
Gastgewerbe					15.6	***	13.4	***
Wissensintensive DL					3.3	**	3.3	**
<i>Ref.: ohne Berufsabschluss</i>								
Berufsabschluss							0.9	
Studium							1.04	
Sprachkenntnisse in Deutsch (<i>Ref.: keine</i>)							0.6	
<i>Konstant</i>	0.1	***	0.1	***	0.0	***	0.0	***
<i>Pseudo R² (Nagelkerke)</i>	0.17		0.32		0.40		0.41	

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

Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Hochsignifikant ist (zumindest ohne Kontrolle von Humankapital) auch der Zusammenhang zwischen Konkurrenz- und Kundencharakteristika. Je höher der Anteil an co-ethnischer Kundschaft desto stärker ist auch die binnenethnische Konkurrenz unter den Anbietern. Dies scheint auf den ersten Blick zwar nahe liegend, war aber dennoch zu beweisen. Voraussichtlich bieten Betriebe mit einem überwiegend aus Landsleuten bestehenden Kundenstamm auch vorrangig solche „ethnische“ Produkte und Dienstleistungen an, welche andere Unternehmer/innen aus der selben Community auch in ihrer Angebotspalette haben.

Binnenethnische Konkurrenz spielt vor allem im Gastgewerbe eine große Rolle (Modell 3), darüber hinaus aber – wenn auch in geringerem Maße – genauso im Handel und in den wissensintensiven Dienstleistungen. Die eigenen Landsleute sind unter den Gastronomen 16 mal bzw. (im vierten Modell) 13 mal so häufig Konkurrenten wie dies bei den Selbständigen in den nicht-wissensintensiven Diensten der Fall ist.

Welchen Einfluss hat Humankapital auf die Zusammensetzung der Mitbewerber am Markt? Die Beziehungen sind zum einen nicht signifikant und zum anderen auch indifferent. Die Richtung der Koeffizienten ist aber zumindest in punkto Sprachkenntnisse wenig spektakulär: Selbständige mit guten deutschen Sprachkenntnissen haben es tendenziell weniger mit Landsleuten als vielmehr mit deutschen Konkurrenten zu tun.

Fasst man die Ergebnisse zusammen, kommt man zu dem Schluss, dass Merkmale, die auf eine höhere Ethnizität (ethnische Ressourcen, co-ethnische Kundschaft, nicht eingebürgert) hinweisen, einen Effekt in Richtung verstärkter binnenethnischer Konkurrenz haben. Vor allem jedoch zeigt die Tatsache, dass Humankapital die Konkurrenzstruktur weder in der einen noch in der anderen Richtung signifikant beeinflusst, dass hier die Bestimmungsfaktoren etwas anders gelagert sind als dies in Bezug auf die Determinanten co-ethnischer Kundschaft zu erkennen war.

7.4 Mehrdimensionale Analysen

Wesentliche Fortschritte erzielte die Ethnic Entrepreneurshipforschung durch eine Annäherung in der Frage, welche Rolle zum einen angebotsseitige bzw. personenbedingte Faktoren und zum anderen nachfrageseitige bzw. strukturbedingte Einflüsse spielen. Die inzwischen weit verbreitete Einsicht, dass sowohl die Ressourcen als auch die Märkte bzw. Gelegenheiten von Bedeutung sind, hätte eigentlich zu einer Vielzahl an Analysen führen müssen, die mehrere Dimensionen gleichzeitig berücksichtigen. An solchen mehrdimensionalen Verfahren mangelt es jedoch sowohl im deutschen als auch im internationalen Forschungsraum; nicht zuletzt, weil es hierfür kaum geeignete Daten gibt. Denn zumeist bieten die einschlägigen Erhebungen zwar einige Informationen über die den Migranten zur Verfügung stehenden Ressourcen, aber kaum die Möglichkeit ein adäquates – bspw. von Waldinger, Aldrich und Ward (1990) vorgeschlagenes – Interaktionsmodell zu konstruieren, um einzuschätzen, in welcher Situation, unter welchen Bedingungen und in welchen Märkten diese Ressourcen mit welchen Strategien eingesetzt werden.

Vor allem jedoch müssen für diesen Zweck nicht nur Daten über die Selbständigen, sondern auch über die Nicht-Selbständigen zur Verfügung stehen, um die Chancen für die Übergänge

zwischen den Erwerbspositionen kennen zu lernen. Ein solcher Versuch wird in diesem Abschnitt mit Hilfe der Mikrozensusdaten unternommen. Im Folgenden 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 und den Ressourcen 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. Die Nachfrageseite nach unternehmerischen Leistungen lässt sich mit den Mikrozensusdaten allerdings nur beschränkt beschreiben. Die Marktbedingungen können allenfalls durch die Zugehörigkeit zu bestimmten Wirtschaftsbereichen in die Modelle eingebracht werden.

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.

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.

7.4.1 Einfluss der ethnischen Herkunft im Kontext von Wissensressourcen

Bevor nachfolgend auf die für einzelne Herkunftsgruppen geltenden Determinanten im o.g. Sinne eingegangen wird soll ein Gesamtmodell klären, welchen Einfluss die Zugehörigkeit zu einer bestimmten ethnischen Gruppe auf die Selbständigkeitsneigung hat und wie sich dieser Einfluss unter Kontrolle von Bildung und beruflicher Tätigkeit verändert.

In Tabelle 7.4.1 werden die Effekte mittels einer logistischen Regression geschätzt, wobei im ersten Modell zunächst bemessen wird, mit welcher Wahrscheinlichkeit die Erwerbstätigen einzelner Ethnien selbständig oder aber abhängig beschäftigt sind. Die Odds (Modell 1) spiegeln – auch unter Kontrolle von Geschlecht und Alter – im Groben und Ganzen die Verhältnisse wider, die mit Blick auf die Selbständigenquoten (Kapitel 6.1) zu erwarten waren. Sieht man von den Griechen ab, ist bei allen Ethnien in Baden-Württemberg die Wahrscheinlichkeit selbständig zu sein geringer als bei den Deutschen ohne Migrationshintergrund. Bei den Angehörigen aus dem ehemaligen Jugoslawien, den übrigen Osteuropäern und bei den Türkisch-

stämmigen ist diese Wahrscheinlichkeit nur halb so hoch wie bei den Einheimischen. Hierbei wird jeweils berücksichtigt, dass sich – wie nachfolgend noch zu sehen ist – in allen Gruppen die Frauen weniger häufig selbständig machen und dass das Lebensalter (bis zu einem gewissen Grad und als Näherungswert für das gesammelte Erfahrungswissen) positiven Einfluss nimmt.

Tab. 7.4.1: Determinanten der Wahrscheinlichkeit einer selbständigen vs. einer abhängigen Beschäftigung unter den Erwerbstätigen in Baden-Württemberg (logistische Regression)

unabhängige Variablen	Modell 1		Modell 2 ¹⁾	
	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.
Geschlecht (<i>Ref.: Männlich</i>)	0,50		0,42	***
Alter	1,08		1,09	***
Alter ²	1,00	**	1,00	***
<i>Ref.: ohne Berufsabschluss</i>				***
HS+MR mit Berufsabschluss	1,82		1,84	***
Abitur m/o Berufsabschluss	2,79		2,65	***
FH/Uni	2,94		2,86	***
<i>Ref.: Einfache Tätigkeiten</i>				***
Qualifizierte Tätigkeiten	1,42		1,42	***
Semi-/Professionelle Tätigkeiten	1,35		1,50	***
<i>Ref.: deutsch</i>				***
türkisch	0,94		0,98	
italienisch	1,12		1,02	
griechisch	1,64	**	1,46	
ehem. jugoslawisch ²⁾	0,60	**	0,61	**
polnisch	0,72		0,75	
osteuropäisch ³⁾	0,60		0,68	**
Naher/ Mittlerer Osten	0,97		0,87	
Rest der Welt	0,70		0,71	***
<i>Konstant</i>	0,00	***	0,00	***
<i>Pseudo R² (Nagelkerke)</i>	0,12		0,16	

1) Alle Ergebnisse zusätzlich unter Kontrolle von Wirtschaftszweigen.

2) Bosnien, Kroatien und Serbien

3) ohne estländische, lettische, litauische Nationalitäten, jedoch inklusive der russischen Nationalität

Signifikanzniveau: *** p<0,01; ** p<0,05; * p<0,1

Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2005 und 2006 (scientific usefile), eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Von Interesse ist nun, inwieweit dieses Schema auch unter Kontrolle von Bildung und dem Niveau der beruflichen Tätigkeit seine Gültigkeit behält. Zunächst ist herauszustellen, dass formale Bildung die Zugangschancen in die Selbständigkeit wesentlich erhöht: Personen mit einem Berufsabschluss sind mit fast doppelt so hoher und solche mit einem Hochschulabschluss sogar mit annähernd drei mal so hoher Wahrscheinlichkeit selbständig als diejenigen ohne einen Abschluss (Modell 2). Aber auch der Beruf macht einen Unterschied: Tätigkeiten, die als qualifiziert oder (semi-)professionell zu werten sind,⁵⁸ führen viel eher zu einer unternehmerischen Laufbahn als einfache Tätigkeiten. Alle genannten Effekte erweisen sich als hochsignifikant.

⁵⁸ Einordnung auf Grundlage der Berufsklassifikation von Blossfeld für die Mikrozensus ab 1973 (GESIS).

Beachtenswert ist nun aber, dass unter Kontrolle von Bildung und Beruf kein signifikanter Unterschied mehr in der Selbständigkeitsneigung zwischen türkisch- und italienischstämmigen Erwerbstätigen auf der einen und den Deutschen auf der anderen Seite besteht. Im Gegensatz dazu wird der Zusammenhang bei den Griechen signifikant bzw. sie sind mit 1,6-fach höherer Wahrscheinlichkeit selbständig als die Deutschen.

Offensichtlich wird der Brancheneinfluss durch die zuvor berücksichtigten Variablen kompensiert, denn unter dessen Kontrolle (Modell 3) zeigen sich nur noch geringe Veränderungen in den erzielten Effekten. Es dürfte nicht verwundern, dass die Chance im Gaststättengewerbe selbständig zu sein rund 7-fach höher als im Verarbeitenden Gewerbe ist (nicht abgebildet).

7.4.2 Determinanten für einzelne Herkunftsgruppen

Das „Gesamtmodell“ reflektiert jedoch Zusammenhänge zwischen Selbständigkeit und ihren Bestimmungsfaktoren, die nicht unbedingt für alle Herkunftsgruppen in gleichem Maße gelten müssen. Aus diesem Grund untersuchen wir im Folgenden die Beziehungen auf der Ebene einzelner Gruppen. So stellt sich bspw. die Frage, ob der zuvor festgestellte positive Einfluss von Bildung oder beruflicher Tätigkeit bei allen einbezogenen Ethnien erkennbar ist. Darüber hinaus interessieren aber auch migrationsspezifische Faktoren, und hier vor allem, welchen Effekt die Zugehörigkeit zur ersten oder zweiten Generation und welche Wirkung eine Einbürgerung hat. Die gewünschte Differenzierung nach einzelnen Herkunftsgruppen verringert jedoch die Zahl der Beobachtungsfälle beträchtlich, weshalb sich nicht alle Analysen ausschließlich auf baden-württembergische Zahlen stützen können. Dort wo angenommen werden kann, dass die Zusammenhänge nicht landesspezifischer Natur sind, werden zusätzlich die auf Bundesebene vorliegenden größeren Datenmengen herangezogen. Aus Gründen der Übersichtlichkeit erscheint es zudem nicht angebracht, sämtliche Analyseschritte in Detail abzubilden. In den Tabellen werden daher nur noch die Schätzungen ohne und mit Kontrolle der Branchenzugehörigkeit (Modell 1 und 2) dargestellt.

In den Tabellen 7.4.2 bis 7.4.4 sind exemplarisch für die einzelnen ethnischen Gruppen die logistischen Regressionsschätzungen für die türkisch-, italienisch- und osteuropäischen Erwerbstätigen dargestellt. Die Erklärungskraft der Modelle ist (v.a. unter Kontrolle der Wirtschaftszweige) mit einem Pseudo- R^2 (Nagelkerke) von zwischen 0,17 bis 0,31 akzeptabel.

Wie auch bei den meisten anderen (nicht abgebildeten) Herkunftsgruppen machen sich Männer mit etwa doppelt so großer Wahrscheinlichkeit selbständig als Frauen, bei den türkischen Erwerbstätigen (unter Kontrolle des Wirtschaftszweiges) sogar mit dreifach so hoher Wahrscheinlichkeit. Auch das Lebensalter, als ein Indikator für die Arbeitserfahrung, wirkt sich in allen Gruppen positiv aus.

In der Tendenz findet sich der für alle Gruppen insgesamt festgestellte selbständigkeitsfördernde Bildungseffekt (siehe oben) auch auf der Ebene einzelner Ethnien wieder, wenngleich in unterschiedlichen Nuancen. Sieht man von den Migranten aus dem Nahen/Mittleren Osten ab, dann zeigt sich für diejenigen mit Abitur (oder vergleichbarem Abschluss) der stärkste Effekt, während ein akademischer Abschluss eher indifferente Ergebnisse erzeugt. Dies gilt zumindest für Baden-Württemberg. Auf Bundesebene gilt für die Angehörigen der meisten

Herkunftsgruppen, dass die Selbständigkeitsneigung mit der Bildung wächst.⁵⁹ Die akademisch Gebildeten sind zwei- bis dreifach so häufig selbständig als diejenigen ohne einen Berufsabschluss. Günstigen Einfluss nimmt zudem auch das Niveau beruflicher Tätigkeit: Dies ist insbesondere bei den Türkischstämmigen in Baden-Württemberg der Fall, wo Erwerbstätige mit einem (semi-)professionellen Beruf mehr als sieben mal häufiger unternehmerisch aktiv sind als diejenigen mit einfachen Tätigkeiten. Bei den Griechen zeigt sich hier keinerlei Effekt (nicht abgebildet).

Tab. 7.4.2: Determinanten der Wahrscheinlichkeit einer selbständigen vs. einer abhängigen Beschäftigung unter den Erwerbstätigen türkischer Herkunft (logistische Regression)

unabhängige Variablen	Modell 1		Modell 2 ¹⁾	
	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.
Baden-Württemberg				
Geschlecht (<i>Ref.: Männlich</i>)	0,62	*	0,33	***
Alter	1,30	***	1,40	***
Alter ²	1,00	**	1,00	***
<i>Ref.: ohne Berufsabschluss</i>				*
HS+MR mit Berufsabschluss	1,58	*	1,98	**
Abitur m/o Berufsabschluss	2,36	**	2,27	*
FH/Uni	1,06		0,86	
<i>Ref.: Einfache Tätigkeiten</i>		***		***
Qualifizierte Tätigkeiten	2,37	***	2,45	***
Semi-/Professionelle Tätigkeiten	5,26	***	7,71	***
Eingebürgert	0,88		0,88	
Zugewandert	0,67		0,57	
<i>Konstant</i>	0,00	***	0,00	***
<i>Pseudo R² (Nagelkerke)</i>	0,10		0,31	
Deutschland				
Geschlecht (<i>Ref.: Männlich</i>)	0,47	***	0,33	***
Alter	1,13	***	1,20	***
Alter ²	1,00	***	1,00	***
<i>Ref.: ohne Berufsabschluss</i>		***		***
HS+MR mit Berufsabschluss	1,28	**	1,47	***
Abitur m/o Berufsabschluss	1,82	***	1,67	***
FH/Uni	2,05	***	1,77	***
<i>Ref.: Einfache Tätigkeiten</i>		***		***
Qualifizierte Tätigkeiten	2,09	***	2,14	***
Semi-/Professionelle Tätigkeiten	3,17	***	4,00	***
Eingebürgert	1,22	**	1,24	**
Zugewandert	1,13		1,02	
<i>Konstant</i>	0,00		0,00	***
<i>Pseudo R² (Nagelkerke)</i>	0,10		0,24	

1) Alle Ergebnisse zusätzlich unter Kontrolle von Wirtschaftszweigen.

Signifikanzniveau: *** p<0,01; ** p<0,05; * p<0,1

Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2006 (scientific usefile), eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

⁵⁹ Zu beachten ist allerdings auch, dass die Fallzahlen für akademisch Gebildete in Baden-Württemberg in vielen Gruppen niedrig sind, was sich auch auf die Signifikanz der Befunde auswirken kann.

Tab. 7.4.3: Determinanten der Wahrscheinlichkeit einer selbständigen vs. einer abhängigen Beschäftigung unter den Erwerbstätigen italienischer Herkunft (logistische Regression)

unabhängige Variablen	Modell 1		Modell 2 ¹⁾	
	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.
Baden-Württemberg				
Geschlecht (<i>Ref.: Männlich</i>)	0,59	**	0,46	**
Alter	1,16	*	1,20	**
Alter ²	1,00		1,00	*
<i>Ref.: ohne Berufsabschluss</i>		*		
HS+MR mit Berufsabschluss	1,72	**	1,52	
Abitur m/o Berufsabschluss	2,62	**	2,44	*
FH/Uni	1,68		2,28	
<i>Ref.: Einfache Tätigkeiten</i>				**
Qualifizierte Tätigkeiten	1,23		1,20	
Semi-/Professionelle Tätigkeiten	2,19	**	3,17	**
Eingebürgert	1,37		1,89	
Zugewandert	1,31		1,24	
<i>Konstant</i>	0,00	***	0,00	
<i>Pseudo R² (Nagelkerke)</i>	0,08		0,26	
Deutschland				
Geschlecht (<i>Ref.: Männlich</i>)	0,65	***	0,59	***
Alter	1,12	***	1,15	***
Alter ²	1,00	**	1,00	**
<i>Ref.: ohne Berufsabschluss</i>		***		***
HS+MR mit Berufsabschluss	1,63	***	1,75	***
Abitur m/o Berufsabschluss	2,37	***	2,40	***
FH/Uni	2,17	***	2,94	***
<i>Ref.: Einfache Tätigkeiten</i>		**		***
Qualifizierte Tätigkeiten	1,23	*	1,29	*
Semi-/Professionelle Tätigkeiten	1,69	***	2,76	***
Eingebürgert	0,69		0,85	
Zugewandert	1,32	*	1,11	
<i>Konstant</i>	0,01	***	0,00	***
<i>Pseudo R² (Nagelkerke)</i>	0,07		0,26	

1) Alle Ergebnisse zusätzlich unter Kontrolle von Wirtschaftszweigen.

Signifikanzniveau: *** p<0,01; ** p<0,05; * p<0,1

Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2005/ 2006 (scientific usefile), eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Deutliche Gegensätze werden mit Blick auf migrationsspezifische Merkmale evident. Sind die Erwerbstätigen türkischer Herkunft eingebürgert, so sind sie zumindest auf Bundesebene mit etwa 20% höherer Wahrscheinlichkeit selbständig als Türken ohne deutschen Pass. In Baden-Württemberg ist dieser Zusammenhang nicht signifikant und im übrigen sogar negativ ausgeprägt. Bei Italienischstämmigen hat eine deutsche Staatsbürgerschaft keinerlei Effekt. Hier dürfte auch ausschlaggebend sein, dass die Italiener als EU-Bürger die gleichen Niederlassungsrechte genießen wie die Deutschen, d.h. eigentlich zumindest diesbezüglich keine Veranlassung sehen, sich einbürgern zu lassen. Demgegenüber sind die eingebürgerten Osteu-

ropäer, darunter viele Aussiedler, in markant geringerem Maße (in etwa nur halb so häufig) selbständig als diejenigen ohne deutschen Pass.

Die Generationszugehörigkeit nimmt in nur wenigen Fällen signifikanten Einfluss auf die Selbständigkeitsneigung, zumindest, wenn man andere Merkmale kontrolliert. Auf Baden-Württemberg-Ebene zeigen sich keine signifikante Effekte. Nur auf Bundesebene weisen die italienischen Zugewanderten der ersten Generation eine stärkere unternehmerische Aktivität auf, deren Signifikanz aber unter Kontrolle des Wirtschaftsbereichs schwindet. Bei den Griechen ist dies umgekehrt: Dort sind eher diejenigen der zweiten Generation selbständig.

Tab. 7.4.4: Determinanten der Wahrscheinlichkeit einer selbständigen vs. einer abhängigen Beschäftigung unter den Erwerbstätigen osteuropäischer Herkunft (logistische Regression)

unabhängige Variablen	Modell 1		Modell 2 ¹⁾	
	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.
Baden-Württemberg				
Geschlecht (<i>Ref.: Männlich</i>)	0,79		0,44	***
Alter	1,20	**	1,26	***
Alter ²	1,00	**	1,00	***
<i>Ref.: ohne Berufsabschluss</i>				
HS+MR mit Berufsabschluss	1,23		1,33	
Abitur m/o Berufsabschluss	1,70		1,38	
FH/Uni	1,76		1,30	
<i>Ref.: Einfache Tätigkeiten</i>		***		***
Qualifizierte Tätigkeiten	1,80	**	1,91	**
Semi-/Professionelle Tätigkeiten	2,73	***	2,60	***
Eingebürgert	0,49	***	0,59	**
Zugewandert	1,04		1,18	
<i>Konstant</i>	0,00	***	0,00	***
<i>Pseudo R² (Nagelkerke)</i>	0,07		0,17	
Deutschland				
Geschlecht (<i>Ref.: Männlich</i>)	0,62	***	0,46	***
Alter	1,14	***	1,16	***
Alter ²	1,00	***	1,00	***
<i>Ref.: ohne Berufsabschluss</i>		***		***
HS+MR mit Berufsabschluss	1,19		1,21	
Abitur m/o Berufsabschluss	1,88	***	1,69	***
FH/Uni	2,90	***	2,48	***
<i>Ref.: Einfache Tätigkeiten</i>		***		***
Qualifizierte Tätigkeiten	3,10	***	3,23	***
Semi-/Professionelle Tätigkeiten	3,47	***	3,53	***
Eingebürgert	0,60	***	0,64	***
Zugewandert	1,28		1,31	
<i>Konstant</i>	0,00	***	0,00	***
<i>Pseudo R² (Nagelkerke)</i>	0,14		0,18	

1) Alle Ergebnisse zusätzlich unter Kontrolle von Wirtschaftszweigen.

Signifikanzniveau: *** p<0,01; ** p<0,05; * p<0,1

Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2005/ 2006 (scientific usefile), eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

8. Subjektive Faktoren: Gründungsmotive

Die Ausstattung mit selbständigkeitsrelevanten Ressourcen und die Möglichkeiten des Rückgriffs auf bestimmte Gelegenheiten bilden zwar ein wichtiges Fundament, aber die hierdurch erkennbaren unternehmerischen Potenziale sagen noch nichts über die Motive aus, die dem Schritt in die Selbständigkeit zugrunde liegen. Hierzu müssen diejenigen, die sich unternehmerisch betätigen, nach den auslösenden Momenten für ihre berufliche Laufbahn gefragt werden; so etwa nach bestimmten Ereignissen, Situationen oder Einstellungen, welche die Beweggründe widerspiegeln. Zu beachten ist ferner, dass die Motive der Gründungsentscheidung (im Gegensatz zu manchen der zuvor betrachteten Ressourcen und Gelegenheiten) nicht auf die „jetzige“ Situation sondern auf die vor der Selbständigkeit rekurrieren.

Gleichzeitig teilen die Motive mit, inwieweit die Entscheidung für eine unternehmerische Tätigkeit auf Grundlage von bestimmten persönlichen Eigenheiten (z.B. Neigungen, Selbstverwirklichungsabsichten, Gewinnstreben, Mut, spezifischen Kenntnissen usw.) oder aber durch die äußeren Rahmenbedingungen (z.B. Erkennung von Marktchancen, Arbeitslosigkeit, Benachteiligungen usw.) herbeigeführt wurde. Die Gründungsmotive lassen sich aber nicht nur nach persönlichen und strukturellen Rahmenbedingungen sondern auch danach unterscheiden, ob der Schritt in die Selbständigkeit freiwillig oder unfreiwillig oder besser: ob er aus einer Ökonomie der Selbstverwirklichung (pull) oder aus der Not (push) erfolgte.¹

Die mit einer Befragung gewonnenen Informationen haben einen gewissen subjektiven Gehalt, soweit durch die „Selbsteinschätzung“ eventuell zusätzlich wirksame Tatbestände unberücksichtigt bleiben oder unterbewertet werden. Dies ist bspw. dann der Fall, wenn eine Gründung aus der Arbeitslosigkeit erfolgt, aber aus Sicht der gründenden Person die positiven Anreize, etwa Unabhängigkeit und Selbstverwirklichung, überwiegen. Umgekehrt können aber auch unternehmerische Potenziale – wie etwa Bildung – aus persönlicher Sicht unterbewertet werden, wenn sich im Gedächtnis bestimmte Geschehnisse zum Zeitpunkt der Gründung in den Vordergrund drängen.² Aber ohnehin greifen persönliche Faktoren und Umfeldbedingungen sowie Push- und Pullfaktoren häufig ineinander, denn die Entscheidungsfindung wird in aller Regel nicht nur durch einen einzelnen Faktor sondern durch ein ganzes Faktorenbündel beeinflusst.³

Bei der Operationalisierung des Fragebogens wurde mit Rückgriff auf die Forschungsliteratur einerseits versucht, ein möglichst breites Spektrum an Indikatoren für einzelne Gründungsmotive zu berücksichtigen, die als Anreize oder aber als Zwänge zu werten sind. Andererseits war es aus Gründen der Reliabilität angebracht, dass bestimmte Motive bzw. Indikatoren nicht durch eine einzige Variable sondern möglichst durch zwei repräsentiert sind. Letzteres konnte dann auch weitestgehend berücksichtigt werden (Tabelle 8.1). An anderer Stelle wird

¹ Vgl. Kapitel 2 sowie Bögenhold/ Staber 1994; Clark/ Drinkwater 2000; Bögenhold/ Leicht 2000.

² Dies gilt auch für andere soziodemographische Faktoren, denn die Befragten werden beim Blick auf die Gründungsmotive kaum äußern, dass sie aufgrund ihres Alters, ihres Geschlechts oder ihres Berufes den Schritt in die Selbständigkeit unternommen haben. Solche „objektiven“ Tatbestände werden durch andere Analyseverfahren (Kapitel 10) berücksichtigt.

³ Welter/ Rosenblatt 1998; Dawson et al. 2009.

anhand einer Faktorenanalyse (Kapitel 8.3) noch aufgezeigt, dass die gewählten Fragestellungen bzw. Formulierungen die zu messenden Motive in geeigneter Weise widerspiegeln.

Zur Identifizierung der Motive wurde den Befragten eine Reihe von möglichen Gründungsmotiven vorgegeben und sie sollten jeweils anhand einer Skala von 1 bis 5 (von „trifft überhaupt nicht zu“ bis „trifft voll und ganz zu“) entscheiden, welche Bedeutung das jeweilige Motiv für die einst getroffene Entscheidung hatte.

Tab. 8.1: Operationalisierung möglicher Gründungsmotive

Fragen / Items: „Ich habe mich selbständig gemacht, ...“	Motive / Indikatoren	Faktor
... um unabhängig und eigenständig zu sein	Autonomie und Eigenständigkeit	Pull
... um meine Zeit flexibler einteilen 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 eine Marktlücke gefunden habe	Chancenerkennung	Pull
... um eine Familientradition fortzuführen	Normativ sozio-kulturelle Eigenschaften	Pull
... weil Selbständigkeit unter < Herkunft der Person > einen hohen Wert besitzt	Kulturelle Eigenschaften	Pull
... weil ich durch meine Herkunft bestimmte unternehmerische Fähigkeiten besitze,...	Kulturelle Eigenschaften	Pull
... weil ich dadurch ein höheres Ansehen erlangen wollte	Soziale Mobilität / Sozialer Aufstieg	Pull (Push)
... um mehr verdienen zu können	Soziale Mobilität / Sozialer Aufstieg	Pull (Push)
... weil ich in meinem früheren Betrieb benachteiligt wurde	Benachteiligung / Unzufriedenheit	Push
... weil ich unzufrieden mit der Situation an meinem Arbeitsplatz war	Benachteiligung / Unzufriedenheit	Push
... weil ich keine feste Anstellung bei einem Arbeitgeber finden konnte	Arbeitslosigkeit	Push
... weil ich sonst arbeitslos geworden wäre	Arbeitslosigkeit	Push

In den nachfolgenden Abschnitten wird zwischen Pull- und Pushfaktoren unterschieden, wobei eine zusammenfassende Bewertung am Schluss erfolgt.

8.1 Pull-Faktoren

Das Konzept der Pullfaktoren zielt auf die Eigenheiten, Ressourcen und Bedürfnisse von Personen, die geeignet sind, den Schritt in die Selbständigkeit zu forcieren. In bisherigen (und nicht spezifisch an Migranten orientieren) Untersuchungen, werden vor allem Autonomie und Eigenständigkeit, Leistungsbereitschaft und Machbarkeitsdenken, Fragen der Chancenerkennung („opportunity recognition“) und der Wunsch nach sozialem Aufstieg als maßgebliche Motive diskutiert. Diese werden auch in der vorliegenden Studie als zentrale Pull-Faktoren berücksichtigt, wobei allerdings anzumerken ist, dass Aufstiegsbedürfnisse nicht selten mit

Deprivation verbunden sind, weshalb hier auch Push-Elemente mit eine Rolle spielen. Da die vorliegende Untersuchung auf die Bestimmungsfaktoren der Gründung durch Migranten zielt, ist es nahe liegend, dass hier zudem nach der Bedeutung (sozio-)kultureller Eigenschaften gefragt wurde.

Da davon auszugehen war, dass zum einen mehrere Motive gleichzeitig eine Rolle spielen und zum anderen jedoch in unterschiedlicher Stärke, wurde der Grad der Zustimmung auf einer Skala von 1 bis 5 erfasst. Tabelle 8.2 enthält die Mittelwerte und Standardabweichungen für die einzelnen Indikatoren. Je stärker die Bedeutung der Motive desto höher der Mittelwert.

Tab. 8.2: Bedeutung von Pull-Faktoren (auf Skala 1 bis 5)*

Pullfaktoren	Herkunft	türkisch	italienisch	griechisch	ehem. jugo-slawisch	polnisch	ost-europäisch	Naher/Mittlerer Osten	deutsch
		Mittelwert	4,68	4,18	4,22	4,55	4,45	4,14	4,52
Unabhängigkeit	SD	0,91	1,39	1,29	0,96	1,03	1,23	1,14	1,20
	Mittelwert	3,54	2,97	3,01	3,33	3,49	3,28	3,58	2,89
Flexibilität	SD	1,56	1,75	1,78	1,58	1,67	1,58	1,53	1,59
	Mittelwert	4,35	4,15	4,03	4,18	4,06	3,89	3,99	3,96
Qualifikationsverwertung	SD	1,27	1,40	1,38	1,30	1,29	1,45	1,47	1,31
	Mittelwert	4,49	4,39	4,13	4,39	4,09	4,11	4,33	4,13
Ideenverwirklichung	SD	1,05	1,21	1,33	1,13	1,22	1,44	1,21	1,29
	Mittelwert	2,38	2,80	2,16	2,39	2,34	2,16	2,53	2,15
Marktlücke	SD	1,61	1,71	1,54	1,56	1,55	1,52	1,62	1,48
	Mittelwert	1,67	1,87	1,95	1,53	1,56	1,39	1,79	2,24
Familientradition	SD	1,32	1,64	1,54	1,27	1,25	1,03	1,42	1,72
	Mittelwert	2,18	2,68	2,66	1,82	2,30	2,14	2,68	1,92
Wert Selbstständigkeit	SD	1,52	1,98	1,91	1,49	1,86	1,91	1,87	1,19
	Mittelwert	2,78	2,82	2,27	1,87	2,60	2,39	2,45	
Ethnische Fähigkeiten nutzen	SD	1,65	1,79	1,80	1,66	2,04	2,09	1,62	
	Mittelwert	2,39	2,44	2,03	2,34	2,18	2,14	2,54	1,80
Ansehen	SD	1,54	1,62	1,32	1,54	1,53	1,55	1,57	1,15
	Mittelwert	4,15	3,64	3,53	3,74	3,39	3,35	3,41	3,07
Verdienst	SD	1,25	1,52	1,54	1,38	1,51	1,58	1,60	1,52

*) 1= „trifft überhaupt nicht zu“ bis 5 = „trifft voll und ganz zu“.

Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Autonomie und Eigenständigkeit

In fast allen bisher durchgeführten Untersuchungen zur Bedeutung von Pull-Faktoren nimmt (mit Blick auf deutsche Gründer/innen) das Motiv „Unabhängigkeit“ bzw. Autonomie einen hohen (wenn nicht sogar den höchsten) Stellenwert ein. Dies ist auch in unserer Erhebung unter Migranten der Fall. Über alle Ethnien hinweg liegt der erzielte Mittelwert weit über 4. Anders betrachtet bewerten drei Viertel bis vier Fünftel aller Befragten dieses Motiv als „zutreffend“ oder „voll und ganz zutreffend“ (nicht abgebildet). Im Durchschnitt räumen die Gründerinnen und Gründer türkischer, „jugoslawischer“, polnischer und arabisch/iranischer Herkunft diesem Motiv sogar eine etwas höhere Bedeutung ein als die Deutschen. Aber auch innerhalb der einzelnen Herkunftsgruppen herrscht diesbezüglich relativ hohe Übereinstimmung, wie die vergleichsweise geringen Standardabweichungen zeigen.

Der Wunsch nach Eigenständigkeit kommt auch in der Bedeutung von „zeitlicher Flexibilität“ als Beweggrund für den Schritt in die Selbständigkeit zum Ausdruck. Die Freiheit in der Arbeitsgestaltung wird jedoch nicht so hoch eingeschätzt wie die Autonomie. Die Mittelwerte liegen in einer Bandbreite zwischen 3 und 3,5. Allerdings bewerten sämtliche Gruppen mit Migrationshintergrund diesen Faktor durchschnittlich höher als die Deutschen.

Leistungsbereitschaft, Machbarkeitsdenken und Chancenerkennung

Ein ausgeprägter Leistungswille gilt in der Gründungsforschung als eine zentrale Voraussetzung für unternehmerisches Wirken. Bereits Max Weber hob diesbezüglich die innere Motivation und den Willen hervor, die eigene Leistungsfähigkeit durch „rastloses Schaffen“ unter Beweis zu stellen. Dies kommt auch in unserer Befragung zur Geltung: In der Rangfolge der Bedeutung der aufgelisteten Pull-Faktoren nehmen Motive, die sich mit Leistungsbereitschaft und mit Machbarkeitsdenken verbinden lassen, insgesamt betrachtet den zweiten bzw. dritten Platz ein. Zwischen zwei Drittel (Deutsche, Griechen, Polen und sonstige Osteuropäer) und vier Fünftel der Befragten (Türken und ehemalige Jugoslawen) gründeten unter anderem deswegen, weil sie hierdurch „ihre Qualifikationen und Fähigkeiten besser verwerten“ konnten. Gemessen an der Skala ergeben sich Durchschnittswerte zwischen 4 und 4,3.

Einen ähnlich hohen (bzw. sogar leicht höheren) Stellenwert besitzt das Motiv „gegründet, um meine Ideen verwirklichen zu können“. Bemerkenswert ist, dass sich hier das ethnienpezifische Antwortmuster wiederholt, das bei der Frage nach der Qualifikationsverwertung zu erkennen war. Wiederum sind es die Türkischstämmigen, die hier am stärksten zustimmen, während die Deutschen, die Griechen, die Polen und sonstigen Osteuropäer dieses Motiv für weniger wichtig befanden.

Der Chancenerkennung bzw. der Wahrnehmung von passenden Gelegenheiten wird in der Forschungsliteratur im Allgemeinen ein starker Einfluss auf die Gründungsentscheidung zugeschrieben (vgl. Kapitel 2 und 7.3). Wir haben daher danach gefragt, inwieweit der Schritt in die Selbständigkeit erfolgte, weil „eine Marktlücke“ gefunden wurde. Insgesamt jedoch stellen nur etwa ein Viertel bis ein Drittel der Befragten explizit dieses Motiv in den Vordergrund, wobei die Gründer aus Italien und dem Nahen/Mittleren Osten die höchsten Mittelwerte (2,8 und 2,5) aufweisen. Es sind auch hier wiederum die Deutschen, Griechen und Osteuropäer, die sich am wenigsten mit diesem Beweggrund identifizieren konnten (Mittelwerte knapp unter 2,2).

Tradition und kulturelle Eigenschaften

Im Zusammenhang mit Migrantenselbständigkeit interessieren natürlich insbesondere Motive, die sich aus normativen und (sozio-)kulturellen Gepflogenheiten ergeben. Die nicht wenig verbreitete Vorstellung jedoch, dass sich Migranten stärker zur Fortführung von Familienunternehmen verpflichtet sehen, wird allein schon durch die im Vergleich zu deutschen insgesamt geringere Zahl an Unternehmensübernahmen bzw. -nachfolgen relativiert (Kapitel 5.3); nicht zuletzt da die erste Generation unter den Gründern noch immer überwiegt (Kapitel 6.4). Von daher dürfte nicht verwundern, dass in diesem Fall nun die Deutschen in stärkerem Maße angeben, dass sie gründeten, „um die Familientradition fortzuführen“.

Ein ganz anderes Bild ergibt sich in Bezug auf den Wert von „Selbständigkeit im Herkunftsland“. Wir haben dieses Motiv bereits im Zusammenhang mit der Nutzung von ethnischen Ressourcen (Kapitel 7.2) näher betrachtet. An dieser Stelle greifen wir das Item erneut auf, um dessen Bedeutung im Vergleich mit anderen Motiven einschätzen zu können. Die Mittelwerte zeigen über alle Ethnien hinweg, dass die Befragten zu einem eher geringen Teil ihr Handeln mit einer „Kultur der Selbständigkeit im Herkunftsland“ in Verbindung bringen. Die Werte schwanken zwischen 1,8 und 2,7, wobei die Standardabweichung allerdings auch auf eine vergleichsweise große Streuung hinweist.

Ähnlich präsentieren sich die Ergebnisse hinsichtlich der Nutzung von bestimmten durch die ethnische Herkunft begründeten Fähigkeiten. Die Mittelwerte liegen in einer Bandbreite zwischen 1,9 (ehemalige Jugoslawen) und 2,8 (Türken und Italiener). Dies weist darauf hin, dass auch dieses Motiv von eher mittlerer oder gar geringer Bedeutung ist.

Sozialer Aufstieg

Da sich Migranten häufiger als Einheimische in einer prekären oder gar unterprivilegierten Situation auf dem Arbeitsmarkt befinden, dürfte das Motiv des sozialen Aufstiegs eine vergleichsweise größere Rolle spielen. Im Vergleich zu den Deutschen ist dies auch der Fall. D.h. Migranten machen sich häufiger als Deutsche deswegen selbständig, um hierüber ein „höheres Ansehen“ zu erlangen. Insgesamt betrachtet bewegen sich die Mittelwerte jedoch auf nicht allzu hohem Niveau. Sie liegen auch bei den Migranten nur zwischen 2,0 und 2,5, das heißt noch deutlich unterhalb der Skalenmitte. Wichtig ist der Statusgewinn vor allem für die Migranten aus dem Nahen/Mittleren Osten sowie für die Türken und Italiener.

Eine weit höhere Bedeutung als Gründungsmotiv hat die Aussicht auf einen besseren Verdienst. Sieht man von den Deutschen ab, die hier den niedrigsten Mittelwert unter allen Ethnien besitzen, dann zählt dieses Motiv mit zu den stärksten Pull-Faktoren. In etwa jeder zweite Migrant hält dieses Motiv für zutreffend und unter den Türken ist dies bei drei von vier zu beobachten.

Zwischenresümee

Fasst man bis hierher die Bedeutung einzelner Pull-Faktoren zusammen, dann sind die treibenden Kräfte für den Schritt in die Selbständigkeit vor allem im Streben nach mehr Autonomie und nach der Verwirklichung von Ideen sowie nach Qualifikationsverwertung und einem höheren Verdienst zu sehen, während kulturelle Faktoren und auch Marktlücken vergleichsweise wenig Relevanz besitzen. Die Rangfolge der Bedeutung einzelner Pull-Motive weist ein ethnienübergreifend ziemlich ähnliches Muster auf. Auffällig ist dabei, dass insbesondere die türkischstämmigen Gründer/innen bei fast allen möglichen Motiven eine hohe Relevanz für sich erkennen und am „anderen Ende“ die Deutschen eher eine geringe.

8.2 Push-Faktoren

Die Reihe an Indikatoren für Gründungen, die aus der Not oder aus einem Zwang heraus geboren wurden, ist zwar etwas kürzer als die Liste der Anreize (siehe Tabelle 8.1), aber Push-Faktoren sind in der öffentlichen Debatte weit stärker präsent. Sie resultieren im Wesentlichen aus den Bedingungen und ggf. Benachteiligungen am Arbeitsmarkt. Unstrittig ist, dass Migranten überdurchschnittlich stark von den strukturellen Umbrüchen in der Wirtschaft und auf dem Arbeitsmarkt betroffen sind, weshalb sie auch weit häufiger arbeitslos sind oder zumindest davon bedroht werden. Die Flucht aus der Arbeitslosigkeit in die Selbständigkeit ist denn auch seit langem ein in Wissenschaft und Politik aufmerksam verfolgtes Thema, zumal die Existenzgründungen von ehemals Arbeitslosen seit geraumer Zeit – wenn auch mit gewandelten Bedingungen – durch Gelder der Bundesanstalt für Arbeit gefördert werden. Soweit für Migranten ein Druck in Richtung Selbständigkeit besteht, kann unter Umständen jedoch nicht nur Erwerbslosigkeit sondern auch eine Benachteiligung bzw. Diskriminierung oder auch schlicht Unzufriedenheit am Arbeitsplatz die Ursache sein.

Wir konzentrieren uns nachfolgend auf diese zentralen Felder. In Tabelle 8.3 sind wiederum, d.h. analog zur vorherigen Vorgehensweise, die Mittelwerte der Bedeutung einzelner Gründungsmotive abgebildet.

Tab. 8.3: Bedeutung von Push-Faktoren (auf Skala 1 bis 5)*

Pushfaktoren	Herkunft	türkisch	italienisch	griechisch	ehem. jugo-slawisch	polnisch	ost-europäisch	Naher/Mittlerer Osten	deutsch
		Mittelwert	1,84	1,86	1,51	1,58	1,77	1,78	1,69
Benachteiligung als Arbeitnehmer	SD	1,43	1,61	1,16	1,30	1,30	1,41	1,29	0,90
	Mittelwert	2,37	2,20	1,89	2,33	2,50	2,44	2,34	2,02
Unzufriedenheit mit Job	SD	1,64	1,71	1,43	1,60	1,69	1,87	1,67	1,47
	Mittelwert	1,57	1,72	1,48	1,38	1,77	1,94	1,82	1,17
Arbeitslosigkeit	SD	1,25	1,44	1,12	1,01	1,46	1,64	1,44	0,62
	Mittelwert	1,51	1,82	1,57	1,60	2,00	2,00	1,72	1,33
Drohende Arbeitslosigkeit	SD	1,20	1,53	1,31	1,36	1,68	1,55	1,40	1,05

*) 1= „trifft überhaupt nicht zu“ bis 5 = „trifft voll und ganz zu“.

Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Benachteiligung und Unzufriedenheit

Die Implikationen von Benachteiligungen bzw. sog. Disadvantage-Theorien nehmen in der internationalen Ethnic Entrepreneurship-Forschung einen relativ breiten Raum ein, da insbesondere Diskriminierungen – nicht nur im Zugang zum Arbeitsmarkt sondern auch bei der Entlohnung und im Hinblick auf Aufstiegsmöglichkeiten – als eine Ursache von Migranten-selbständigkeit gesehen werden. In unserer Befragung sind es allerdings relativ wenig Migranten, die eine Form der Benachteiligung als Gründungsmotiv betont haben. Die sich ergebenden Mittelwerte liegen zwischen 1,5 und 1,9 und besitzen demzufolge ein vergleichsweise geringes Wertenniveau. Auffällig ist auch hier der niedrige Wert für die Deutschen (1,3), während die Italiener und Türken am häufigsten von Benachteiligungen betroffen sind. Misst man auch hier die Bedeutung des Motivs wiederum daran, wie häufig sich die Befragten darin

wiederfinden, dann wechselte nur jeder zwanzigste Deutsche oder Ex-Jugoslawe (unter anderem) aus diesem Grund in die Selbständigkeit. Unter den Griechen und Osteuropäern war dies in etwa bei jedem zehnten und bei den Polen, Türken und Italienern bei jedem sechsten bis siebten der Fall (nicht abgebildet).

Eine größere Relevanz hat die „Unzufriedenheit mit der Situation am Arbeitsplatz“ bzw. als Arbeitnehmer. Gemessen entlang der vorgegebenen Skala liegen hier die Mittelwerte relativ eng beieinander und auf einer Bandbreite von 1,9 (Griechen) und 2,5 (Polen). Die Werte der Deutschen stehen hier in der Mitte. Anders betrachtet erachtet nur jeder siebte Grieche, aber jeder dritte Pole, Türke oder Migrant aus dem Nahen/Mittleren Osten die Unzufriedenheit mit dem Job als einen Schub in Richtung Gründung. Auffällig ist hier, dass sich in diesem Punkt für die Polen und sonstigen Osteuropäer leicht höhere Mittelwerte als für die Türken und Italiener errechnen. Allerdings sind auch die Standardabweichungen entsprechend höher.

Durchlaufene und drohende Arbeitslosigkeit

Allein die Zahl der in den letzten Jahren in Anspruch genommenen Fördergelder der Bundesagentur für Arbeit (Überbrückungsgeld, „Ich-AG“ bzw. Existenzgründungszuschuss oder neuerdings „Gründungszuschuss“)⁴ legt nahe, dass ein erheblicher Teil der Gründungen aus der Arbeitslosigkeit erfolgt sein muss. Andererseits handelt es sich bei unseren Bestandsdaten bzw. den Befragten zu einem großen Teil nicht nur um Neugründungen, sondern auch um Unternehmer, die schon seit längerem am Markt sind. Hinzu kommen Mitnahmeeffekte sowie der – zuvor bereits erwähnte – Umstand, dass viele Selbständige ihren Gründungsschritt ex post nicht als einen Weg aus der Not verstanden wissen wollen und daher in der Befragung Pull-Elemente stärker betonen.

Vor diesem Hintergrund ist nachvollziehbar, dass sich weit weniger Befragte als erwartet dazu bekannten, deswegen gegründet zu haben, weil sie „keine feste Anstellung bei einem Arbeitgeber“ finden konnten. Anhand der vorgegebenen Skala ergibt sich lediglich ein Mittelwert, der zwischen 1,2 (Deutsche) und 1,9 (Osteuropäer) liegt. In einer anderen Betrachtungsweise lässt sich feststellen, dass ein knappes Fünftel der Osteuropäer, Polen und derjenigen aus dem Nahen/Mittleren Osten angeben, unter anderem wegen eines fehlenden Arbeitsplatzes gegründet zu haben. Unter den Italienern ist dies bei jedem siebten und unter den Türken bei nicht ganz jedem zehnten Befragten der Fall.

Es handelt sich hier – wie zuvor beschrieben – um Einschätzungen, die einer gewissen Subjektivität unterliegen, da sich ja das geäußerte Gründungsmotiv nicht unbedingt mit den objektiven Gegebenheiten decken muss. Wir werden im nachfolgenden Kapitel noch untersuchen, in welchem Umfang Migranten „faktisch“ aus der Arbeitslosigkeit heraus gründen und inwieweit diese Tatsache mit den persönlich empfundenen Motivlagen korrespondiert.

Bei allem ist zu berücksichtigen, dass viele mit Arbeitsmarktrisiken behaftete Personen, insbesondere wenn sie ihr Schicksal selbst in die Hand nehmen wollen, gar nicht erst abwarten bis sie arbeitslos geworden sind, sondern sich bereits vorher um Alternativen bemühen. Daher ist auch die Bedrohung durch Arbeitslosigkeit ein zentrales Push-Motiv. Diesbezüglich ergibt

⁴ Die Fördermodalitäten wurden verändert. Siehe hierzu auch Kapitel 9 im Anschluss.

sich ein ähnliches Bild wie in Bezug auf die tatsächlich erfahrene Arbeitslosigkeit. Die Mittelwerte liegen allerdings geringfügig höher bzw. in einer Spannweite zwischen 1,3 (Deutsche) und 2,0 (Polen und sonstige Osteuropäer). Die Befunde weisen auch hinsichtlich der Differenzen zwischen den Ethnien ein ähnliches Muster wie bei tatsächlich erfahrener Arbeitslosigkeit auf. D.h. für die Deutschen war die Bedrohung durch Arbeitslosigkeit in vergleichsweise geringerem Maß ein entscheidendes Motiv, während neben den Polen und Osteuropäern zudem die Italiener und die Migranten aus dem Nahen/Mittleren Osten hier Betroffenheit signalisierten.

Auf beide Gründungsmotive kommen wir in Kapitel 9 zurück, in welchem die Einflüsse des Arbeitsmarktes gesondert betrachtet werden.

8.3 Zusammenfassende Faktorenanalyse

Eine explorative Faktorenanalyse der identifizierten Gründungsmotive verbindet zwei Ziele: Zum einen wird geprüft, inwieweit sich die in Tabelle 8.1 anvisierten Indikatoren mit den formulierten Fragestellungen in geeigneter Weise und Güte messen lassen. Insofern hätte die Faktorenanalyse genauso am Beginn dieses Kapitels stehen können, denn normalerweise sind weder die Art noch die Anzahl der Faktoren, die auf Basis einer Faktorenanalyse identifiziert werden sollen, im Voraus bekannt. Aber in unserem Fall musste ein anderer Weg beschritten werden, denn es bestand – theoretisch begründet – von vorneherein die Absicht, nach Push- und Pull-Faktoren zu unterteilen bzw. zwei übergeordnete Variablenbereiche zu konstruieren. Da es sich bei einer Faktorenanalyse um ein „Strukturen entdeckendes“ und Dimensionen reduzierendes Verfahren handelt, besteht zum anderen aber auch die Möglichkeit, die Vielzahl der Beziehungen auf ein überschaubares Maß „einzuschmelzen“ und damit die Komplexität bei der Einschätzung der Motive zu verringern.

Mit der Analyse wird nicht nur untersucht, welche Merkmale miteinander in einer Beziehung stehen, sondern ob für die Korrelation eine andere bzw. eine hinter diesen Merkmalen stehende Größe verantwortlich ist. Bei diesen Hintergrundvariablen kann oder sollte es sich also um Faktoren handeln, die sich nach Push- und Pull-Elementen separieren lassen. Dies setzt voraus, dass durch die Korrelation aller verwendeten Variablen sog. „Faktoren“ extrahiert werden, die einen besonders engen Zusammenhang zwischen bestimmten Variablen beschreiben, sich aber gleichzeitig auch mit gewisser Trennschärfe gegenüber anderen abgrenzen lassen. Letztlich lassen sich hierdurch auch die voneinander unabhängigen und daher relevanten Prädiktorvariablen identifizieren.

Die Ergebnisse der Faktorenanalyse zeigen, dass die Operationalisierung der Push- und Pull-Faktoren insgesamt betrachtet gut gelungen ist bzw. die Fragen den Untersuchungsgegenstand auch in adäquater Weise bemessen. Bereits anhand einer alle Herkunftsgruppen einschließenden und auf zwei Faktoren begrenzten Analyse lassen sich die meisten der verwendeten Variablen nach einerseits Pull- und andererseits Push-Faktoren separieren. Die Komponentenmatrix, welche die Faktorladungen wiedergibt, ist in verkürzter Form (d.h. ohne die nicht eindeutig zuzuordnenden Merkmale)⁵ in Tabelle 8.4 dargestellt. Hier zeigt sich, dass die Va-

⁵ D.h. sie bleiben unberücksichtigt, weil sie mit den übrigen Variablen nur eine geringe Korrelation aufweisen.

riablen in hohem Maße mit jeweils einem der Faktoren korrelieren. Insgesamt werden mit dieser Analyse 34% der Varianz in den Merkmalen erklärt.

Tab. 8.4: Faktorladungs-Matrix für Gründungsmotive(verkürzt) für alle Herkunftsgruppen

Selbständig gemacht, ...		Indikator	Faktor 1	Faktor 2
Pull	... um unabhängig und eigenständig zu sein	Unabhängigkeit / Eigenständigkeit	0,58	-0,23
	... um Zeit flexibler einteilen zu können		0,48	-0,01
	... um Fähigkeiten und Qualifikation besser verwerten zu können	Leistungsbereitschaft	0,59	-0,16
	... um Ideen verwirklichen zu können		0,62	-0,22
	... um höheres Ansehen zu erlangen	Sozialer Aufstieg	0,54	0,25
	... um mehr verdienen zu können		0,49	-0,07
Push	... wegen Benachteiligung im früheren Betrieb	Benachteiligung / Unzufriedenheit	0,10	0,67
	... wegen Unzufriedenheit am früheren Arbeitsplatz		0,13	0,61
	... weil keine feste Anstellung bei einem Arbeitgeber gefunden	Arbeitslosigkeit	-0,10	0,70
	... weil sonst arbeitslos geworden		-0,20	0,72
Varianzaufklärung %			18,4	16,1

Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

9. Einflüsse des Arbeitsmarkts

In diesem Kapitel greifen wir (unter anderem) nochmals die These auf, dass der verhältnismäßig geringe Level an unternehmerisch aktiven Migranten in Baden-Württemberg auf die im Bundesvergleich günstigere Situation am Arbeitsmarkt zurückzuführen ist. Dies führt zunächst zu der Frage, inwieweit Arbeitslosigkeit oder auch prekäre Beschäftigungsverhältnisse generell einen maßgeblichen Einfluss auf die Entwicklung von Migrantenselbständigkeit nehmen. Mit der Antwort hierauf knüpfen wir an die in Kapitel 8 bereits untersuchte Wirkung von Push-Faktoren an. Während zuvor jedoch lediglich auf das Gewicht von Arbeitslosigkeit im Verhältnis zu anderen Gründungsmotiven eingegangen wurde, werden nachfolgend die Übergänge zwischen Erwerbslosigkeit (oder prekärer Beschäftigung) in die Selbständigkeit detaillierter untersucht und vor allem auch quantifiziert. Diese Quantifizierung erfolgt zum einen auf Grundlage der eigenen Primärerhebung (Kapitel 9.1) und zum anderen mittels amtlicher Sekundärdaten (Kapitel 9.2).

Ist von Arbeitsmarkteinflüssen die Rede, interessieren nicht nur die Übergänge zwischen Arbeitslosigkeit und Selbständigkeit. Es stellt sich generell die Frage, wie viele Personen – aus welcher Position auch immer – in die Selbständigkeit wechseln und wie viele diese zu einem gegebenen Zeitpunkt wieder verlassen. Um diese Dynamik zu beschreiben muss der Blick auf alle Erwerbspersonen und nicht nur auf Selbständige gerichtet werden. Mehr noch: Um die Bedeutung von Arbeitsmarktfaktoren in Baden-Württemberg richtig einordnen zu können ist an manchen Stellen ein Vergleich mit der Situation auf Bundesebene sinnvoll.

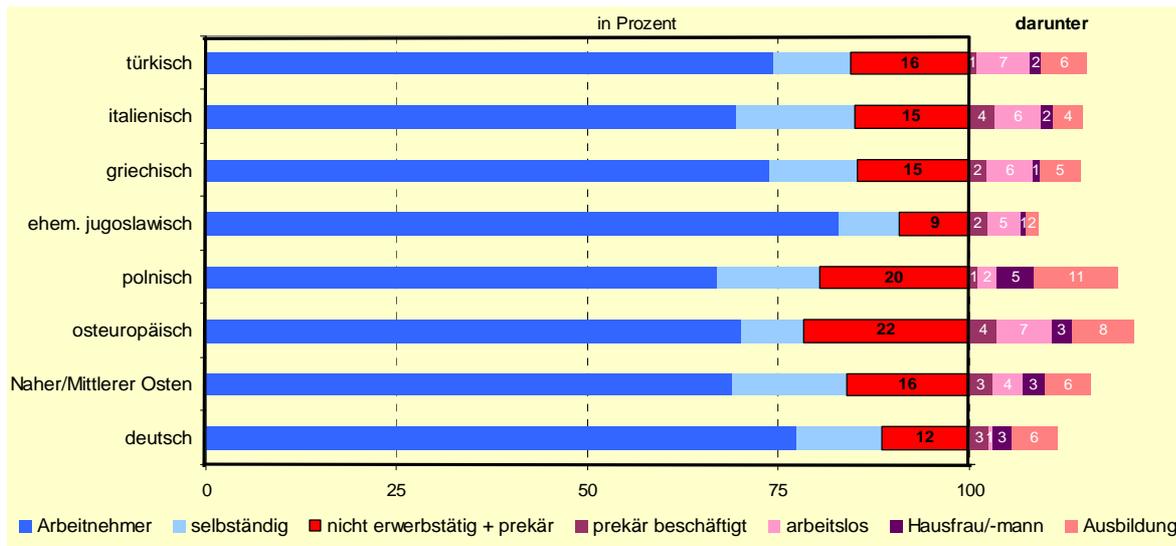
9.1 Wechsel aus Erwerbslosigkeit und Prekarität (ifm-Erhebung)

Auf Basis unserer eigenen Befragungsdaten bieten sich zwei Möglichkeiten, um den Einfluss von Arbeitsmarktfaktoren zu bemessen: Anhand der selbst bekundeten Gründungsmotive lässt sich eruieren, welchen Anteil die „aus der Not getriebenen“ Gründer/innen ausmachen. Erste Anhaltspunkte lieferten bereits die Skalenwerte, mit denen die Befragten die Relevanz von drohender oder erfahrener Arbeitslosigkeit für ihre Gründungsentscheidung bezifferten. Des Weiteren kann konkret festgestellt werden, aus welcher Erwerbsposition die Selbständigen gegründet haben. Wir beginnen mit dem Letzteren.

Situation vor der Gründung

Die Probanden wurden gefragt, in welcher Situation sie sich direkt vor der Gründung ihres Unternehmens befanden. Der weit überwiegende Teil gründete aus einer abhängigen Beschäftigung heraus oder – wie bereits in Kapitel 7.1 festgestellt – startete nach einem vorherigen Selbständigkeitsversuch erneut durch (Abbildung 9.1). Dieser insgesamt hohe Anteil entspricht auch den Erkenntnissen der Gründungsforschung, denn die erfolgreiche Ausübung einer selbständigen Erwerbsarbeit erfordert in der Regel Ressourcen, die am besten in Form einer aktiven Beschäftigung gewonnen werden. Vice versa käme unserer Befragung zufolge „nur“ jeder fünfte bis zehnte Selbständige aus einer Position der Nichterwerbstätigkeit oder aber aus einem unbeständigen und daher prekären Beschäftigungsverhältnis.

Abb. 9.1: Erwerbsposition / Situation vor der Gründung



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Differenziert man nach einzelnen Ethnien, ergibt sich ein in drei (oder einschließlich der Deutschen in vier) Gruppen unterteilbares Muster: Die Migranten aus dem ehemaligen Jugoslawien gründen mit nur 9% am seltensten aus einer Nicht-Erwerbstätigkeit. Dieser Anteil ist sogar etwas geringer als unter den Deutschen (12%). Im Mittelfeld liegen die Zuwanderer aus der Türkei, Italien, Griechenland oder dem Nahen/Mittleren Osten, von denen jeweils 15% bis 16% zuvor nicht erwerbstätig oder prekär beschäftigt waren. Die Spitzenposition nehmen diesbezüglich die Polen und sonstigen Osteuropäer ein, unter denen dies bei 20% bzw. 22% der Fall ist.

Zu betonen ist allerdings, dass sich nicht alle aus der Nicht-Erwerbstätigkeit gründenden Personen zu den ehemals Arbeitslosen zählen lassen. Denn der relativ hohen Anteil an zuvor nicht-erwerbstätigen Polen und sonstigen Osteuropäern resultiert daraus, dass hier viele (zwischen 8% und 11% aller Befragten) direkt nach einer Ausbildung in die Selbständigkeit schritten, wie eine Aufschlüsselung der verschiedenen Positionen der Nicht-Erwerbstätigkeit zeigt (Abbildung 9.1 rechte Balken). Der etwas höhere Anteil unter Polen und sonstigen Osteuropäern, die aus einer Position jenseits des formalen Arbeitsmarktes gründeten, rührt auch daher, dass einige zuvor Hausfrau bzw. Hausmann waren. Im formalen Sinne „arbeitslos“ waren in der Selbsteinschätzung der Befragten zwischen 5% bis 7% (Migranten aus den ehemaligen Anwerbeländern) oder sogar noch weniger (wie bei denen aus Polen und dem Nahen/Mittleren Osten).

Verglichen mit den hohen Zahlen an geförderten Existenzgründungen aus der Arbeitslosigkeit (siehe oben) mögen die ermittelten Anteile auf den ersten Blick vielleicht gering erscheinen, allerdings ist zu berücksichtigen, dass sich diese Anteile auf den Bestand an unternehmerisch Aktiven¹ beziehen, weshalb ein großer Teil der nur vorübergehend Selbständigen nicht in der Analyse enthalten ist. Mit anderen Daten und bezogen auf einen anderen Zeitabschnitt sieht

¹ Vor allem auf solche, die im öffentlichen Telefonverzeichnis eingetragen sind, d.h. in der Regel eher am Markt etabliert sind.

das dann etwas anders aus (siehe im Folgenden). Bei allem ist ferner zu berücksichtigen, dass der Begriff „arbeitslos“ sehr variantenreich und dehnbar ist. Personen, die nur wenige Stunden in der Woche arbeiten oder in einem befristeten Vertragsverhältnis stehen, sehen sich eher in einem prekären Beschäftigungsverhältnis als arbeitslos. Wir haben diese Gruppe nur insoweit erfassen können, wo es sich um befristete Tätigkeiten handelte. Aber auch dies sind schon zwischen 2% bis 4% der Gründer.

Vermutlich jedoch dürfte die Zahl derjenigen, die aus einem prekären Arbeitsmarktverhältnis gründen noch höher sein. Dies zeigen nachfolgende Analysen. Aber sie veranschaulichen gleichzeitig, dass bei Personen, die bisher dem Arbeitsmarkt nicht zur Verfügung standen nicht per se davon auszugehen ist, dass sie vorrangig einen Job als Arbeitnehmer suchen.

Gründungen aus prekärer Arbeitsmarktposition

Betrachtet man zunächst diejenigen, die vor der Gründung in keiner Form erwerbstätig waren, ist festzustellen, dass sich nur etwa zwei Drittel (v.a. Polen, Osteuropäer, Jugoslawen) bis drei Viertel (v.a. Türken und Italiener) explizit deswegen selbständig machten, weil sie „keine Beschäftigungsmöglichkeiten“ fanden.² Zu den Übrigen zählen vor allem jene, die vor der Gründung eine Ausbildung oder ein Studium absolvierten. Das heißt ein bestimmter Teil der Nichterwerbstätigen kann nicht von vorneherein zu den „Push-Gründungen“ gezählt werden. Offenbar war es gar nicht ihr Ziel, eine abhängige Beschäftigung zu suchen. Ein solches Argumentationsschema wird oftmals zu schnell und undifferenziert angewandt. Nicht alle Gründungen aus der Nicht-Erwerbstätigkeit erfolgen durch Personen, die gewissermaßen als Arbeitnehmer scheitern.

Umgekehrt gilt: Gründungen aus der Not und Formen der Prekarität gehen nicht ausschließlich mit Arbeitslosigkeit einher. Interessiert man sich für diejenigen, die sich aus einer prekären Arbeitsmarktposition durch Selbständigkeit befreien wollten, müssen auch die von Arbeitslosigkeit und Perspektivlosigkeit (lediglich) bedrohten Personen berücksichtigt werden. 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).³ Die Ergebnisse sind in Abbildung 9.2 einmal insgesamt und einmal nur für diejenigen dargestellt, die nach 2004 gegründet haben.

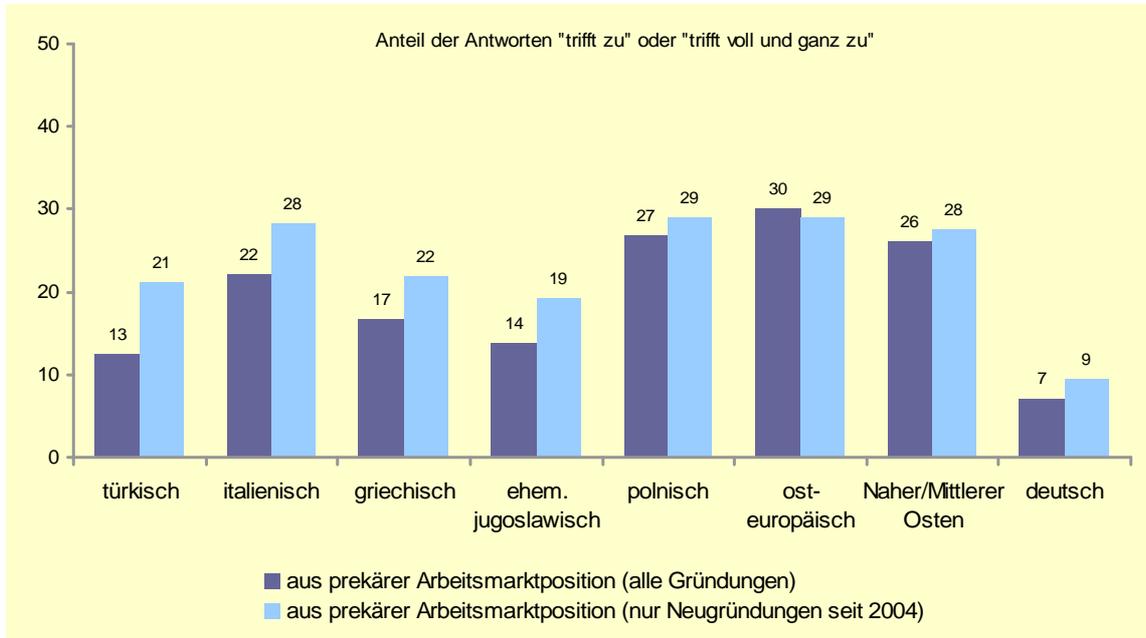
Zunächst lässt sich feststellen, dass im jüngeren Zeitraum bei fast allen Ethnien ein höherer Anteil der Gründungen als prekär zu bezeichnen ist. Mit Blick auf beide Phasen sind es jeweils die Gründer/innen aus Polen, Osteuropa und dem Nahen/Mittleren Osten und in Bezug

² Kreuztabelle aus „Situation vor der Gründung“ und Gründungsmotiv „...weil ich keine feste Anstellung bei einem Arbeitgeber finden konnte“.

³ Nicht-Beschäftigung hat oftmals eine Dynamik, 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.

auf den jüngeren Zeitraum zusätzlich noch die Italiener, welche mit zwischen 27% und 30% die höchsten Anteile an Gründungen aus drohender oder erfahrener Arbeitslosigkeit aufweisen. Erst danach kommen die Griechen, Türken und Ex-Jugoslawen. Diesbezüglich am wenigsten betroffen waren die Deutschen.

Abb. 9.2: Anteil von Gründungen aus einer prekären Arbeitsmarktposition (Baden-Württemberg)



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Anhand des Gesamtindikators wird also deutlich, dass die Gründungen von Migranten in Baden-Württemberg doch in beachtlichem Umfang aus einer Notsituation am Arbeitsmarkt erfolgen – auch wenn die Beschäftigungslage im Südwesten lange Zeit günstiger als in manch anderen Bundesländern war. Allerdings kam eine ähnliche Untersuchung des ifm in Nordrhein-Westfalen mit gleichen Variablen zu teilweise noch höheren „Prekaritätswerten“.⁴

Sieht man von dem Ländervergleich ab, stellt sich darüber hinaus natürlich zudem die Frage, inwieweit die Unterschiede zwischen den Ethnien das Resultat unterschiedlicher Bildungsressourcen sind. Denn schließlich hängen die Arbeitsmarktchancen, die sich für einzelne Herkunftsgruppen zeigen, bekanntlich in hohem Maß von der Bildungsbeteiligung ab. 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. 9.3).

⁴ Vgl. Leicht et al. 2009. Insbesondere unter den Türken in NRW liegt der Anteil an prekären Gründungen ungefähr doppelt so hoch. Dies ist aber auch bei den Deutschen der Fall. Demgegenüber sind die Werte für die Italiener und Polen in etwa auf gleichem Niveau wie in Baden-Württemberg. Ein solcher Vergleich zwischen zwei „alten“ Bundesländern erscheint angebracht, da beide Länder unterschiedliche Arbeitsmarktstrukturen aber durchaus ähnlich gewachsene Zuwanderungsstrukturen besitzen.

Tab. 9.3: Determinanten für Gründungsmotiv „prekäre Arbeitsmarktposition“ (logistische Regression)

Unabhängige Variablen	Exp (B)	
	Exp(B)	Sig.
<i>Ref: deutsch</i>		
türkisch	1,7	
italienisch	3,3	***
griechische	2,6	***
ehem. jugoslawisch	2,0	**
polnisch	4,7	***
osteuropäisch	4,2	***
Naher/Mittlerer Osten		***
Alter	1,002	
<i>Ref.: ohne Abschluss</i>		
Berufsabschluss	0,8	
Studium	0,8	
Konstante	0,9	***
R^2 (Nagelkerke)	0,06	

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

Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Im Ergebnis zeigt sich hierbei, dass die Unterschiede zwischen Türken und Deutschen (Referenzkategorie) hinsichtlich des Umfangs von prekären Gründungen keine Signifikanz aufweisen, wenn man Alter und Bildung kontrolliert. Signifikant sind jedoch die Unterschiede zwischen Deutschen und den anderen Herkunftsgruppen: Die Italiener und Griechen gründen ungefähr dreimal so häufig aus einer prekären Arbeitsmarktposition und bei den Osteuropäern und Polen ist dies in etwa vier bis fünf mal so häufig wie bei den Deutschen der Fall.

Erstaunlicherweise hat Bildung „an sich“ keinen signifikanten Effekt hinsichtlich der Wahrscheinlichkeit einer Gründung aus der Not. Und dies obwohl die Akademiker – wenn sie denn arbeitslos sind – vergleichsweise häufiger als die Geringqualifizierten den Schritt in die Selbständigkeit wagen.⁵

9.2 Inflow und Outflow (Mikrozensus)

Die bisherigen Beobachtungen leiden unter dem Mangel, dass sie nur die „Geschichte“ derjenigen beschreiben, die sich zum Befragungszeitpunkt als Selbständige betätigen. Will man die Dynamik am Arbeitsmarkt und den Einfluss auf die Zahl beruflich selbständiger Migranten begreifen, dann müssen alle Erwerbspersonen ins Blickfeld genommen werden. Konkret interessieren die Zu- und Abgangsströme in und aus der Selbständigkeit. Ein solcher In- und Outflow lässt sich nur mit Hilfe amtlicher Daten bzw. mit dem Mikrozensus bemessen. Hier werden über eine Retrospektivfrage alle Erwerbspersonen nach ihrem beruflichen Status ein Jahr vor der Erhebung gefragt. Auf dieser Basis wird also weniger das selbst bekundete Gründungsmotiv, sondern eher das faktische Erwerbsverhalten bewertet.

⁵ Vgl. ausführlich zu diesem Zusammenhang – auch bei Migranten – Leicht/ Leiß 2006.

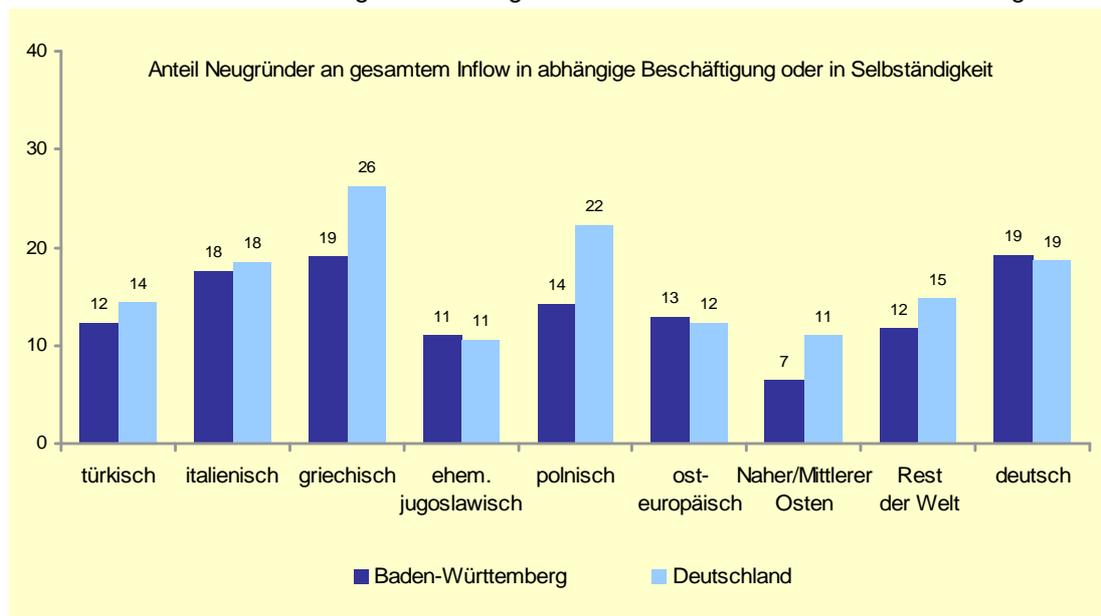
Inflow in Selbständigkeit

Betrachtet man zunächst die Inflowstruktur stehen zwei Fragestellungen im Vordergrund: Zum einen wird untersucht, welche Dynamik einzelne Herkunftsgruppen hinsichtlich des Zustroms in die Selbständigkeit aufweisen und zum anderen wird diese Dynamik mit der in Deutschland insgesamt verglichen.

Bezüglich des Vergleichs mit der Situation in Deutschland ist zu berücksichtigen, dass die Arbeitsmarktverhältnisse und -chancen unterschiedlich sind. Aus diesem Grund interessiert im Folgenden der Anteil von Neugründungen im Jahr 2006 an allen Personen, die ihre berufliche Stellung im Verlauf eines Jahres gewechselt haben. Als Bezugsgröße dienen also diejenigen, die grundsätzlich am Arbeitsmarkt mobil sind und gegenüber der zuvor eingenommenen Stellung eine andere Position gewählt haben. Die Analyse wird aber auf diejenigen beschränkt, für die sich die Frage gestellt hat, ob sie eine abhängige oder selbständige Beschäftigung aufnehmen. In den meisten Fällen handelt es sich folglich um Personen, die entweder zuvor abhängig beschäftigt oder arbeitslos waren oder gar nicht dem Arbeitsmarkt zur Verfügung standen.

Mit Blick auf die einzelnen Herkunftsgruppen und auf beide Gebiete ergibt sich das in Abbildung 9.4 dargestellte Muster. Bleibt man zunächst bei Baden-Württemberg, zeigt sich, dass es unter denjenigen, die ihre berufliche Stellung wechseln, vor allem die Griechen,⁶ Italiener und die Deutschen sind, die dann die Alternative „Selbständigkeit“ wählen. Dies sind jeweils zwischen 18% und 19%. Die Polen, Osteuropäer und Türken liegen eher im Mittelfeld.⁷

Abb. 9.4: Inflow in Selbständigkeit in Bezug auf alle Wechsler der beruflichen Stellung*



*Ohne Outflow aus Selbständigkeit und ohne Wechsler in gleiche berufliche Stellung.

Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus; scientific use file 2006); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

⁶ Inflowdaten der Migranten aus Griechenland, Jugoslawien und dem Nahen/Mittleren Osten im Fall von Baden-Württemberg nur mit Vorbehalt interpretierbar, da geringe Fallzahlen.

⁷ Im Unterschied zu vorangegangenen Analysen wurde hier eine Gruppe „Rest der Welt“ gebildet, um das Fallzahlenproblem einzugrenzen. Diese Gruppe ist ausreichend besetzt.

Von Interesse ist aber vor allem ein Vergleich zwischen Baden-Württemberg und Deutschland. Bei etwa der Hälfte der abgebildeten Herkunftsgruppen zeigt sich kaum ein Unterschied, aber in der Tendenz lässt sich feststellen, dass sich die Wechsler bzw. „Mobilen“ im Südwesten etwas weniger häufig für eine selbständige Erwerbsarbeit entscheiden. Die Unterschiede sind zwar nicht beträchtlich, aber über alle Ethnien hinweg betrachtet finden sich in Baden-Württemberg unter den „Mobilen“ mit Migrationshintergrund knapp 4%-Punkte weniger Neugründer als im Bundesgebiet. Da sich eine ähnliche Diskrepanz auch in anderen Jahren zeigt (nicht abgebildet) mag sich der geringere Neugründer-Anteil im Südweststaat zumindest langfristig auf den Selbständigenbestand auswirken. Inwieweit die Ursachen für die Differenz darin zu suchen sind, dass der baden-württembergische Arbeitsmarkt mehr Chancen für einen Wechsel in eine Arbeitnehmerposition bietet, wird nachfolgend noch untersucht.

Wie auch schon die Selbständigenquoten (Kapitel 6.1) nahe legen, sind es – in beiden Gebieten – tendenziell mehr die ausländischen Staatsangehörigen und weniger die Eingebürgerten, die sich im Falle eines Stellungswechsels für die Gründung eines eigenen Unternehmens entscheiden (hier nicht abgebildet).

Outflow aus Selbständigkeit

Das Niveau beruflicher Selbständigkeit unter Migranten wird natürlich nicht nur durch die jährlichen Zugänge, sondern genauso durch die Abgänge bestimmt, da der Selbständigenbestand das Resultat aus Bewegungen in beiden Richtungen ist. In Kapitel 5.1 wurde bereits anhand der Gewerbeanzeigenstatistik ersichtlich, dass eine hohe Zahl an Gründungen immer auch von vielen Schließungen begleitet wird, aber dass in Baden-Württemberg dennoch auf eine vergleichbare Zahl an Erwerbspersonen weniger Schließungen entfallen als bundesweit. Die Gewerbemeldungen bieten allerdings eine unsichere Basis zur Abschätzung der Implikationen von Marktein- und -austritten, da diese nicht in Bezug zum Selbständigenbestand gesetzt werden können.⁸ Im Folgenden geht es weniger um die Detailfrage, wie sich der Selbständigenbestand aus Zu- und Abgängen erklärt, sondern ob in Baden-Württemberg diesbezüglich eine andere Dynamik als im Bundesgebiet ersichtlich wird. Denn unter Umständen könnte sich der geringere Level an Migrantenselbständigkeit im „Ländle“ auch aus höheren Outflow-Raten erklären. Dies ist zwar keine ausreichende Erklärung, aber die Abgangsraten aus der Selbständigkeit in Baden-Württemberg tragen zumindest zu dieser Situation bei, wie nachfolgende Analysen zeigen.

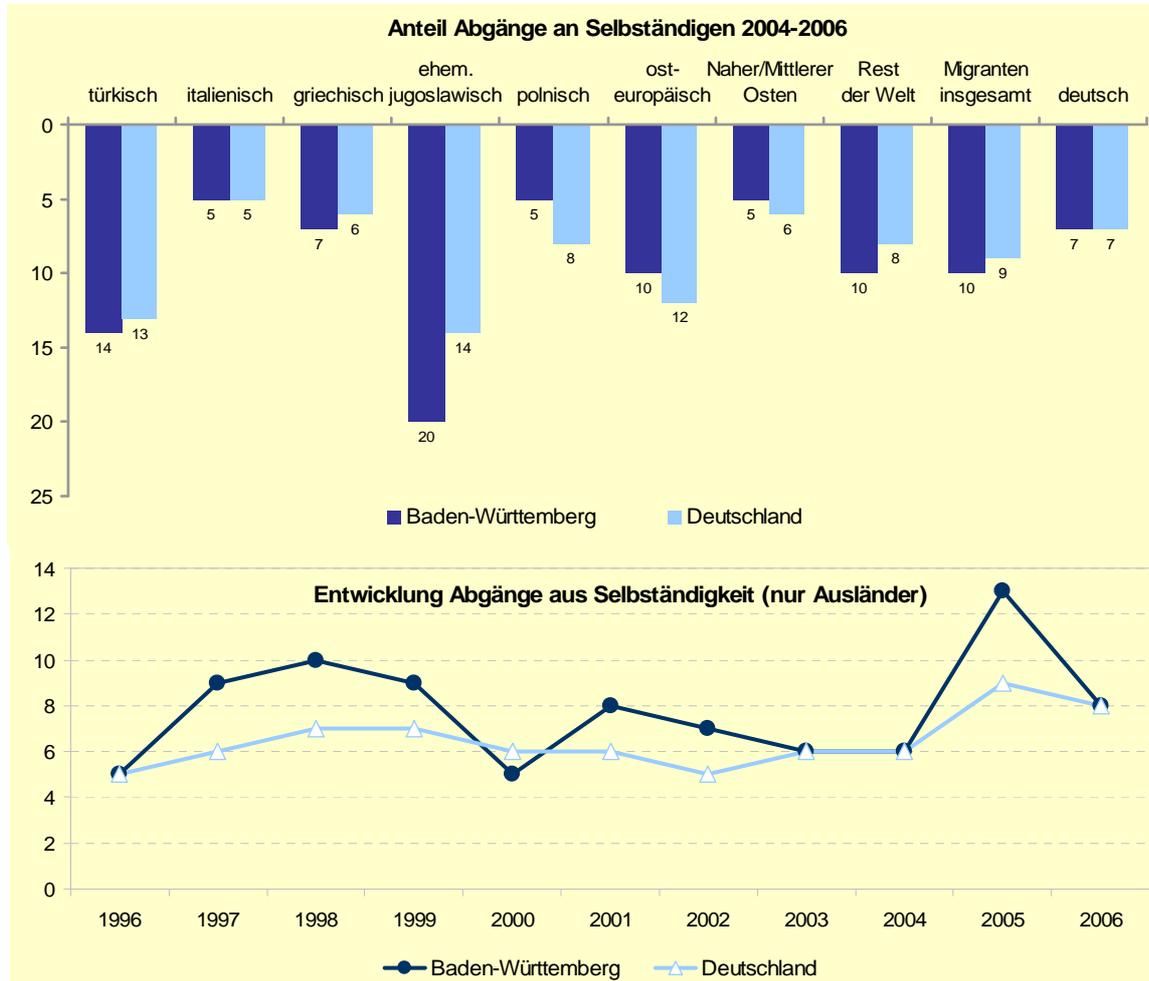
Gemessen am Selbständigenbestand fallen die Abgänge im Südwesten geringfügig höher aus als in Deutschland insgesamt. Dies gilt zumindest, wenn man die unternehmerischen Aktivitäten von Migranten insgesamt zwischen 2004 und 2006 zusammengefasst betrachtet⁹ (Abbildung 9.5). Die Anteile an Abgängen aus der Selbständigkeit liegen um einen Prozentpunkt höher als bundesweit. Diese Bund-Land-Outflow-Differenz ist allerdings ethnienpezifisch sehr heterogen. Der stärkere Abstrom in Baden-Württemberg ist vor allem auf die etwas ge-

⁸ Hinzu kommt, dass die Freien Berufe und die Versicherungsagenten etc. nicht in der Gewerbemeldestatistik enthalten sind.

⁹ Um die Fallzahlenproblematik in Bezug auf einzelne Ethnien zu kompensieren wurde ein Match der Scientific Use Files Mikrozensus 2004 und 2005 vorgenommen.

ringere Nachhaltigkeit der Betriebe von Inhabern türkischer, ex-jugoslawischer sowie der von Migranten aus den übrigen Ländern zurückzuführen. Hinsichtlich der Abgänge bei den Deutschen ergeben sich keine Unterschiede zwischen Land und Bund.

Abb. 9.5-9.6: Outflow aus Selbständigkeit: Herkunftsgruppen und Entwicklung*



* Entwicklung des Anteils der Abgänge an den Selbständigen.

Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus; scientific use file versch. Jahre); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

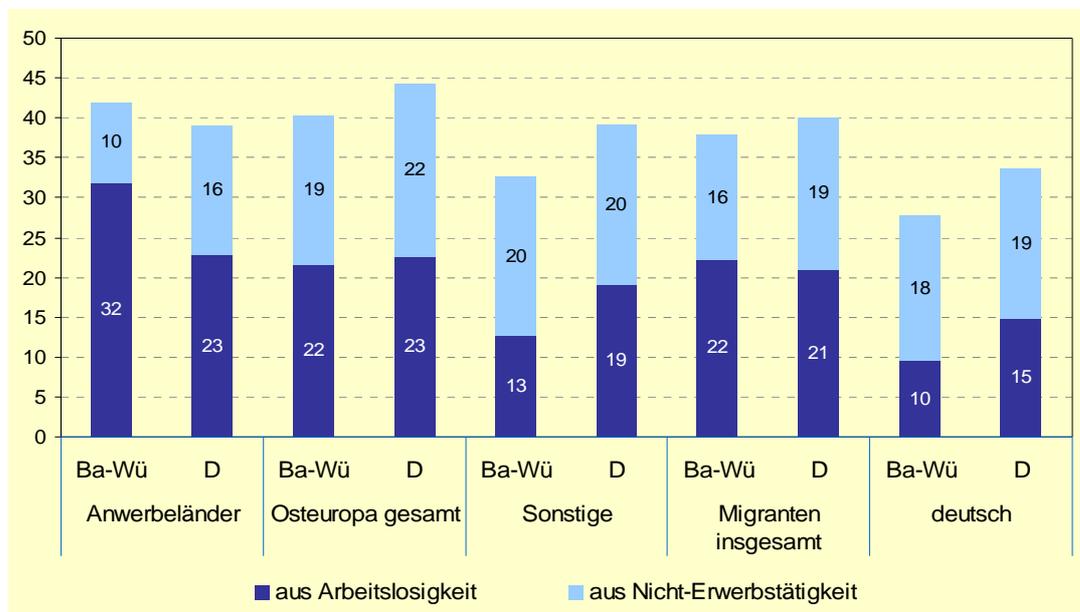
Ein Einwand könnte darin bestehen, dass diese knappen Ergebnisse ein Produkt des betrachteten Zeitraums sind. Aus diesem Grund wurde die Abstrom-Struktur über einen Zeitraum von zehn Jahren betrachtet (Abbildung 9.6). Da bis zum Jahr 2005 nicht der Migrationshintergrund sondern lediglich die Staatsangehörigkeit erhoben wurde, kann hier nur der Outflow von Ausländern (und nicht von Migranten insgesamt wie in Abb. 9.5) dargestellt werden. Die Entwicklungslinien verdeutlichen, dass die Abgänge innerhalb des Landes in fast allen Jahren prozentual höher ausgefallen sind als im Bundesgebiet.

Dieser langfristig höhere Outflow unter ausländischen Selbständigen ist voraussichtlich nicht die alleinige Ursache des Niveauunterschieds in der Bedeutung von Migrantenselbständigkeit von Land und Bund, aber in Kombination mit einem gleichzeitig über längere Zeit anhaltend geringerem Inflow mag dies (neben anderen Bedingungen) mit dazu beigetragen haben.

Gründungen aus der Arbeitslosigkeit

Migranten sind zwar überdurchschnittlich von Arbeitslosigkeit betroffen, aber dies muss nicht bedeuten, dass sie auch häufiger aus dieser Situation heraus gründen bzw. gegründet haben. Unsere eigene Erhebung legt dies jedoch nahe (Kapitel 9.1) und ein solches Ergebnis wird auch anhand des Mikrozensus evident. Allerdings ergibt sich aus dem „faktisch“ beobachteten Erwerbsverlauf ein etwas anderes Bild als anhand der durch die Gründerinnen und Gründer geäußerten Motive. Die größten Unterschiede zu den Deutschen finden sich dann nicht zu den Osteuropäern, sondern zu den Angehörigen aus den ehemaligen Anwerbeländern (Abbildung 9.7).¹⁰ In Baden-Württemberg kommen die Gründer/innen, die aus den einstigen Anwerbeländern stammen, drei mal so häufig aus der Arbeitslosigkeit als die Deutschen ohne Migrationshintergrund (32% gegenüber 9%). Aber auch die Selbständigen aus den übrigen Herkunftsgruppen waren zuvor häufiger arbeitslos als die Deutschen.

Abb. 9.7: Gründungen aus der Arbeitslosigkeit 2005/2006



Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus; scientific use file); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Dies ist nicht nur in Baden-Württemberg sondern auch in Gesamtdeutschland der Fall. Doch mit Blick auf die Türken, Italiener, Griechen und Ex-Jugoslawen (zusammengenommen) fallen die Anteile der aus der Erwerbslosigkeit geflüchteten Selbständigen im Bundesgebiet geringer aus.

Aber dennoch kommen dann die Gründer/innen nicht häufiger aus einer abhängigen Beschäftigung. Denn Unterschiede zwischen der Inflow-Struktur im Südwesten und in Gesamtdeutschland ergeben sich zudem im Hinblick auf den Zustrom aus sonstiger Nicht-Erwerbstätigkeit, wozu neben den Hochschulabsolventen und anderen Schulabgängern auch die Hausfrauen und Hausmänner sowie die Rentner usw. zählen. Im Groben und Ganzen be-

¹⁰ Aufgrund der geringen Fallzahlen wurden hier einzelne Herkunftsgruppen zusammengefasst.

trachtet kommen (mit Schwankungen) jeweils rund 40% der Gründerinnen und Gründer nicht aus einem Beschäftigungsverhältnis sondern aus der Nicht-Erwerbstätigkeit.

Entscheidend ist bei allem jedoch die Beobachtung, dass der Anteil der aus der Arbeitslosigkeit kommenden selbständigen Migranten in Baden-Württemberg und in Gesamtdeutschland in etwa genauso hoch ist. Wäre der höhere Level an Arbeitslosigkeit unter den Migranten in Deutschland insgesamt ein wesentlicher Grund für das gegenüber im Südwesten höhere Niveau an Migrantenselbständigkeit, dann hätte man hier auch einen höheren Anteil an Arbeitslosen in der Inflow-Struktur erwarten dürfen.

Möchte man jedoch die Bedeutung von „Notgründungen“ zur Lösung der Probleme am Arbeitsmarkt bemessen, ist zusätzlich eine andere Perspektive einzunehmen: Denn die getroffene Feststellung, dass bestimmte Gründer/innen häufiger als andere aus der Arbeitslosigkeit kommen, beantwortet nicht die Frage, in welchem Umfang diese Personen durch ihre Aktivitäten den Arbeitsmarkt „entlasten“. Daher muss als Bezugspunkt der Analyse nicht der Inflow im Verhältnis zum Bestand an Selbständigen, sondern der Outflow an Erwerbslosen herangezogen werden. Ähnlich wie zuvor (bei der Betrachtung des Inflows in die Selbständigkeit) beziehen wir uns auch hier wieder auf die Gesamtheit derer, die „mobil“ sind bzw. ihre Arbeitsmarktposition wechseln. Dieses Mal aber bilden die „Wechsler“ aus der Arbeitslosigkeit die Basis.

Unter den Migranten in Baden-Württemberg insgesamt ist im Verlauf eines Jahres (2006 auf 2005) ziemlich genau die Hälfte in irgendeine andere Position gewechselt, d.h. jeder zweite (50%) zählt zu den „mobilen Arbeitslosen“ (Tabelle 9.8). Unter den deutschen Arbeitslosen sind dies mit 48% nur geringfügig weniger. In Gesamtdeutschland ist dieses Verhältnis allerdings umgekehrt. Dort sind es eher die Deutschen, die beweglicher sind.

Tabelle 9.8: Verteilung der Wechsler aus der Arbeitslosigkeit auf neue Erwerbsposition*

Herkunft	%-Outflow aus Arbeitslosigkeit (<i>Wechsler insgesamt</i>)	Wechsel aus Arbeitslosigkeit ...		
		... in die Selbständigkeit	... in abhängige Beschäftigung	... in Nicht- erwerbstätigkeit
<i>davon in %</i>				
Baden-Württemberg				
Deutsche	48,4	6,2	56,2	37,6
Migranten	50,2	5,2	56,0	38,9
Anwerbeländer	47,6	4,7	50,9	44,4
Osteuropa	54,7	6,2	61,7	32,1
Sonstige	51,5	5,2	59,0	35,8
Deutschland				
Deutsche	51,0	4,9	56,3	38,9
Migranten	45,6	4,3	50,4	45,3
Anwerbeländer	44,6	4,1	46,3	49,6
Osteuropa	42,0	5,2	50,0	44,8
Sonstige	48,4	4,1	53,7	42,3

* Querschnittsdaten mit Bezug auf den Befragungszeitpunkt 2005 und 2006.

Quelle: Statistisches Bundesamt (scientific use file 2006); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Betrachtet man nun aber die Zusammensetzung aller (in unserer Definition) mobilen Kräfte in Baden-Württemberg, die sich aus der Arbeitslosigkeit in eine andere Erwerbsposition begeben, streben unter den Migranten lediglich 5% und unter den Deutschen nur 6% in die Selbständigkeit. In Deutschland insgesamt sind es jeweils sogar noch etwas weniger. In beiden Gebieten fallen die leicht höheren Anteile unter den ehemals arbeitslosen Osteuropäern auf, die sich in die Selbständigkeit retteten.

Zumindest in Baden-Württemberg muss dies aber auch im Gesamtkontext bzw. in Verbindung damit gesehen werden, dass die Osteuropäer auch in stärkerem Maße einen Job als Arbeitnehmer finden (62%). Sie sind in einer Notlage insgesamt mobiler.

Bemerkenswert ist ferner, dass in Baden-Württemberg die arbeitslosen Migranten insgesamt auch mit höherer Wahrscheinlichkeit als im Bundesgebiet eine abhängige Beschäftigung aufgreifen. Die Anteilsdifferenz beträgt 6%-Punkte.

Dieser Umstand sowie die Tatsache, dass auch weniger arbeitslose Migranten in die völlige Nichterwerbstätigkeit rutschen, gibt Anlass zu einer weiteren Ursachenforschung: Mit entscheidend für die Frage, wie viele Arbeitslose sich entweder in die Selbständigkeit oder in eine abhängige Beschäftigung retten oder aber ganz aus dem Arbeitsmarkt herausfallen, ist auch die *Dauer* der Arbeitslosigkeit. Unserer Mikrozensusberechnungen zufolge verbleiben die Migranten – wie auch die Deutschen ohne Migrationshintergrund – weniger lang in der Erwerbslosigkeit als im Bundesgebiet: Nimmt man den Anteil derjenigen, die länger als zwei Jahre auf Arbeitssuche sind, dann sind dies im Südwesten unter den Migranten mit deutschem Pass 28% und unter den Ausländern 33%. Doch in Gesamtdeutschland liegen hier die adäquaten Anteile bei 34% bzw. 39%.

Bedauerlicherweise ist es nicht möglich, die Dauer der durchlaufenen Arbeitslosigkeit für solche Personen zu ergründen, die sich für die Alternative „Selbständigkeit“ entschieden haben. Es kann jedoch vermutet werden, dass der Druck vor allem für diejenigen mit der Dauer hoch geworden ist, die gänzlich aus dem System „gemeldeter“ Arbeitslosigkeit“ heraus gefallen sind, zumal hier Transferleistungen entfallen. Und dieser Anteil ist in Gesamtdeutschland deutlich höher als in Baden-Württemberg (Abbildung 9.7 sowie Tabelle 9.8).

9.3 Geförderte Gründungen aus der Arbeitslosigkeit

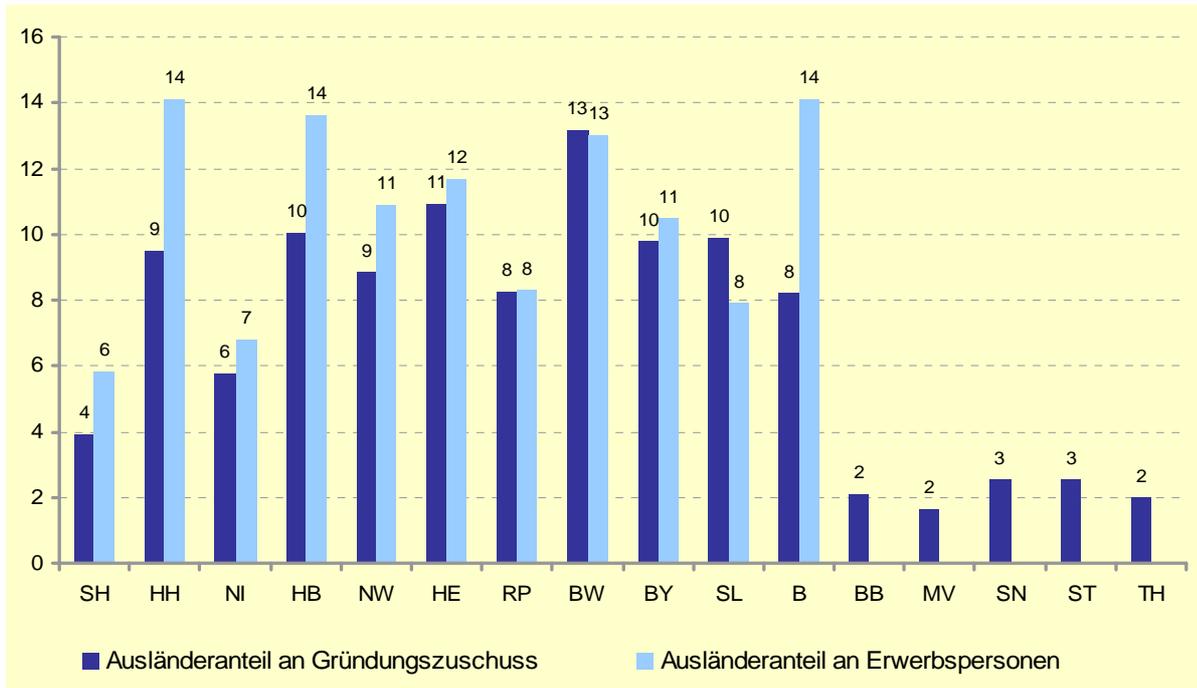
Ergänzend wird noch ein Blick auf die von der Bundesagentur für Arbeit geförderten Gründungen in den einzelnen Bundesländern geworfen, um eine Einschätzung zu gewinnen, in welchem Umfang Ausländer am geförderten Gründungsgeschehen partizipieren. Im Jahr 2006 wurde die Förderung der Existenzgründung aus der Arbeitslosigkeit neu gestaltet und die Einzelmaßnahmen ersetzt. Die sog. „Ich-AG“ bzw. der Existenzgründungszuschuss (§421 SGB III) und das Überbrückungsgeld (§57 SGB III) wurden zu einem Gründungszuschuss¹¹ zu-

¹¹ Der Gründungszuschuss wird geleistet, wenn der Arbeitnehmer bis zur Aufnahme der selbstständigen Tätigkeit Anspruch auf Entgeltersatzleistungen nach dem SGB III hat oder in einer Arbeitsbeschaffungsmaßnahme nach dem SGB III beschäftigt war. Bei Aufnahme der selbstständigen Tätigkeit müssen Gründerinnen und Gründer noch einen Restanspruch auf Arbeitslosengeld von mindestens 90 Tagen haben, dessen Dauer nicht allein auf § 127 Abs. 3 SGB III beruht. Außerdem müssen sie die notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten zur Ausübung der selbstständigen Tätigkeit darlegen.

sammengelegt.¹² Daten über die Zahl der Empfänger mit einem Migrationshintergrund stehen leider nicht zur Verfügung, sondern nur eine Differenzierung (aus dem Jahr 2008) nach der Staatsangehörigkeit.

Im Fokus des Bundesländervergleichs steht die Frage, inwieweit Ausländer an den Fördergeldern partizipieren. Daher sind in Tabelle 9.9 zum einen der Ausländeranteil an allen geförderten Gründungen und zum anderen der Ausländeranteil an den Erwerbspersonen abgebildet.

Tabelle 9.9: Anteile der ausländischen Existenzgründer an allen BA-geförderten Gründungen nach Bundesländern



Quelle: Förderstatistik Bundesagentur für Arbeit 2008; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Während in einigen Bundesländern, aber insbesondere in den Stadtstaaten Hamburg, Bremen und Berlin starke Diskrepanzen zwischen dem Ausländeranteil unter den Erwerbspersonen und dem unter den Gründungszuschussempfängern ersichtlich werden, ist dies in Baden-Württemberg nicht der Fall. Der Anteil beträgt jeweils 13%. Hier scheinen die Migranten in einem adäquaten Maße an den Zuschussleistungen zu partizipieren, was als Zeichen zu werten ist, dass die Anspruchsberechtigten in ausreichendem Maße über die Fördermöglichkeiten informiert sind, unabhängig von ihrer Staatsangehörigkeit. Dies ist aber in ähnlicher Form auch in einigen anderen Flächenländern, wie in Hessen, Rheinland-Pfalz und Bayern, zu beobachten.

¹² In der Übergangsphase wurden zu einem geringen Teil noch Zuschüsse auf Basis der alten Regelung vergeben, weshalb wir nachfolgend in Tabelle 9.9 die Zahl der Empfänger des Gründungszuschusses mit denjenigen des Existenzgründerzuschusses im Jahr 2008 zusammenfassen.

IV. Betriebliche und volkswirtschaftliche Leistungen

Während bis hierher vor allem die zahlenmäßige Bedeutung und die Determinanten bzw. Triebkräfte ethnischen Unternehmertums in Baden-Württemberg im Vordergrund standen, widmen sich die nachfolgenden Kapitel den betrieblichen und volkswirtschaftlichen Leistungspotenzialen. Als Kennziffern der wirtschaftlichen Stärke stehen im Allgemeinen die Umsätze und die Beschäftigtenzahlen von Unternehmen im Vordergrund. In Kapitel 10 werden die betrieblichen Erträge der Migrantenunternehmen – im Sinne der durch den Umsatz zum Ausdruck kommenden Lieferungen und Leistungen – errechnet und hinsichtlich ihres volkswirtschaftlichen Volumens abgeschätzt. Neben den betrieblichen Erträgen interessieren natürlich auch die persönlichen Einkommen der Unternehmensinhaber. Kapitel 11 befasst sich mit der Bedeutung der Migrantenökonomie für den Arbeitsmarkt, weshalb zum einen die Beschäftigungsstrukturen aber zum anderen auch der gesamtwirtschaftliche Beschäftigungsbeitrag ermittelt wird. Dazu gehören schließlich auch die Beiträge für den Ausbildungsmarkt.

10. Betriebliche und individuelle Erträge

Inwieweit werden die starken unternehmerischen Aktivitäten der Zuwanderer und ihrer Nachfahren auch von ökonomischem Erfolg begleitet und welche volkswirtschaftliche Bedeutung kommt ihnen demzufolge in Baden-Württemberg zu? Dies soll anhand der erwirtschafteten Erträge sowohl der Unternehmen als auch ihrer Inhaber abgeschätzt werden. In diesem Zusammenhang betrachten wir zum einen die Umsatzstärke der Migrantenunternehmen (Kapitel 10.1) und deren Bestimmungsfaktoren (Kapitel 10.2). Zum anderen werden aber auch die persönlichen Einkommensverhältnisse einer Analyse unterzogen (Kapitel 10.3). Der Umsatz kann – trotz aller Ungenauigkeiten – als ein Kennzeichen für das betriebliche Leistungspotenzial, das erzielte Einkommen der Selbständigen als ein Erfolgsmerkmal betrachtet werden.

10.1 Erwirtschaftete Umsätze

Ein gewichtiger Indikator für die betriebliche Leistungsfähigkeit ist (neben dem Beschäftigungsbeitrag)¹ die Wertschöpfung und letztlich auch der Umsatz eines Unternehmens. Die Aussagekraft von Umsatzzahlen ist jedoch begrenzt, da sie nicht nur die eigene Wertschöpfung widerspiegeln, sondern auch die zugekauften Vorleistungen enthalten. Andererseits lassen sich aufgrund der Datenlage kaum bessere Indikatoren für die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Unternehmen finden, wenn zusätzlich eine Differenzierung nach der ethnischen Herkunft der Unternehmensinhaber erfolgen soll. Wir verwenden im Folgenden sowohl die Daten der amtlichen Statistik als auch die Daten unserer eigenen Unternehmensbefragung als Grundlagen zur Hochrechnung der Umsätze der Migrantenunternehmen insgesamt. Mangels „harter“ und belastbarer Daten handelt es sich um Schätzungen mit entsprechenden Unsicherheiten, auf die an den jeweiligen Stellen verwiesen wird.

¹ Siehe im Folgenden.

Nach den Angaben der Umsatzsteuerstatistik erwirtschafteten die fast 440.000 steuerpflichtigen Unternehmen² in Baden-Württemberg im Jahre 2008³ Umsätze in Höhe von ca. 910 Milliarden Euro (Tabelle 10.1). Dabei erbrachte alleine schon eine vergleichsweise kleine Zahl von etwa 1.900 steuerpflichtigen Unternehmen, deren Jahresumsatz im einzelnen über 50 Mio. Euro lag, rund 67% der gesamten Summe. Die rund 432.000 kleineren Unternehmen hingegen, die maximal 10 Mio. Euro Umsatz im Jahr erzielten, aber 98% aller steuerpflichtigen Unternehmen stellen, erwirtschafteten zusammen ca. 186 Mrd. Euro und damit lediglich rund 20% aller registrierten Umsätze in Baden-Württemberg. Dies zeigt schon, wie ungleichgewichtig die Erträge aus Leistungen und Lieferungen über bestimmte Unternehmenssegmente verteilt sind.

Tabelle 10.1.1: Umsatzsteuerstatistik 2008 – Baden-Württemberg

Umsatzgrößenklasse (Euro)	Steuerpflichtige Unternehmen*	Umsätze
	Anzahl	in Mio.
bis 10 Mio.	432.266	185.963
bis 50 Mio.	437.979	304.625
50 Mio. und mehr	1.908	605.418
Insgesamt	439.887	910.043

* Unternehmen mit Umsätzen über 17.500 Euro im Jahr

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Umsatzsteuerstatistik 2008).

Die Umsätze der von Migranten oder von Ausländern geführten Unternehmen werden in der amtlichen Statistik nicht erfasst, weshalb für die Schätzungen einzelne Facetten zusammengesetzt bzw. verschiedene Quellen verwendet werden müssen. Im Folgenden wird der Umsatz der Selbständigen in den einzelnen Herkunftsgruppen anhand zweier Modellrechnungen bemessen. Das erste Modell nutzt dazu die eigenen Befragungsdaten sowie den Mikrozensus als Grundlage der Hochrechnungen. Das zweite Modell schätzt den Umsatz mit Hilfe des IAB-Panels und des Mikrozensus.

Da sich der Untersuchungsfokus auf die Unternehmensinhaber mit Migrationshintergrund richtet, rücken die persönlichen Merkmale in den Vordergrund. Somit stehen in den Schätzungen die Umsätze von inhabergeführten Einzelunternehmen im Mittelpunkt. Dies schließt jedoch nicht vollkommen aus, dass in unserer Erhebung auch Kapitalgesellschaften enthalten sind, soweit Selbständige bspw. eine GmbH gegründet haben und sich dennoch als Inhaber bezeichnen. Es ist jedenfalls bereits mit Blick auf die zuvor dargestellte Verteilung der Ge-

² Ergebnisse der Umsatzsteuerstatistik. Datengrundlage sind die Umsatzsteuer-Voranmeldungsverfahren. Die Zahl der hierin erfassten Unternehmen ist geringer als die Gesamtzahl, da hier unter anderem die sog. „Jahreszahler, d.h. Unternehmer, die keine UST-Voranmeldung abgegeben haben, nicht enthalten sind. Nicht enthalten sind zudem Steuerpflichtige mit hohen steuerbaren, aber niedrigen darin enthaltenen steuerpflichtigen Umsätzen (z.B. Angehörige Freier Berufe im Bereich der Humanmedizin). Vor allem jedoch sind kleine Unternehmen, deren steuerbarer Jahresumsatz unter 17.500 € liegt nicht enthalten. Die Zahl der Unternehmen, die unter diese Grenze fallen, ist nicht zu unterschätzen, insbesondere wenn man bedenkt, dass die Zahl der „kleinen“ Selbständigen bei einer zunehmenden Pluralisierung der Erwerbs- und Unternehmensformen stetig steigt (Leicht 2003). Im Übrigen sind auch die sog. Organtöchter (Organgesellschaften) in der Statistik nicht aufgeführt, die mit der Organmutter einen Steuerpflichtigen bilden.

³ Die Angaben der Umsatzsteuerstatistik werden immer mit etwas zeitlicher Verzögerung herausgegeben (Statistisches Bundesamt), da die Daten mit Hilfe der Finanzbehörden zusammengestellt werden.

samtumsätze auf Unternehmensumsatzgrößenklassen nachvollziehbar, dass die vorwiegend kleinbetrieblich strukturierten Migrantenunternehmen ähnlich wie die meisten „deutschen“ Unternehmen nur einen geringen Teil der Umsätze insgesamt stellen.

Grundlagen der Schätzungen im ersten Modell

Im ersten Verfahren wurden die durchschnittlichen Umsatzzahlen je Herkunftsgruppe, wie sie mit der ifm-Unternehmensbefragung zu ermitteln sind, mit Hilfe der Selbständigenzahlen aus dem Mikrozensus hochgerechnet. Um die Validität dieser Basiswerte zu erhöhen, wurde die Stichprobe nach den Merkmalen Geschlecht,⁴ (deutsche) Staatsangehörigkeit⁵ und Wirtschaftsbereich⁶, deren Verteilung aus dem Mikrozensus ebenfalls bekannt ist, gewichtet. Die Schätzwerte beziehen sich allerdings nur auf alle kleineren und mittleren Unternehmen von Migranten, deren Jahresumsatz unterhalb der 10 Mio.-Marke liegt. Dies dürften dann allerdings immerhin rund 99% aller Migrantenunternehmen sein.

Methodische Erläuterungen: Da der Umsatzsteuerstatistik 2008 zufolge nur etwa 1,7% aller Unternehmen in Baden-Württemberg einen Umsatz von mehr als 10 Mio. Euro erzielen und gleichzeitig anzunehmen ist, dass diese Unternehmensgruppe unter den „ausländischstämmigen Unternehmen“ einen noch weitaus geringeren Anteil ausmacht, könnte schon eine leichte Übererfassung von Unternehmen mit hohem Umsatz zu einer erheblichen Verzerrung der Stichprobe und damit in der Gesamtrechnung zu einer Überschätzung des durchschnittlichen Umsatzes führen. Zufallsbedingte „Ausreißer“ (z.B. disproportional viele Unternehmen mit übermäßig hohem Umsatz) können bei verhältnismäßig geringen Fallzahlen (infolge der Differenzierung nach einzelnen Herkunftsgruppen) ein Problem darstellen. Aus diesem Grund wurden aus der Primärerhebung vorsichtshalber nur Unternehmen zur Hochrechnung herangezogen, deren Umsatz unterhalb der 10 Mio. Euro-Marke liegt.⁷ Hierdurch werden maximal 1% bis 2% der Unternehmen von der Schätzung ausgeschlossen (siehe oben).

Grundlagen der Schätzungen im zweiten Modell

In einem zweiten Verfahren wird die Annahme zugrunde gelegt, dass Unterschiede im Umsatz nicht (oder zumindest weniger) durch die ethnische Herkunft des Unternehmensinhabers, sondern vor allem durch strukturelle Unterschiede zwischen den Unternehmen verschiedener Herkunftsgruppen zustande kommen.⁸ Es wird unterstellt, dass die Strukturmerkmale „Branchenzugehörigkeit“ und natürlich die Beschäftigtenzahl eines Unternehmens den Umsatz entscheidend bestimmen. Anders ausgedrückt lautet die These: Unterscheidet sich der Umsatz von Migrantenbetrieben von dem „deutscher“ Betriebe, dann ist dafür nicht der Migrationshintergrund der Selbständigen ursächlich verantwortlich, sondern vielmehr die unterschiedliche Branchenzugehörigkeit und die Unternehmensgröße. Die Schätzung bezieht sich – aus

⁴ Bisherige Untersuchungen zeigen, dass die von Frauen geführten Unternehmen durchschnittlich einen wesentlich geringeren Umsatz erzielen (Fehrenbach 2004).

⁵ Es wird davon ausgegangen, dass die eingebürgerten Unternehmensinhaber i.d.R. erfolgreichere bzw. umsatzstärkere Betriebe führen (Leicht et al. 2005).

⁶ Die Umsatzgrößendifferenzen zwischen einzelnen Wirtschaftszweigen sind groß, was teils auch auf die Vorleistungen zurückzuführen ist.

⁷ Allerdings kann die Zahl der Selbständigen aus dem Mikrozensus nicht auf diejenigen unterhalb von 10 Mio. Euro Umsatz beschränkt werden. Der Gesamtumsatz für diese Unternehmensgruppe wird demnach wahrscheinlich etwas überschätzt, was wohl hauptsächlich bei den deutschen Selbständigen der Fall ist, da dort die höchste Zahl an Selbständigen mit 10 Mio. und mehr Umsatz zu vermuten ist. Bei den einzelnen ethnischen Gruppen sollte die Überschätzung geringer ausfallen.

⁸ Diese Annahme wird durch die Analyse der Bestimmungsfaktoren des Umsatzes in Abschnitt 10.2 gestützt.

vergleichbaren Gründen wie im ersten Modell – auf die mittelständischen Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten.

Methodische Erläuterungen: Die Umsatzschätzung im zweiten Verfahren erfolgte in zwei Schritten. Zunächst wurde der durchschnittliche Umsatz für die Gesamtheit aller Betriebe in Baden-Württemberg (deutsche und ausländische Betriebe) nach Branche und Beschäftigtenzahl geschätzt. Dabei findet eine Beschränkung auf Betriebe mit bis zu maximal 249 Beschäftigte statt. Der Grund ist darin zu suchen, dass nach dem IAB-Betriebspanel (2007) die größeren Betriebe mit mehr als 250 Beschäftigten nur 1% aller Betriebe in Baden-Württemberg aber ca. 40% des gesamten Umsatzes erzielen. Diese wenigen großen Betriebe würden den geschätzten durchschnittlichen Umsatz deutlich erhöhen. Da aber anzunehmen ist, dass das Gros der mit dem Panel erfassten Betriebe einen deutschen Inhaber hat bzw. der Anteil solch großer Betriebe unter den ausländischstämmigen Selbständigen wesentlich geringer ausfällt, würde deren Berücksichtigung später zu einer Überschätzung des Umsatzes für die einzelnen Herkunftsgruppen führen. Aus dem gleichen Grund wurden bestimmte Rechtsformen, z.B. Kapitalgesellschaften, sowie ausschließlich von Managern geführte Betriebe, zumindest in diesem Schätzmodell, ausgeklammert.

In einem zweiten Schritt wurde mit Hilfe der Mikrozensusdaten für jede Herkunftsgruppe die Verteilung der Selbständigen auf die Wirtschaftszweige berechnet und nach der Zahl ihrer Beschäftigten geschätzt⁹ (nicht dargestellt). Auf Basis dieser Verteilung und der im ersten Schritt ermittelten Werte kann schließlich auf den generierten Gesamtumsatz geschlossen werden.¹⁰

Ergebnis der Schätzungen

Mit Modell 1 werden die Gesamtumsätze all derjenigen Selbständigen in Baden-Württemberg geschätzt, die mit ihrem Unternehmen jeweils unterhalb von 10 Mio. Euro Jahresumsatz bleiben. Dies trifft, wie bereits dargestellt, immerhin auf 98% aller Unternehmen zu. Da die Unternehmen von Migranten eher noch kleinbetrieblicher strukturiert sind (siehe Kapitel 11), ist sogar davon auszugehen, dass das Schätzmodell die Leistungen von mehr als 98% aller Migrantenunternehmen im Land repräsentiert. Differenziert nach Herkunftsgruppen zeigen sich die in Tabelle 10.1.2 dargestellten Ergebnisse:

Demnach erzielen die türkischstämmigen Selbständigen mit 5,7 Mrd. Euro sowohl den höchsten Gesamtumsatz als auch den höchsten Durchschnittswert (557.000 €). An zweiter Stelle folgen erwartungsgemäß die italienischen Unternehmer/innen mit rund 2,2 Mrd. Euro, dies aber eher aufgrund ihrer in Baden-Württemberg zahlenmäßig starken Präsenz. Denn gemessen am erzielten Umsatz pro Unternehmen rangieren sie hinter den Selbständigen aus dem ehemaligen Jugoslawien sowie hinter denen aus dem Nahen und Mittleren Osten. Erstaunlich wenig Umsatz machen – zumindest dem auf unserer Befragung beruhenden ersten Modell zufolge – die griechischstämmigen Unternehmer/innen. Den mit Abstand geringsten durchschnittlichen Umsatz erzielen die Selbständigen polnischer Herkunft. Der Umsatz weiterer

⁹ Die Beschäftigtenzahl kann auf Basis des Mikrozensus nicht exakt ermittelt werden, da die Daten ab einer Arbeitsstättengröße von 10 Beschäftigten in Klassen bzw. aggregierter Form ausgewiesen werden.

¹⁰ Methodisch ist anzumerken, dass der Umsatz anhand von Betriebsdaten geschätzt wird und anschließend mit Daten zu Selbständigen hochgerechnet wird. Die Zahl der Selbständigen muss jedoch nicht mit der Zahl der Betriebe übereinstimmen, da ein Betrieb auch von mehreren Selbständigen geführt werden kann, womit derselbe Betriebsumsatz bei einer Hochrechnung mit der Zahl der Selbständigen mehrfach generiert wird. Zudem taucht hier wieder das Problem auf, dass im Mikrozensus keine Abgrenzung auf einen Kreis von Selbständigen erfolgen kann, die weniger als 250 Mitarbeiter beschäftigen. Bezogen auf dieses mittelständische Segment kommt es daher ggf. zu einer Umsatzüberschätzung vor allem bei den Deutschen. Allerdings sollte die Überschätzung geringer ausfallen als in Modell 1, da es noch weniger Selbständige mit über 249 Beschäftigten als Selbständige mit über 10 Mio. Euro Umsatz gibt.

Herkunftsgruppen („Rest“) kann natürlich nicht abgeschätzt werden, da in der zugrunde liegenden Erhebung nicht alle Migrantengruppen einbezogen wurden. Auf eine Schätzung für die Gruppe der deutschen Unternehmensinhaber wurde aus methodischen Gründen verzichtet, da sich bei einer so hohen Zahl an Unternehmen selbst ein kleiner Schätzfehler im Gesamtergebnis stark bemerkbar machen würde.¹¹

Tabelle 10.1.2: Umsatzschätzungen für Unternehmen/ Selbständige nach Herkunft in Baden-Württemberg 2007/2008

Herkunft der Unternehmensinhaber	Schätzmodell 1		Schätzmodell 2	
	Ø Umsatz in Tsd.*	Gesamtumsatz in Mio.*	Ø Umsatz in Tsd.*	Gesamtumsatz in Mio.*
türkisch	557	5.674	474	4.826
italienisch	229	2.190	366	3.500
griechisch	157	897	379	2.158
ehem. jugoslawisch	272	1.725	341	2.167
polnisch	89	328	342	1.261
osteuropäisch	172	1.943	433	4.897
Naher / Mittlerer Osten	254	559	609	1.343
restl. Migranten	-	-	594	17.973
Migranten gesamt	-	-	-	38.125

* Nur für Unternehmer/innen mit Umsatz bis unter 10 Mio. €.

** Nur für Unternehmer/innen mit unter 250 Beschäftigten.

Modell 2 berücksichtigt Selbständige mit Unternehmen bis zu 249 Beschäftigten und schätzt deren Umsatz in Baden-Württemberg auf insgesamt ca. 388 Mrd. Euro. Der Umsatz von Selbständigen nicht-deutscher Herkunft beträgt insgesamt 38 Mrd. Euro (Tabelle 10.1.2) und damit 10% des Gesamtumsatzes in diesem Unternehmensgrößensegment. Hierin ist neben dem Umsatz der befragten Herkunftsgruppen auch der Umsatz aller übrigen Ethnien in der Kategorie „Restliche Migranten“ enthalten, der 4,6% des Gesamtumsatzes ausmacht.

Auf dieser Schätzgrundlage müssten die Unternehmen der Selbständigen türkischer Herkunft im Jahr 2008 etwa 4,8 Mrd. Euro und die italienischer Herkunft rund 3,5 Mrd. Euro erwirtschaftet haben. Von den einzelnen Gruppen sind die Selbständigen osteuropäischer Herkunft

¹¹ Zum einen sind Schätzungen anhand einer Stichprobe immer mit einer gewissen Unsicherheit verbunden, da die Stichprobe in ihrer Zusammensetzung bei verschiedenen Merkmalen mehr oder weniger stark von der Grundgesamtheit abweicht. Sind diese Merkmale aus einer anderen Quelle bekannt, wie z.B. die Branchenverteilung, kann einer Verzerrung durch Gewichtung entgegengewirkt werden. Liegt jedoch keine externe Information über das Merkmal vor, ist eine unverzerrte Schätzung nicht möglich. Bei einer Telefonstichprobe ist zu erwarten, dass kleine Betriebe in der Stichprobe unterrepräsentiert sind, da sie seltener im Telefonbuch stehen, und somit gar nicht erreicht werden können. Der Stichprobenumsatz ist demnach wahrscheinlich nicht repräsentativ für alle Betriebe der angestrebten Grundgesamtheit, sondern liegt wegen der Untererfassung kleiner Betriebe höher. Bei einer Hochrechnung überträgt sich diese Verzerrung und die Schätzung für die Grundgesamtheit fällt zu hoch aus. Neben diesem methodischen Problem ist auch zu beachten, dass die erhobene Stichprobe nicht ausschließlich dieselben Unternehmen berücksichtigt wie die Umsatzsteuerstatistik. Während die Umsatzsteuerstatistik Unternehmen erfasst, werden in der Stichprobe einzelne Selbständige befragt, die auf die Gesamtheit der Selbständigen hochgerechnet werden. Dabei kann es sein, dass mehrere Selbständige ein und dasselbe Unternehmen führen, und derselbe Umsatz bei der Hochrechnung mehrfach generiert wird. Zudem erfasst die Umsatzsteuerstatistik nur Unternehmen ab einem Umsatz von 17.500 Euro, während diese Beschränkung weder für die Stichprobe, noch für die aus dem Mikrozensus ermittelte Zahl an Selbständigen gilt.

hervorzuheben, deren Umsatz in etwa das Volumen der Türkischstämmigen erreicht. Allerdings handelt es sich hier um ein relativ großes Aggregat an verschiedenen Herkunftsländern.

Wird der durchschnittlich pro Unternehmen bzw. Selbständigen erzielte Umsatz in den einzelnen Herkunftsgruppen zugrunde gelegt, führen diejenigen aus dem Nahen/Mittleren Osten das Feld an.¹² Lässt man die Gruppe aus der „restlichen Welt“ außen vor, liegen die Selbständigen mit türkischem Migrationshintergrund mit einem durchschnittlichen Umsatz von 474.000 Euro auf Platz 2. Mit etwas Abstand folgen Selbständige aus Osteuropa, die im Schnitt 433.000 Euro umsetzen.

Mit Ausnahme der Umsatzzahlen für die Unternehmen türkischstämmiger Selbständiger liegen die mit Modell 2 ermittelten Werte über denen in Modell 1. Hier ist an die dem zweiten Modell zugrunde liegende Annahme zu erinnern, dass die Unterschiede zwischen den einzelnen Ethnien nicht auf die nationale Herkunft, sondern auf Unterschiede in den Unternehmensstrukturen bzw. in der Branchenorientierung zurückzuführen sind. Da diese Unterschiede hier durch Gewichtung kompensiert wurden, kann die Diskrepanz zwischen den beiden Schätzmodellen auch in der Weise interpretiert werden, dass sich hier gewissermaßen Aufholpotenziale widerspiegeln.

Zur Bewertung der Belastbarkeit von Modell 2 kann ein Vergleich mit den Zahlen aus dem Unternehmensregister angestellt werden, welches den Umsatz für Unternehmen mit bis zu 249 Beschäftigten ausweist. Dieses Register enthält alle Unternehmen mit steuerbarem Umsatz und/oder sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten. Im Jahr 2007 zählt das Unternehmensregister 476.000 Unternehmen mit bis zu 249 Beschäftigten. Diese erwirtschaften zusammen einen Umsatz von 385 Mrd. Euro (ohne Umsatzsteuer). Würde man eine Schätzung der Gesamtumsätze nach Modell 2 einschließlich der Deutschen vornehmen, käme man auf 388 Mrd. Euro.¹³ Das heißt unser Verfahren bietet einen akzeptablen Rahmen für die Schätzung der Umsatzstärke einzelner Ethnien.

10.2 Einflüsse auf das Umsatzvolumen

Im Grunde ist die genaue Höhe der von den einzelnen Herkunftsgruppen erzielten Umsätze von geringerer Bedeutung als die Frage, ob die unternehmerischen Aktivitäten von Migranten – vereinfacht formuliert – mit ähnlichen Erträgen durch Lieferungen und Leistungen wie bei

¹² Für diese Personen erscheint der ermittelte Umsatzwert jedoch weniger verlässlich, da diese Gruppe im Mikrozensus nur eine geringe Fallzahl aufweist, weshalb die ermittelte Verteilung dieser Personen auf die Wirtschaftszweige und Betriebsgrößenklassen von starken Verzerrungen betroffen sein kann.

¹³ Umsatzsteuerstatistik und Unternehmensregister sind prozessgenerierte Daten, der Mikrozensus sowie das IAB-Panel beruhen hingegen auf einer Stichprobe. Eine leichte Abweichung unserer Befunde zu den Daten des Unternehmensregisters kann u.a. damit erklärt werden, dass das Unternehmensregister die Wirtschaftszweige Land-/Forstwirtschaft sowie öffentliche Verwaltungen ausschließt und Umsätze unter 17.500 Euro im Unternehmensregister wie in der Umsatzsteuerstatistik nicht eingerechnet sind. Im Gegensatz dazu zählt der Mikrozensus Selbständige in allen Wirtschaftszweigen und v.a. auch Selbständige, die weder mehr als 17.500 Euro Jahresumsatz noch sozialversicherungspflichtige Beschäftigte haben. Wie erwähnt, konnten Selbständige mit mehr als 249 Beschäftigte (auch wenn deren Zahl sehr gering sein dürfte) bei der Hochrechnung in Modell 2 nicht ausgeschlossen werden, und es können mehrere Selbständige ein Unternehmen führen. Das führt dazu, dass die Zahl der Selbständigen aus dem Mikrozensus über der Zahl der Unternehmen aus dem Unternehmensregister liegt, d.h. die Grundgesamtheit des Mikrozensus entspricht nicht genau dem Unternehmensregister. Es erscheint daher plausibel, dass Modell 2 einen höheren Gesamtumsatz schätzt als das Unternehmensregister.

den Deutschen einhergehen. Die im vorherigen Abschnitt dargestellten Befunde weisen jedenfalls nicht darauf hin. Daher stellt sich auch die Frage, ob die anhand des Umsatzes gemessenen Leistungspotenziale von Migrantenunternehmen auf ethnische Merkmalsunterschiede zwischen den deutschen und ausländischstämmigen Unternehmensinhabern zurückzuführen sind. Anders ausgedrückt interessiert, inwieweit für die Unterschiede im Umsatzvolumen viel eher unterschiedliche persönliche oder betriebliche Charakteristika als bspw. sozio-kulturelle Faktoren verantwortlich sind.

Welche Faktoren sind für die Höhe des Umsatzes ausschlaggebend? Dieser Frage wird mit Hilfe von einem multivariaten Regressionsmodell nachgegangen. Im ersten Modell (A) werden die Effekte der Faktoren Herkunft, Bildung, Geschlecht und Alter untersucht. In einem zweiten Modell (B) wird zusätzlich der Einfluss der Strukturmerkmale Wirtschaftsbereich und Beschäftigtenzahl abgeschätzt. In Tabelle 10.2.1 sind die Ergebnisse der multivariaten Analysen abgebildet.

Der Blick auf das Regressionsmodell A zeigt zunächst, dass die Selbständigen der einzelnen Migrantengruppen auch unter Berücksichtigung von soziodemographischen Merkmalen wie Qualifikation und Geschlecht signifikant weniger Umsatz erzielen als die deutschen Selbständige. Die Unternehmen der Migranten machen, je nach Herkunftsgruppe, durchschnittlich zwischen 3 und 4 Mio. Euro weniger Umsatz. Zumindest wenn man Bildung kontrolliert kommen die Umsätze der italienischen Selbständigen denen der Deutschen noch am nächsten.

Tabelle 10.2.1: Determinanten des Umsatzes

	Modell A		Modell B	
	Koeff. B	Sig.	Koeff. B	Sig.
<i>Ref.: deutsch</i>				
türkisch	-3431,2	**	-1498,1	
italienisch	-3097,8	**	-1088,8	
griechisch	-4071,2	***	-1649,5	
ehem. jugoslawisch	-3924,6	***	-2191,1	**
polnisch	-3452,7	*	-1343,8	
osteuropäisch	-3837,9	**	-1505,9	
Naher /Mittlerer Osten	-4183,3	***	-1991,5	
<i>Ref.: keine Ausbildung</i>				
Ausbildung	994,7		777,4	
Studium	903,7		465,1	
weiblich (<i>Ref.: männlich</i>)	-1553,5		-876,5	
Alter in Jahren	27,9		14,2	
<i>Ref.: Prod. Gewerbe</i>				
Handel			-995,1	
Gastgewerbe			-2164,9	*
Wissintensive DL			-2075,1	*
Nicht wissintensive DL			-1824,3	
Zahl der Beschäftigten			117,4	***
Konstante	2386,1		2047,0	

Signifikanzniveau *p<0,1 **p<0,05 ***p<0,01

Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Unter Berücksichtigung des Wirtschaftsbereichs und der Zahl der Beschäftigten in Modell B geht der Effekt der ethnischen Herkunft allerdings stark zurück. Differenzen hinsichtlich der Umsatzhöhe zwischen Deutschen und Selbständigen mit Migrationshintergrund zeigen sich zwar noch, sie sind aber (außer bei den Jugoslawen) nicht mehr signifikant. D.h. unter gleichen Rahmenbedingungen, wie Branche und Betriebsgröße, kann nicht mehr mit ausreichender Sicherheit behauptet werden, dass sich die Umsatzleistungen von Selbständigen mit und ohne Migrationshintergrund unterscheiden. Der Wirtschaftsbereich und die Beschäftigtenzahl erzeugen einen deutlichen Effekt auf den Umsatz. Selbständige im produzierenden Gewerbe erzielen signifikant mehr Umsatz als Selbständige im Gastgewerbe. Wie nicht anders zu erwarten, steigt der Umsatz mit der Zahl der Beschäftigten signifikant an.

Alter, Geschlecht und Qualifikation der Unternehmensinhaber hingegen zeigen in beiden Modellen keinen signifikanten Einfluss auf die Höhe des erzielten Umsatzes. Dies mag auf den ersten Blick überraschen, da gerade diese Faktoren häufig als Determinanten des Erfolges diskutiert werden.¹⁴ Der Umsatz ist jedoch kein eindeutiges Erfolgsmerkmal, da ein hoher Umsatz nicht automatisch auch zu einem hohen Gewinn führen muss. Wie bereits erwähnt ist der Umsatz eher als ein Charakteristikum für die Leistungspotenziale eines Unternehmens zu werten. Unterschiede lassen sich hier mehr durch betriebliche als durch individuelle oder sog. sozio-kulturelle Merkmale erklären.

10.3 Einkommen

Die Einkommen von selbständigen Migranten sind nicht nur ein Indikator für den ökonomischen Erfolg ihrer Unternehmen, sie indizieren auch einen sozialen Aufstieg, soweit sie in dieser beruflichen Stellung mehr verdienen als in einer abhängigen Beschäftigung. In der internationalen Ethnic Entrepreneurshipforschung ist dies seit langem eine der zentralen Fragen¹⁵ und auch in Deutschland haben sich einige Arbeiten mit diesem Thema befasst. Die Ergebnisse sind kontroverser Natur (siehe auch Kapitel 2.2). Während einige Autoren im Schritt zur Selbständigkeit eher eine Überlebensstrategie mit dennoch prekären Einkommenslagen sehen,¹⁶ attestieren andere höhere Einkommen und dadurch eine allmähliche Integrationswirkung.¹⁷

Durchschnittliches Netto-Monatseinkommen

Zur Feststellung der Verdienstmöglichkeiten greifen wir auf die Mikrozensusdaten zurück, mit welchen sich die monatlichen Nettoeinkommen von selbständig und abhängig Beschäftigten verschiedener Herkunft berechnen lassen,¹⁸ (wobei bei Selbständigen eine gewisse Unsi-

¹⁴ z.B. Langhauser 2010

¹⁵ Unter vielen: Portes/ Zhou 1996; Li 2000; Lofstrom 2000.

¹⁶ Wilpert 2003; Pütz 2007. Schmidt (2000, S. 37) sieht bei vielen Gründern den Weg in eine Mobilitätsfalle.

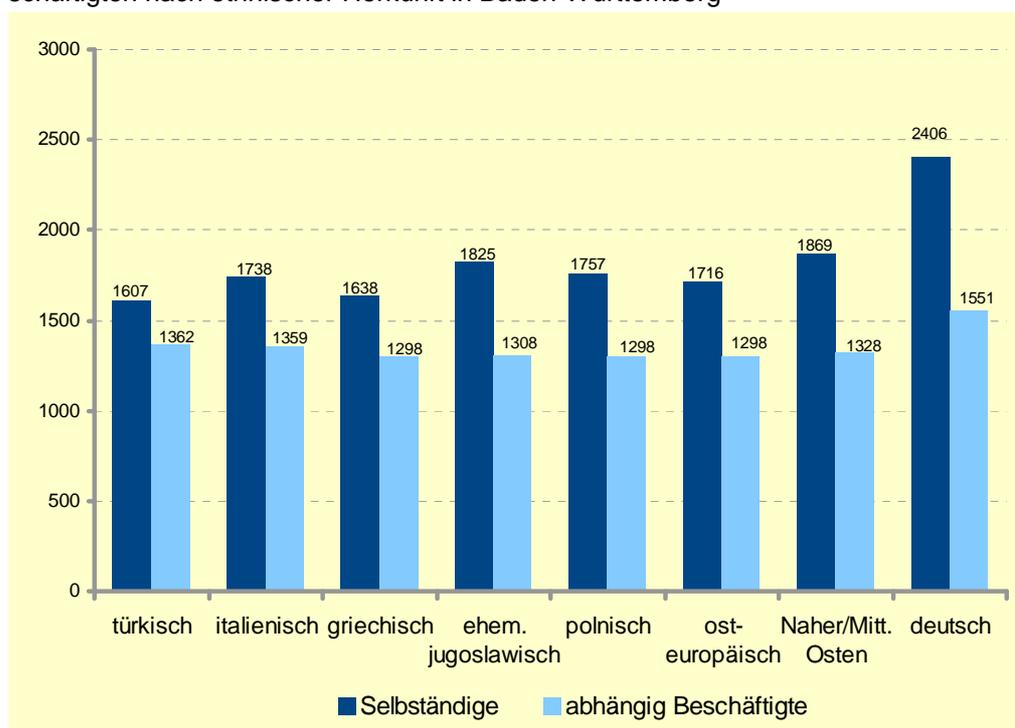
¹⁷ Özcan/ Seifert 2000; Leicht et al. 2005 und 2009; Constant/ Zimmermann 2006; Block et al. 2009.

¹⁸ Das persönliche Netto-Einkommen wird im Mikrozensus mit Hilfe von Einkommensklassen erfasst. Die nachfolgend aufgeführten Mittelwerte beruhen auf den jeweiligen Klassenmitten. Aufgrund der großen Standardabweichungen und der unbekanntenen Verteilung innerhalb der Klassenintervalle sollten diese vorsichtig interpretiert werden. Ausreißer wurden von den Berechnungen ausgeschlossen und stattdessen über die Höhe des Stundenlohns bestimmt, indem die oberen und unteren 5% entfernt wurden. Dieses Verfahren garantiert, dass sowohl „übertriebene“ Arbeitszeiten als auch Einkommen über den Quotienten berücksichtigt und entfernt werden.

cherheit besteht, in welchem Umfang die Befragten die persönlichen Vorsorgeleistungen tatsächlich beim Nettobetrag berücksichtigt haben). Die Analyseergebnisse sind in Abbildung 10.3.1 dargestellt. Demnach liegen die Einkommen selbständiger Deutscher ohne Migrationshintergrund, mit im Durchschnitt rund 2.400 €, eingutes Stück über denen von selbständigen Migranten. Die bestverdienende Migrantengruppe bilden die Selbständigen aus dem Nahen und Mittleren Osten (im Schnitt 1.870 € monatlich), dicht gefolgt von den Migranten aus dem ehemaligen Jugoslawien. Die türkischstämmigen Unternehmer/innen schneiden hier mit einem Mittelwert von knapp über 1.600 € deutlich schlechter ab. Die Verdienste der Zuwanderer aus Polen und dem übrigen Osteuropa liegen eher im Mittelfeld.

Bei allem ist jedoch zu konstatieren, dass die selbständig Erwerbstätigen in allen Gruppen ein höheres Einkommen erzielen als die Arbeitnehmer/innen in der selben Herkunftsgruppe. Da sich die Deutschen bei den Löhnen und Gehältern weniger stark von den Migranten unterscheiden, fällt hier die Diskrepanz zwischen den Einkommen aus Selbständigkeit und abhängiger Beschäftigung am höchsten aus. Der Unterschied beträgt über 850 €. Vergleichsweise große Differenzen zeigen sich auch bei den Migranten aus dem Nahen und Mittleren Osten sowie den ehemaligen Jugoslawen, weil dort die Selbständigeneinkommen relativ hoch ausfallen.

Abb. 10.3.1: Durchschnittliches monatliches Netto-Einkommen von Selbständigen und abhängig Beschäftigten nach ethnischer Herkunft in Baden-Württemberg



Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus 2007; scientific use file); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

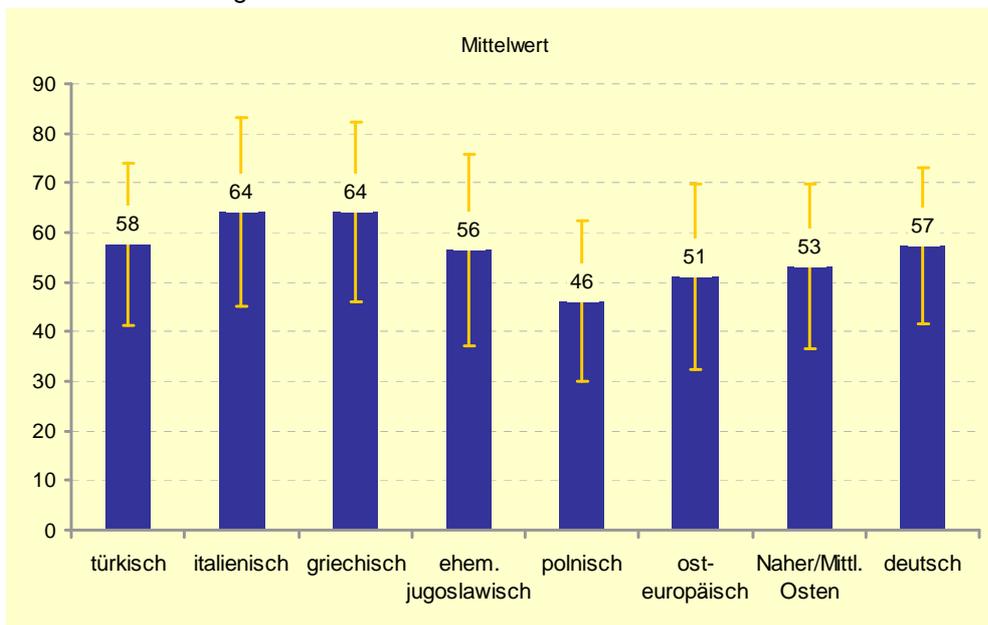
Insgesamt kann also resümiert werden, dass sich die Entscheidung für eine unternehmerische Aktivität in aller Regel auszahlt. D.h. die Ergebnisse unterstützen die These, dass eine berufliche Selbständigkeit eher die Integrationschancen verbessert.

Einkommen im Verhältnis zum Arbeitseinsatz

Ein berechtigter Einwand ist nun aber darin zu sehen, dass die höheren Einkommen in der Selbständigkeit oftmals durch ein hohes Maß an Selbstaussbeutung, sprich: durch hohe Arbeitszeiten, erzielt werden. Dieser Verdacht wird insbesondere mit Blick auf Migranten laut. Daher sind in Abbildung 10.3.2 die durchschnittlichen Arbeitszeiten der Selbständigen nach ethnischer Herkunft ausgewiesen. Wir greifen hier auf die Daten unserer eigenen Befragung zurück.

Hier ist festzustellen, dass die Deutschen verglichen mit den Migrantengruppen eher einen Platz im Mittelfeld einnehmen. Sie arbeiten durchschnittlich 57 Stunden in der Woche, und damit eine Stunde mehr als die türkischstämmigen Unternehmer, wohingegen bspw. diejenigen aus Polen und dem übrigen Osteuropa lediglich 48 Stunden bzw. 51 Stunden mit ihrem Unternehmen verbringen. Am meisten schufteten die Selbständigen italienischer und griechischer Herkunft (im Schnitt je 64 Stunden in der Woche), womit sich schon andeutet, dass das Arbeitsvolumen merklich durch die Branchenzugehörigkeit beeinflusst wird. Wie schon dargestellt, konzentrieren sich Italiener und Griechen außerordentlich stark auf das äußerst arbeitsintensive Gastgewerbe und den Handel. Welchen Einfluss der Wirtschaftszweig nimmt, untersuchen wir an anderer Stelle.

Abb. 10.3.2: Durchschnittliches Wochenarbeitspensum von Selbständigen nach ethnischer Herkunft in Baden-Württemberg



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Zunächst ist festzuhalten, dass die deutschen Selbständigen auch unter Berücksichtigung der geleisteten Arbeitszeiten ein höheres Einkommen aufweisen als die anderen Ethnien. Dies zeigt sich dann, wenn das Einkommen ins Verhältnis zur Arbeitszeit gesetzt wird (hier nicht abgebildet). In dieser Perspektive verändert sich jedoch die Rangfolge unter den Migrantengruppen, da nunmehr die Osteuropäer, Polen und diejenigen aus dem Na-

hen/Mittleren Osten auf einer etwas höheren Stufe der Einkommensleiter stehen als die Angehörigen aus den ehemaligen Anwerbeländern.

Eine weiterführende multivariate Analyse (nicht abgebildet) zeigt, dass das Einkommen nicht nur durch die Arbeitszeit, sondern darüber hinaus auch sehr stark durch die Branchenzugehörigkeit beeinflusst wird. Hinzu kommen Unterschiede, die – wie auch in der abhängigen Beschäftigung – durch das Geschlecht sowie durch die Qualifikation erklärt werden können. Interessant ist vor allem, dass sich unter Kontrolle all dieser Variablen die Einkommensunterschiede zwischen den einzelnen Ethnien, und dabei auch zu den Deutschen, verringern.

11. Bedeutung für den Arbeitsmarkt

Die Leistung und Zukunftsfähigkeit der Migrantenökonomie lässt sich nicht nur an der Zahl der Selbständigen oder an den erwirtschafteten Erträgen sondern mindestens genauso am Beschäftigungs- und Ausbildungsbeitrag messen. Die auf internationaler Ebene erzielten Befunde sind nicht eindeutig (ausführlich in Kapitel 2.2). Ein Großteil der Forschungsliteratur verortet die „ethnische Ökonomie“ in einem randständigen und kleinbetrieblich strukturierten Bereich,¹ weshalb auch ihr Beschäftigungsbeitrag eher marginal ausfallen sollte. Als charakteristisch werden vor allem Einzelhändler, Gastronomen oder kleine Handwerksunternehmen gesehen. Anders lautet die Einschätzung, wenn der Blick auf moderne und im internationalen Geschäft involvierte Sektoren gerichtet wird. Erst in jüngerer Zeit machten Studien deutlich, dass bspw. die großen erfolgreichen Unternehmen in Silicon Valley überproportional häufig von Migranten gegründet wurden.² Je nach sozialem und wirtschaftlichem Umfeld, in welchem Migranten tätig werden, variiert nicht nur der Beschäftigungsumfang, sondern auch die Zusammensetzung an Beschäftigten. Häufig wird davon ausgegangen, dass die von Migranten geführten Unternehmen eine hohe Zahl an Arbeitsplätzen insbesondere für diejenigen schaffen, die mit niedrigen Qualifikationen auf dem herkömmlichen Arbeitsmarkt keine Perspektive haben.³ Dies sind nicht selten Landsleute und gilt insbesondere im Hinblick auf die Ausbildung und Beschäftigung von jugendlichen Migranten.⁴

In diesem Kapitel beginnen wir mit den Beschäftigungsstrukturen (Kapitel 11.1), nicht zuletzt deshalb, weil weitere Untersuchungen vor dem Hintergrund zu sehen sind, dass ein großer Teil der Unternehmen gar keine Beschäftigte hat. Wo dies jedoch der Fall ist, folgt ein Blick auf deren Zahl und im nächsten Abschnitt darauf, in welchem Umfang Migrantenunternehmen Mitarbeiter gleicher Herkunft beschäftigten (Kapitel 11.2). Schließlich interessiert der Beschäftigungsbeitrag insgesamt, d.h. die Frage, wie viele Arbeitsplätze durch die Unternehmen in der Summe geschaffen werden (Kapitel 11.3). Darüber hinaus war zu untersuchen, in welchem Maß sich die Unternehmen durch Ausbildung im Dualen Berufsbildungssystem engagieren (Kapitel 11.4).

11.1 Beschäftigungsstrukturen

Ein zentraler Faktor zur Bestimmung der Leistungsstärke eines Unternehmens ist die Anzahl der Beschäftigten. Größeren Betrieben wird häufig eine höhere Bestandsfähigkeit und Überlebensfähigkeit am Markt zugesprochen als kleineren oder gar Kleinstgründungen.⁵ Die Personalausstattung eines Unternehmens gilt auch als Näherungswert für das Leistungsvermögen, da sie indirekt auf weitere wirtschaftliche Potenziale verweist. Allerdings verliert dieser

¹ Insbesondere in der frühen Literatur (Light 1972; Bonacich 1973), wobei aus heutiger Sicht zu konstatieren ist, dass sich nur wenige Forschungsarbeiten dem Thema „Beschäftigung“ auch in empirischer Weise nähern (Fairlie/ Cruz 2008). Oftmals handelt es sich zudem um kleinere Samples oder Fallbeispiele (Ley 2006).

² Saxenian 1999 und 2002.

³ Waldinger 1999, Light/ Gold 2000. Für Deutschland: ZfT 2000, Leicht et al. 2005.

⁴ Leicht et al. 2009b.

⁵ Brüderl 1998.

Zusammenhang an Eindeutigkeit, da nicht nur die Größe sondern auch die Flexibilität, Anpassungsfähigkeit und Schnelligkeit eines Unternehmens maßgeblich ist.⁶ Die gesamtwirtschaftliche Beschäftigungsentwicklung wird à la longue nicht unbedingt durch einzelne Großunternehmen, sondern häufig durch die Summe des Arbeitskräftebedarfs vieler kleiner Unternehmen angetrieben.⁷ Dabei kann es sich auch um Selbständige handeln, die nicht für andere, sondern nur für sich selbst einen Arbeitsplatz schaffen. Die sog. „Renaissance“ beruflicher Selbständigkeit in Deutschland wird seit einigen Jahren durch eine überproportionale Zunahme an Ein-Personen-Unternehmen begleitet, was unter anderem auf die wachsende Tertiarisierung, Dezentralisierung, Wissensintensivierung und Individualisierung wirtschaftlicher Prozesse und der Arbeitsorganisation zurückzuführen ist.⁸

Soloselbständige und Arbeitgeber-Unternehmen

Zunächst stellt sich also die Frage, wie viele Unternehmer/innen überhaupt zusätzlich Mitarbeiter/innen beschäftigen. Wir unterscheiden diesbezüglich zwischen Ein-Personen- und Mehrpersonen bzw. zwischen sog. „Soloselbständigen“ und Arbeitgeber-Selbständigen, die außer für sich noch weitere Arbeitsplätze stellen.

Hierfür stehen mit dem Mikrozensus und der ifm-Erhebung zwei Datenquellen zur Verfügung, die jeweils Vor- und Nachteile besitzen. Der Mikrozensus beruht zwar auf einer Stichprobe mit hoher Repräsentativität, bietet aber bei einer Differenzierung nach einzelnen Herkunftsgruppen – zumindest bei einer auf Baden-Württemberg begrenzten Analyse – weniger Fallzahlen als unserer eigene Befragung. Dies kann zu Signifikanzproblemen führen. Andererseits ist bei unserer eigenen telefonischen Befragung davon auszugehen, dass die Summe der Soloselbständigen bzw. „kleinen“ Selbständigen unterschätzt wird, da viele nicht im Telefonbuch als Unternehmer/innen firmieren. Dies kann bspw. daran liegen, dass sie im Privathaushalt arbeiten und ihre Tätigkeiten von geringer wirtschaftlicher Substanz oder Dauerhaftigkeit sind. Daher können Abweichungen gegenüber einer systematischen Flächen- und Haushaltsstichprobe, wie sie der Mikrozensus darstellt, nicht ausgeschlossen werden. Allerdings werden mit den amtlichen Daten auch solche Selbständige erfasst, die nicht wirklich „wirtschaftlich aktiv“ sind. Aufgrund der unterschiedlichen Erhebungsmethoden ist also von Abweichungen auszugehen. Je nach Analyseziel werden daher beide Datenquellen verwendet.

Zu berücksichtigen ist, dass im Mikrozensus als „Selbständige ohne Beschäftigte“ diejenigen bezeichnet werden, die keine bezahlten Mitarbeiter haben. Es kann durchaus sein, dass sie unbezahlt mithelfende Familienangehörige beschäftigen. Da wir davon ausgehen, dass eine ernstzunehmende Beschäftigung allein schon aus steuerlichen Gründen mit einer Gehaltsabrechnung verbunden ist, haben wir in der eigenen Erhebung nicht zwischen bezahlten und unbezahlten Beschäftigten unterschieden.

Auf Basis des Mikrozensus zeigen die ethnienspezifischen Anteile an Soloselbständigen in Baden-Württemberg jedoch – vermutlich aufgrund der äußerst geringen Fallzahlen – starke Abweichungen (mit bis zu 30%-Punkten) gegenüber den Ergebnissen für Gesamtdeutschland, weshalb nachfolgend die Daten auf Bundesebene als Ergänzung zu den unserer eigenen Befragung verwendet werden.

Dem *Mikrozensus* zufolge arbeiten zwischen nicht ganz der Hälfte und drei Viertel aller selbständigen Migranten der hier betrachteten Herkunftsgruppen alleine, sind also den Ein-Personen-Unternehmen zuzuordnen (Abbildung 11.1.1). Migranten aus der Türkei und Italien haben mit knapp weniger als der Hälfte den geringsten Anteil an Soloselbständigen bzw. stellen demnach den höchsten Anteil an Mehrpersonen-Unternehmen. Demgegenüber arbeiten

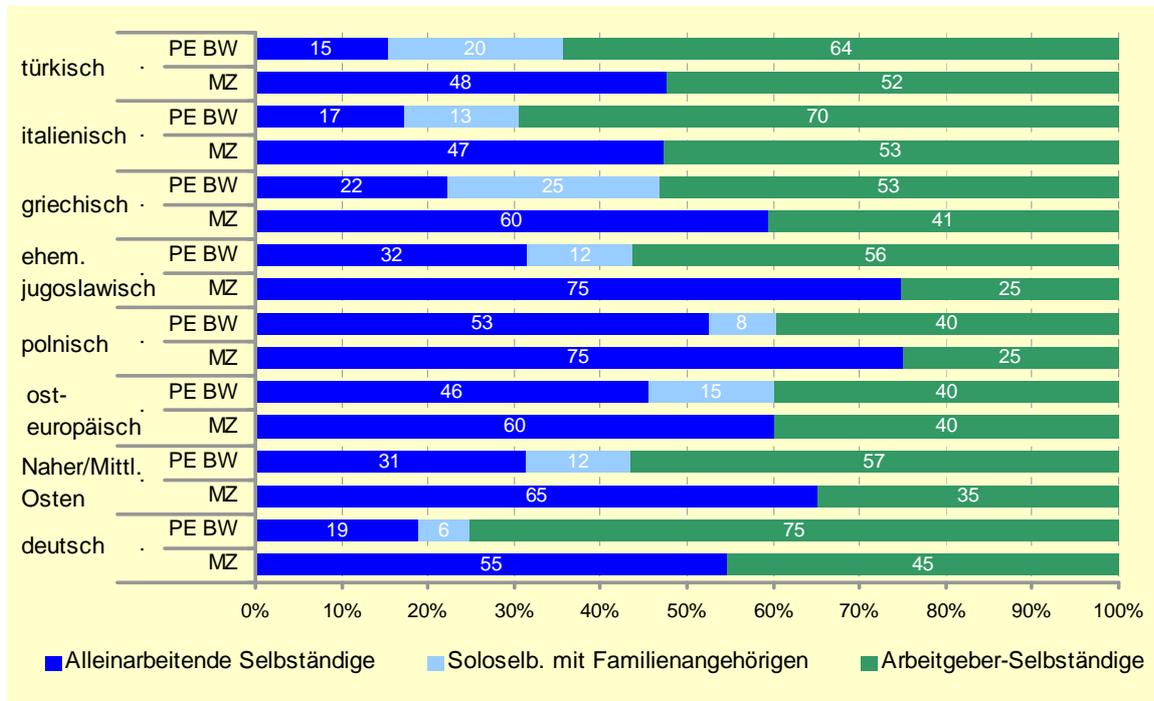
⁶ Lageman/ Löbbe 1999; Rinsche 1999; Leicht 1995; Piore/ Sabel 1984.

⁷ Strotmann 2000; Leicht/ Strohmeyer 1998.

⁸ Leicht 2003; Leicht / Philipp 2007.

Selbständige aus Polen oder dem ehemaligen Jugoslawien zu drei Vierteln alleine. Die Selbständigen ohne Migrationshintergrund sind zu etwas mehr als der Hälfte (55%) „Solisten“, d.h. seltener in einer Arbeitgeberfunktion als dies beispielsweise bei türkisch- und italienischstämmigen Selbständigen der Fall ist.

Abb. 11.1.1: Ein-Personen-Unternehmen und Mehrpersonen-Unternehmen



PE BW: Ergebnisse der Primärerhebung; MZ: Ergebnisse des Mikrozensus für Deutschland.

Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim; Statistisches Bundesamt (Mikrozensus scientific usefile 2007), eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Mit Blick auf unserer *eigene Erhebung* werden (u.a. zur besseren Angleichung an die Mikrozensusdaten) in Abbildung 11.1.1 neben den Selbständigen ohne Beschäftigte nachrichtlich auch diejenigen Selbständigen ausgewiesen, deren Personal ausschließlich aus Familienangehörigen besteht. In dieser Konstellation weisen zumindest die Arbeitgeberanteile eine tendenziell ähnliche Struktur wie im Mikrozensus auf.⁹ Ansonsten jedoch fallen die Anteile an Soloselbständigen durchweg weit geringer aus. Dies ist vermutlich darauf zurückzuführen, dass mit unserer Erhebung mehr wirtschaftlich aktive und auch ersichtlich am Markt auftretende Unternehmen erfasst wurden (s.o.). Aber auch in dieser Betrachtungsweise stellen die türkisch- und italienischstämmigen Selbständigen mehr Arbeitgeber-Unternehmen als diejenigen anderer Gruppen. Dies gilt – zumindest in unserer Primärerhebung – allerdings nicht im Vergleich zu den Deutschen.

Berücksichtigt man die Wirtschaftsbereiche, in denen die jeweiligen Herkunftsgruppen tätig sind, dann wird eine solch unterschiedliche Verteilung leicht verständlich (vgl. Kapitel 6.5). So sind die türkisch- und italienischstämmigen Selbständigen überproportional häufig im Gastgewerbe und Handel selbständig, mithin also in Bereichen, in denen das Tagesgeschäft meist noch zusätzliche Beschäftigte erfordert. Die Selbständigen aus Polen und anderen ost-

⁹Die Anteile sind aber dennoch nicht gänzlich vergleichbar. Zum unterschiedlichen Erhebungskonzept siehe obige Erläuterungen.

europäischen Ländern sind demgegenüber weniger häufig in solchen arbeitsintensiven Branchen zu finden. Sie gründen eher in solchen Wirtschaftszweigen, in denen per se häufig alleine gearbeitet wird, wie beispielsweise in den personenorientierten Dienstleistungen. Ohne Personal arbeiten auch häufig die kleinen Subunternehmer im Bauhandwerk.

Betriebsgrößenstruktur

Das Beschäftigungsverhalten der Unternehmen kommt natürlich in erster Linie durch die Höhe der Mitarbeiterzahl zum Ausdruck, weshalb nicht nur die Frage interessiert, wie viele selbständige Migranten als Arbeitgeber fungieren, sondern wie viele Arbeitsplätze sie jeweils schaffen. Anders ausgedrückt: Wie groß sind die Betriebe von Migrant(inn)en, vor allem auch im Vergleich zu denen der Deutschen?

Es ist nachzuvollziehen, dass selbständige Migranten im Vergleich zu Einheimischen häufig ungünstigere Ausgangsbedingungen zum Aufbau eines Unternehmens vorfinden und daher die Beschäftigtenzahlen i.d.R. niedriger ausfallen. Dies ist teils auf die mit der Migration zusammenhängenden Rahmenbedingungen zurückzuführen. So haben ausländischstämmige Selbständige seltener die Chance, ein etabliertes und über Jahre gewachsenes Unternehmen durch Erbschaft bzw. Nachfolge zu übernehmen (siehe auch Kapitel 5.3). Darüber hinaus erfordert der Auf- und Ausbau eines Unternehmens entsprechende Zeit und damit auch eine adäquate Aufenthaltsdauer, die besonders bei neu Zugewanderten noch nicht gegeben ist.

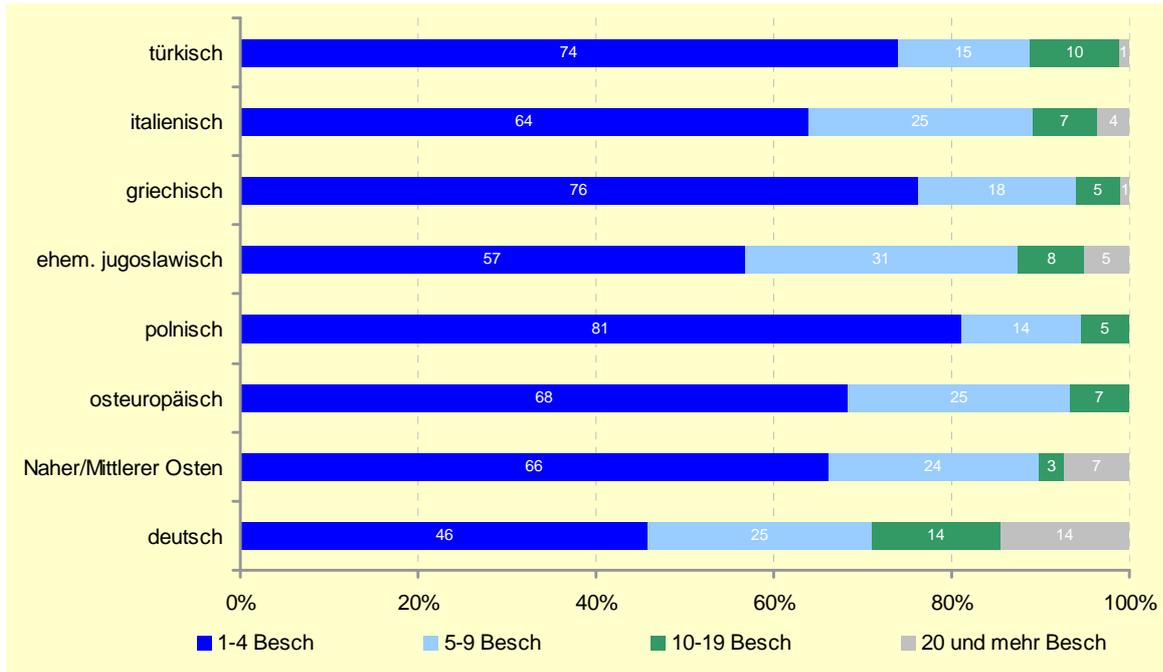
Die Befunde bestätigen diese Vermutung: Soweit es sich bei den von Migranten geführten Unternehmen um Arbeitgeberbetriebe handelt, stellen diese meist weniger Personal ein als diejenigen der Deutschen. Dies ist sowohl anhand der Betriebsgrößenstrukturen als auch der durchschnittlichen Mitarbeiterzahl abzulesen.

Zunächst mit Blick auf die Größenverteilung (Abbildung 11.1.2)¹⁰ wird ersichtlich, dass die Anteile an Kleinstbetrieben mit weniger als 5 Beschäftigten bei allen fremdethnischen Gruppen höher als bei den Deutschen liegen. Sieht man von den Selbständigen aus dem ehemaligen Jugoslawien ab, liegt der Anteil an kleinen Arbeitgeberbetrieben mit maximal vier Personen zum Teil deutlich über der 60%-Marke. Unter den polnischen Selbständigen ist der Anteil an Kleinstunternehmen mit zwischen ein und vier Beschäftigten besonders groß (81%), dicht gefolgt von den Unternehmen der griechischstämmigen (76%) und türkischstämmigen Selbständigen (74%). Unter den einheimischen Arbeitgeberbetrieben sind lediglich 46% den Kleinstbetrieben mit maximal vier Beschäftigten zuzuordnen.

Betrachtet man das „andere Ende in der Verteilungsstruktur“ in Abbildung 11.1.2, also die Anteile an Unternehmen mit mehr als 20 Beschäftigten bietet sich ein im Groben adäquates Bild. Wie erwartet, haben diejenigen Ethnien, mit den höchsten Anteilen an Kleinstbetrieben in der Regel auch den niedrigsten Anteil an etwas größeren Betrieben. Allerdings ist erwähnenswert, dass relativ viele (10%) der türkischstämmigen Selbständigen Unternehmen mit zwischen 10 und 20 Mitarbeitern führen. Dies dürfte zum Teil auf die etwas heterogenere Branchenstruktur der türkischstämmigen Unternehmer/innen zurückzuführen sein, die wiederum im Zusammenhang mit ihrer Populationsstärke zu sehen ist.

¹⁰ Auch hier werden wegen der geringen Fallzahlen im Mikrozensus die Daten aus der ifm-Erhebung verwendet.

Abb. 11.1.2: Verteilung der Beschäftigungsgrößen



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Wie bereits erwähnt, ist die Wahrscheinlichkeit sowohl im Mikrozensus als auch in der eigenen Erhebung sehr gering, dass mit der Stichprobe auch eine nennenswerte Zahl an größeren Betrieben erfasst wird. Bekannt ist allerdings, dass bspw. einige türkischstämmige Selbstständige in Baden-Württemberg durchaus auch größere Unternehmen mit mehr als 50 oder gar 100 Beschäftigten führen (siehe auch Kapitel 1).¹¹ Sie fallen jedoch in der großen Masse an Kleinst- und Kleinunternehmen statistisch kaum ins Gewicht.

Darüber hinaus ist zu erwähnen, dass einige der Migrantenunternehmen zusätzlich Firmen oder Firmenteile im Herkunftsland besitzen, deren Beschäftigte hier natürlich nicht zu Buche schlagen.¹² (Siehe auch Kapitel 13: Auslandsbeziehungen.)

Einen besseren Vergleich zwischen den Ethnien bieten die durchschnittlichen Beschäftigungsgrößen der Unternehmen (Mittelwerte). Auch hier werden nur diejenigen Unternehmen berücksichtigt, die auch Beschäftigte haben, wodurch die Mittelwerte nicht durch die teils hohe Zahl an Soloselbständigen „nach unten gezogen“ werden (Abbildung 11.1.3). Im Groben und Ganzen lassen sich die gleichen Erkenntnisse gewinnen, mit dem Unterschied jedoch, dass die Diskrepanz in den Größen der Unternehmen von migrantischen und einheimischen Selbstständigen etwas deutlicher wird. Die „deutschen“ Betriebe beschäftigen mit Abstand am meisten Personal. Im Schnitt sind hier mehr als zehn Personen beschäftigt,¹³ während sich die Mittelwerte bei den anderen Herkunftsgruppen zwischen 3,4 und 5,4 Beschäftigte pro Unter-

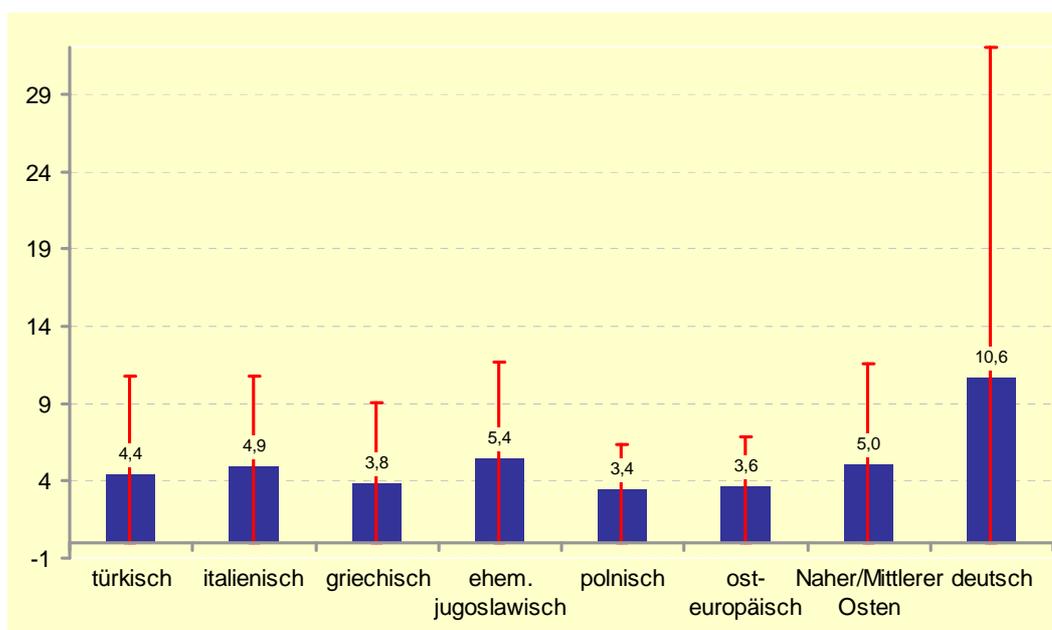
¹¹ So beschäftigt bspw. der Mannheimer Lebensmittelgroßhändler Mustafa Baklan allein in Mannheim 62 Mitarbeiter und besitzt in Stuttgart (zudem in Berlin und Köln) noch Filialen.

¹² Die Baktat-Unternehmensgruppe umfasst 12 Firmen, darunter auch eine Lebensmittelproduktionsstätte in der Türkei mit über 1.300 Beschäftigten.

¹³ Rechnet man die Selbstständigen ohne Beschäftigte ein, ergibt sich eine durchschnittliche Unternehmensgröße von 8,5 Beschäftigten. Insgesamt betrachtet verkörpert unsere Stichprobe wirklichkeitsnahe Werte, denn nach dem Unternehmensregister liegt der Mittelwert bei nicht ganz 8 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten pro Unternehmen (Statistisches Landesamt Baden-Württemberg).

nehmen bewegen.¹⁴ Dies ist natürlich auch vor dem Hintergrund der unterschiedlichen Vererbungsmöglichkeiten bzw. auf die Familiennachfolge zurückzuführen (siehe oben). Wie aber auch die Standardabweichung bei den Mittelwerten für die „Deutschen“ zeigt, ist das Betriebsgrößenspektrum sehr breit, und dies nicht nur wegen der Präsenz größerer Unternehmen, sondern weil auch unter den Einheimischen viele Neugründungen oder (noch) nicht wachsende Unternehmen zu finden sind.

Abb. 11.1.3: Durchschnittliche Beschäftigungsgröße der Arbeitgeber-Unternehmen (und Standardabweichung)



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Konzentriert man sich auf die von Migranten geführten Mehrpersonen-Unternehmen, dann stellen die aus dem ehemaligen Jugoslawien stammenden Arbeitgeber durchschnittlich mit am meisten Beschäftigte pro Unternehmen (5,4). Mit auf den vorderen Rankingplätzen liegen auch die Betriebe von Migranten aus dem Nahen und Mittlerem Osten sowie aus Italien, die mit durchschnittlich fünf (bzw. 4,9) Beschäftigten eine vergleichsweise hohe Zahl an Arbeitsplätzen schaffen. Arbeitgeberbetriebe von polnischen Migranten haben die durchschnittlich niedrigste Beschäftigtenzahl (3,4), wobei die durchschnittliche Personalstärke der Betriebe osteuropäischer und griechischer Migranten nicht weit davon entfernt ist (3,6 und 3,8).

Insgesamt lässt sich erkennen, dass Migranten derjenigen Herkunftsgruppen, die häufiger „alleine“ selbständig sind und in ihren Unternehmen seltener Beschäftigte haben, dann auch als Arbeitgeber durchschnittlich weniger Personen einstellen. So sind polnische und osteuropäische Migranten vergleichsweise häufiger „alleine“ selbständig. Und auch wenn sie ein Mehr-Personen-Unternehmen führen, beschäftigen sie relativ wenig Mitarbeiter/innen. Wie in Bezug auf die vorangegangenen Betrachtungen muss auch hier die unterschiedliche Branchenorientierung in den Herkunftsgruppen berücksichtigt werden.

¹⁴ Unberücksichtigt bleibt bei der Berechnung der Mittelwerte ein Ausreißer unter den befragten „deutschen“ Unternehmen mit 1400 Beschäftigten.

11.2 Co-ethnische Beschäftigung

Ein häufig als zentral angesehenes Charakteristikum der „ethnischen Ökonomie“ ist die Beschäftigung von Familienmitgliedern und Angehörigen der gleichen ethnischen Herkunft.¹⁵ Unterschiedlich eingeschätzt wird, inwieweit es sich beim Rückgriff auf Landsleute um Formen der innerethnischen Solidarität und der normativen Verpflichtung handelt oder ob rein ökonomische Motive im Vordergrund stehen.¹⁶ Die Rekrutierung des Personals aus der eigenen Herkunftsgruppe kann durchaus strategisch begründet sein und in diesem Zusammenhang auch als ethnische Ressource verstanden werden (siehe Kapitel 7.2.1). Co-ethnische Beschäftigung kann dahingehend Vorteile erbringen, dass diese bei Kunden- und Lieferantenbeziehungen über die erforderlichen kulturellen Kompetenzen verfügen, wie beispielsweise die gleiche Sprache oder landesspezifische Kenntnisse und Geflogenheiten. Darüber hinaus kann hierdurch auf kostengünstige Arbeitskräfte zurückgegriffen werden, die ggf. zudem einen eher flexiblen Personaleinsatz erlauben. Vor allem Neuzuwanderer suchen aufgrund fehlender Kontakte, Informationen und mangelnder Sprachkenntnisse häufig zunächst eine Beschäftigung bei Arbeitgebern ihrer eigenen Herkunftsgruppe, weshalb das Arbeitskräfteangebot meist kostengünstiger ist. Somit stellt die co-ethnische Beschäftigung auch für die Arbeitnehmer einen Vorteil dar. Ausländischen Arbeitgebern wird daher häufig eine Katalysator- und Vermittlungsfunktion bei der Arbeitsmarktintegration von Zuwanderern zugeschrieben. Dabei muss es sich nicht unbedingt um Schwarzarbeit oder andere Formen illegaler Beschäftigung handeln.¹⁷ Co-ethnische Beschäftigung kann somit Chancen und Vorteile für selbständige Migranten bieten. Aber es gibt auch berechtigte Zweifel an ihrem langfristigen Nutzen: Aus der Rekrutierung von Landsleuten können auch Nachteile resultieren, da es sich oftmals um weniger qualifiziertes Personal handelt, welches die Betriebsentwicklung tendenziell behindert.¹⁸ Problematisch wird es besonders dann, wenn die Einstellung eines Angehörigen der gleichen Ethnie (ebenso wie im Falle eines Familienangehörigen) nicht aufgrund einer fachlichen Eignung sondern aus Solidarität bzw. normativer Verpflichtung erfolgt. 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 jedoch nur einen Sonderfall der Migrantenselbständigkeit. Es ist davon auszugehen, dass nur diejenigen Herkunftsgruppen ihren Personalbedarf mit Landsleuten ausreichend decken können, die in Deutschland überhaupt eine ausreichend große Population bilden. Allerdings können sich auch in zahlenmäßig kleineren Herkunftsgruppen, die jedoch eine hohe räumliche Konzentration in bestimmten Quartieren aufweisen, geeignete Rekrutierungspotenziale entwickeln.

In welchem Umfang überhaupt Landsleute beschäftigt werden wurde in Deutschland noch vergleichsweise wenig untersucht.¹⁹ Und wenn, dann zumeist mit dem Fokus auf die größte

¹⁵ Smelser/ Swedberg 1994.

¹⁶ Light 1984; Waldinger et al. 1990; Butter et al. 2007; Andersson/ Wadensjö 2007.

¹⁷ Schmidt 2000; Leicht et al. 2004.

¹⁸ Butter et al. 2007.

¹⁹ Leicht et al. 2005 und 2009.

Gruppe, d.h. auf die der türkischstämmigen Selbständigen,²⁰ mit dem (wenig überraschenden) Ergebnis, dass ein Großteil der Beschäftigten tatsächlich aus der türkischen Community stammt.²¹ Einige Autoren betonen den Umstand, dass hier auch Einheimische einen Arbeitsplatz finden, wobei Angaben zu deren Beschäftigungsanteilen meist vage bleiben.²² In einer deutschlandweiten Studie des ifm Mannheim²³ stellen wir fest, dass bei über der Hälfte der Unternehmen von türkisch-, italienisch- und griechischstämmigen Migranten das Personal zu 100% aus Landsleuten besteht. Eine neuere Studie des ifm Mannheim in NRW (2009) bezieht weitere Herkunftsgruppen mit ein und ermittelt für die Unternehmen der türkischstämmigen Frauen bzw. Männer einen Anteil von Landsleuten bei 59% bzw. 67%, bei den von italienischstämmigen Selbständigen 55% bzw. 57%, aber bei den polnisch- und russischstämmigen lediglich 30% bzw. 45% und 43% bzw. 50%.²⁴ Natürlich wird das Niveau der co-ethnischen Beschäftigten auch durch den Anteil an mithelfenden Familienangehörigen bestimmt, da sich die Familien häufig (aber nicht immer) aus Personen gleicher ethnischer Herkunft zusammensetzen. Dies ist besonders für Kleinstbetriebe von Bedeutung, denen es häufig an adäquatem Finanz- und Humankapital mangelt und daher vermehrt auf Hilfe aus dem Familienumfeld zurückgreifen.²⁵

Welche Bedeutung kommt der co-ethnischen Beschäftigung in den baden-württembergischen Unternehmen von Migranten zu? Auch hier ist wieder zu berücksichtigen, dass ein großer Teil der Unternehmen (abgesehen vom Inhaber) überhaupt keine weiteren Beschäftigten aufweist. Wie sieht es aber bei den sog. „Beschäftigungsbetrieben“ aus?

Auch in Baden-Württemberg zeigt sich, dass der Beschäftigung von Landsleuten im Falle von Selbständigen aus den ehemaligen Anwerbeländern eine weit höhere Bedeutung zukommt als bei den Selbständigen der anderen Herkunftsgruppen. Betrachtet man zunächst die Verteilung von Anteilsklassen (Abbildung 11.2.1) wird ersichtlich, dass in 53% bis 63% der Unternehmen von italienisch-, türkisch- und griechischstämmigen Selbständigen jeweils mindestens die Hälfte der Beschäftigten aus dem gleichen Herkunftsland stammt. Anders betrachtet beschäftigen weniger als ein Drittel der Unternehmen, bei türkischen weniger als ein Fünftel, überhaupt keine Landsleute. Unter den Migranten aus den ehemaligen Anwerbeländern weichen die aus dem ehemaligen Jugoslawien stammenden Arbeitgeber von diesem Muster ab. Nur bei einem Drittel dieser Unternehmen (36%) gehört die Mehrheit des Personals der Ethnie des Inhabers an und bei deutlich mehr (40%) keiner der Beschäftigten. Und bei rund der

²⁰ Vgl. verschiedene Studien des Zentrums für Türkeistudien (ZfT).

²¹ Pütz (2000) stellt bei einer Untersuchung im Rhein-Main-Gebiet fest, dass die Beschäftigten der türkischen Einzelhandelsbetriebe zu über der Hälfte aus Familienmitgliedern bestehen. Nach Sauer (2004) sind zwei Drittel der Arbeitsplätze in türkischen Unternehmen in Nordrhein-Westfalen durch türkische Mitarbeiter besetzt. Nach Hillmann und Rudolph (1997) beschäftigen türkische Kleinstbetriebe in Berlin „fast ausschließlich Türken“, wobei ein Großteil davon mithelfende Familienangehörige sind.

²² Häufig werden nicht die Beschäftigtenanteile nach Herkunft ausgewiesen, sondern die Anteile an Unternehmen, die eine irgendwie geartete Mitarbeiterzusammensetzung haben. Sen und Sauer (2005) stellen bspw. fest, dass in Berlin rund 10% der „türkischen“ Unternehmen nur Deutsche und weitere 22% der Unternehmen sowohl Türken als auch Deutsche beschäftigen.

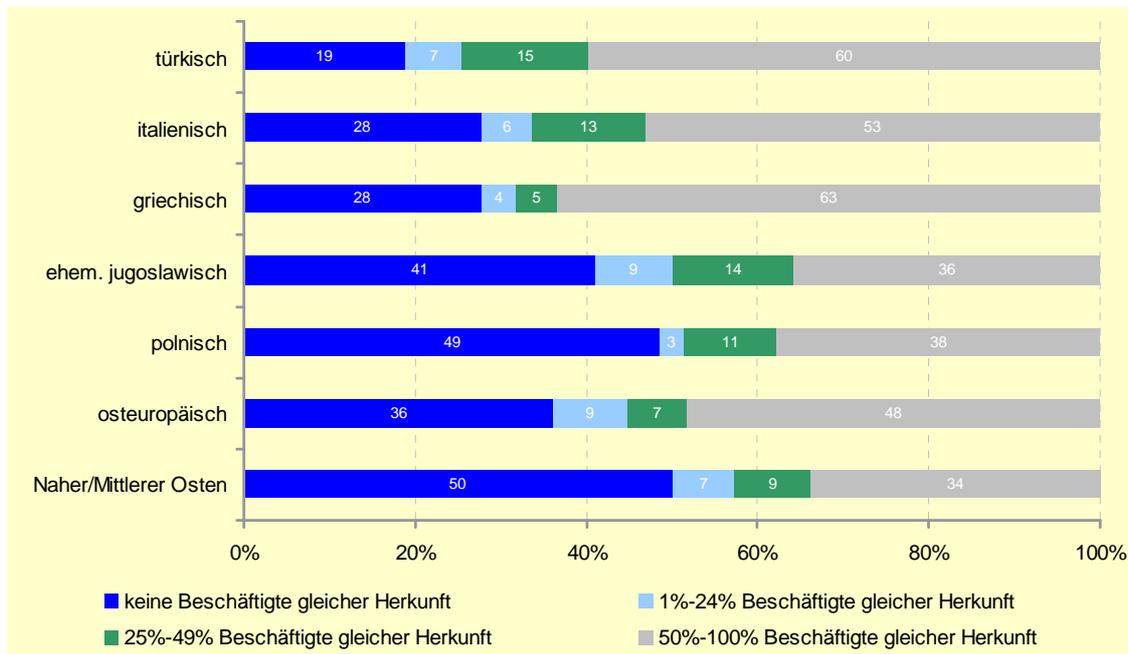
²³ Leicht et al. 2005.

²⁴ Leicht et al. 2009.

²⁵ Dieser Zusammenhang wurde von Brüderl und Preisendörfer (1998) als Ressourcenmobilisierungshypothese formuliert, die natürlich nicht nur für selbständige Migranten sondern auch für Deutsche gilt.

Hälfte aller polnisch-, arabisch- und iranischstämmigen Arbeitgeber findet sich kein Beschäftigter der gleichen Herkunft.

Abb. 11.2.1: Anteile Co-ethnischer Beschäftigter unter den Arbeitgeberbetrieben



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Aus diesen unternehmensbezogenen Strukturen lässt sich jedoch noch nicht erkennen, wie hoch die Beschäftigtenanteile im gesamten Aggregat der jeweiligen Ethnien sind. Hier hilft ein Blick auf die Mittelwerte (nicht abgebildet): Demnach zählen in den Unternehmen der Selbständigen aus der Türkei und aus Griechenland jeweils rund 60% und bei denen aus Italien und Osteuropa jeweils rund 50% der Beschäftigten zu den Landsleuten; hingegen bei denjenigen aus Polen und dem Nahen/Mittleren Osten jeweils nur 40% bzw. 30%.

Soweit aus unseren eigenen Erhebungen vergleichbare Daten aus anderen Bundesländern (NRW) oder auf der Bundesebene vorliegen, bewegen sich die Anteile an co-ethnischen Beschäftigten in Baden-Württemberg auf etwa dem gleichen Level.

11.3 Beschäftigungsbeitrag in gesamtwirtschaftlicher Sicht

Es liegt die Vermutung nahe, dass Migranten im Vergleich zu einheimischen Gründern ungünstigere Bedingungen zum Aufbau eines Unternehmens haben und daher die Beschäftigtenzahl i.d.R. geringer ausfallen. Dies mag auf die durch die Migration hervorgerufenen Rahmenbedingungen zurückzuführen sein, aber – wie bereits berichtet – zum erheblichen Teil auch auf die geringeren Chancen, durch Erbschaft oder Nachfolge ein etabliertes und über Jahrzehnte gewachsenes Unternehmen zu übernehmen. Der Auf- und Ausbau eines Unternehmens erfordert jedoch auch entsprechende Zeit und im Falle von Migranten daher eine adäquate Aufenthaltsdauer. Andererseits gibt es Beispiele dafür, dass selbständige Migranten die sich bietende Chancen zu nutzen wussten und ihre Unternehmen relativ schnell auf den Wachstumspfad lenken.

Hochrechnung der insgesamt geschaffenen Arbeitsplätze

Im Folgenden interessiert weniger die einzelwirtschaftliche Perspektive, sondern der Beitrag der baden-württembergischen Migrantenökonomie für den Arbeitsmarkt insgesamt. Die zuvor dargestellte kleinbetriebliche Strukturiertheit der von Migranten geführten Unternehmen schließt nicht aus, dass allein schon die große Zahl der kleinen Unternehmen einen volkswirtschaftlichen Beitrag von – in absoluten Zahlen - beachtlicher Größe erzeugt.

Methodisches Vorgehen: Zur Abschätzung des gesamtwirtschaftlichen Beschäftigungsbeitrages der Unternehmer/innen der verschiedenen Herkunftsgruppen sind Hochrechnungen auf Grundlage der einzelwirtschaftlichen Leistungen erforderlich. Anhand der eigenen Befragungsdaten²⁶ wurde zunächst die durchschnittliche Zahl der Beschäftigten (inklusive Inhaber) pro Unternehmen geschätzt. Dabei wurden im ersten Schritt zunächst nur die mittelständischen Unternehmen mit zwischen einem bis zu 250 Beschäftigten berücksichtigt. Da in Baden-Württemberg weniger als 0,4% der Unternehmen mehr als 249 Beschäftigte haben²⁷, kann nicht davon ausgegangen werden, dass die Stichprobe bezüglich dieser Großunternehmen repräsentativ ist. Eine Schätzung, die solche Unternehmen einschließt, wäre mit einem hohen Stichprobenfehler belastet. Um Verzerrungen und Stichprobenfehler weiter zu reduzieren wurde zudem eine Gewichtung der Daten nach Geschlecht, Branchenverteilung und Staatsangehörigkeit (deutsch bzw. eingebürgert vs. ausländisch) vorgenommen.²⁸ Informationen über die Verteilung und Anzahl der Selbständigen einzelner Herkunftsgruppen liefert der Mikrozensus.²⁹ Um eine Schätzung für die Anzahl der Arbeitsplätze durch Arbeitgeber-Unternehmen zu erhalten, wurde die ermittelte durchschnittliche Beschäftigungsgröße mit der Zahl der Arbeitgeber-Selbständigen in Baden-Württemberg multipliziert. In einem weiteren Schritt musste natürlich auch die Zahl der Soloselbständigen, die lediglich einen Arbeitsplatz für sich selbst schaffen, berücksichtigt werden (siehe Kapitel 11.1).

Abweichend von den ungewichteten Ergebnissen in Abbildung 11.1.3 ist bei Anpassung der Ausgangszahlen an die Verteilung einzelner Merkmale im Mikrozensus davon auszugehen, dass die durchschnittliche Zahl der Beschäftigten in den Arbeitgeber-Unternehmen jeweils geringfügig höher liegt. Demnach reichen die Mittelwerte von etwa vier Arbeitsplätzen bei den polnischstämmigen Unternehmen bis zu über sechseinhalb Arbeitsplätzen bei Unternehmen mit Inhabern ehemals jugoslawischer Abstammung.

Tabelle 11.3.1 zeigt die Ergebnisse. Demnach erzielen die türkischstämmigen Unternehmer mit rund 43.000 Arbeitsplätzen den höchsten Beschäftigungsbeitrag unter den Selbständigen nicht-deutscher Herkunft. Diese Spitzenposition ist auch im Zusammenhang mit der in jüngerer Zeit (nochmals) gewachsenen Zahl an türkischstämmigen Unternehmer/innen zu sehen. Bis vor wenigen Jahren dürften sie in Baden-Württemberg diesbezüglich noch auf einem Platz hinter den Italienern gelegen haben, die nun auf Platz zwei folgen und rund 39.000 Arbeitsplätze stellen. Danach folgen die Unternehmer/innen aus dem ehemaligen Jugoslawien, mit etwa 32.000 Arbeitsplätzen. In den Unternehmen der osteuropäischen Unternehmer/innen wurden rund 23.000 Arbeitsplätze geschaffen, aber in denen der Griechen nur noch knapp

²⁶ Um die Fallzahlen in einzelnen Herkunftsgruppen zu vergrößern und damit die Schätzbasis zu verbessern wurden die Ausgangsdaten mit den auf Baden-Württemberg bezogenen Daten einer (ansonsten) bundesweiten Erhebung zur „Ethnischen Ökonomie in Deutschland“ (Leicht et al. 2005) verknüpft.

²⁷ Daten des Unternehmensregisters.

²⁸ Einbezug des Inhabers, Beschränkung auf 249 Beschäftigte und die Gewichtung sind Gründe warum die durchschnittliche Beschäftigungsgröße von zuvor dargestellten Befunden abweichen kann.

²⁹ Da die Zahl der Selbständigen mit Migrationshintergrund bis 2009 beachtlich gestiegen ist, wurden hier statt den Daten aus dem Scientific Use-File (SUF) die Mikrozensuszahlen der Fachserie von 2009 verwendet. Da hierfür aber noch keine Zahlen für Soloselbständige zur Verfügung stehen, wurden die Anteile aus dem SUF übertragen.

15.000. Noch einmal geringer ist der Beschäftigungsbeitrag von Unternehmer/innen, die aus Polen oder dem Nahen und Mittleren Osten stammen. Sie stellen lediglich rund 9.000 bzw. 4.000 Arbeitsplätze. Der Beschäftigungsbeitrag der polnischstämmigen Selbständigen in Baden-Württemberg dürfte stark von demjenigen auf Bundesebene abweichen. Diese Gruppe weist mittlerweile in einigen anderen Bundesländern, die näher zur polnischen Grenze liegen, eine neue Rekordzahl an Selbständigen auf. Allerdings werden hier überproportional häufig nur Arbeitsplätze in einem Ein-Personen-Unternehmen generiert (siehe auch Kapitel 11.1).

Tab. 11.3.1: Beschäftigungsbeitrag der von Migranten geführten Betrieben* in Baden-Württemberg

Herkunft	Arbeitsplätze durch Ein-Personen-Unternehmen	Arbeitsplätze durch Arbeitgeber-Unternehmen		Arbeitsplätze gesamt
	Summe	Summe	Ø Unt.-größe	Summe
türkisch	7.021	35.729	5,1	42.750
italienisch	3.698	35.690	5,7	39.388
griechisch	3.562	11.079	4,5	14.641
ehem. jugoslawisch	4.982	26.842	6,7	31.825
polnisch	5.189	3.728	4,6	8.917
osteuropäisch	6.152	16.639	4,3	22.791
Naher/ Mittlerer Osten	1.459	3.038	5,6	4.497
∑ Beobachtete Gruppen	32.064	132.754	5,3	164.808
<i>Restliche Gruppen**</i>	14.777	63.814	5,3	78.591
<i>Gesamt</i>	46.841	196.558	5,3	243.399

* Nur Unternehmen bis 249 Beschäftigte.

** Schätzung auf Grundlage des durchschnittlichen Beschäftigungsbeitrags aller Gruppen.

Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“, Statistisches Bundesamt (Mikrozensus); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

Insgesamt errechnet sich für die mit unserer Erhebung erfassten Selbständigen bzw. Herkunftsgruppen ein Beschäftigungsbeitrag von 165.000 Arbeitsplätzen. Der Beitrag der Migrantenökonomie als Ganzes kann nur geschätzt werden, wenn man auch für die nicht erfassten Gruppen eine durchschnittliche Beschäftigungsgröße zugrunde legt. Geht man davon aus, dass die Unternehmer/innen der restlichen Migrantengruppen eine Beschäftigungsleistung erbringen, die dem Durchschnitt aller hier beobachteten Gruppen entspricht, dann dürfte sich deren Beitrag auf etwa 79.000 Beschäftigte belaufen. Das heißt, die mittelständische Migrantenökonomie³⁰ in Baden-Württemberg würde auf dieser Hochrechnungsgrundlage einen Beschäftigungsbeitrag von insgesamt 243.000 Arbeitsplätzen erbringen. Es ist selbstredend, dass diese Summe mangels valider Daten nur eine grobe Schätzung darstellt.

Der gesamte Mittelstand im Land (d.h. auch ohne öffentliche Unternehmen) stellt rund 1,75 Millionen Beschäftigte.³¹ Berücksichtigt man, dass sich die Migrantenökonomie nur anhand

³⁰ Hier Mittelstandsdefinition der EU: Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten.

³¹ Berechnungen auf Basis des Unternehmensregisters (zur Abgrenzung vgl. Statistisches Landesamt (Kössler 2008) sowie Studie des IAW/ifm 2007 für das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg).

der Einzelunternehmen sinnvoll darstellen lässt,³² da der Migrationshintergrund des Unternehmensinhabers ausschlaggebend ist, dann fällt die dort geschaffene Viertelmillion an Arbeitsplätzen noch vergleichsweise stärker ins Gewicht.

Teilzeitbeschäftigung

Nicht ganz unerheblich dürfte bei jeglicher Hochrechnung von geschaffenen Arbeitsplätzen sein, dass nicht jede Stelle einen Vollzeit-Job verkörpert. Zusätzlich wurde daher nach dem Umfang an Teilzeitbeschäftigten (mit weniger als 20 Wochenarbeitsstunden) gefragt. Dem Mikrozensus 2009 zufolge arbeitet in Baden-Württemberg fast jede/r fünfte Erwerbstätige in Teilzeit.³³ Unter denjenigen ohne Migrationshintergrund waren dies rund 19% und unter den Migranten 20%. D.h. aus der Perspektive der Beschäftigten sind die Unterschiede vernachlässigbar. Allerdings kommt es hier auf die Sicht der Arbeitgeber/innen an. In unserer Erhebung bezifferten die Unternehmer deutscher Herkunft den Teilzeitanteil ihrer Beschäftigten im Durchschnitt auf rund 30%. Es dürfte einleuchten, dass die Arbeitgeberangaben, zumal bei einer Telefonbefragung und bei größeren Unternehmen, oftmals nur eine grobe Einschätzung widerspiegeln. Immerhin jedoch liegt der von den deutschen Unternehmensinhabern geschätzte Anteil auf gleichem Niveau wie bei den Beschäftigten der türkischstämmigen Unternehmer/innen. Die Teilzeitquote unter den Selbständigen der übrigen Gruppen lag allerdings höher (zwischen 40% und 50%), was auch im Zusammenhang mit der Branchenzugehörigkeit zu sehen ist.

Determinanten des Beschäftigungsbeitrags

Mit Blick auf die Fragestellungen unserer Untersuchung interessiert natürlich, welchen Einfluss die ethnische Herkunft auf das Leistungspotenzial und damit im vorliegenden Fall auf den Beschäftigungsbeitrag ausübt. Daher wurde mittels einer linearen Regression geschätzt, durch welche Faktoren das Beschäftigtenvolumen der Unternehmen beeinflusst wird. Die Ergebnisse der einzelnen Modelle bzw. Rechenschritte sind in Tabelle 11.3.2 dargestellt, wobei hier zunächst die Einheimischen (als Referenzkategorie) einbezogen werden. Vorauszuschicken ist, dass die mit der Stichprobe insgesamt verfügbaren Variablen selbstverständlich kaum ausreichen, um die Vielfalt an möglichen Determinanten des Beschäftigungsverhaltens zufrieden stellend zu erklären. Dies wird bereits am R^2 -Wert ersichtlich. Aber einige für die vorliegende Untersuchung wichtige Zusammenhänge lassen sich dennoch hervorkehren.

Noch ohne Kontrolle von Drittvariablen zeigt sich im ersten Modell über alle Gruppen hinweg ein signifikanter negativer Einfluss einer fremd-ethnischen Herkunft auf die Beschäftigungsgröße. Jeweils im Vergleich zu den deutschen Unternehmensinhabern schneiden die Unternehmen der Selbständigen aus Italien, gefolgt von denen aus der Türkei noch relativ am besten ab, die aus Polen und dem übrigen Osteuropa hingegen am schlechtesten. Die Diskrepanz zu den Deutschen bleibt auch dann in annähernd gleicher Weise bestehen, wenn man zusätzlich den Wirtschaftszweig kontrolliert (Modell 2).

³² Wie bereits beschrieben, ist nicht auszuschließen, dass in unserer Befragung auch Kapitalgesellschaften, insbesondere GmbHs, enthalten sind, wenn sich der Befragte als Inhaber des Unternehmens bezeichnet hat.

³³ Auch hier Teilzeit mit bis maximal 20 Stunden wöchentlich.

Betrachtet man die Relevanz soziodemographischer Faktoren (Modell 3), dann dürfte erstaunen, dass sich kein signifikanter Einfluss durch die Bildung des Unternehmensinhabers ergibt. Negativ wirkt sich hingegen auf die Beschäftigungsgröße des Unternehmens aus, wenn der Inhaber älter oder weiblich ist.

Tabelle 11.3.2: Determinanten des Beschäftigungsbeitrags von Unternehmen (lineare Regression) inklusive Unternehmensinhaber deutscher Herkunft

unabhängige Variablen	Modell 1		Modell 2		Modell 3	
	Koeff. B	Sig.	Koeff. B	Sig.	Koeff. B	Sig.
<i>Ref.: deutsch</i>						
türkisch	-4,98	***	-5,22	***	-5,81	***
italienisch	-4,62	***	-5,13	***	-5,03	***
griechisch	-5,76	***	-6,18	***	-6,25	***
ehem. jugoslawisch	-5,01	***	-5,16	***	-5,16	***
polnisch	-7,05	***	-6,88	***	-6,27	***
osteuropäisch	-6,75	***	-6,69	***	-6,45	***
Naher / Mittlerer Osten	-5,24	***	-5,28	***	-5,45	***
<i>Ref.: Prod. Gewerbe</i>						
Handel			-0,16		-0,01	
Gastgewerbe			0,87		1,03	
Wissensint. DL			-1,04		-1,13	
Nicht-Wissensint. DL			1,60		1,92	*
Betriebsalter			0,01		0,06	
Geschlecht: weiblich (Ref.: männlich)					-1,83	***
Alter des Inhabers					-0,09	**
<i>Ref.: Keine Ausbildung</i>						
Ausbildung					0,28	
Studium					0,92	
<i>Konstant</i>	8,75		8,63		12,10	
<i>Korrigiertes R²</i>	0,04		0,05		0,06	

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

Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Doch wie sehen die Zusammenhänge aus, wenn die Einflussstärke der Faktoren nur innerhalb der Migrantenökonomie, also ohne die Selbständigen deutscher Herkunft, bemessen wird? Eine solche Modellierung hat den Vorteil, dass hierbei auch migrationspezifische Einflüsse beurteilt werden können. Diese Zusammenhänge sind in Tabelle 11.3.3 dargestellt.

Voranzustellen ist, dass auch in dieser Konstellation der Beschäftigungsbeitrag der Selbständigen aus Polen und dem übrigen Osteuropa signifikant geringer bzw. wesentlich schlechter als derjenigen der übrigen Gruppen ausfällt (Modell 1).³⁴ Im Vergleich zu der Beschäftigungswirkung, die in Unternehmen des Produzierenden Gewerbes erzielt wird, hat die Zugehörigkeit zu allen anderen Sektoren einen negativen Effekt (Modell 2). Signifikant deutlich wird dies im Handel sowie in den wissensintensiven Dienstleistungen. Letztgenannter Zusammenhang wird dadurch verständlich, dass es sich bei vielen Dienstleistungen, in denen

³⁴ Referenzkategorie sind hier die ehemaligen Jugoslawen.

Wissen den Rohstoff bildet, wie etwa bei den Unternehmens- oder Steuerberatern oder Therapeuten, um Soloselbständige oder zumindest um Büros und Praxen mit wenig Mitarbeitern handelt. Hier kommt es weniger auf die durch weitere Mitarbeiter verfügbaren Ressourcen an. Dies ist auch bei den Selbständigen deutscher Herkunft der Fall.

Dies dürfte auch erklären, weshalb sich hinsichtlich des Einflusses von formaler Bildung kein signifikanter Zusammenhang ergibt (Modell 3). Bleibt man bei den soziodemographischen Variablen, dann ist zu konstatieren, dass auch in der Migrantenökonomie die Unternehmen der Frauen weniger Beschäftigte als die der Männer aufweisen.

Tabelle 11.3.3: Determinanten des Beschäftigungsbeitrags von Unternehmen (lineare Regression) ohne Unternehmensinhaber deutscher Herkunft

unabhängige Variablen	Modell 1		Modell 2		Modell 3	
	Koeff. B	Sig.	Koeff. B	Sig.	Koeff. B	Sig.
<i>Ref.: ehem. jugoslawisch</i>						
türkisch	-0,37		-0,04		-0,10	
italienisch	0,42		0,33		0,37	
griechisch	-0,93		-1,01		-0,81	
polnisch	-2,42	***	-2,04	**	-2,17	**
osteuropäisch	-2,40	***	-1,97	**	-2,13	**
Naher / Mittlerer Osten	-0,42		-0,03		-0,58	
<i>Ref.: Prod. Gewerbe</i>						
Handel			-1,62	**	-1,18	
Gastgewerbe			-0,21		0,27	
Wissensintensive DL			-1,42	*	-1,64	**
Nicht-wissensintensive DL			-0,61		-0,20	
Betriebsalter			0,02		0,02	
Geschlecht: weiblich (Ref.: männlich)					-0,93	*
Alter des Inhabers					0,00	
<i>Ref.: Keine Ausbildung</i>						
Ausbildung					-0,23	
Studium					0,08	
Gute Sprachkenntnisse (deutsch)					0,85	*
Deutsche Staatsangehörigkeit					1,06	**
<i>Ref.: Ethnie von Nachteil</i>						
Ethnie von Vorteil für Verkauf					-1,35	*
Ethnie spielt keine Rolle					-1,66	**
Betriebliche Lage gut (Ref.: schlecht)					0,45	*
Kunden gleicher Herkunft in %					-0,01	
<i>Konstant</i>	4,21		4,65		5,13	
<i>Korrigiertes R²</i>	0,02		0,03		0,04	

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

Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Von besonderer Bedeutung ist der Einfluss der migrationsspezifischen Merkmale, wozu auch Sprachkenntnisse zählen: Je besser die Unternehmer/innen die deutsche Sprache beherrschen, desto besser sind sie auch in der Lage Arbeitsplätze zu generieren. Die Integrationsfähigkeit des Betriebsinhabers hat auch an anderer Stelle positive Einflüsse: So wird deutlich, dass die Unternehmen der Eingebürgerten ein größeres Beschäftigtenvolumen erzielen als die Selbständigen ohne deutschen Pass. Ein besonders interessanter Effekt ist darin zu sehen, dass Ethnizität in der Marktorientierung dem betrieblichen Erfolg eher schadet (zumindest, wenn man ihn nur an der Zahl der geschaffenen Arbeitsplätze misst). Denn Unternehmen, die beim Verkauf ihrer Produkte ihre ethnische Herkunft als Vorteil betonen, haben signifikant weniger Beschäftigte als diejenigen, die in ihrer ethnischen Herkunft eher einen Nachteil sehen. Für das Beschäftigungswachstum spielt es offenbar keine Rolle, ob und wie viele Landsleute sich unter den Kunden befinden. Insgesamt betrachtet kann also resümiert werden, dass eine Orientierung auf eine wie auch immer geartete ethnische Nische keine Beschäftigungseffekte auslöst, sondern die Generierung von Arbeitsplätzen eher bremst. Aber es sind ohnehin wenig Unternehmen, die in eine solche Ecke einzuordnen wären (siehe Kapitel 7.2 und 7.3).

Bei allem dürfte nicht verwundern, dass ein entscheidendes Kriterium für die Beschäftigungsgröße natürlich die Frage ist, wie sich ein Unternehmen wirtschaftlich entwickelt hat. Wird die Lage als „gut“ empfunden schlägt sich dies auch entsprechend in der Personalentwicklung nieder.

11.4 Ausbildungsbeteiligung und -strukturen

Eine mit dem Erstarken der Migrantenökonomie aufkommende Hoffnung geht dahin, dass sich die Unternehmen der Migranten stärker bei der Ausbildung von Fachkräften bzw. von Jugendlichen im Rahmen des Dualen Berufsbildungssystems engagieren. Nicht zuletzt auch deshalb, weil teils davon ausgegangen wird, dass die Migrantenbetriebe zu einem höheren Anteil als die „deutschen“ Unternehmen auch den Jugendlichen mit Migrationshintergrund einen Ausbildungsplatz bieten („Matching-These“). Dies wäre, soweit die Unternehmen denn ausbilden, auch äußerst förderlich, denn wie eine jüngere Studie des Bundesinstituts für Berufsbildung³⁵ verdeutlicht sind jugendliche Migranten am Ausbildungsmarkt (immer noch) stark benachteiligt, was auch – aber nicht nur – an den schlechteren schulischen Voraussetzungen und an der sozialen Herkunft, insbesondere aus bildungsschwachen Familien, liegt. Fast ein Drittel der jugendlichen Migranten in Baden-Württemberg verfügt über keinen beruflichen Abschluss (gegenüber 8% bei Jugendlichen ohne Migrationshintergrund).³⁶

Bislang jedoch gibt es bezogen auf Baden-Württemberg noch wenig Erkenntnisse hinsichtlich der Frage, in welchem Umfang ausbildende Migrantenunternehmen diese benachteiligten Jugendlichen absorbieren können. Ohnehin muss in der Reihe erforderlicher Befunde ein Schritt zurückgegangen und geklärt werden, wie viele Migrantenbetriebe überhaupt ausbildungsberechtigt sind und wie hoch die Ausbildungsbeteiligung ist.³⁷ Auf dieser Grundlage

³⁵ Beicht/ Granato 2010.

³⁶ Statistisches Landesamt, Statistik aktuell.

³⁷ Auf regionaler Ebene wurden hier erste Erkenntnisse gesammelt: Z.B. Smolny et al. 2007 (für Ulm), Leicht et al. 2009b (für Mannheim).

lässt sich dann auch ermitteln, in welcher Weise die Ausbildungsplätze in Migrantenunternehmen besetzt werden.

Zumindest auf Bundesebene liegen einige Befunde vor: Wie schon die deutschlandweite Studie des ifm Mannheim im Jahr 2005 gezeigt hat, ist die Ausbildungsbeteiligung der Betriebe von Migranten – zumindest türkischer, italienischer und griechischer – um einiges geringer als die der Einheimischen.³⁸ Neuere Erkenntnisse liefert die für NRW erstellte Untersuchung des ifm von 2009,³⁹ die weitere Ethnien einbezogen hat. Mit vergleichendem Blick auf frühere Befragungsergebnisse in Westdeutschland⁴⁰ kann davon ausgegangen werden, dass sich im Verlauf der Zeit die Ausbildungsbetriebsquote in Bezug auf einzelne Herkunftsgruppen erhöht hat, was daran liegen könnte, dass die in NRW aufgelegten Förderprogramme teilweise greifen. Allerdings ist auch dort die Ausbildungsbeteiligung der Migrantenunternehmen, sieht man von einer Ausnahme bildenden Minderheit ab, noch weit vom Niveau der einheimischen Unternehmen entfernt.⁴¹

Die Gründe für die geringere Ausbildungsbereitschaft werden häufig darin gesehen, dass Zugewanderte in geringem Maße über das System der Dualen Berufsbildung in Deutschland informiert sind und auch generell wenig über den Nutzen von Ausbildung wissen.⁴² Die Zuwanderer haben i.d.R. das deutsche Ausbildungssystem auch nicht selbst durchlaufen, weshalb sie mit dessen Möglichkeiten, Traditionen und Funktionsweisen wenig vertraut sind. D.h. letztendlich fehlen die Einsicht und die Bereitschaft Fachkräftenachwuchs zu sichern. Hinzu kommen ggf. auch Defizite hinsichtlich der Ausbildungsbefähigung,⁴³ d.h. sie erfüllen häufig nicht die Anforderungen der deutschen Ausbildungsverordnung und besitzen somit nicht die rechtlichen Voraussetzungen um Lehrlinge auszubilden.⁴⁴

Wie steht es um die Ausbildungsberechtigung und Ausbildungsbeteiligung der von Migranten geführten Unternehmen in Baden-Württemberg? Mangels amtlicher Daten greifen wir auch hier auf unsere eigenen Befragungsergebnisse zurück.

Ausbildungsberechtigung

Die zentrale Voraussetzung für die Ausbildungsbeteiligung ist natürlich eine Befähigung des Betriebs nach dem Berufsbildungsgesetz und der Handwerksordnung, wonach der Ausbilder persönlich und fachlich für die Ausbildung geeignet sein muss und auch ein ausbildungswirksamer Arbeitsplatz nachzuweisen ist. Die Unternehmensinhaber bzw. Betriebsleiter wurden zunächst danach gefragt, ob ihr Betrieb (ihrer Einschätzung zufolge) über eine Ausbildungsberechtigung verfügt. Natürlich war davon auszugehen, dass dies viele Befragte nicht unbedingt zu beantworten wissen. Es interessierte im ersten Schritt aber auch weniger die faktische

³⁸ Leicht et al. 2005. Ähnlich auch Christ et al. 2007.

³⁹ Leicht et al. 2009.

⁴⁰ ZfT 2006.

⁴¹ Ohne Geschlechterdifferenzierung betrachtet liegt in NRW die Ausbildungsbetriebsquote der Selbständigen russischer Herkunft mit 33% über der von den Einheimischen (28%). Die der Unternehmen mit türkisch- oder italienischstämmigem Inhaber liegen bei 17% bzw. 18%.

⁴² Siehe z.B. Hilger 2000, Kanschat 2007.

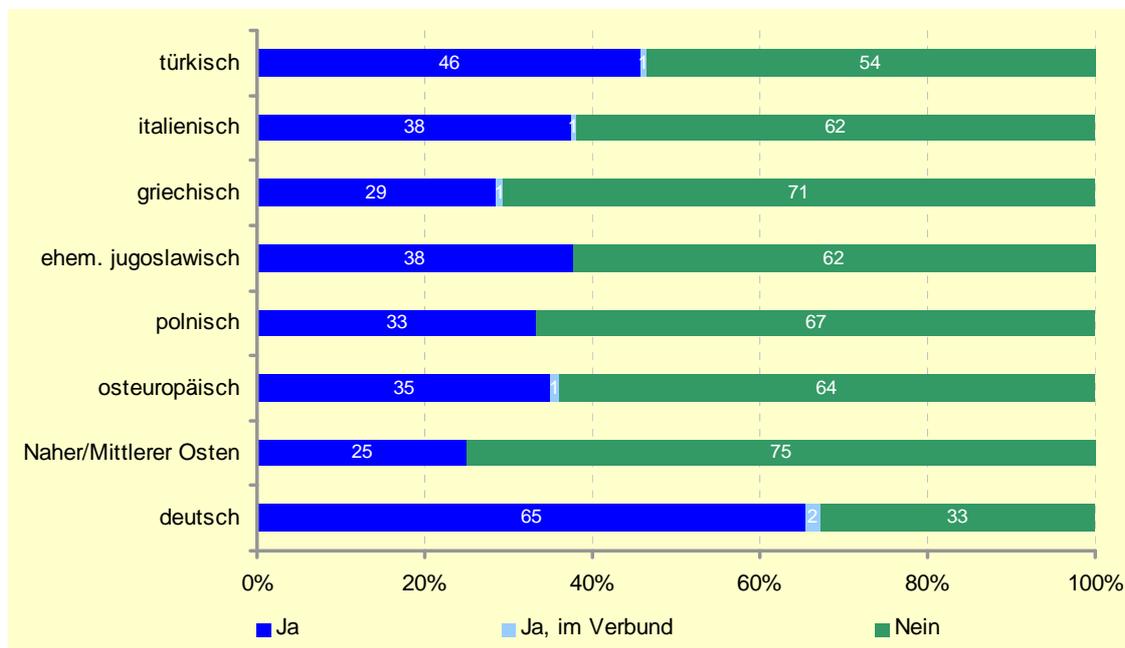
⁴³ Prinz 2007, Leicht et al. 2009b.

⁴⁴ Daran hat auch die vorübergehende Aussetzung der AEO nichts verändert, zumal auch in diesem Zeitraum dennoch bestimmte Voraussetzungen erfüllt sein mussten.

Ausbildungsberechtigung, sondern die subjektive Einschätzung hierzu, da das Wissen um die Möglichkeit auszubilden eine Grundvoraussetzung zur Beteiligung ist.

Folgt man den eigenen Angaben der Befragten verfügen die Unternehmen von Migranten in deutlich geringerem Maße als die von Einheimischen über eine Ausbildungsberechtigung (Abbildung 11.4.1). Während fast genau zwei Drittel der „einheimischen“ Unternehmen angaben, die Ausbildungsvoraussetzungen zu erfüllen,⁴⁵ nahmen je nach Herkunftsgruppe nur zwischen einem Viertel bis zur Hälfte der Migrantenbetriebe für sich in Anspruch, eine solche Berechtigung zu besitzen. Am seltensten sind die Migranten aus dem Nahen und Mittleren Osten sowie die aus Griechenland dieser Meinung. Hier glauben 25% bzw. 29% der Unternehmer/innen eine entsprechende Berechtigung zu besitzen. Bei Unternehmen mit türkischem Inhaber sind es deutlich mehr bzw. fast die Hälfte (46%).

Abb. 11.4.1: Subjektive Einschätzung der Ausbildungsberechtigung



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Verständlicherweise kann in einer Befragung nicht überprüft werden, inwieweit die Einschätzungen der Probanden der Wirklichkeit entsprechen. Vieles weist jedoch darauf hin, dass die befragten Betriebe ihre Befähigung und damit ihre Ausbildungspotenziale unterschätzen.⁴⁶ Soweit die Zuwanderer – wie vielfach vermutet – tatsächlich in eher geringerem Umfang darüber informiert sind, ob sie die Ausbildungsvoraussetzungen erfüllen würden, wäre auch davon auszugehen, dass wesentlich mehr Migrantenunternehmen potenziell ausbilden könnten. Dies ist dann eine Frage adäquater Öffentlichkeitsarbeit.

⁴⁵ Den Ergebnissen des IAB-Betriebspanels für Baden-Württemberg zufolge, kommt dieser Anteil der Wirklichkeit sehr nahe. Mit Blick auf alle Betriebe verfügen 56% über eine Ausbildungsberechtigung (Klee et al. 2010). Der Anteil unter den Betrieben mit deutschem Inhaber dürfte entsprechend etwas höher ausfallen.

⁴⁶ In Mannheim wurde eine ähnliche Befragung durchgeführt (Leicht et al. 2009b). Dort waren 57% der „türkischen“ Betriebe der Meinung, ausbildungsberechtigt zu sein. Dieser hier weit höhere Anteil mag darauf zurückzuführen sein, dass in Mannheim mit dem IKUBIZ seit 20 Jahren eine Institution über die Ausbildungsmöglichkeiten informiert.

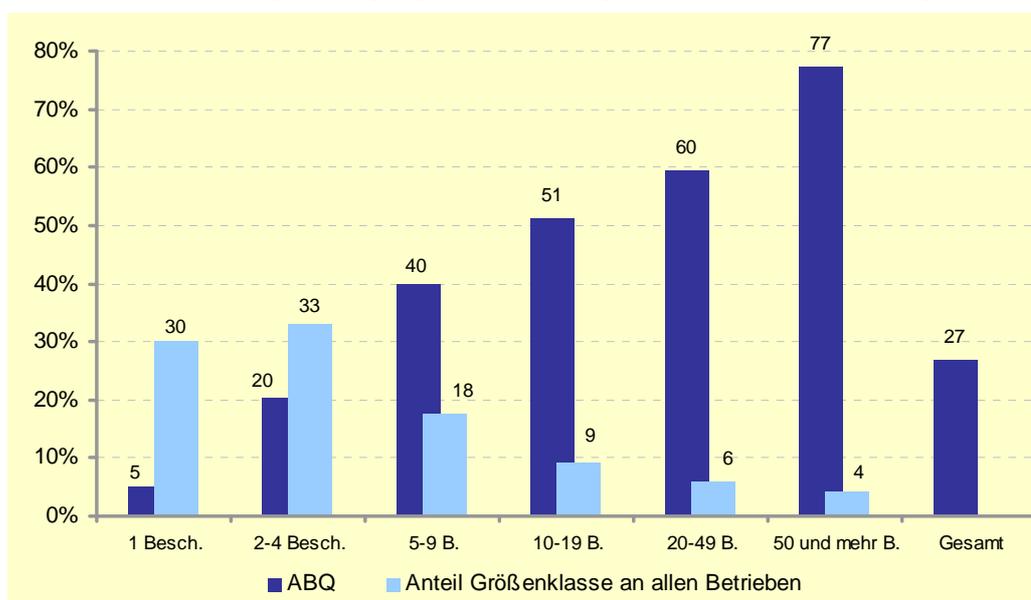
Ausbildungsbeteiligung

Die Ausbildungsfähigkeit ist nicht gleichzusetzen mit der Ausbildungsbereitschaft, weshalb sich die Frage stellt, wie viele Unternehmen tatsächlich ausbilden. Der Umfang der Ausbildungsbeteiligung wird im Folgenden als sog. „Brutto-Ausbildungsbetriebsquote“ dargestellt, d.h. die Anzahl der Ausbildungsbetriebe wird im Verhältnis zu allen Beschäftigungsbetrieben der jeweiligen Herkunftsgruppen gesetzt.

Zuvorderst ist darauf hinzuweisen, dass die Ausbildungsbetriebsquote (ABQ) logischerweise stark mit der Beschäftigtenzahl eines Betriebs korreliert. (Bereits ein einziges Ausbildungsverhältnis führt dazu, dass ein Betrieb als „Ausbildungsbetrieb“ bezeichnet wird und mit der Größe des Betriebs wächst natürlich die Wahrscheinlichkeit, dass unter den Beschäftigten mindestens ein Auszubildender ist.) Da die Migrantenbetriebe durchschnittlich kleiner sind, ist bei ihnen einerseits auch eine geringere ABQ zu erwarten als bei den „deutschen“ Unternehmen. Andererseits sollte der Einfluss der Betriebsgröße im Vergleich zwischen den Herkunftsgruppen nicht überbewertet werden, da die meisten Betriebe, unabhängig von der Herkunft der Inhaber, ohnehin zu den Kleinstbetrieben zählen.

Um diesen Zusammenhang zu illustrieren, sind in Abbildung 11.4.2 (auf Basis der Beschäftigtenstatistik der BA) die ABQ den Beschäftigtengrößenklassen gegenübergestellt. So wird klar, dass die Ausbildungsbeteiligung der kleineren Betriebe auch den Durchschnittwert insgesamt stark bestimmt. Diese Gesamtquote für die Ausbildungsbeteiligung lag im Jahr 2009 über alle Betriebsgrößen (und auch Herkunftsgruppen) hinweg betrachtet bei 27%.⁴⁷

Abb. 11.4.2: Ausbildungsbeteiligung nach Betriebsgröße (ohne Differenzierung nach Herkunftsgruppe)



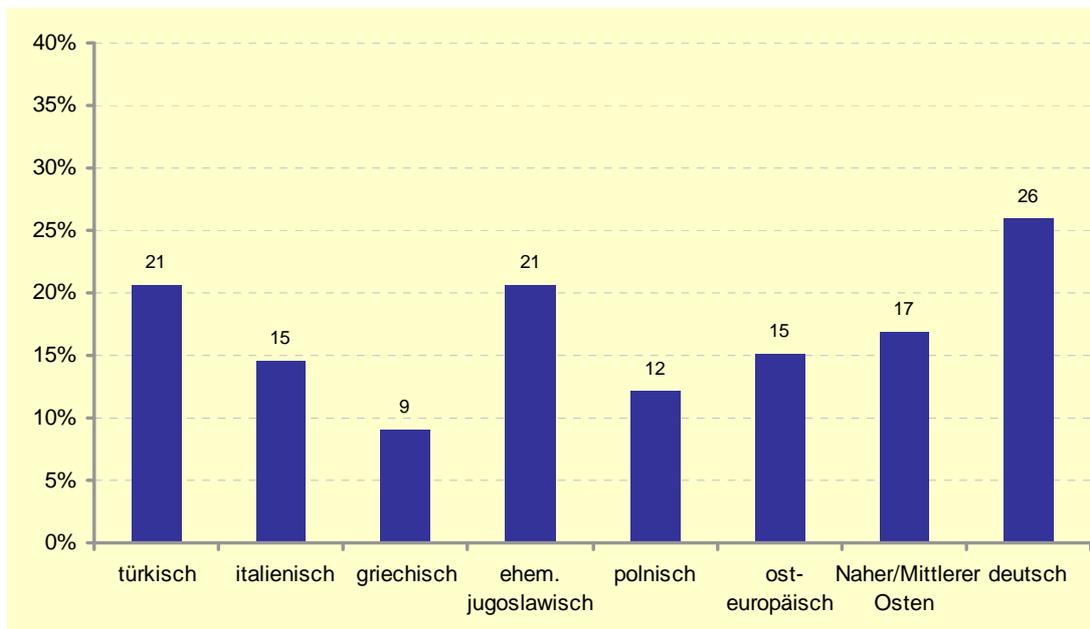
Quelle: Beschäftigtenstatistik der BA 2009; eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim.

⁴⁷ Mit den stichtagsbezogenen Daten der Bundesagentur für Arbeit (Beschäftigtenstatistik) wird die ABQ teils geringer eingeschätzt als mit dem IAB-Betriebspanel, das eher auch die kurzfristigen „Ausbildungspausierer“ erfasst. Hier lag sie im gleichen Jahr bei 32% (Klee et al. 2010).

Wie ist, u.a. auch hieran gemessen, das Ausbildungsverhalten der Migrantenunternehmen in Baden-Württemberg einzustufen? Die Unternehmen wurden gefragt, ob sie Auszubildende haben (die einen Ausbildungsvertrag haben und in die Berufsschule gehen) und wenn ja, wie viele. Um ein möglichst wirklichkeitstreu Bild der Ausbildungsbeteiligung zu gewinnen, wurden die Befragungsergebnisse mit Hilfe der Mikrozensusdaten entsprechend der Verteilung der Merkmale „Wirtschaftsbereich“, „deutsche Staatsangehörigkeit“ (eingebürgert oder nicht) sowie „Geschlecht“ in der Grundgesamtheit gewichtet.

Betrachtet man zunächst die Gruppe der „deutschen“ Betriebe, die eine überwältigende Mehrheit aller Betriebe stellen, liegt die Ausbildungsbetriebsquote bei 26% (Abbildung 11.4.3) und mithin in etwa gleicher Höhe, wie sie sich aus den BA-Daten für alle Betriebe errechnen lässt. Dies sehen wir als Indikator dafür, dass unsere gewichtete Stichprobe auch im Hinblick auf die Ausbildungsbeteiligung der Migrantenunternehmen ein annähernd repräsentatives bzw. schlüssiges Bild ergibt.

Abb. 11.4.3: Ausbildungsbetriebsquote nach Herkunft der Unternehmensinhaber*



* Auf Grundlage des Mikrozensus gewichtet nach Wirtschaftsbereich, Staatsangehörigkeit und Geschlecht.
Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Demnach weisen die Selbständigen aus der Türkei und aus dem ehemaligen Jugoslawien unter den nicht-deutschen Herkunftsgruppen das stärkste Ausbildungsengagement auf, wenngleich dieses mit einer ABQ von jeweils 21% noch ein wenig unterhalb dem von Deutschen liegt. Die Arbeitgeberbetriebe aus dem Nahen/Mittleren Osten beteiligen sich zu 17%. Wie schon in unserer bundesweiten Befragung⁴⁸ festgestellt, weisen die griechischstämmigen Unternehmer/innen die geringste Quote auf. Die zweit- und drittschlechteste Ausbildungsbeteiligung zeigen die Unternehmer/innen polnischer (12%), osteuropäischer und italienischer Herkunft (je 15%). Dieser Befund verwundert, weil bspw. die aus Polen stammenden Selbständigen in unserer NRW-Studie eine stärkere Ausbildungsbeteiligung zeigten.

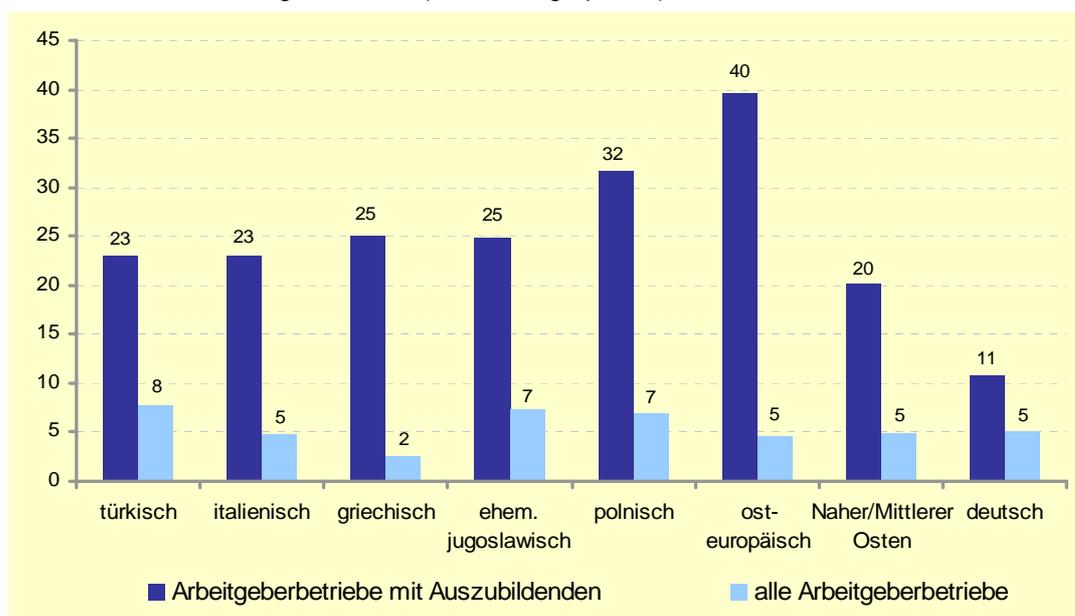
⁴⁸ Leicht et al. 2005. Dort wurden allerdings nur Selbständige türkischer, italienischer und griechischer Herkunft befragt.

Ausbildungsintensität

Das Ausbildungsengagement kommt nicht nur durch die Zahl der Unternehmen zum Ausdruck, die einen Ausbildungsbeitrag leisten, sondern auch darin, wie stark dieser im Verhältnis zum Beschäftigtenstamm ist. Dieser Beitrag wird im allgemeinen anhand der Ausbildungsquote (AQ) bemessen, die sich aus dem Verhältnis der Zahl der Auszubildenden und der Beschäftigten ergibt.

Mit welcher Intensität wird in Migrantenbetrieben ausgebildet? Hier ist zu unterscheiden, ob sich die Quote auf alle Betriebe mit Beschäftigten oder aber nur auf diejenigen Arbeitgeberbetriebe bezieht, die auch ausbilden. In der Regel wird die AQ in Bezug auf alle Beschäftigtenbetriebe gebildet. Daran gemessen liegen die Quoten in fast allen Herkunftsgruppen mindestens auf dem Niveau der Unternehmen mit deutschem Inhaber, in denen die Azubis im Schnitt 5% aller Beschäftigten ausmachen (Abbildung 11.4.4). Lediglich die Unternehmen der griechischstämmigen Inhaber weisen eine geringere AQ auf (2%). Die höchste Ausbildungsintensität findet sich in den „türkischen“ Betrieben, wo 8% aller Beschäftigten in einem Ausbildungsverhältnis sind. Danach folgen die aus dem ehemaligen Jugoslawien und aus Polen (jeweils 7%).

Abb. 11.4.4: Ausbildungsintensität (Ausbildungsquoten) nach Herkunft der Unternehmensinhaber*



* Auf Grundlage des Mikrozensus gewichtet nach Wirtschaftsbereich, Staatsangehörigkeit und Geschlecht.
Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Noch größer sind die Unterschiede, wenn nur die Ausbildungsintensität in den ausbildenden Betrieben betrachtet wird (Abbildung 11.4.4). Durch die geringere Zahl der Unternehmen steigt die Quote natürlich an. Hier fallen dann die Unternehmen der Polen und Osteuropäer auf, deren Ausbildungsintensität weit höher als die der anderen liegt. In dieser Perspektive ist die Ausbildungsquote in allen Herkunftsgruppen höher als bei den einheimischen Unternehmen. Das heißt, die Unternehmen von Migranten beteiligen sich zwar in geringerem Maße als die der Einheimischen an der Ausbildung von Jugendlichen, aber wenn sie ausbilden, dann

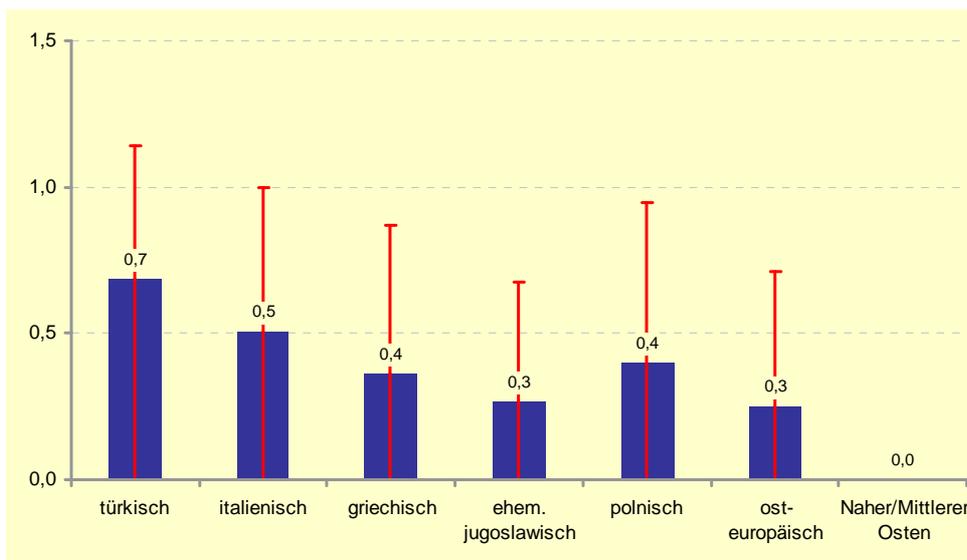
mit teils höherer Intensität als in den „deutschen“ Unternehmen. Dies ist auch ein Ergebnis, welches bundesweit zu beobachten war.⁴⁹

Co-ethnische Ausbildung

Die Ausbildungsstrukturen von Migrantenbetrieben interessieren vor allem mit Blick auf die Frage, welche Jugendliche hier ausgebildet werden. Was ist dran an der sog. „Matching-These“ bzw. stimmt es, dass Migranten vorwiegend Jugendliche aus ihrer eigenen Ethnie ausbilden?

Dies ist in hohem Maße lediglich bei den Unternehmen der türkischen Inhaber der Fall, wo durchschnittlich rund 70% der Azubis türkischer Herkunft sind (Abbildung 11.4.5). In den Unternehmen der anderen Herkunftsgruppen liegen die Anteile an co-ethnischer Ausbildung niedriger. Hier sind jeweils maximal nur die Hälfte der Azubis gleicher Herkunft. In den Ausbildungsbetrieben der Migranten aus dem ehemaligen Jugoslawien oder aus Osteuropa hat nur etwa jeder dritte Azubi die gleiche Abstammung wie der Chef. Und unter denen aus dem Nahen/Mittleren Osten finden sich so gut wie keine Azubis mit gleicher Herkunft.

Abb. 11.4.5: Anteil co-ethnischer Auszubildender (und Standardabweichung)



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Aber dennoch lässt sich „unterm Strich“ festhalten, dass in Migrantenunternehmen in relativ hohem Maße Jugendliche mit Migrationshintergrund einen Ausbildungsplatz finden. Denn im Vergleich zur herkunftsspezifischen Zusammensetzung von Auszubildenden insgesamt sind sie in den jeweiligen Migrantenbetrieben deutlich überrepräsentiert.

Inwieweit es sich dabei um bildungsschwache Jugendliche handelt, konnte mit der Befragung nicht festgestellt werden. Eine unserer Untersuchungen im Raum Mannheim zeigt jedoch, dass es sich zu einem überproportional hohen Anteil um Jugendliche mit maximal Hauptschulabschluss oder gar ohne Schulabschluss handelt.⁵⁰

⁴⁹ Leicht et al. 2005.

⁵⁰ Leicht et al. 2009b.

Determinanten der Ausbildungsbeteiligung

Für die politische Handlungsebene ist von Bedeutung, welche Faktoren die Ausbildungsbereitschaft der Unternehmen erhöhen bzw. hemmen. Vor diesem Hintergrund wurde mit Hilfe von logistischen Regressionen abgeschätzt, welchen Einfluss die Variablen des betrieblichen Umfelds und einzelne soziodemographische Merkmale des Unternehmensinhabers besitzen. Abhängige Variable ist, ob ein Betrieb ausbildet oder nicht. Die Ergebnisse der Regressionen sind in Tabelle 11.4.6 abgebildet.

Tab. 11.4.6: Determinanten der Ausbildungsbeteiligung (logistische Regression)
inklusive Unternehmensinhaber deutscher Herkunft

unabhängige Variablen	Modell 1		Modell 2		Modell 3	
	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.
<i>Ref.: deutsch</i>						
türkisch	0,83		1,31		1,25	
italienisch	0,64	*	1,26		1,35	
griechisch	0,32	**	0,71		0,75	
ehem. jugoslawisch	0,63	*	0,97		0,99	
polnisch	0,24	***	0,41	*	0,48	
osteuropäisch	0,28	***	0,47	*	0,51	
Naher / Mittlerer Osten	0,58		0,91		1,03	
<i>Ref.: Prod. Gewerbe</i>						
Handel			0,92		0,87	
Gastgewerbe			0,45	**	0,44	**
Wissensintensive DL			1,04		1,05	
Nicht-wissensintensive DL			0,92		0,86	
Betriebsalter			0,99		1,01	
Beschäftigtenzahl			1,09	***	1,09	***
Geschlecht: weiblich (Ref.: männlich)					1,02	
Alter des Inhabers					0,97	**
<i>Ref.: Keine Ausbildung</i>						
Ausbildung					1,45	
Studium					1,42	
<i>Konstant</i>	0,28		0,16		0,37	
<i>Nagelkerke R²</i>	0,04		0,16		0,17	

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

Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

In Modell 1 wird zunächst lediglich der Effekt der ethnischen Herkunft auf die Ausbildungswahrscheinlichkeit untersucht. Es zeigt sich das bereits aus der bivariaten Betrachtung bekannte Ergebnis, dass die Ausbildungsbeteiligung der Unternehmen aller nicht-deutschen Gruppen geringer ist als bei deutschen Selbständigen. Der Zusammenhang ist bei allen Ethnien, außer bei denen aus der Türkei und dem Nahen und Mittleren Osten, signifikant.

Wie schon festgestellt spielt unter den betrieblichen Merkmalen vor allem die Betriebsgröße eine entscheidende Rolle. Deren Einfluss ist auch hier im Modell 2 hochsignifikant und beeinflusst die anderen Zusammenhänge. So verändert sich unter Kontrolle der Beschäftigtenzahl

und weiterer Strukturmerkmale, wie den Wirtschaftsbereichen und das Betriebsalter, der Effekt der ethnischen Herkunft. Hier dürfte erstaunen, dass die Kontrolle der genannten Drittvariablen bei den Unternehmen der Türken und Italiener im Vergleich zu den Deutschen die Ausbildungswahrscheinlichkeit erhöht. Allerdings sind diese Werte nicht signifikant. Jedenfalls ist unter der Berücksichtigung der genannten Einflussfaktoren die Ausbildungswahrscheinlichkeit nur noch bei den polnischstämmigen und osteuropäischen Selbständigen signifikant geringer als bei den Deutschen. Das zweite Modell zeigt, dass Betriebe, die nicht im Gastgewerbe angesiedelt sind, signifikant häufiger ausbilden. Es ist also zu vermuten, dass Unterschiede in der Ausbildungswahrscheinlichkeit zwischen deutschen und ethnischen Selbständigen zu einem großen Teil darauf zurückgeführt werden können, dass ethnische Selbständige häufiger im Gastgewerbe arbeiten und meist kleinere Betriebe führen.

Modell 3 kontrolliert zudem noch Eigenschaften des Betriebsinhabers, wie Geschlecht, Berufsbildung und Alter, und weist keine signifikanten Herkunftseffekte mehr aus. Für uns überraschend ist die Tatsache, dass die Bildung der Unternehmensinhaber – zumindest in dem hier verwendeten Modell – keinen signifikanten Effekt bewirkt. Aber immerhin weist der Koeffizient auf einen positiven Zusammenhang mit der Ausbildungsbereitschaft hin. (Wie im Folgenden noch ausgeführt, ist dies auf die modellspezifisch Konstellation zurückzuführen.) Neben der Branche und Beschäftigtenzahl spielt in Modell 3 noch das Alter des Betriebsinhabers eine signifikante Rolle dafür, ob ein Betrieb ausbildet oder nicht. Mit jedem zusätzlichen Lebensjahr sinkt die Ausbildungswahrscheinlichkeit um drei Prozent. D.h. die jüngeren Selbständigen sind viel eher ausbildungsbereit und dies obwohl sie oftmals auch die jüngeren Unternehmen haben.

In einem Gesamtblick ist zu konstatieren, dass die Faktoren, die auf die Ausbildungsbereitschaft Einfluss nehmen, in Baden-Württemberg teils von den bisher andernorts festgestellten Determinanten abweichen. Allerdings konnten die relevanten Einflussfaktoren bislang nur in der Studie für Nordrhein-Westfalen identifiziert werden.⁵¹ Hervorzuheben ist, dass dort die Bildung der Unternehmensinhaber/innen einen deutlich positiven Effekt auf die Ausbildungsbereitschaft nimmt, was auch hypothetisch eher zu erwarten war, da der Wert von Ausbildung oftmals nur von Gebildeten erkannt wird.

Bei näherer Betrachtung zeigt sich, dass ein solcher Effekt auch in Baden-Württemberg zu beobachten ist, aber durch den gleichzeitigen Einfluss der Branchenzugehörigkeit überdeckt wird. Deutlich wird der Bildungseffekt, wenn nur die ausländischstämmigen Herkunftsgruppen in das Modell aufgenommen und auch weitere Drittvariablen nicht kontrolliert werden. Es kommt ferner darauf an, ob ein Betrieb bereits (andere) Beschäftigte hat oder nicht, den natürlich ist bei Ein-Personen-Unternehmen das Ausbildungsinteresse gering. In Tabelle 11.4.7 sind die logistischen Regressionsmodelle unter Ausschluss der Deutschen und der Soloselbständigen abgebildet. Sie konzentrieren sich auf den Einfluss von ethnischer Herkunft, Bildung und Wirtschaftszweig und verzichten auf die Darstellung weiterer Effekte.

Im Modell 1 zeigt sich unter Kontrolle von Bildung ein unter allen nicht-deutschen Gruppen schwächeres Ausbildungsengagement als bei den türkischstämmigen Unternehmer/innen.

⁵¹ Leicht et al. 2009.

Signifikant deutlich wird dies bei den Selbständigen aus Griechenland, Polen und Osteuropa, wo die Wahrscheinlichkeit, dass sie ausbilden, nur ein Drittel so hoch wie bei denen aus der Türkei ist. Ohne Kontrolle weiterer Variablen bilden Betriebsinhaber mit einem Berufsabschluss mit 1,6-fach höherer Wahrscheinlichkeit aus als diejenigen ohne eine Berufsausbildung. Hier bestätigt sich also, dass eine selbst durchlaufene Ausbildung eine wichtige Voraussetzung für das Ausbildungsengagement ist. Dabei ist weniger ein „erlernter Beruf“, sondern Bildung generell entscheidend: Denn diejenigen mit einem Hochschulabschluss bilden fast dreimal so häufig wie die ohne jegliche Berufsbildung aus. Im Modell 2 verschwindet unter Kontrolle des Wirtschaftszweiges der Bildungseffekt. Hier erklärt dann vor allem die Zugehörigkeit zum Gastgewerbe, weshalb viele Migrantenbetriebe nicht ausbilden.

Tab. 11.4.7: Determinanten der Ausbildungsbeteiligung (logistische Regression) ohne Unternehmensinhaber deutscher Herkunft¹⁾

unabhängige Variablen	Modell 1		Modell 2	
	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.
<i>Ref.: türkisch</i>				
italienisch	0,91		1,31	
griechisch	0,38	*	0,62	
ehem. jugoslawisch	0,84		1,00	
polnisch	0,35	*	0,33	*
osteuropäisch	0,36	*	0,37	*
Naher / Mittlerer Osten	0,69		0,79	
<i>Ref.: Keine Ausbildung</i>				
Ausbildung	1,67	*	1,16	
Studium	2,85	***	1,75	
<i>Ref.: Prod. Gewerbe</i>				
Handel			1,09	
Gastgewerbe			0,38	**
Wissensintensive DL			1,35	
Nicht-wissensintensive DL			1,45	
<i>Konstant</i>	0,18		0,23	

1) und ohne Soloselbständige

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

Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Bei einem Gesamtblick und einem Vergleich mit unseren Analysen in Bezug auf NRW ist auffällig, dass in Baden-Württemberg die polnischen und osteuropäischen Selbständigen eine weit geringere Ausbildungsbeteiligung aufweisen. Inwieweit dies auch daran liegt, dass die wachsende Gruppe der osteuropäischen Unternehmer/innen in Baden-Württemberg noch nicht im Fokus der Akquise- und Fördermaßnahmen stehen, kann auf Basis unserer Daten nicht beantwortet werden. Dazu müsste der Datensatz um weitere Beobachtungen, etwa auf regionaler Ebene, erweitert werden. In Mannheim wurde diesbezüglich ein Anfang gemacht und unter anderem festgestellt, dass etwa die Hälfte der ausbildenden Migrantenbetriebe erst seit etwa drei Jahren ihre Ausbildungstätigkeit aufgenommen haben.⁵² Es handelt sich dabei häufig auch um jüngere Unternehmen, die noch nicht allzu lange auf dem Markt waren.

⁵² Leicht et al. 2009b.

V. Geschäftsbeziehungen und Außenwirtschaft

In der Forschung werden die „Beziehungen“ von selbständigen Migrantinnen und Migranten häufig unter dem Aspekt von sozialem und ethnischen Kapital betrachtet (vgl. Kapitel 7), wobei die Kundenbeziehungen im Vordergrund stehen. In Kapitel 12 befassen wir uns eher mit anderen Formen von Geschäftsbeziehungen bzw. mit den Lieferanten und Dienstleistern innerhalb und außerhalb der Migrantenökonomie. Aber dort, wo es um Wettbewerbsfragen geht, kehren wir nochmals zu den Kundenstrukturen zurück, wobei hier allerdings nicht die co-ethnischen Verflechtungen sondern die Strategien der Kundengewinnung interessieren. Kapitel 13 befasst sich mit den außenwirtschaftlichen Aktivitäten der migrantischen Unternehmer/innen. In diesem Kontext werden zum einen die Beziehungen zu Personen im Ausland untersucht und zum anderen werden die im Ausland erzielten Umsätze ermittelt.

12. Geschäftsbeziehungen

Unternehmer/innen, gleich welcher Herkunft, agieren im Allgemeinen in einem Spannungsfeld von Kunden, Geschäftspartnern und Wettbewerbern. Während in Kapitel 7.3 bereits auf die Kundenbeziehungen von selbständigen Migranten im Zusammenhang mit der Funktion von sozialem Kapital eingegangen wurde, stehen im Folgenden die Verbindungen zu ihren Geschäftspartnern, vorrangig zu den Lieferanten und Dienstleistern im Vordergrund (Kapitel 12.1). Hier interessieren weniger die damit verbunden Leistungen, sondern vorrangig das Ausmaß binnenethnischer Verflechtungen, die sich natürlich nicht nur auf die Kunden oder die Beschäftigten erstrecken. Auch die Auftragsvergabe an Lieferanten und die Beziehung zu anderen Geschäftspartnern wird unter Umständen durch horizontale und vertikale Vernetzungen mit der „eigenen“ Community gelenkt. Darüber hinaus interessiert die Frage, welche Art von Beziehungen sie zu ihren Kunden pflegen (Kapitel 12.2). Im Unterschied zu Kapitel 7.3 stehen hier nicht die co-ethnischen Kunden im Mittelpunkt der Betrachtung, sondern die Kundenpflege im Wettbewerb, die nicht mit ethnischen sondern mit allgemeinen Strategien im Zusammenhang steht.

12.1 Beziehungen zu Lieferanten und Dienstleistern

Die Mobilisierung co-ethnischer Ressourcen in der Auswahl von Lieferanten stellt eine Form der Aktivierung sozialen Kapitals dar. Die Inanspruchnahme ethnischen Kapitals geht eng mit dem Versuch der Unsicherheitsvermeidung und Risikominimierung in Geschäftsbeziehungen einher, in dem auf Vertrauen und Solidarität innerhalb einer ethnischen Gruppe gesetzt wird.¹

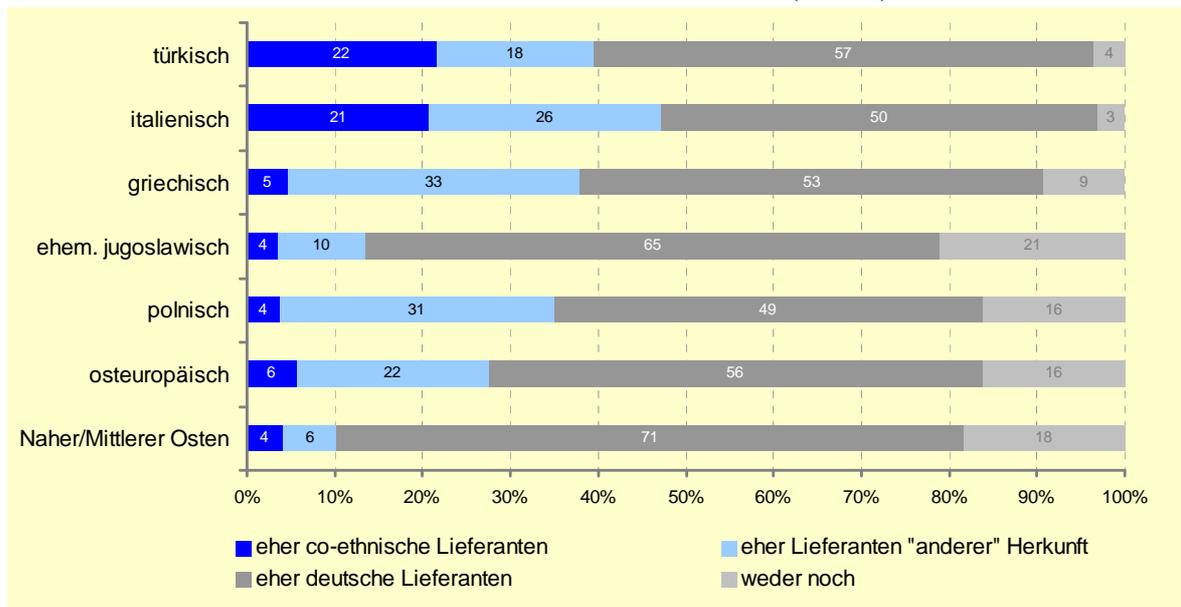
Co-ethnische Geschäftsbeziehungen bieten zumindest in der Theorie weitere Vorteile gegenüber Kontakten zu Lieferanten außerhalb der ethnischen Gruppe: Zum einen können sie zu einer Reduktion von Transaktionskosten (z.B. durch den Wegfall von sprachlichen oder verhaltensbezogenen kulturellen Barrieren und zu einer Art „binnenethnischem Vertrauensvorsprung“ führen. Zum anderen können die Kontakte zur Entspannung der oftmals stark ausge-

¹ Vgl. Perreault 2003.

prägten binnenethnische Konkurrenzsituation beitragen. Unsicher ist jedoch, inwieweit solche Vorteilserwägungen überhaupt bewusst als ökonomische Strategien verfolgt werden oder aber eher ein Akt kultureller Gepflogenheiten sind. Möglicherweise werden co-ethnische Lieferantenbeziehungen in Deutschland bzw. Baden-Württemberg ohnehin weniger praktiziert als teils auf Grundlage der angloamerikanischen Literatur vermutet werden könnte.² Voraussichtlich haben soziokulturelle Netzwerke hierzulande eine geringere Bedeutung als bspw. in den US-amerikanischen Metropolen, zumal sie durch andere Zuwanderungs- und Segregationsstrukturen sowie durch ein anderes System der sozialen Sicherung begleitet werden.

Dies kann auch mit Blick auf unsere Befragungsdaten so gesehen werden. Dennoch: Die Bedeutung von Auftragsvergaben an Dienstleister oder Lieferanten innerhalb der eigenen Ethnie variiert stark nach Herkunft (Abbildung 12.1.1). Auffallend ist, dass co-ethnische Lieferantenbeziehungen nur in der türkischen und italienischen Community eine größere Rolle spielen. Hier ist es immerhin jeweils ein Fünftel, welches hauptsächlich Aufträge an Unternehmer/innen der gleichen Herkunft vergibt. Bei den anderen Herkunftsgruppen sind solche Geschäftsbeziehungen nur selten anzutreffen. Nur vier bis fünf Prozent der polnisch- und griechischstämmigen und der Selbstständigen aus Osteuropa setzen auf co-ethnische Geschäftsbeziehungen. Insgesamt dominieren die Geschäftskontakte zu deutschen Lieferanten.

Abb. 12.1.1: Ethnische Herkunft der Lieferanten und Dienstleister (Anteile)



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Ob und in welcher Form Ressourcen innerhalb einer Ethnie mobilisiert werden, ist natürlich von der Initiative Einzelner und von der Ausprägung der gruppeninternen Solidarität abhängig, die sich beispielsweise auch als Reaktion auf Feindseligkeitstendenzen in der Aufnahmegesellschaft äußern kann.³ Vor diesem Hintergrund wäre die festgestellte geringe Bedeutung co-ethnischer Verflechtungen in Lieferantenbeziehungen durchaus positiv zu werten.

² Für einen theoretischen Überblick vgl. Aldrich/Waldinger 1990.

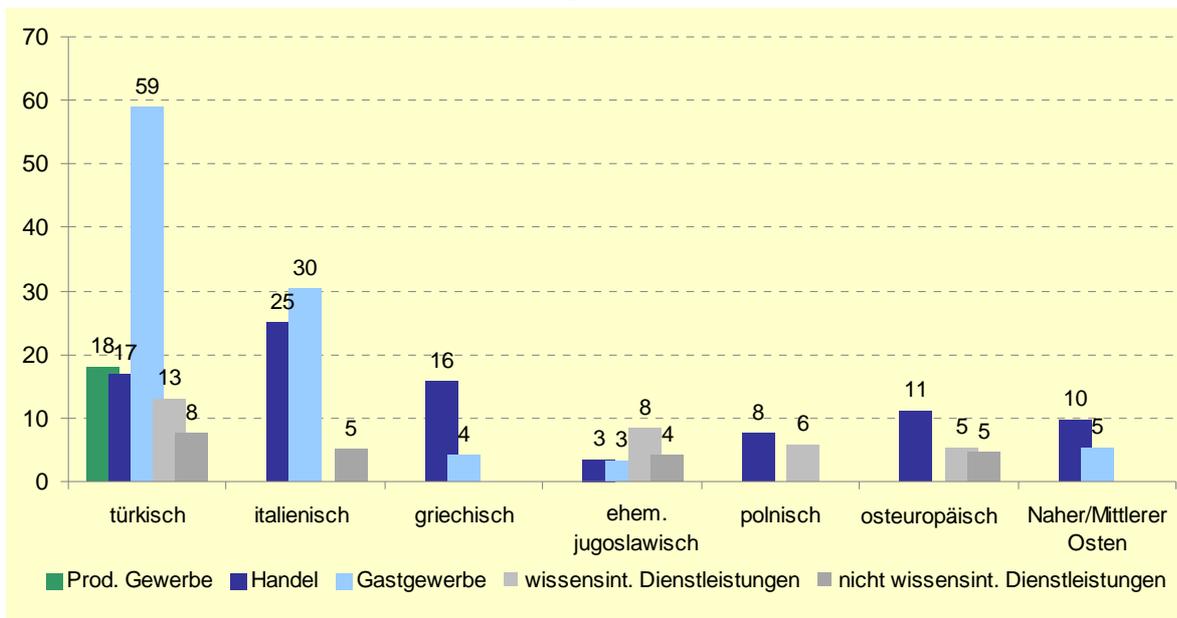
³ Vgl. Bonacich 1973; Aldrich/Waldinger 1990.

Dies führt zu der Frage, welche Faktoren auf die Geschäftsbeziehungen bzw. die Nutzung gruppeninterner (ethnischer) Ressourcen Einfluss nehmen. Unseren Befragungsergebnissen zufolge werden co-ethnische Geschäftskontakte insbesondere von denjenigen Selbständigen gepflegt, die auch überdurchschnittlich viele Landsleute als Kunden haben (nicht abgebildet). Es wäre aber voreilig, hieraus den Schluss zu ziehen, dass solche binnenethnischen Beziehungen grundsätzlich ein Abschottungsmerkmal sind, denn die Lieferantenstruktur wird durch eine Vielzahl weiterer Faktoren beeinflusst:

Maßgeblich sind vor allem die regionalen Opportunitätsstrukturen.⁴ D.h. die Möglichkeit, Geschäftsbeziehungen innerhalb einer ethnischen Gruppe zu pflegen, hängt fundamental von den regionalen Potenzialen ab. Während Türkischstämmige und Italienischstämmige in vielen Städten ein relativ dichtes Konglomerat bilden, findet man in anderen Migrantengruppen eine stärkere (regionale) Fragmentierung, wodurch in vielen Fällen die Basis für rege Geschäftskontakte fehlt. Dies kann die geringere Bedeutung von co-ethnischen Lieferantenbeziehungen unter den weniger bevölkerungsstarken Migrantengruppen in Baden-Württemberg erklären.

Hinzu kommt, dass sich generell sowohl das Geschäftsmodell als auch die Branchenzugehörigkeit entscheidend auf die Ausgestaltung von Lieferantenkontakten auswirken. Beispielsweise hängen Handels- und Gastronomiebetriebe aufgrund ihres spezifischen Produktangebots auch relativ stark von Lieferanten gleicher Herkunft ab, was sich insbesondere bei den türkisch- oder italienischstämmigen Unternehmer/innen zeigt (Abbildung 12.1.2). Im Baugewerbe hingegen spielen co-ethnische Lieferanten keine Rolle. Dies ist selbst bei den stark bauhandwerklich orientierten polnischen Selbständigen zu beobachten.

Abb. 12.1.2: Co-ethnische Lieferantenbeziehungen nach Wirtschaftsbereichen



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Wenig verwundern dürfte, dass co-ethnische Lieferantenbeziehungen negativ mit der Betriebsgröße korrelieren (hier nicht abgebildet), denn es sind am Ende der Wertschöpfungskette

⁴ Vgl. Oliviera 2007.

vor allem die kleinen Gastronomie- und Einzelhandelsunternehmen, mit denen bspw. die auf „ethnische Produkte“ spezialisierten Großhändler in Geschäftsbeziehungen treten. Und dies dürften wiederum zum großen Teil Landsleute sein, die nicht nur ihresgleichen, sondern in- zwischen vielfach auch „deutsche“ Filialisten beliefern.⁵

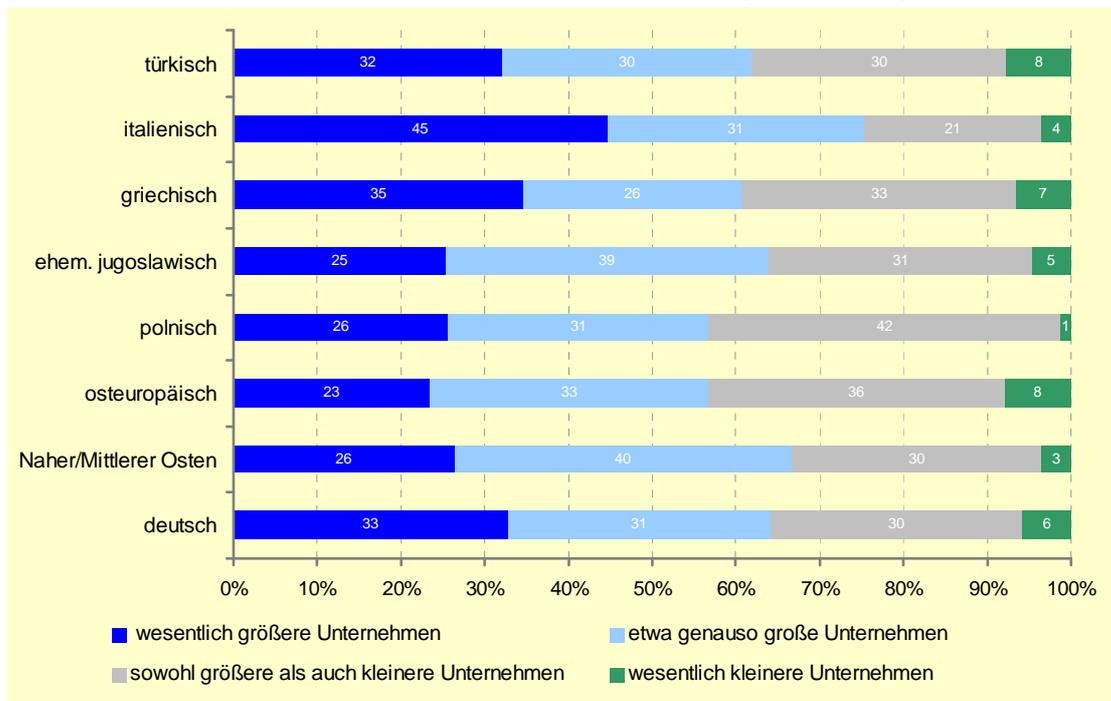
12.2 Beziehungsstrukturen im Kontext des Wettbewerbs

Die Konkurrenzsituation selbständiger Migranten wurde bereits in Kapitel 7.3.2 im Zusammenhang mit dem Rückgriff auf ethnische Kapital behandelt. Hier interessiert, wie stark die Konkurrenz von Migrantenunternehmen einzuschätzen ist und welche Kundenbeziehungen vor diesem Hintergrund aus betriebswirtschaftlicher Sicht aufgebaut werden, um sich im Wettbewerb zu positionieren.

„Größe“ der Konkurrenz

Die Wettbewerbsstrategie der Entrepreneure hängt maßgeblich von deren Marktmacht und Größe ab. Kapital- und Personalbasis des Wettbewerbs nehmen starken Einfluss auf die eigene Positionierung am Markt. Weist ein Marktsegment viele große und etablierte Unternehmen auf, erscheint eine Nischenstrategie lukrativer als sich auf einen Preiskampf einzulassen, in den man mit geringeren Größendegressionseffekten ziehen muss. Der Nachteil geringer Skaleneffekte kann in der Migrantenökonomie zwar unter Umständen durch ethnische Ressourcen kompensiert werden (z.B. durch mithelfende Familienangehörige, längere Arbeitszeiten), aus betriebswirtschaftlicher Sicht allerdings gäbe es in nicht wenigen Fällen auch alternative Möglichkeiten der Marktpositionierung, die eine „Selbstaussbeutung“ überflüssig machen.

Abb. 12.2.1: Größe der konkurrierenden Unternehmen im Vergleich zum eigenen Unternehmen



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

⁵ Zum Beispiel beliefert der türkische Lebensmittelgroßhändler Baklan viele kleine türkischstämmige Einzelhändler, aber gleichzeitig auch deutsche Supermarktketten.

Die empirischen Befunde (Abbildung 12.2.1) verdeutlichen den Zusammenhang von innerbetrieblichen Kompensationsfaktoren und strategischer Position im Wettbewerbsumfeld. Speziell bei italienischstämmigen Unternehmern in Baden-Württemberg ist ein starker Wettbewerbsdruck durch gleich große oder größere Unternehmen spürbar: Drei Viertel geben an, dass sie mit anderen in Konkurrenz stehen, die mindestens die gleiche Größe aufweisen. Beinahe die Hälfte der italienischstämmigen Unternehmer/innen konkurriert gar mit wesentlich größeren Unternehmen. In anderen ethnischen Gruppen und bei Deutschen ist dies nur bei rund einem Viertel bis einem Drittel der Fall. Es dürfte in Anbetracht der Betriebsgrößenstrukturen in der Grundgesamtheit nicht verwundern, dass über alle Gruppen hinweg ein jeweils geringer Anteil der Unternehmen mit „wesentlich kleineren“ Unternehmen konkurriert.

Wettbewerbsstrategie

Porter (1980) unterscheidet drei Arten generischer Strategien (Normstrategien), für die sich ein Unternehmen hinsichtlich der Marktpositionierung entscheiden kann: Kostenführerschaft, Fokussierung und Differenzierung. Im Grunde geht er von einer Dichotomie zwischen Kosten- und Qualitätsführerschaft aus. Ein Unternehmen kann entweder auf der Basis geringer Kosten einen günstigen Preis anbieten, oder sich von der Konkurrenz durch bessere Qualität abheben. Bei der Fokussierung geht es primär um die Entscheidung, entweder nur einen Teil eines Marktsegments abzudecken (Nischenstrategie) oder aber mit einem breiten Angebot das gesamte Segment anzupeilen.

Im Folgenden wird der Aspekt der Differenzierung im Zusammenhang mit den Kundenbeziehungen stärker aufgeschlüsselt: Neben der Strategie hinsichtlich einer preislichen und qualitativen Positionierung und der Angebotsbreite, geht es um die Serviceorientierung, die Bedeutung des persönlichen Verhältnisses zu den Kunden und der eingesetzten Arbeitszeit. In unserer Untersuchung wurden die Selbständigen gefragt, im Hinblick auf welche Aspekte sie sich von der Konkurrenz abheben (Mehrfachantworten möglich): hinsichtlich des Services, des persönlichen Verhältnisses, der Qualität, der Auswahl, der Arbeitszeit und des Preises.

Tab. 12.2.2: Differenzierungsfaktoren zur Konkurrenz (Mehrfachantworten möglich)

	Service	persönl. Verhältnis	Qualität	Auswahl	Arbeitszeit	Preis	keine Unterschiede	keine Konkurrenz
türkisch	76,6	51,2	61,2	45,8	31,8	31,8	2,0	7,0
italienisch	68,0	80,5	76,0	56,0	46,0	36,0	2,0	0,5
griechisch	66,7	73,5	56,1	41,7	42,4	31,1	3,0	5,3
ehem. jugoslawisch	57,7	53,7	57,7	29,7	36,6	27,4	10,3	6,9
polnisch	56,1	42,7	41,5	17,1	30,5	20,7	6,1	13,4
osteuropäisch	50,5	53,2	42,3	27,0	39,6	20,7	6,3	17,1
N./M.Osten	63,0	63,0	55,0	38,0	33,0	33,0	4,0	10,0
deutsch	77,0	66,5	66,0	41,0	0,0	26,0	2,5	5,5
<i>Mittelwert</i>	<i>64,4</i>	<i>60,5</i>	<i>57,0</i>	<i>37,0</i>	<i>32,5</i>	<i>28,3</i>	<i>4,5</i>	<i>8,2</i>
<i>Mittelwert (exkl. Dt.)</i>	<i>62,6</i>	<i>59,7</i>	<i>55,7</i>	<i>36,5</i>	<i>37,1</i>	<i>28,7</i>	<i>4,8</i>	<i>8,4</i>

Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Eine adäquate *Serviceorientierung* ist unserer Befragung zufolge das beliebteste Instrument, um sich von der Konkurrenz zu unterscheiden. Dies gilt vor allem (und gleichermaßen) für die türkischstämmigen und deutschen Selbständigen, von denen jeweils drei Viertel (77%)

der Meinung sind, sich mit einem besseren Service von anderen abzuheben. Aber auch die anderen Gruppen geben dieser Strategie großes Gewicht.

Vier Fünftel der italienisch- und knapp drei Viertel der griechischstämmigen Entrepreneurinnen meinen, dass sie sich im Wettbewerb durch ein *persönlicheres Kundenverhältnis* von den Konkurrenten unterscheiden. Eine solche Personifizierung in der Kundeninteraktion ist für Polnisch- und Türkischstämmige in geringerem Maß ein Thema.

Das *Qualitätsmerkmal* wird vor allem von den italienischstämmigen Selbständigen in den Vordergrund ihrer Positionierungsstrategie gestellt (76%). Bei allen anderen Ethnien spielt im Konkurrenzkampf die Qualität des Angebots eine geringere Rolle als bei deutschen Unternehmer/innen, von denen zwei Drittel hierauf setzen. Diese Kluft zeigt sich sehr deutlich im Vergleich mit den Selbständigen aus Polen und dem übrigen Osteuropa.

Soweit eine *breite Angebotspalette* als Wettbewerbsinstrument eingesetzt wird, sind es wiederum die Selbständigen italienischer Herkunft, von denen hierauf über die Hälfte (56%) der Befragten setzt. Unter den türkischstämmigen Unternehmer/innen sehen nicht ganz so viel (46%) in der Angebotsbreite einen wettbewerbswerten Vorteil, aber sie tendieren damit immer noch stärker zu dieser Strategie als die Entrepreneurinnen aus Polen und den weiteren osteuropäischen Ländern. Diese scheinen sich in ihrem „Go-to-Market“ stärker zu fokussieren.

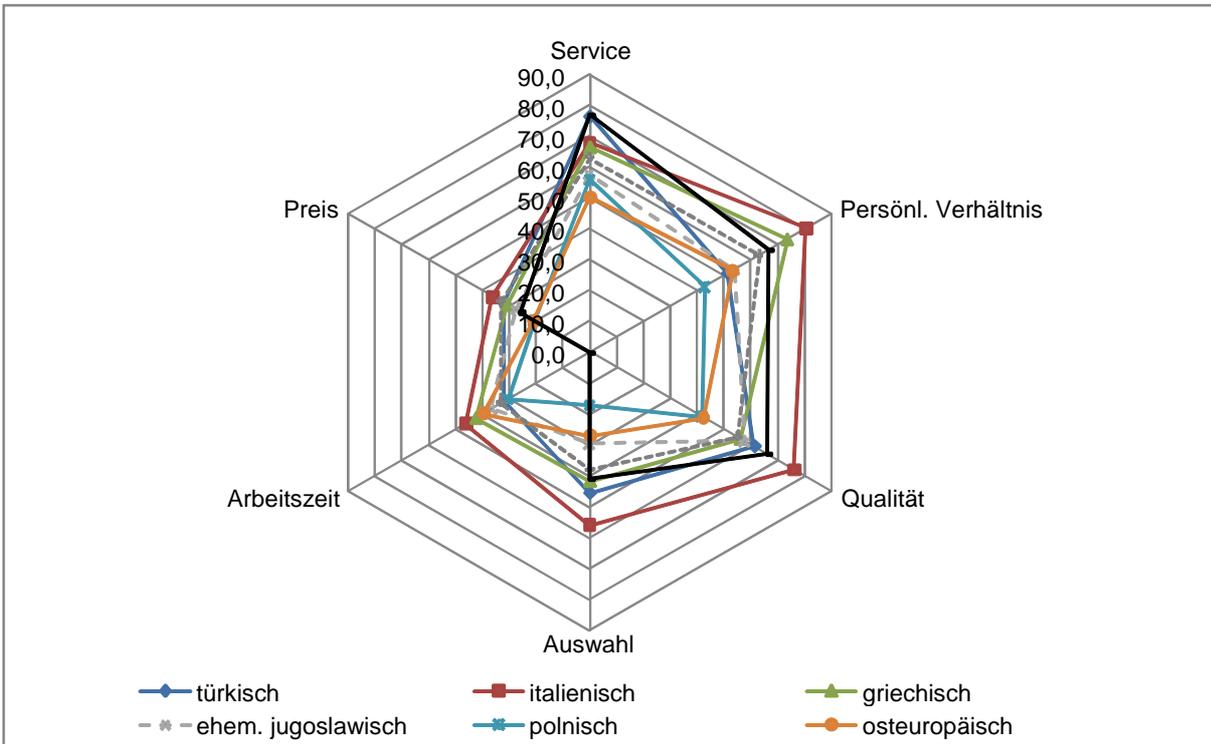
Während unter den deutschen Selbständigen in Baden-Württemberg der *geleisteten Arbeitszeit* als Differenzierungsvariable keinerlei Bedeutung zukommt, scheint für viele Migranten die Redewendung „ohne Fleiß, kein Preis“ viel eher zu gelten. Beinahe die Hälfte der italienisch- und zwei von fünf griechischstämmigen Selbständigen betrachten die von ihnen eingesetzte Arbeitszeit als ein Alleinstellungsmerkmal.

Die häufig geäußerte Ansicht, Migranten würden sich hauptsächlich über eine *Preisführerschaft* auf dem Markt platzieren (insbesondere die „neueren“ Gruppen aus Polen und Osteuropa), kann durch unsere Befunde nicht gestützt werden. Eine bewusste Preis- oder Dumpingstrategie kommt im Schnitt für weniger als ein Drittel der Unternehmer in Frage. Unter den Existenzgründern aus Polen und Osteuropa ist es nur etwa jeder Fünfte der behauptet, sich durch bessere Preise von der Konkurrenz zu unterscheiden (zum Vergleich: Deutsche 26%). Am preiskompetitiven zeigen sich die italienischstämmigen Selbständigen (36%).

Zusammenfassend kann mithin festgestellt werden, dass sich die Ethnien hinsichtlich ihrer betriebswirtschaftlichen Strategie der Positionierung im Markt- und Wettbewerbsumfeld stark unterscheiden. Die Abbildungen 12.2.3 und 12.2.4 visualisieren die Bedeutsamkeit einzelner Alleinstellungskriterien für die untersuchten Ethnien. Hier wird im Überblick deutlich, dass die Ethnien nicht nur hinsichtlich der Prioritäten in ihren Positionierungsstrategien variieren, sondern auch in Bezug auf die Relevanz, die einer Differenzierung zugemessen wird. So weisen italienisch- und griechischstämmige Entrepreneurinnen im Bezug auf mehrere Instrumente hohe Zustimmungswerte auf. D.h. hier wird auf vielfältige Weise versucht, sich im Wettbewerb zu behaupten, was als ein Hinweis auf eine hohe Wettbewerbsintensität zu deuten ist. Mit vielerlei Alleinstellungsmerkmalen in der Positionierung nach außen und durch interne Faktoren (Arbeitsleistung, mithelfende Familienangehörige) versuchen sie ihr Geschäft in Gang zu halten. Bei den Migranten aus Osteuropa, Polen und dem Nahen und Mittleren Osten

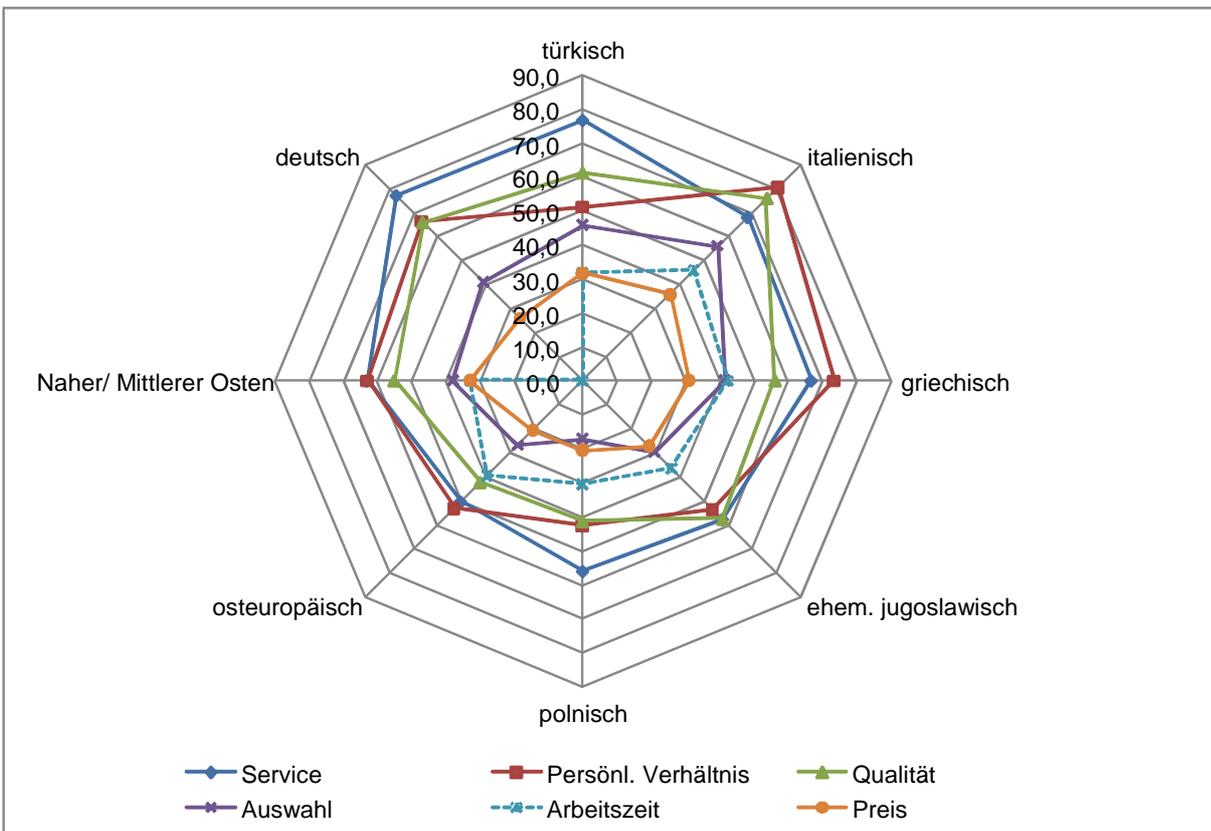
wiederum, scheint der Konkurrenzdruck weniger stark zu wiegen, weshalb sie sich auch strategisch anders verhalten.

Abb. 12.2.3: Wettbewerbsstrategien nach Differenzierungsaspekten (Mehrfachantworten möglich)



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Abb. 12.2.4: Wettbewerbsstrategien nach Ethnien (Mehrfachantworten möglich)



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

13. Außenwirtschaftliche Verflechtungen

Verbesserte und günstigere Kommunikations- und Transportmöglichkeiten haben in den letzten Jahren zur Erweiterung bisheriger und Entstehung neuer sozialer und ökonomischer Netzwerke über Ländergrenzen hinweg geführt. Generell haben internationale Verflechtungen an Relevanz gewonnen, wobei kleinere und mittlere Unternehmen hierin seltener als größere involviert sind.¹ Immerhin jedoch stellen bspw. Kostensenkungen im Flugverkehr oder die technologischen Neuerungen in der Kommunikation, etwa über das Internet, für KMU eine Chance dar, sich verstärkt im Ausland engagieren zu können. Nicht selten machen sich ethnische Unternehmer diese Möglichkeiten zunutze. Goebel und Pries (2006) konstatieren auch bei selbständigen Migranten eine adäquate Nutzung der technologischen und infrastrukturellen Neuerungen und sehen sie zunehmend eingebettet in transnationale Wertschöpfungsketten, Einkaufs- und Absatzbeziehungen. Die Diskussion um länderübergreifende soziale und wirtschaftliche Verflechtungen wird in der neueren Entrepreneurship-Forschung häufig mit „transnationaler Selbständigkeit“ und hierüber auch mit dem Faktor Mobilität (von Personen, Waren oder Dienstleistungen) in Verbindung gebracht.² Die Forschung steht auf diesem Gebiet noch am Anfang, weshalb an dieser Stelle auf eine ausführlichere Darstellung der Debatte verzichtet wird (siehe hierzu Kapitel 2). Es ist jedoch davon auszugehen, dass Kontakte und Beziehungen zum Herkunftsland nicht nur für die Unternehmer selbst von großem Nutzen sind, sondern auch den wirtschaftlichen Interessen der Aufnahmeländer bzw. denen von Baden-Württemberg dienen.

Für Unternehmer mit Migrationshintergrund, die mit großer Wahrscheinlichkeit über Kontakte ins Herkunftsland verfügen, können außenwirtschaftliche Beziehungen ein großes Potenzial darstellen, sowohl zu Beginn (Produktion), als auch am Ende (Vertrieb) des Wertschöpfungsprozesses.³ Die Aktivierung von Opportunitäten im Herkunftsland dürfte Migranten leichter fallen als anderen. Durch die intensiven Kontakte im Heimatland verfügen sie meist über einen besseren und schnelleren Zugang zu den geschäftsrelevanten Ressourcen. Das Fehlen von Sprachbarrieren, der gemeinsame kulturelle Hintergrund, explizite und implizite Kenntnisse der formalen Strukturen erleichtern es, ökonomische Verbindungen zwischen Deutschland und dem Herkunftsland zu aktivieren.

Ob und in welchem Umfang sich außenwirtschaftliche Beziehungen entwickeln, hängt von einer Vielzahl von Faktoren ab. Einerseits sind die Reisekosten, die (geografische) Nähe und die Infrastruktur von großer Relevanz. Andererseits jedoch erweitern moderne Informations- und Kommunikationstechnologien die Möglichkeiten der sozialen und ökonomischen Vernetzung, auch über große Strecken hinweg, wodurch die räumliche Distanz nunmehr auch den transnationalen Geschäftsbeziehungen kleinerer Unternehmen weniger im Wege steht. Aber nicht nur die räumliche Entfernung bzw. Nähe, sondern auch die Branche, das Geschäftsmodell sowie die Art des Produkts bzw. der Dienstleistungen nimmt Einfluss auf die Intensität

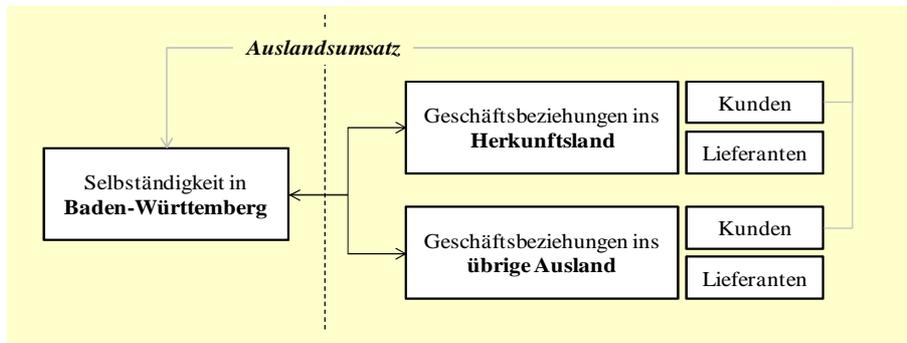
¹ Semlinger/ von Behr 2004; Fieten et al. 1997.

² Vgl. hierzu Portes et al. 2002; Ambrosini 2008; Glorius 2007.

³ Perlitz 2000.

außenwirtschaftlicher Beziehungen, genauso wie – auf Makroebene – die politischen und institutionellen Beziehungen zwischen Ursprungs- und Ankunftsland. Welche Bedeutung die Geschäftsbeziehungen und der Auslandsumsatz bei selbständigen Migranten in Baden-Württemberg besitzen wird im Folgenden erläutert.

Abb. 13.1: Grundstruktur möglicher außenwirtschaftlicher Verflechtungen



Anzumerken ist, dass sich Geschäftsbeziehungen nicht unbedingt auf das Herkunftsland reduzieren lassen. Internationale Beziehungen können auch ins übrige Ausland aufgebaut werden und natürlich können auch Umsätze im Ausland und dennoch nicht im Herkunftsland erzielt werden (siehe Abbildung 13.1).

13.1 Geschäftskontakte im Ausland

Hypothetisch betrachtet gibt es eine ganze Reihe von Stakeholdern, zu denen Unternehmerinnen und Unternehmer mit Migrationshintergrund über Grenzen hinweg Verbindungen pflegen können. Neben den *Kunden* im Herkunftsland dürften hierbei auch *Lieferanten*, Mitbewerber, Finanzdienstleister und Kapitalgeber eine Rolle spielen. Unter Umständen kommen hier auch ausländische Staaten, deren Gesellschaften sowie politische und gesellschaftliche Institutionen (z.B. Gewerkschaften) hinzu.⁴ Wir konzentrieren uns im Folgenden auf die hier relevanten Beziehungen zu Kunden und Lieferanten.

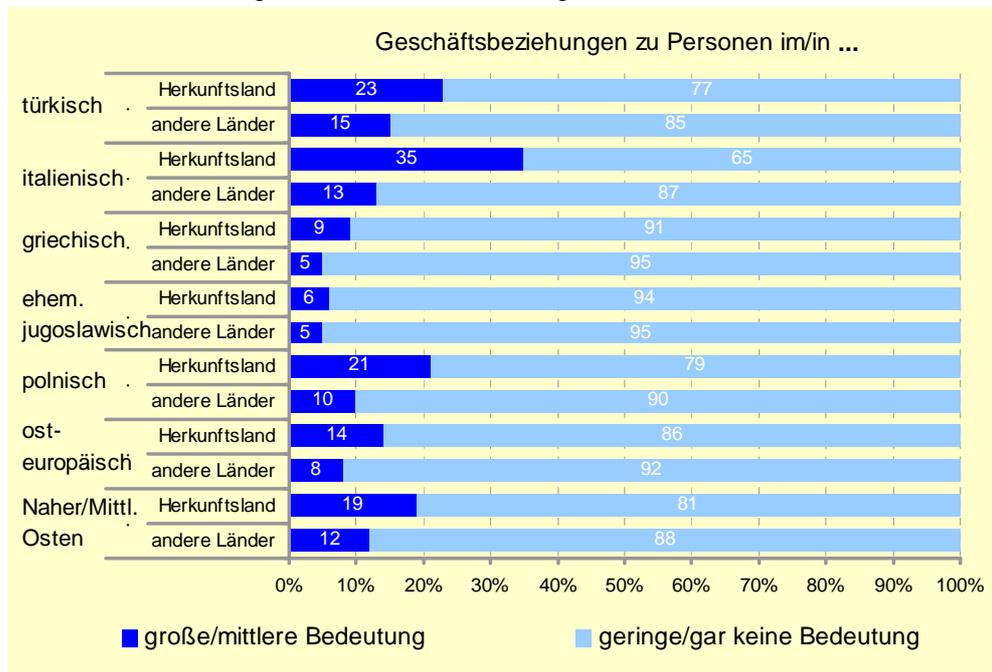
Der Umfang in welchem *Geschäftsbeziehungen ins Herkunftsland* aufgebaut und für den wirtschaftlichen Erfolg als wichtig angesehen werden,⁵ variiert beträchtlich zwischen den Gruppen (Abbildung 13.2). Die italienischen Unternehmer/innen bilden die Gruppe mit dem höchsten Anteil an relevanten Auslandsbeziehungen: Für mehr als ein Drittel der italienischen Selbständigen haben Geschäftskontakte zu Personen in Italien eine mittlere bis große Bedeutung. Ob hierfür die geographische Nähe Italiens zu Deutschland verantwortlich ist, lässt sich anhand der Daten nicht sagen. Das länderspezifische Muster ist hier nicht eindeutig. Relativ wichtig sind solche Verbindungen ins Herkunftsland immerhin auch für ein gutes Fünftel der polnischstämmigen Selbständigen (21%). Allerdings kann dies auch für 23% der Türkischstämmigen festgestellt werden, mithin also für Unternehmer, die solche Kontakte über entsprechend größere Distanzen pflegen müssen. Von geringer Relevanz hingegen erweisen sich

⁴ Perlitz 2000, S. 28.

⁵ Es wurde gefragt, ob für den wirtschaftlichen Erfolg Kontakte zu bestimmten Personen von Bedeutung sind und weiter, um welchen Personenkreis (im Herkunftsland sowie in Deutschland) es sich handelt.

die Geschäftsbeziehungen von ehemaligen Jugoslawen und Griechen zu entsprechenden Personen im Ursprungsland.

Abb. 13.2: Bedeutung von Geschäftsbeziehungen zu Personen im Herkunftsland



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg 2009“ ifm Universität Mannheim.

Eine deutlich geringere Rolle spielen *Geschäftskontakte ins übrige Ausland*. Insgesamt bewegen sich diese Anteile in einem Spektrum zwischen 5% und 15%. In der Tendenz spiegelt sich die gruppenspezifische Bedeutung der Beziehungen ins Herkunftsland wider, d.h. diejenigen Herkunftsgruppen, die auch wichtige Kontakte in ihr Heimatland pflegen, beschränken sich nicht nur hierauf, sondern haben auch welche ins übrige Ausland, allerdings in geringerem Maße. Das Ranking der Ethnien verändert sich nur leicht, da die türkischstämmigen Selbständigen in Bezug auf Beziehungen in übrige Länder am häufigsten eine Bedeutung signalisieren, gefolgt von den Italienern. Am Ende des Rankings befinden sich die Selbständigen aus Griechenland und dem ehemaligen Jugoslawien.

Hier stellt sich natürlich die Frage, welche betrieblichen Charakteristika diejenigen Unternehmen jeweils aufweisen, für die außenwirtschaftliche Beziehungen erfolgsrelevant bzw. nicht relevant sind. Aufgrund der geringen Fallzahlen können die „sonstigen“ Auslandsbeziehungen, die nicht ins Heimatland reichen, kaum tiefer reichend untersucht werden. Charakterisiert man die Unternehmen mit Beziehungen ins Herkunftsland, dürfte nicht verwundern, dass es sich tendenziell um eher größere Unternehmen handelt⁶ (nicht abgebildet), wobei hier allerdings kein linearer Zusammenhang besteht. D.h. erst ab einer bestimmten Unternehmensgröße wächst der Anteil an bedeutenden Auslandsbeziehungen. Denn auffällig ist, dass der Anteil an Selbständigen mit Auslandsgeschäftsbeziehungen unter den Ein-Personen-Unternehmen einiger Gruppen leicht höher als unter den kleinen Unternehmen mit 1-9 Beschäftigten ist. Dies ist bspw. bei den Soloselbständigen aus Italien, Polen und dem Na-

⁶ Wobei die Verteilung in der Grundgesamtheit bedingt, dass in unserer Zufallsstichprobe natürlich relativ wenige größere Unternehmen enthalten sind.

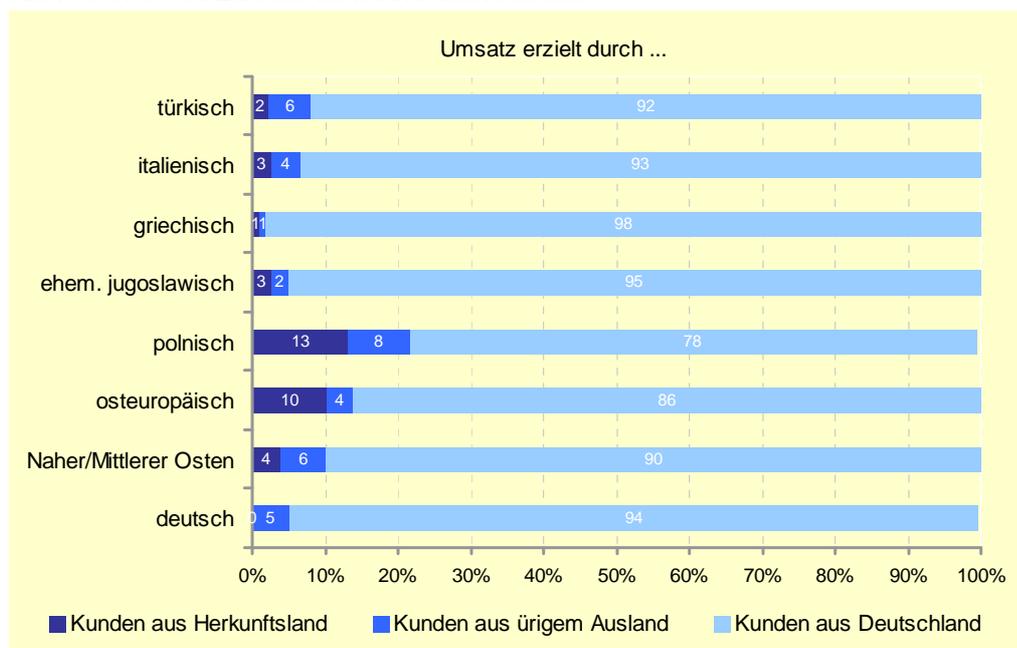
hen/Mittleren Osten zu beobachten. Möglicherweise handelt es sich um international agierende Experten oder Spezialisten, die hierfür eher Telefon und Computer, aber kein Personal benötigen. Unternehmen mit Auslandsbeziehungen finden sich vorwiegend im Handel und in den wissensintensiven Diensten.

13.2 Auslandsumsatz

Ob und in welchem Maße die Befragten ihren Beziehungen ins Heimatland bzw. Ausland Bedeutung für den wirtschaftlichen Erfolg ihres Unternehmens beimessen, ist natürlich ein subjektives Maß. Als ein zusätzlicher Indikator für die (wirtschaftliche) Relevanz von Kontakten ins Herkunftsland können die im Ausland erzielten Umsätze herangezogen werden. Dies unterstreicht die Bedeutung von Auslandsbeziehungen; allerdings nur in Bezug auf die Kunden und nicht auf die Lieferanten. In Abbildung 13.3 sind die Umsatzanteile dargestellt, die in Deutschland, im Herkunftsland oder im übrigen Ausland erzielt wurden. Zu einer vergleichenden Einschätzung wurden hier auch die Inhaber von deutschen Unternehmen befragt.

Erwartungsgemäß variiert der Anteil des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz, je nachdem welche Ethnie betrachtet wird. Fasst man die im Herkunftsland und im übrigen Ausland erzielten Umsätze zu Auslandsumsätzen zusammen, dann generieren deutschstämmige Selbständige etwa 5% ihres Umsatzes im Ausland. Bei einigen Selbständigengruppen mit Migrationshintergrund liegt der Wert höher. Während Griechen und ehemalige Jugoslawen kaum umsatzrelevante Kundenbeziehungen ins Ausland aufweisen (2% bzw. 5%), liegt der Anteil des im Ausland erwirtschafteten Umsatzes bei Osteuropäern bei 14% und bei polnischen Selbständigen sogar bei 21%. Ganz offensichtlich bietet der mittel- und osteuropäische Markt Gelegenheiten, die Gründer/innen aus diesen Herkunftsregionen in Deutschland ergreifen.

Abb. 13.3: Umsatzanteile im Inland und Ausland



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg“ ifm Universität Mannheim.

Allerdings wird jeweils auch ein beachtlicher Teil des Auslandsumsatzes gar nicht im Heimatland, sondern im übrigen Ausland erzielt. Bei den polnischen und osteuropäischen Selbständigen überwiegen Umsätze in ihren Herkunftsländern, bei den Selbständigen aus der Türkei und Italien dagegen die aus dem übrigen Ausland. Insgesamt betrachtet bewegen sich die im Ausland bzw. Herkunftsland erzielten Umsätze in einem eher bescheidenen Rahmen. Es sind insbesondere die Selbständigen aus den ehemaligen Anwerbeländern, die sich zu sehr hohem Anteil „binnenwirtschaftlich“ orientieren. Dies ist natürlich auch im Zusammenhang mit der starken Präsenz dieser Gruppen im Gastgewerbe und vergleichbaren distributiven Dienstleistungen zu sehen, wodurch lokale Absatzmärkte bedient werden. Aber letztlich ist dies bei der Mehrheit an „deutschen“ Unternehmen ähnlich der Fall. Das verwundert auch nicht, da die Kleinstunternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten rund 92% aller Unternehmen insgesamt stellen. Hier ist die Exportwahrscheinlichkeit gering.

Weiterführende multivariate Analyseverfahren bestätigen zum Großteil die beschriebenen Effekte. Hier wurde wiederum eine Regressionsanalyse erstellt, wobei die abhängige Variable in diesem Fall so definiert ist, ob überhaupt Umsatz im Ausland erzielt wird oder nicht (Tabelle 13.4).

Tab. 13.4: Determinanten der Wahrscheinlichkeit auf Auslandsumsatz¹⁾

Unabhängige Variablen	Exp(B)	Sig.
<i>Ref.: deutsch</i>		
türkisch	0,80	
italienisch	1,19	
griechisch	0,19	***
ehem. jugoslawisch	0,70	
polnisch	4,30	***
osteuropäisch.	1,70	*
Naher / Mittler Osten	0,79	
<i>Ref.: keine Ausbildung</i>		
Ausbildung	0,81	
Studium	1,09	
weiblich	0,66	**
Alter in Jahren	1,01	
Alter des Betriebes	0,99	
<i>Ref.: Prod. Gewerbe</i>		
Handel	1,66	**
Gastgewerbe	0,92	
wissint. DL	0,90	
nicht. wissin. DL	0,68	
Zahl der Beschäftigten	0,99	
(Konstante)	0,48	

1) Logistische Regression mit abhängiger Variablen: Auslandsumsatz ja/nein.

Signifikanzniveau *p<0,1 **p<0,05 ***p<0,01

Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie Baden-Württemberg“; ifm Universität Mannheim.

Im Vergleich zu den Selbständigen deutscher Herkunft haben die griechischstämmigen eine signifikant geringere Wahrscheinlichkeit, Auslandsumsatz zu erzielen. Diejenigen aus Polen und Osteuropa weisen dagegen häufiger Auslandsumsatz auf als deutsche Selbständige. Auch hier ist der Effekt signifikant. Die Wahrscheinlichkeit liegt bei Selbständigen aus Polen über viermal so hoch wie bei den Deutschen. Bei den Selbständigen der übrigen Herkunftsgruppen unterscheidet sich die Wahrscheinlichkeit, dass sie im Ausland Umsatz machen, nicht signifikant von den deutschen Selbständigen.

Mit Blick auf geschlechtsspezifische Unterschiede zeigt sich, dass die Unternehmen von Männern eher als die von Frauen Auslandsumsatz generieren. Hingegen hat das Bildungsniveau keinen signifikanten Einfluss auf die Frage, ob Auslandsumsatz erzielt wird oder nicht. Demgegenüber nimmt, wie zu vermuten war, die Branche einen entscheidenden Einfluss. Im Handel liegt die Wahrscheinlichkeit auf das Erzielen von Auslandsumsatz (im Vergleich zum produzierenden Gewerbe) deutlich höher als in allen anderen Wirtschaftsbereichen (obwohl hier nicht die Höhe des Umsatzes eine Rolle spielt). Speziell im Handel scheinen sich also Opportunitäten transnationaler Verflechtungen aufzutun bzw. werden hier Kundenpotenziale auch tatsächlich aktiviert. Die anderen Wirtschaftszweige weisen keine signifikanten Unterschiede zum produzierenden Gewerbe auf, was nicht heißt, dass dort keine Auslandsumsätze erzielt werden. Sie sind aber weniger bedeutend als im Produktionsbereich.

Abschließend stellt sich die Frage, ob denn zwischen der Bedeutung von Geschäftsbeziehungen ins Ausland und der Struktur des Umsatzes ein Zusammenhang besteht. Denn schließlich müssen die Geschäftskontakte im Ausland nicht unbedingt auch von wirtschaftlicher Relevanz sein. Kreuzt man daher beide Variablen mittels einer Korrelation, so zeigt sich, dass Selbständige, für die Geschäftskontakte ins Ausland oder Herkunftsland eine mittlere bzw. große Rolle spielen, auch mit höherer Wahrscheinlichkeit Auslandsumsatz machen als Personen bei denen diese Kontakte eher weniger oder gar keine Bedeutung haben (hier nicht dargestellt).

VI. Probleme, Qualifizierungs- und Unterstützungsbedarf

Der Weg in die Selbständigkeit erfordert nicht nur entsprechende Neigungen und Gelegenheiten, sondern auch ein hohes Maß an Wissen, Fähigkeiten und weiteren Ressourcen wie Zeit, Beziehungen und vieles mehr. Zudem müssen auch gewisse Restriktionen überwunden werden. 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 14 wird jedoch die nicht minder interessante Frage verfolgt, welche Hemmnisse die derzeit selbständigen Migrantinnen und Migranten im Verlauf des Gründungsprozesses erfahren haben. Zwar findet sich zwischenzeitlich bundes- und landesweit eine adäquate Infrastruktur an gründungsunterstützenden Einrichtungen, die informieren und helfen sollen, start-up-Probleme zu bewältigen. Doch bisher besteht eher Uneinigkeit, inwieweit sie migrantenspezifischen Belangen genügen und ob (sowie von welchen Gruppen) entsprechende Unterstützungsleistungen angenommen werden. Kapitel 15 geht daher im Detail auf den Informations- und Beratungsbedarf von Migrantinnen und Migranten während der Gründungsphase, deren Inanspruchnahme und auf die Verbreitung von Qualifizierungsmaßnahmen ein.

14. Hemmnisse in der Gründungsphase

Eine nicht unerhebliche Zahl von Gründungsvorhaben wird durch Hemmnisse in der Vorgründungs- und Gründungsphase erschwert. Da im Rahmen der vorliegenden Untersuchung nur eine Befragung (wirtschafts-) aktiver Unternehmerinnen und Unternehmer erfolgen konnte, kommen letztlich nur Ergebnisse zutage, welche den Schritt zur beruflichen Selbständigkeit zwar behinderten, aber nicht gänzlich verhinderten. In Bezug auf die Gründungshemmnisse kann zwischen Faktoren unterschieden werden, die eher auf individueller Ebene angesiedelt sind (*persönliche Gründungshemmnisse*) und solchen, die auf allgemeine, strukturelle Rahmenbedingungen zurückzuführen sind (*formale Gründungshemmnisse*). Entsprechend unterschiedlich sind sie beeinflussbar: Die Politik kann nur teilweise durch entsprechende Maßnahmen unterstützen und steuern. Manche auf der persönlichen Ebene auftretenden Hemmnisse sind „von außen“ kaum zu beheben.

Die Vermutung liegt nahe, dass Zugewanderte und Personen, deren Eltern nach Deutschland migrierten, stärker mit Problemen zu kämpfen haben als einheimische Gründerinnen und Gründer. In unterschiedlichem Grad bestätigen dies auch einige regionale Untersuchungen¹ sowie eine bundesweite Studie des ifm,² wobei hier zumeist Retrospektivbefragungen als Datengrundlage dienen. Aber auch eine Panelbefragung der Deutschen Ausgleichsbank (DtA) kam, allerdings vor längerer Zeit, zu dem Ergebnis, dass Ausländer/innen beim Schritt in die Selbständigkeit stärker gehindert oder gehemmt sind:³ Während nur ein Zehntel der nicht-deutschen Gründungsplaner ein Jahr später ihre Idee in die Tat umgesetzt hat, war dies unter

¹ Hayen/ Unterberg 2008; Jasper et al. 2008; Leicht et al. 2009.

² Leicht et al. 2005.

³ DtA (KfW) 2003.

Einheimischen immerhin fast ein Drittel. Gleichzeitig haben Migranten ihr Gründungsvorhaben doppelt so häufig abgebrochen als Deutsche. Wir gehen jedoch davon aus, dass die große heterogene Gruppe der Migranten auch bezüglich der Gründungshemmnisse nicht über einen Kamm zu scheren ist, weshalb wir nachfolgend nach der ethnischen Herkunft differenzieren.

14.1 Strukturell und persönlich bedingte Gründungshemmnisse

Unsere Primärerhebung in Baden-Württemberg erlaubt einen detaillierten Blick auf die Art und Bedeutung einzelner Probleme, die sich Gründerinnen und Gründern ganz verschiedener Herkunft in der Anfangsphase in den Weg stellen. Wir unterscheiden hierbei zwischen strukturell und persönlich bedingten Gründungshemmnissen. Insgesamt zeigt sich das in Tabelle 14.1 dargestellte Bild.

Strukturelle Hemmnisse

Konzentriert man sich zunächst auf die Rahmenbedingen und damit auf die strukturellen Hemmnisse wird ersichtlich, dass sowohl bei Deutschen als auch bei Migranten verschiedenster Herkunft der *bürokratische Aufwand*, der mit einer Unternehmensgründung verbunden ist, als größte Hürde auf dem Weg in die berufliche Selbständigkeit erachtet wird. Interessanterweise stellen Behördengänge, Genehmigungsverfahren, Qualifikationsnachweise und andere bürokratische Anforderungen für jeden dritten Deutschen (und damit im Durchschnitt stärker als für Selbständige mit Migrationshintergrund) ein Gründungshemmnis dar. Lediglich Migranten aus dem Nahen/ Mittleren Osten hatten noch mehr Probleme mit der deutschen Bürokratie. Insgesamt handelt es sich hier aber, entgegen der Annahme, nicht etwa um eine migrantenspezifische Problematik: Die Bürokratie rund um die Gründung empfinden auch Deutsche als störend.

Tab. 14.1: Zentrale Gründungshemmnisse (Mehrfachantworten möglich, Angaben in %)

Hemmnis durch ... (in der Rangfolge der Mittelwerte)	türk.	ital.	griech.	ehem. jugosl.	poln.	ost- europ.	N./M. Osten	deutsch
hohen bürokratischen Aufwand	22,7	26,8	18,1	27,5	20,7	22,5	36,4	31,0
Kredit/ nötiges Kapital zu bekommen	25,0	29,3	25,0	20,6	14,8	19,1	25,0	24,5
Belastung für Familie/ Partnerschaft	11,1	20,8	23,4	16,1	11,0	18,1	26,0	18,0
Unkenntnis der Anforderungen	12,5	21,1	9,1	10,2	18,3	21,1	24,3	11,0
Körperliche/ psychische Belastung	17,5	18,0	15,2	16,8	13,4	16,2	15,0	15,5
Fehlen kaufmännischer Kenntnisse	13,5	17,1	15,2	13,7	15,9	18,9	16,0	6,5
Problem, gutes Personal zu finden	11,0	21,0	19,7	10,9	7,6	7,2	13,0	7,5
Problem eigener (ethnischer) Herkunft	15,5	14,6	6,1	4,6	13,4	5,4	10,0	-

Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie in Baden-Württemberg“ ifm Universität Mannheim.

Neben der Bürokratie wird die *Finanzierungsfrage* als zentrale Gründungshürde empfunden. Im Schnitt (hier nicht abgebildet) stellt für 23% der Unternehmerinnen und Unternehmer in Baden-Württemberg die Kapitalbeschaffung ein Problem während der Gründungsphase dar. Am stärksten ist dies bei den Gründerinnen und Gründern mit italienischen Wurzeln der Fall. Diese sind allerdings auch stark im gastronomischen Sektor vertreten und Finanzierungen im Gastgewerbe sind aus Bankensicht mit einem hohen Risiko verbunden und werden nicht sel-

ten verwehrt. Für Selbstständige aus Polen und Osteuropa ist die Finanzierung hingegen ein weniger bedeutendes Hindernis, was auf deren unterschiedliches Gründungsprofil (Geschäftsmodell, Branche) zurückzuführen ist.

Die Suche nach *geeignetem Personal* ist für 13% der Befragten ein relevantes Gründungshemmnis. Insbesondere für italienisch- und griechischstämmige Selbstständige stellt sich die Personalsuche als eine schwierige Angelegenheit in der Gründungsphase heraus. Auch dies ist vermutlich auf eine überproportionale Anzahl an gastronomischen Betrieben zurückzuführen, die einerseits eine hohe Personalintensität aufweisen und andererseits aufgrund der Arbeitsbedingungen unter einer mangelnden Attraktivität der Arbeitsplätze leiden.

Personenbezogene Hemmnisse

Während die Gesamtrangliste der Gründungshemmnisse von zwei Faktoren angeführt wird, die außerhalb des privaten Einflussbereichs liegen (Bürokratie, Finanzierung), betrifft das drittgrößte Gründungshemmnis das Mikroumfeld der Gründerperson. Im Durchschnitt empfinden 18% der Gründerinnen und Gründer in Baden-Württemberg den Schritt in die Selbstständigkeit als eine *Belastung für die Familie bzw. Partnerschaft*. Polnische und türkische Migranten hatten diesbezüglich weniger Probleme als Migranten aus dem Nahen und Mittleren Osten, Griechenland oder auch Italien.

Mit Ausnahme der Gründer aus Griechenland und dem ehemaligen Jugoslawien stellt die *Unkenntnis formaler und gesetzlicher Anforderungen* eine größere Hürde beim Unternehmensstart dar als für Deutsche. Insbesondere gilt dies für Migranten aus dem Nahen und Mittleren Osten, Osteuropa und Italien.

Die *körperliche und psychische Belastung*, die mit dem Schritt in die berufliche Selbstständigkeit unweigerlich verbunden ist, wird im Durchschnitt von 16% als problematisch empfunden. Hier treten geringe ethnien-spezifische Unterschiede auf. Lediglich Personen mit polnischem Hintergrund sehen hierin ein etwas geringeres Problem (13%).⁴

Bei der Einschätzung, ob sich ein *Mangel an kaufmännischen Kenntnissen* hinderlich in der Gründungsphase auswirkt, gibt es deutliche Differenzen in Bezug auf die Herkunftsgruppen. Für nur knapp 7% der Deutschen ist dies ein Hindernis, bei Migranten sind es jeweils gut doppelt so viele Personen, welche aufgrund von mangelndem betriebswirtschaftlichen Know-how auf Probleme stoßen. Auch dies entspricht unseren Ergebnissen in früheren Untersuchungen auf Bundesebene und in Nordrhein-Westfalen.⁵

Gefragt wurde ferner, inwieweit die eigene *ethnische Herkunft* bei der Gründung als bremsend, etwa in Folge von Diskriminierung oder ähnlichem, empfunden wurde. Im Schnitt ist dies bei jeder bzw. jedem zehnten Unternehmer/in mit Migrationshintergrund in Baden-Württemberg der Fall. Am stärksten bzw. leicht überdurchschnittlich zeigt sich dies bei türkisch-, italienisch- und polnischstämmigen Selbstständigen.

⁴ Ähnliche Ergebnisse finden sich auch bei Leicht et al. 2009.

⁵ Leicht et al. 2005 und 2009.

14.2 Finanzierung 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)⁶ 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.⁷

Im Fokus der Untersuchung des Finanzierungsverhaltens in der baden-württembergischen Migrantenökonomie standen Fragen zu den *Finanzierungsquellen*, zum *Erfolg einer Kreditanfrage* bei einer Bank und zur *Inanspruchnahme von Fördergeldern* der Bundesagentur für Arbeit (Gründungszuschuss, Einstiegsgeld bzw. vormals Überbrückungsgeld, Ich-AG). Bei der Interpretation der Daten ist zur berücksichtigen, dass Finanzierungsfragen erfahrungsgemäß ein schwieriges Unterfangen sind und nicht selten zu hohen Ausfällen in der Beantwortung führen.⁸

Wie in Tabelle 14.1 bereits dargestellt, zeigt sich, dass über alle Gruppen hinweg betrachtet rund ein knappes Viertel der Gründenden in der Kapitalbeschaffung eine fundamentale Herausforderung in der Startphase sieht. Hier war nun näher zu untersuchen, womit die Gründer/innen dann ihr Vorhaben im Einzelnen finanziert hatten. Auch hier waren wieder Mehrfachantworten möglich.⁹

Bei der Frage nach den Quellen des Startkapitals bestätigen sich unsere Untersuchungsergebnisse aus Nordrhein-Westfalen¹⁰: Die in der Ethnic Entrepreneurship Literatur häufig geäußerte These, Migranten würden sich – im Vergleich zu Deutschen – tendenziell eher Kapital aus dem Familienkreis borgen, kann nicht gänzlich unterstützt werden. Tatsächlich variieren die Zahlen je nach betrachteter Ethnie um über 25%-Punkte, wie im Folgenden erörtert wird.

Die *Kapitalressourcen der Familie* spielen bei der Realisierung eines Gründungsvorhabens eine unterschiedlich große Rolle. Sie sind insbesondere bei den Gruppen mit langjähriger Migrationsgeschichte und längerer Aufenthaltszeit in Deutschland von Relevanz, in diesem Fall bei türkisch-, griechisch- und auch bei italienischstämmigen Gründern. Dies ist nahe liegend, da hier auch bei den Familienmitgliedern ein oftmals ausreichender Zeitraum verstrichen ist, in welchem Kapital angespart wurde. So greift die Hälfte aller Gründer/innen mit türkischem Hintergrund bei der Beschaffung des Startkapitals teilweise oder komplett auf Gelder von Verwandten zurück (Abbildung 14.2.1). Etwas geringer ist der Anteil bei den Selbstständigen aus dem ehemaligen Jugoslawien, wo nur jeder dritte die Solidarität der An-

⁶ Light 1972; Ward/ Reaves 1980; Blanchflower et al. 2003; Deakins et al. 2003.

⁷ Rušinović 2006.

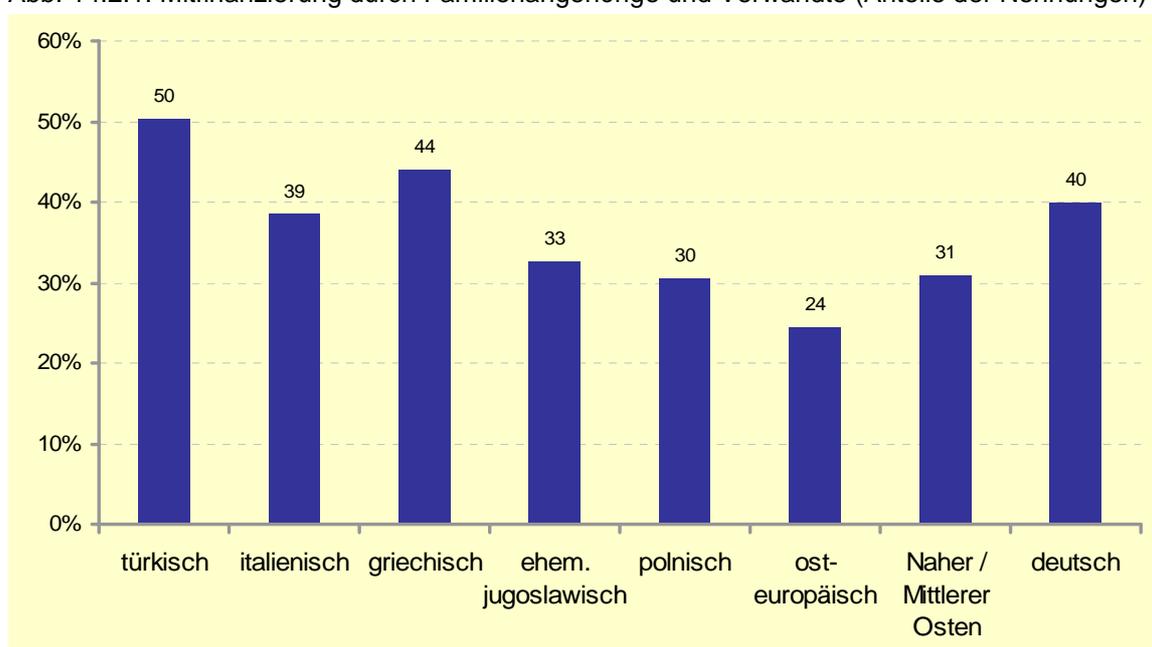
⁸ Die Antwortausfällen hielten sich aber in Grenzen, weshalb die Fallzahlen auch auf der Ebene einzelner Herkunftsgruppen als ausreichend anzusehen sind.

⁹ Auf die Frage „Wer hat Sie bei der Gründung Ihres Unternehmens [Übernahme ihres Unternehmens/dem Eintritt ins Unternehmen] finanziell unterstützt?“ waren folgende Antworten möglich: Familienangehörige oder Verwandte, Freunde/Bekannte, Bank/Sparkasse, staatliche Fördermittel [z.B. von KfW] und „sonstige“.

¹⁰ Leicht et al. 2009.

verwandten nutzt. „Neuere“ Migrantengruppen, wie die aus Polen und insbesondere Osteuropa, scheinen sich seltener mit familiären Mitteln selbständig zu machen. Nur ein Viertel der Gründer aus Osteuropa rekrutiert Kapital aus dem Familienkreis. Der vergleichsweise hohe Anteil bei Einheimischen widerspricht zunächst den aus der internationalen Literatur bekannten Befunden, aber teils auch denen, die wir vor einigen Jahren auf Bundesebene erzielten.¹¹ Aber hier standen andere Herkunftsgruppen im Mittelpunkt als in der nunmehr breiter angelegten Befragung in Baden-Württemberg, die wie auch die NRW-Studie zeigt,¹² dass der Rückgriff auf die Gelder von Familienmitgliedern kein generelles Phänomen bei Migranten, sondern wohl eher eines bei denen aus der Türkei und Griechenland ist. Die dennoch (relativ betrachtet) hohe Relevanz familiärer Kapitalquellen für Deutsche kann durch den überproportional hohen Anteil an Unternehmensübernahmen und Nachfolgeprojekten erklärt werden.

Abb. 14.2.1: Mitfinanzierung durch Familienangehörige und Verwandte (Anteile der Nennungen)¹⁾



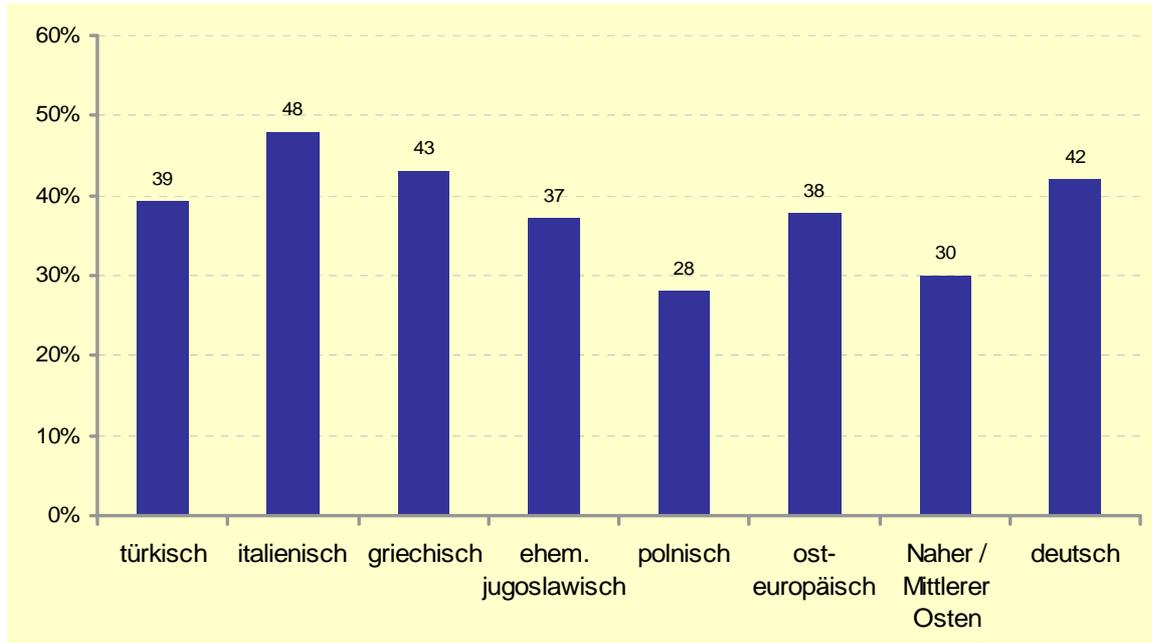
1) Mehrfachantworten möglich.

Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie in Baden-Württemberg“ ifm Universität Mannheim.

Banken und Sparkassen sind durchschnittlich nur bei über einem Drittel der Gründungen in irgend einer Weise involviert. Bei den Gründerinnen und Gründern aus Polen und dem Nahen/ Mittleren Osten sogar nur bei knapp über einem Viertel (Abbildung 14.2.2). Da hier nach den Finanzierungsquellen insgesamt und nicht nach der Höhe der in Anspruch genommenen Mittel gefragt wurde, überrascht dieses Ergebnis und signalisiert ggf. gleichzeitig ein Kreditürdenproblem (siehe im Folgenden). Aber auch unter den Deutschen spielt die Finanzhilfe der Kreditinstitute eher eine bescheidene – und mit denen bei den Türkischstämmigen vergleichbare – Rolle. Wobei allerdings zu beachten ist, dass in der auf Herkunft und Persönlichkeitsmerkmale zielenden Befragung vorrangig die Inhaber/innen von Einzelunternehmen und daher kaum Kapitalgesellschaften angesprochen wurden. Immerhin die Hälfte der italienischen Migranten akquiriert das Startkapital (zumindest zum Teil) bei Banken und Sparkassen.

¹¹ Leicht et al. 2005.

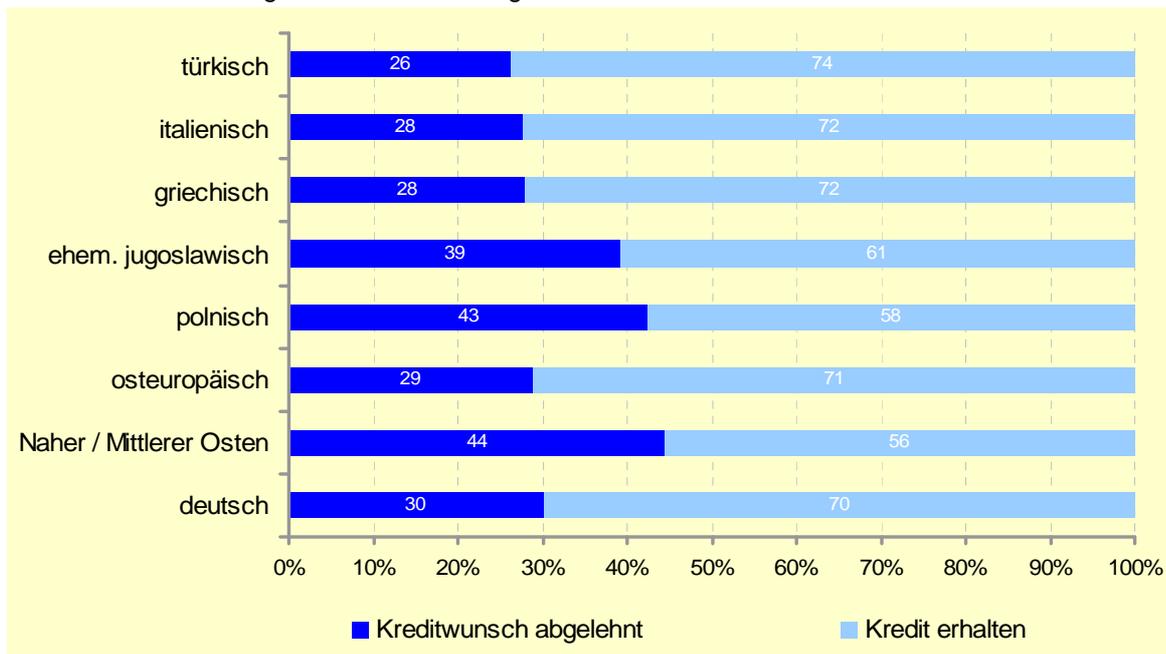
¹² Leicht et al. 2009.

Abb. 14.2.2: Mitfinanzierung durch Banken und Sparkassen (Anteile der Nennungen)¹⁾

1) Mehrfachantworten möglich.

Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie in Baden-Württemberg“ ifm Universität Mannheim.

Abb. 14.2.3: Anteil abgelehnter und bewilligter Bankkredite



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie in Baden-Württemberg“ ifm Universität Mannheim.

Vor diesem Hintergrund stellt sich natürlich die Frage, ob eine Fremdfinanzierung über ein Kreditinstitut nicht erforderlich war, oder ob ein Kredit zwar erforderlich und erwünscht aber letztlich nicht bewilligt wurde. Die Probanden wurden daher auch nach ihrem Kreditbedarf zum Gründungszeitpunkt und dem jeweiligen Verhalten der Banken befragt.

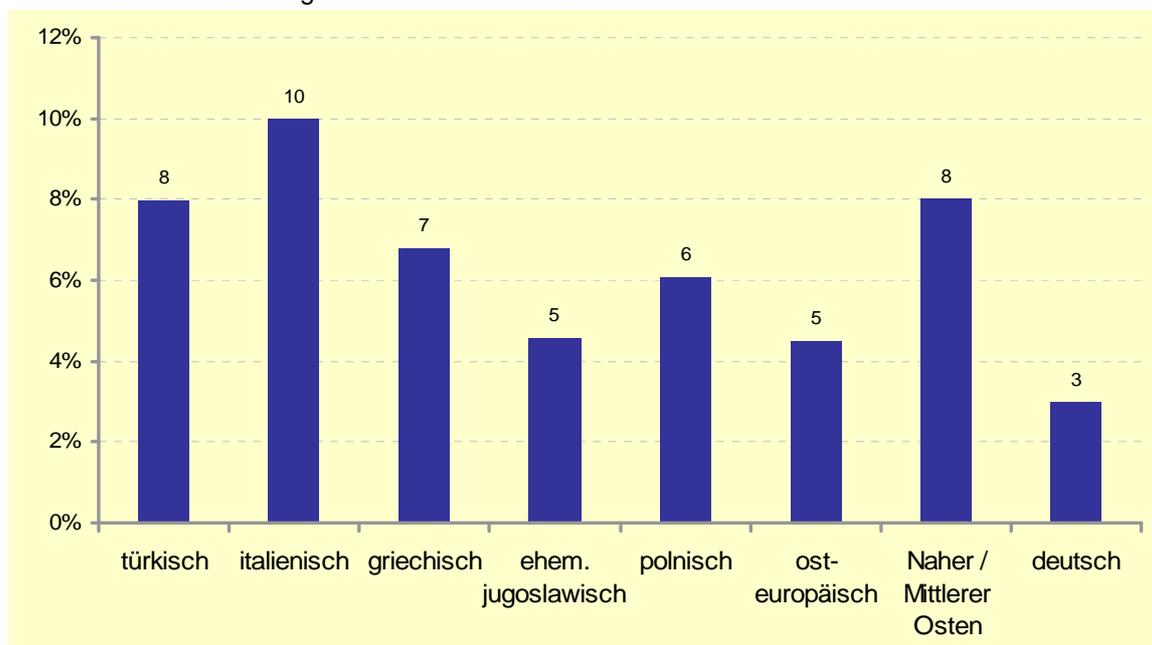
Diesbezüglich ist festzustellen, dass unter denjenigen, die ohne Bankenfinanzierung in die Selbständigkeit gingen zwischen 23% (türkischstämmige Gründer/innen) und 39% (ehemalige Jugoslawen) zuvor versucht hatten, einen Kredit zu bekommen (nicht abgebildet). Bei den

Deutschen war dies bei knapp einem Drittel der Fall. In diesem Zusammenhang interessiert aber vor allem, wie erfolgreich bzw. wie erfolglos die Angehörigen einzelner Herkunftsgruppen bei der Kreditvermittlung waren. Hierzu müssen die Kreditabsagen ins Verhältnis zu allen gesetzt werden, die sich überhaupt um eine Kreditvergabe bemüht hatten. Die Ergebnisse sind in Abbildung 14.2.3 dargestellt.

Demnach sind insbesondere die Gründer/innen aus dem Nahen/Mittleren Osten sowie die aus Polen und dem ehemaligen Jugoslawien mit großen Hürden bei der Kreditvergabe konfrontiert. Jeweils etwa zwei von fünf der Kreditanfragen (39% bis 44%) in diesen Gruppen wurden von den Banken negativ beantwortet. Dies ist allerdings auch bei 30% der Deutschen der Fall gewesen. Nun mag verwundern, dass die Gründerinnen und Gründer türkischer, italienischer und griechischer Herkunft im Vergleich hierzu nicht häufiger sondern sogar in leicht geringerem Maße eine Ablehnung erfuhren. Dies ist allerdings auch im Zusammenhang mit der bereits getroffenen Feststellung zu sehen, dass hier andere Finanzierungsquellen wie die Familie angezapft werden, d.h. viele möglicherweise erst gar nicht versucht hatten, ihr Vorhaben mit Hilfe eines Bankkredits zu verfolgen.

Es sind vor allem die Italiener, die etwas häufiger als andere auf *Freunde und Bekannte* bei der Finanzierung zurückgreifen. Während jeder zehnte italienische Gründer Kapital aus diesem Umkreis in den Finanzierungsmix mit einbringt, ist dies nur bei wenigen Deutschen (3%) der Fall (Abbildung 14.2.4). Diese Anteile liegen bei den osteuropäischen Gruppen etwas niedriger als bei den Gruppen mit mehrheitlich islamischer Religionszugehörigkeit.

Abb. 14.2.4: Finanzierung durch Freunde und Bekannte

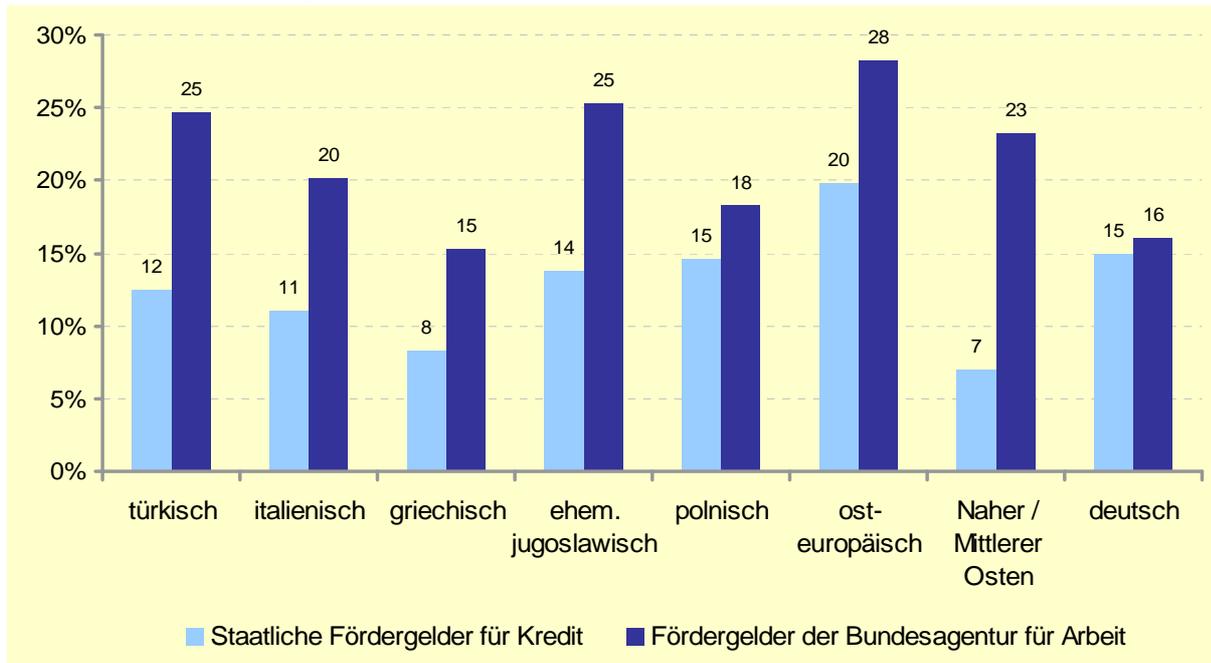


Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie in Baden-Württemberg“ ifm Universität Mannheim.

Staatliche Fördermittel umfassen (soweit es sich nicht um Mittel der Bundesagentur für Arbeit handelt – siehe im Folgenden) vorrangig spezielle Konditionen für Existenzgründer, die ein Darlehen zur Gründungsfinanzierung benötigen. Diese öffentlichen Darlehen mit niedrigeren Zinsen, langen Laufzeiten, tilgungsfreien Anlaufzeiten und der Möglichkeit von Haf-

tungsfreistellungen werden einerseits über die bundeseigene KfW-Bank und andererseits über Landesförderbanken abgewickelt. Solche staatlichen Finanzierungshilfen sind bei Osteuropäern eine beliebte Quelle, den Finanzbedarf zum Aufbau ihres Unternehmens zu decken (Abbildung 14.2.5): Griechisch-, italienisch- und türkischstämmige Entrepreneur, aber v.a. die aus dem Nahen/Mittleren Osten, kommen seltener in den Genuss staatlicher Fördermittel oder aber sie bemühen sich nicht in diesem Maße darum. Hier ist der Anteil auch niedriger als bei den Deutschen.

Abb. 14.2.5: Finanzierung durch staatliche Fördermittel



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie in Baden-Württemberg“ ifm Universität Mannheim.

In Kapitel 9 haben wir untersucht, in welchem Umfang Ausländer (nicht Migranten insgesamt) an den von der *Bundesagentur für Arbeit* geförderten Gründungen partizipieren, und zwar im Verhältnis zu ihrer Präsenz unter den Erwerbspersonen insgesamt. An dieser Stelle interessiert jedoch der Anteil der BA-geförderten Gründungen unter den auf dem Markt tätigen Selbständigen. Hier ergeben sich andere Verhältnisse: Nicht-rückzahlungspflichtige Starthilfen zur Existenzgründung haben insbesondere bei osteuropäischen, türkischstämmigen Migranten und Migranten aus dem ehemaligen Jugoslawien eine Bedeutung. Mit Ausnahme der Griechen haben die Migranten – zumindest in unserem Baden-Württemberg-Sample – etwas häufiger mit Fördergeldern der Bundesagentur für Arbeit gegründet als Deutsche.

Im Gesamtblick ist darauf hinzuweisen, dass die niedrigen Quoten von Gründern aus Polen und dem Nahen/ Mittleren Osten bei einigen der genannten Kapitalquellen (soziales Umfeld, Finanzinstitute, Staat) darin begründet liegen, dass sie aus „sonstigen Quellen“ schöpfen, um ihr Gründungsvorhaben in die Tat umzusetzen. Dies ist bei jedem zweiten polnischstämmigen Entrepreneur der Fall und bei 41% der Selbständigen aus dem Nahen und Mittleren Osten (ohne Abbildung). Bei den anderen Ethnien liegt der Wert unter einem Drittel. Worin genau diese sonstigen Finanzierungsquellen bestehen, konnte im Rahmen der Befragung nicht spezifiziert werden.

15. Qualifizierung vor und in der Selbständigkeit

Aus der amtlichen Statistik und der Gründungsforschung ist bekannt, dass ein hoher Anteil der Neugründungen bereits nach wenigen Jahren wieder vom Markt verschwindet.¹ Die Ursachen des Scheiterns sind vielfältig. Während strittig ist, inwieweit bestimmte Persönlichkeitseigenschaften, wie Risikobereitschaft oder Selbstwirksamkeitsglaube usw., eine Rolle spielen,² herrscht weitestgehend Einigkeit, dass vor allem die Ressourcenausstattung mit Human-, Finanz- und sozialem Kapital von zentraler Bedeutung ist. Darüber hinaus hängt die Nachhaltigkeit der Gründung zu einem großen Teil von einer sorgfältigen, strategischen und operativen Planung ab.³ Die Gründungsvorbereitung durch Qualifizierung, sowohl vor als auch in der Selbständigkeit, ist Gegenstand dieses Kapitels.

In Bezug hierauf interessiert zunächst die Bedeutung der schriftlichen Geschäftsplanung, die als Erfolgsfaktor für eine solide Unternehmensgründung und -entwicklung gilt (Kapitel 15.1). Darüber hinaus kann eine externe Unterstützung in Form von Information, Beratung und Coaching ein kritischer Erfolgsfaktor für den Planungs- und Umsetzungsprozess sein. Hier ist von Interesse, ob und in welchem Maße sowie in welcher Form Beratung in Anspruch genommen wird, und letztlich auch wie die Unterstützungsangebote bewertet werden (Kapitel 15.2). Ein bisher in Bezug auf Migrantenselbständigkeit noch relativ unberührtes Forschungsgebiet berührt die Frage, in welchem Umfang auch nach der Gründung noch selbständigkeitsrelevantes Wissen angeeignet wird (Kapitel 15.3).

15.1 Systematische Vorbereitung durch schriftliche Planung

Insbesondere Gründer/innen, die ihr Vorhaben durch einen Businessplan und durch die Inanspruchnahme von Beratung unterfüttern, verzeichnen im allgemeinen mehr Erfolg als solche, die ihr Unternehmen ad hoc oder ohne systematische Vorbereitung starten und führen.⁴ 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.

Eine sorgfältige und Erfolg versprechende Gründungsvorbereitung sollte auf soliden und nachvollziehbaren Informationen aufbauen, weshalb die Ausarbeitung eines schriftlich fixierten Geschäftsplans meist unabdingbar ist.⁵ Ein „Businessplan“ bietet den Gründer/innen nicht

¹ Brüderl et al. 1996.

² Einen guten Überblick zur Bedeutung der Unternehmerpersönlichkeit bietet Creuznacher 2009.

³ Untersuchungen zeigen, dass sich eine gründliche Planung positiv auf den Erfolg und die Überlebenswahrscheinlichkeit neu gegründeter Betriebe auswirkt. Vgl. Weber/ Jansen 2003; Kraus et al. 2007.

⁴ Shane 2003; Weber/ Jansen 2003.

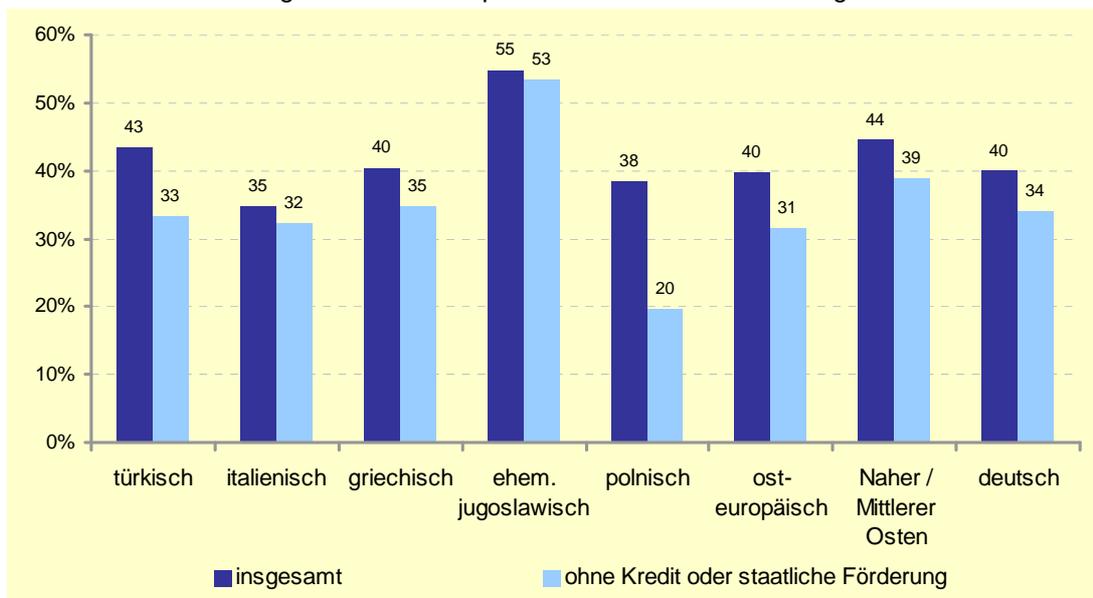
⁵ Im schriftlich ausformulierten Businessplan muss das betriebswirtschaftliche Konzept des neu zu gründenden Unternehmens dargelegt werden. Er umfasst zumeist die ersten drei bis fünf Jahre der geplanten Unternehmensentwicklung und dient im Kern der technischen und kaufmännischen Machbarkeitsprüfung für eine neue Geschäftsidee (vgl. auch Witt/ Merz 2005). Hierbei sollen nicht nur Stärken sondern auch Schwächen der Ge-

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 bei den meisten Förderinstitutionen eine adäquate Planungsgrundlage in schriftlicher Form von den Gründer/innen verlangt wird. Allerdings gibt es in diesem Zusammenhang auch kritische Stimmen: Einige Autoren sehen hierin „nur“ einen symbolischen Akt der Legitimation gegenüber externen Geldgebern, während das tatsächliche Verhalten der unternehmerisch tätigen Personen zumeist erheblich von den Vorgaben und Plänen abweicht.⁶

Unabhängig von externen Anforderungen sind die Vorteile einer systematische Planung sicher unbestritten. Und nicht zuletzt sind auch die Beratungsstellen bei der Unterstützung auf „gut sortierte“ Informationen über das geplante Unternehmen angewiesen. Vor diesem Hintergrund interessiert, wie sich die Frauen und Männer unterschiedlicher Herkunft im Gründungsprozess vorbereitet haben, wobei die Erstellung eines schriftlichen Geschäftsplans natürlich nur einer von mehreren denkbaren Indikatoren für eine systematische Planung ist.

Insgesamt betrachtet arbeitet in Baden-Württemberg weniger als die Hälfte der Gründer/innen einen Businessplan aus (Abbildung 15.1). Dabei unterscheiden sich Migranten – sieht man von ehemaligen Jugoslawen ab – nicht allzu sehr von den Deutschen. Die Unternehmer/innen aus der Türkei und dem Nahen/Mittleren Osten schreiben ihre Geschäftsidee nur geringfügig häufiger als Deutsche in einem schriftlichen Konzept nieder, andere Gruppen liegen auch in der Nähe der 40%-Marke. Ein etwas deutlicherer Unterschied zeigt sich im Hinblick auf die italienischen Gründer/innen, die seltener einen Businessplan ausarbeiten (35%). Letzteres scheint, wie ein Vergleich mit NRW zeigt, ein regionenunabhängiger Trend zu sein.⁷

Abb. 15.1: Ausarbeitung eines Businessplans im Vorfeld der Gründung



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie in Baden-Württemberg“ ifm Universität Mannheim.

schäftsidee aufgedeckt werden, was nicht zuletzt auch für externe Kapitalgeber eine wichtige Information darstellt.

⁶ Karlsson/ Honig 2008.

⁷ Leicht et al. 2009 (für NRW).

Bei allem ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Diskrepanz zwischen den Herkunftsgruppen vor allem dadurch zustande kommt, dass viele Gründer/innen durch die Inanspruchnahme von Förderleistungen (wie etwa beim Gründungszuschuss der BA) und vor allem bei Krediten dazu gezwungen sind, ihre Planungen schriftlich darzulegen. Selektiert man die geförderten Gründungen, dann rücken in einigen Gruppen die Anteilswerte unter die Quote der Deutschen. Stabil bleiben aber nach wie vor die Anteile bei den ehemaligen Jugoslawen, unter denen auch diejenigen ohne Förderung zu einem höheren Anteil einen Businessplan ausarbeiten. Multivariate Analysen auf Grundlage von weiteren Zusatzinformationen bestätigen, dass die Bereitschaft zur Erstellung eines Businessplans weniger von der Herkunft bestimmt wird, sondern vor allem vom Niveau formaler Bildung und ob ein Kreditbedarf besteht.⁸

15.2 Inanspruchnahme und Wirkung von Information und Beratung

Die wenigen bislang vorliegenden Befunde zur Unternehmensplanung von Migrant(inn)en, insbesondere hinsichtlich der Inanspruchnahme von Beratung und Weiterbildung, lassen zunächst darauf schließen, dass diese seltener als „Einheimische“ professionelle Hilfe von Anderen in Anspruch nehmen.⁹ Allerdings gibt es vereinzelt – je nach Stichprobe und untersuchter Gruppe – auch anderslautende Ergebnisse.¹⁰ 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 vor allem in jüngerer Zeit 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.¹¹

Im Folgenden steht vor allem im Vordergrund, ob und wenn ja, bei welchen Stellen Migranten in Baden-Württemberg Beratung in Anspruch nehmen und welche Form und Qualität der Beratungsleistung damit einhergeht. Bevor jedoch im Detail auf die Ausprägung der Inanspruchnahme von Gründungsberatung eingegangen wird, ist zu klären, ob seitens der Migrant(inn)en überhaupt eine Notwendigkeit der externen Wissensaneignung gesehen wird.

⁸ Vgl. auch Leicht/ Leiß 2007 und Leicht et al. 2009.

⁹ Öksüz 2001; Aldag 2001; Leicht et al. 2005; Leicht/ Leiß 2007.

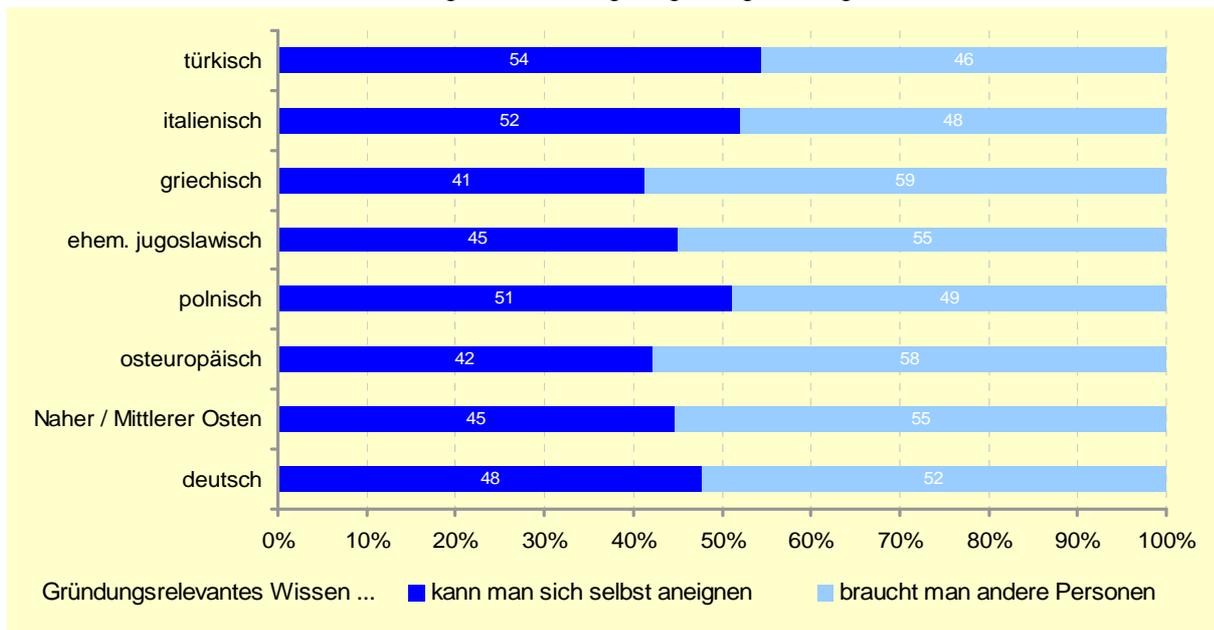
¹⁰ Kohn/ Spengler 2007. Siehe Kapitel 2.3.

¹¹ Leicht et al. 2009.

15.2.1 Grundsätzliche Einstellung zu externer Wissensaneignung

Die tatsächliche Inanspruchnahme von Beratung hängt ganz entscheidend von der eigenen Einschätzung ab, ob gründungsrelevantes Wissen selbst oder mit Hilfe anderer Personen erworben werden kann. 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. Daher interessiert in einem ersten Schritt, welche Einstellungen Migrantinnen und Migranten gegenüber externen Beratungsangeboten haben und welche Unterschiede hierbei zwischen verschiedenen Herkunftsgruppen vorzufinden sind.¹²

Abb. 15.2.1: Einsicht in die Notwendigkeit der Aneignung von gründungsrelevantem Wissen



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie in Baden-Württemberg“ ifm Universität Mannheim.

Ein hoher Anteil, nämlich in etwa die Hälfte der Gründer/innen in Baden-Württemberg, ist der Meinung, sich die notwendigen Kenntnisse für die Gründung selbst aneignen zu können (Abbildung 15.2.1). Die Unterschiede zwischen den Ethnien sind vergleichsweise gering, lediglich griechische und osteuropäische Selbständige sind vorsichtiger mit ihrer Einschätzung: Hier zweifeln deutlich weniger daran, dass man das Wissen anderer Personen braucht.

Vergleichsweise geringe ethnien-spezifische Unterschiede finden sich auch in unserer NRW-Studie,¹³ die feststellt, dass weniger die Herkunft, sondern das Bildungsniveau ausschlaggebend für die Einstellung gegenüber externer Wissensaneignung ist. Dennoch überrascht die auch bei Deutschen weit verbreitete Sicht, dass gründungsrelevantes Wissen selbst erworben werden kann. Ein genauerer Blick auf die Branchen zeigt jedoch, dass dieser Effekt auch darin begründet ist, dass viele Gründer/innen in den Freien Berufen zuvorderst ihr Fachwissen für relevant einschätzen.

¹² Grundlage der nachfolgenden Auswertung bildet der Fragetext: Bleiben wir bei der Phase als Sie sich selbstständig gemacht haben: Kann man sich eigentlich die notwendigen Kenntnisse für eine Gründung selbst aneignen oder braucht man dazu das Wissen von anderen Personen?

¹³ Leicht et al. 2009.

Interessanterweise ist in Baden-Württemberg generell eine größere Zuversicht bei den Gründern als in Nordrhein-Westfalen festzustellen, gründungsrelevantes Wissen selbst aufbauen zu können. Eine Analyse, ob für dieses Phänomen regionale, kulturelle oder institutionelle Faktoren verantwortlich sind, würde den Rahmen der Untersuchung allerdings sprengen.

15.2.2 Teilnahme an Beratungsangeboten

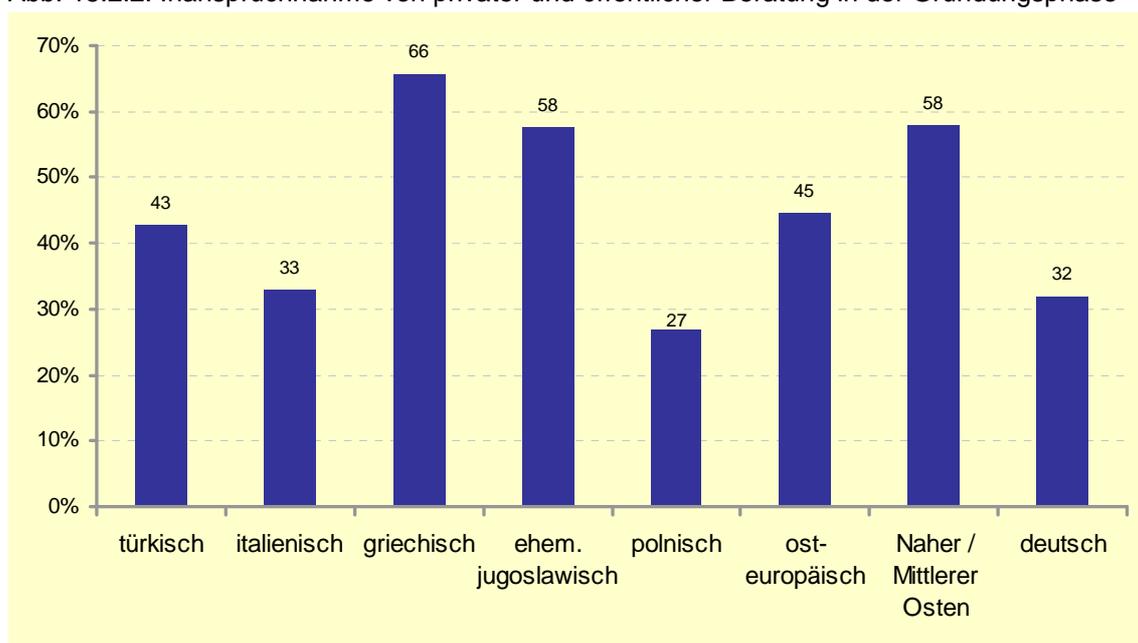
Es gibt vielerlei Faktoren, welche die Inanspruchnahme und den Erfolg der Gründungsberatung beeinflussen. Dazu zählen nicht nur die Einstellungen und Verhaltensweisen der gründenden Frauen und Männer mit und ohne Zuwanderungsgeschichte, sondern auch die Gestaltung der öffentlichen Informations- und Beratungsangebote.

Inanspruchnahme von privater und öffentlicher Beratung

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 Männern deutscher Herkunft unterscheiden. Die Beurteilung des Informationsverhaltens von Migranten 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.

Wie zuvor erläutert, hält es etwa jeder zweite Gründer für unabdinglich, sich durch externe Quellen Informationen und gründungsrelevantes Wissen anzueignen. Während die Ethnien diesbezüglich eine vergleichsweise große Homogenität aufweisen, unterscheiden sie sich dennoch bei der tatsächlichen Inanspruchnahme von Beratung in der Gründungsphase. Dies gilt zumindest, wenn man nicht nur die öffentlichen, sondern auch die privaten Beratungsangebote gleichermaßen berücksichtigt (Abbildung 15.2.2).

Abb. 15.2.2: Inanspruchnahme von privater und öffentlicher Beratung in der Gründungsphase



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie in Baden-Württemberg“ ifm Universität Mannheim.

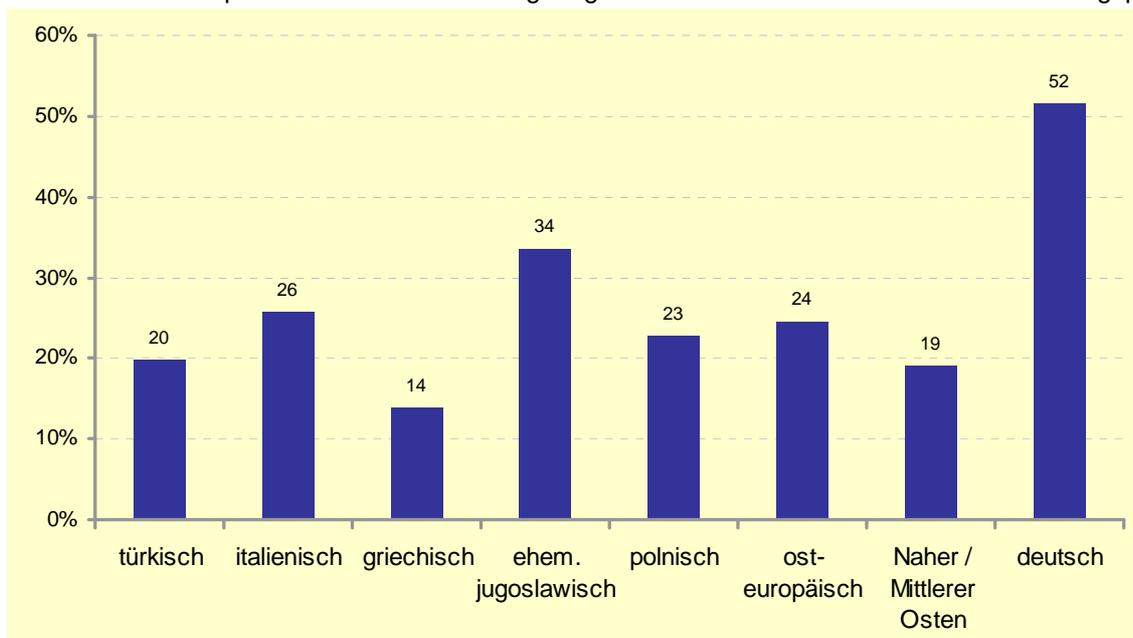
Ein relativ hoher Anteil der griechischen (66%), ehemals jugoslawischen und der Migranten aus dem Nahen/Mittleren Osten (jeweils 58%) hat *in irgendeiner Form* Beratung in Anspruch genommen. Bei den polnisch-, italienisch- und deutschstämmigen Selbständigen sind es nur maximal ein Drittel und dies, obwohl in allen drei Gruppen die Hälfte der Personen eine positive Einstellung zu externer Wissensaneignung hat. Das gegenteilige Muster zeichnet sich in Bezug auf die griechische Community ab: Hier nehmen auch viele Gründende eine Beratung in Anspruch, obwohl sie dies nicht grundsätzlich für notwendig erachten (ähnlich, allerdings etwas abgeschwächt, verhält es sich mit Personen mit Wurzeln im ehemaligen Jugoslawien und dem Nahen und Mittleren Osten).

Andere Ergebnisse werden jedoch ersichtlich, wenn nach den verschiedenen Beratungsformen unterschieden wird. Denn der relativ hohe Anteil an beratungswilligen Migranten ist zu einem wesentlichen Teil auf die Inanspruchnahme von Beratung im privaten Umfeld, d.h. bei Familienmitgliedern, Bekannten oder auch bei ihren Steuerberatern zurückzuführen.

Inanspruchnahme von Beratung durch die Wirtschaftskammern

Die Infrastruktur an Beratungseinrichtungen in Baden-Württemberg wird wesentlich durch die Angebote der Kammern bestimmt. Für Ratsuchende deutscher Herkunft scheinen die Kammern die Hauptanlaufstelle zu sein (Abbildung 15.2.3). Über die Hälfte der befragten Deutschen informiert sich bei der Industrie- und Handelskammer (IHK) bzw. bei den Handwerkskammern (HWK). Hier zeigt sich eine große herkunftsspezifische Lücke, denn von Migranten werden die Kammern weit weniger aufgesucht. Mit Ausnahme der Personen aus dem ehemaligen Jugoslawien konsultieren maximal ein Viertel der selbständigen Migranten in der Gründungsphase eine IHK oder HWK.

Abb. 15.2.3: Inanspruchnahme von Beratungsangeboten der IHK oder HWK in der Gründungsphase

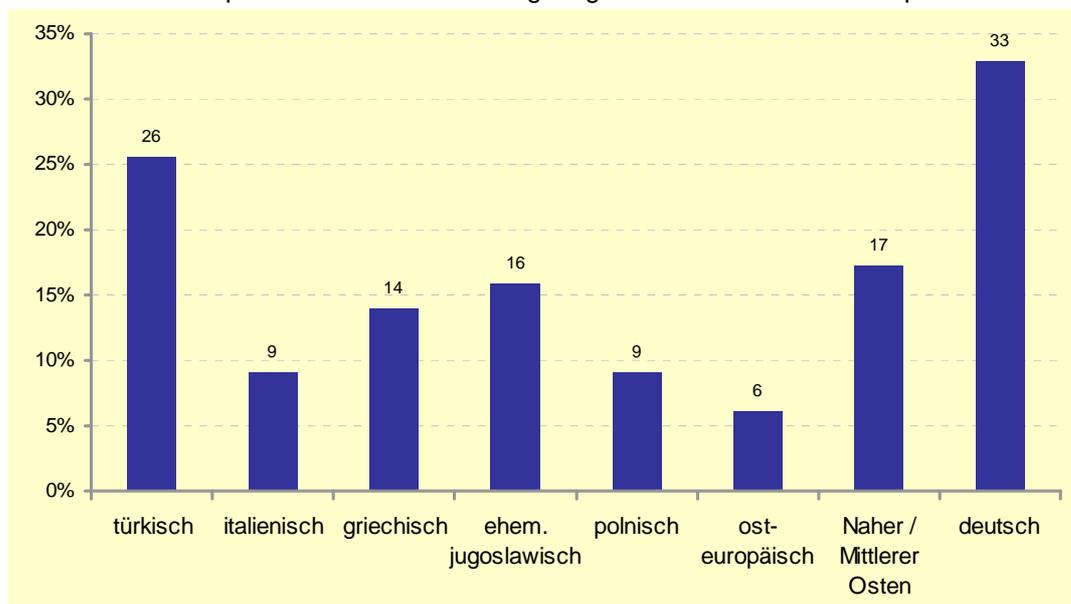


Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie in Baden-Württemberg“ ifm Universität Mannheim.

Inanspruchnahme von Beratung durch Finanzinstitute

Ähnlich verhält es sich im Hinblick auf die Frequentierung von Finanzinstituten. Auch die Gründungsberater der Banken und Sparkassen werden von Migranten nur unterdurchschnittlich in Anspruch genommen. Während jeder dritte Deutsche sich in der Gründungsphase an die Finanzdienstleister wendet, ist dies bei den Migranten nur bei wenigen der Fall. Die türkischstämmigen Gründer bilden hier eine Ausnahme, denn jeder Vierte ließ sich von einer Bank beraten. Dies kann unter Umständen auch auf Angebote verschiedener Banken speziell für türkischstämmige Kunden zurückgeführt werden (z.B. „Bankamiz“, eine Marke der Deutsche Bank-Gruppe).

Abb. 15.2.4: Inanspruchnahme von Beratungsangeboten der Banken und Sparkassen



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie in Baden-Württemberg“ ifm Universität Mannheim.

Natürlich sind die Differenzen in der Inanspruchnahme von Beratung bei Banken auch im Zusammenhang mit dem unterschiedlichen Kreditbedarf und den damit verbundenen „Verhandlungen“ zu sehen. Unklar ist, inwieweit solche Gespräche als „Beratung“ aufgefasst wurden. Andererseits dürfte dies nicht den hohen Abstand zwischen Deutschen und Migranten erklären.

Inanspruchnahme sonstiger öffentlicher Beratungsangebote

Hinsichtlich der Frequentierung von sonstigen „öffentlichen“ Beratungseinrichtungen sind noch die Verbände und Arbeitsagenturen, aber natürlich auch frauen- und migrantenspezifische Beratungsstellen zu nennen (nicht abgebildet): *Unternehmer- und Fachverbände* sind in der italienischen, polnischen und osteuropäischen Community als Ratgeber ähnlich beliebt wie bei den deutschen Gründern. In etwa ein Fünftel der Befragten suchte dort Beratung im Gründungsprozess. *Arbeitsagenturen* bzw. Jobcenter spielen vor allem in der polnischen und osteuropäischen Community eine Rolle als Berater in der (Vor-)Gründungsphase. Von diesen beiden Gruppen suchte etwa jeder Fünfte dort Beratung, die Gründer in den anderen Gruppen hingegen weniger als ein Zehntel. Aber auch hier ist wieder-

rum der Zusammenhang mit verpflichtender Beratungsteilnahme zu berücksichtigen. Generell gilt, dass von den Polen und Osteuropäern die *speziellen Beratungseinrichtungen* für Existenzgründer/innen wesentlich häufiger besucht wurden. Allerdings gibt es in Baden-Württemberg vergleichsweise wenig migrantenspezifische Beratungsangebote. *Frauenspezifische Gründungsberatungsstellen* waren insbesondere bei Migrantinnen aus der Türkei oder dem Nahen und Mittleren Osten beliebt: hier war nahezu die Hälfte der Gründerinnen bei einer solchen Einrichtung.

Rückgriff auf Beratung im privaten Umfeld

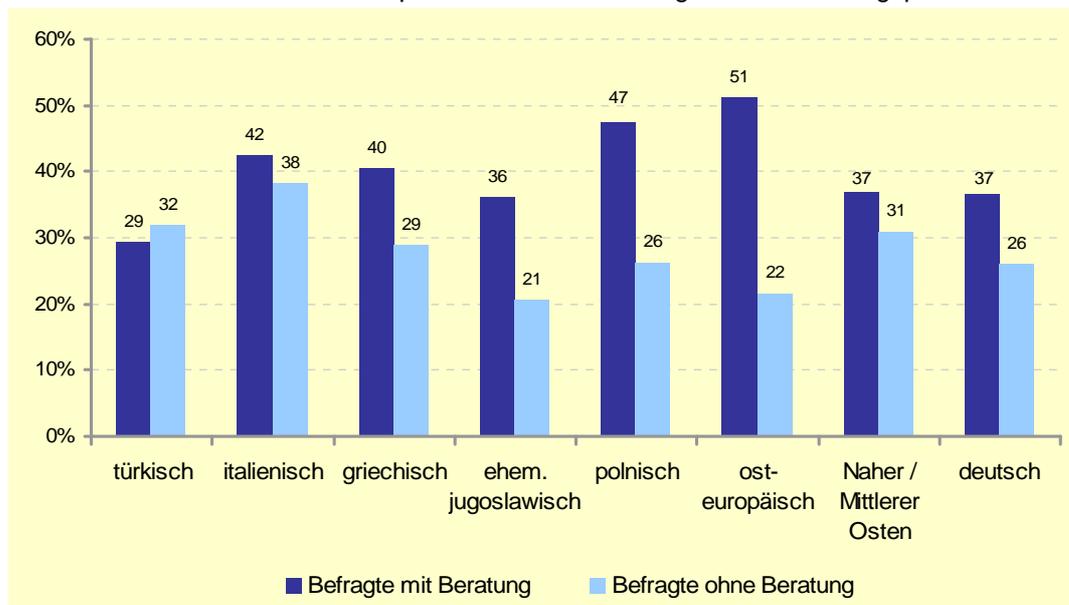
Vielleicht überrascht, dass die Migranten weniger häufig als die Deutschen auf das Mikroumfeld von *Familienmitgliedern, Freunden und Bekannten* zurückgreifen, wenn es um Ratschläge im Hinblick auf das Gründungsvorhaben geht. Während jeder siebte Deutsche hier Empfehlungen mit auf den Weg nahm, war es bei den Migranten durchschnittlich nur in etwa jeder Zwanzigste, mit Ausnahme der Polen, die sich diesbezüglich ähnlich wie die Einheimischen verhalten. Zum privaten Umfeld zählen im weiteren Sinne auch die *Unternehmens-, Steuer- und Rechtsberater*, die – außer bei türkischen Migranten – für Gründer/innen mit Migrationshintergrund die beliebteste Anlaufstelle für Fragen zur Existenzgründung und Selbständigkeit in Baden-Württemberg sind. In den meisten Fällen konsultieren mindestens 60% der Personen einen solchen Berater. Etwas weniger gefragt sind die Experten bei den Polen (45%). Auffallend gering ist die Nachfrage bei den türkischstämmigen Gründern mit nur 22%. Allerdings bestehen Zweifel, ob diese Form der Beratung – genauso wie die durch die Familie usw. – in dem von uns untersuchten Zusammenhang von Bedeutung ist. Voraussichtlich werden hier eher steuerrechtliche Fragen und ähnliche Details erörtert, aber selten Fragen, die das gesamte Spektrum an gründungsrelevantem Wissen abdecken.

Zufriedenheit mit den Unterstützungsmöglichkeiten

Trotz teilweise geringer Partizipation ist der Ruf nach mehr Unterstützung, zumindest von den bisher Beratenen, nicht zu überhören. Eine fortführende differenziertere Befragung derjenigen, die in der Gründungsphase Beratungsleistungen in Anspruch genommen haben, zeigt, dass sich Migrantinnen und Migranten zum Teil häufiger als Deutsche in der Gründungsphase eine professionellere Beratung gewünscht hätten (Abbildung 15.2.5). Je nach Herkunftsgruppe verlangen in dieser „Sparte“ zwischen 36% bis 51% mehr „Professionalität“ als bislang angeboten wurde. Etwas aus der Reihe fallen die Türkischstämmigen, von denen nur 29% höherer Ansprüche an den Beratungsprozess erhoben. Die anderen Ethnien zeigen sich jedoch deutlich unzufriedener. Allen voran die Osteuropäer und Polen, die jeweils zur Hälfte mehr Professionalität in der Beratungsleistung einfordern.

Wir gehen allerdings davon aus, dass es den meisten Beratungseinrichtungen nicht im wörtlichen Sinne an „Professionalität“ mangelt. Vielmehr scheint mit diesem Urteil eine gewisse Unzufriedenheit ans Tageslicht zu kommen, die bei Beratung entstanden ist. Im Grund müsste hier noch ein genauerer Blick darauf gerichtet werden, in welchem Zeitraum die Beratung erfolgt ist, denn voraussichtlich hat sich das Beratungsangebot in jüngerer Zeit verbessert. Eine Evaluation der Beratung ist aber nicht das Thema vorliegender Untersuchung.

Abb. 15.2.5: Wunsch nach mehr professioneller Beratung in der Gründungsphase



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie in Baden-Württemberg“ ifm Universität Mannheim.

Es dürfte nicht verwundern, dass unter denjenigen, die keine Beratung in Anspruch genommen haben, der Wunsch nach mehr „Professionalität“ i.d.R. etwas schwächer ausgeprägt ist, da sie ja die Qualität der Beratungsleistungen nicht wirklich beurteilen können (Abbildung 15.2.5). Bei den Gründer/innen aus der Türkei und Italien zeigen sich hier allerdings etwas geringere Unterschiede. Vorsichtig interpretiert kann diese Forderung auch so verstanden werden, dass die Befragten einer Beratung fern geblieben sind, weil sie kein ihnen gerechtes Angebot erwartet haben. Auf die Personengruppe der Nicht-Beratenen gehen wir nachfolgend ein.

15.2.3 Gründe für die Nicht-Inanspruchnahme von Gründungsberatung

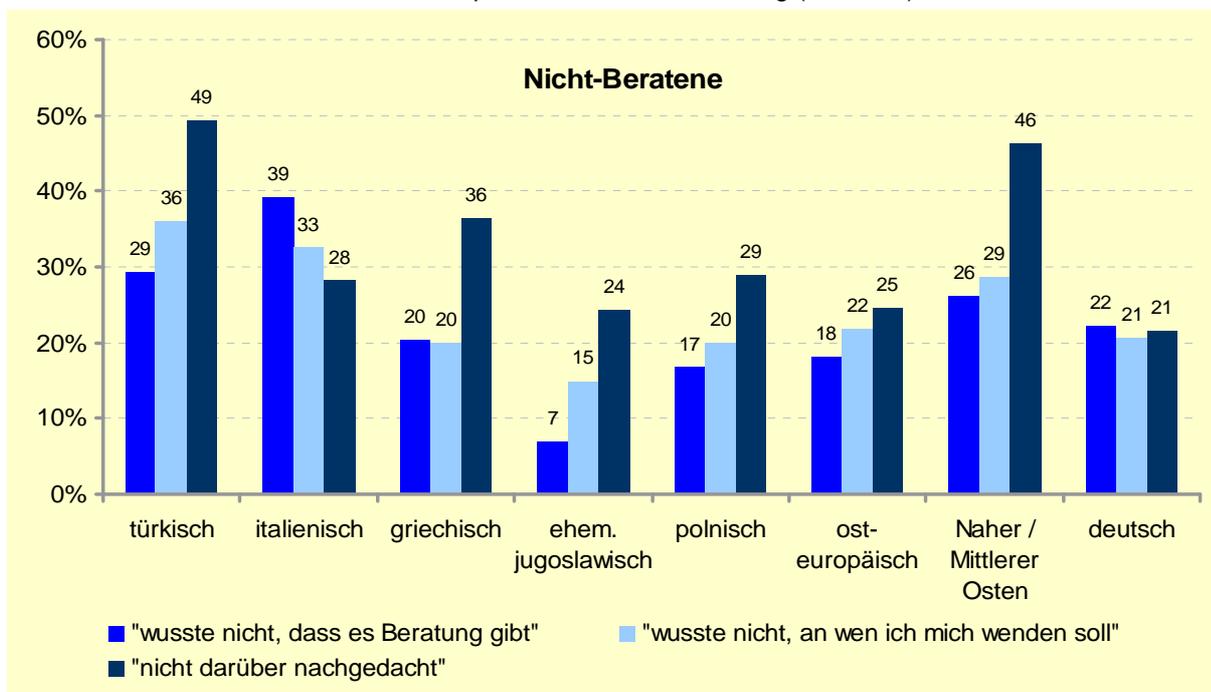
Vielen Studien zur (institutionellen) Gründungsberatung fehlt es an Informationen über den Personenkreis, der sich nicht beraten lässt. Daher waren wir hier auch an den Hintergründen bzw. Ursachen interessiert, warum öffentliche Beratungsangebote zu einem beachtlichen Teil nicht angenommen werden. Es galt daher, diejenigen Gruppen zu identifizieren und zu charakterisieren, die eine im Vergleich zu anderen geringere Beratungsteilnahme aufweisen. Die „beratungsmüden“ Probanden wurden daher nach den Gründen für ihr Verhalten befragt.¹⁴

Hierbei fällt auf, dass die Gründe für das Fernbleiben von öffentlichen Beratungseinrichtungen je nach Herkunftsgruppe stark variieren. In Abbildung 15.2.6 findet sich eine Auswahl an Gründen, welche im Zusammenhang mit einer geringen Informiertheit („nicht gewusst, dass es Beratung gibt“ oder „nicht gewusst, an wen ich mich wenden soll“) oder aber mit einer generellen Geringschätzung von Beratung stehen („nicht darüber nachgedacht“). Darüber hinaus gibt es aber noch weitere Ursachen, weshalb die Befragten keine Beratungsstelle aufgesucht haben. Insgesamt betrachtet sind folgende weitere Gründe hervorzuheben, weshalb die Befragten keine Beratung in Anspruch nahmen:

¹⁴ Hier wurden in einer standardisierten Form neun mögliche Hinderungsgründe vorgegeben.

- *Angebotstransparenz*: Besonders türkisch- und italienischstämmige Selbstständige geben vergleichsweise häufig an (29% bzw. 39%), in der Gründungsphase nichts über Beratungsangebote gewusst zu haben, oder auch, dass sie nicht wussten, an wen sie sich bei Fragen wenden könnten (36% bzw. 33%). Dies ist in fast ähnlicher Höhe auch bei denen aus dem Nahen/Mittleren Osten der Fall.
- *Bedeutung von Beratung*: Während es kaum herkunftsspezifische Unterschiede in Bezug auf die grundsätzliche Einstellung dazu gibt, ob zum Aufbau gründungsrelevanten Wissens der Einbezug anderer Personen wichtig wäre, kann festgestellt werden, dass für einige Migrantengruppen öffentliche Beratungsangebote weniger Bedeutung besitzen als für deutschstämmige Gründer/innen. So gibt jeweils fast die Hälfte der im Gründungsprozess nicht-beratenen Selbständigen aus der Türkei und dem Nahen/Mittleren Osten an, gar nicht über die Möglichkeit einer Beratungsanspruchnahme nachgedacht zu haben. Dies ist unter den Griechischstämmigen bei immerhin 36%, aber bei Deutschen nur bei einem Fünftel (21%) der Fall.

Abb. 15.2.6: Gründe für die Nicht-Inanspruchnahme von Beratung (Auswahl)



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie in Baden-Württemberg“ ifm Universität Mannheim.

Nachfolgende Gründe sind nicht abgebildet:

- *Kosten der Beratung*: In der Migrantenökonomie spielen (wahrgenommene) Beratungskosten eine stärkere Rolle bei der Inanspruchnahme von Gründungsberatung als bei deutschen Gründern.
- *Vertrauen in Berater/ Beratungseinrichtungen*: Interessanterweise ist unter den Gründer/innen mit Migrationshintergrund (mit Ausnahme der Polen und Osteuropäer) mangelndes Vertrauen in die Berater oder Beratungseinrichtungen weniger ausschlaggebend

für den Verzicht auf Gründungsberatung als bei Deutschen. Ebenso wenig scheinen Migranten zu denken, die Berater würden ihre Probleme nicht verstehen.

- *Migrantenspezifische Angebote*: Teilweise bis zu einem Viertel der Migranten gibt an, dass sie keine Gründungsberatungsstelle aufsuchten, weil es keine migrantenspezifischen Angebote gäbe. Besonders ausgeprägt ist dies bei italienisch- und türkischstämmigen Gründerinnen und Gründern.

Von Interesse ist, wie einzelne Faktoren innerhalb einzelner Gruppen zusammenspielen. Da das Beratungsverhalten von polnisch-, italienisch- und griechischstämmigen Migranten in Bezug auf unterschiedliche Aspekte auffällig ist, wird auf diese Gruppen exemplarisch eingegangen:

Während sich die *polnischstämmigen* Gründer/innen in Nordrhein-Westfalen vergleichsweise häufig Beratung einholen, zeigen sie sich in Baden-Württemberg eher resistent. Unter Einbezug aller Beratungsformen sucht hier weniger als ein Drittel einen externen Berater auf. Dies liegt, wie eine genauere Analyse zeigt, nicht unbedingt an einer Selbstüberschätzung der eigenen Kenntnisse. Und auch mangelndes Wissen über das Vorhandensein von Beratungsangeboten war nicht ausschlaggebend. Ein Faktor mit einem gewissen Einfluss auf das Fernbleiben sind die Kosten: Ein Viertel, und damit mehr als bei anderen Ethnien, gibt an, dass ihnen die Kosten für die Beratung zu hoch wären. Auffallend ist zudem, dass die Beratungsinstitutionen bei den Gründerinnen und Gründern aus Polen relativ wenig Vertrauen und Verständnis genießen. Von den polnischen Unternehmer/innen werden in vergleichsweise starkem Umfang Informationen aus dem Familien-, Freundes und Bekanntenkreis gesucht. So informiert sich die Hälfte der Nicht-Beratenen in ihrem engeren sozialen Umfeld, anstatt sich an externe Berater zu wenden. Immerhin 18% vermissen eine migrantenspezifische Beratung.

Italienischstämmige Selbständige sind im Vorfeld der Gründung vergleichsweise zurückhaltend im Konsultieren von Beratern. Während polnische Gründer häufig ihr soziales Netzwerk nutzen, um sich gründungsrelevantes Wissen anzueignen, verlassen sich Italiener stärker auf ihre eigenen Kenntnisse. Ein Großteil der nicht-beratenen italienischen Gründer/innen (86%) gibt an, sich selbst gut auszukennen und daher keine Beratung zu benötigen. Gleichzeitig zählen sie zu den am wenigsten Informierten: 39% wussten überhaupt nicht, dass es Gründungsberatungsangebote gibt und 33% geben an, dass sie nicht wüssten, an wen sie sich diesbezüglich wenden sollten. Dies überrascht vor allem im Vergleich zu anderen Ethnien, die eine durchschnittlich kürzere Aufenthaltszeit in Deutschland aufweisen und daher weniger Wissen akkumulieren konnten. Ein Viertel der Gruppe bemängelt das Fehlen einer migrantenspezifischen Beratung. „Zeit“ als Engpassfaktor ist für 21% ausschlaggebend. Für 15% spielt eine Rolle, dass die Berater die Probleme nicht verstehen würden. Zumindest aber scheint es nicht an mangelndem Vertrauen in die Beratungsinstitutionen zu liegen. Trotz der geringen Beratungsteilnahme sind es speziell italienische Selbständige, die sich mehr professionelle Unterstützung wünschen.

Ganz anders sieht das Bild bei den Migranten mit *griechischem* Hintergrund aus. Bei denen, die auf Gründungsberatung verzichten, liegt es weniger an einer Substitution von Beratung durch Personen im engeren Umfeld oder an fehlendem Wissen, an wen man sich wenden

könne. Relevante Gründe für die Nichtinanspruchnahme liegen stattdessen im eigenen Kenntnisstand, der bei 84% als ausreichend eingeschätzt wird. Und immerhin 36% haben das Thema Beratung in der Vorgründungsphase nicht auf ihrer Agenda.

15.3 Weiterbildung

Nicht nur die öffentliche Gründungsberatung wird von Migrantinnen und Migranten unterdurchschnittlich genutzt, auch in punkto Qualifizierung und beruflicher Weiterbildung driften Angebot und Nachfrage auseinander.

Eine Auswertung von Mikrozensusdaten verdeutlicht die Diskrepanz zwischen Deutschen und Migranten im Bereich Qualifizierung und Weiterbildung. Zunächst insgesamt betrachtet liegen in Baden-Württemberg die Weiterbildungsquoten etwas höherer als im Bundesgebiet. In Bezug auf die ethniespezifischen Unterschiede ist folgendes festzuhalten: Während 23% der selbständigen Deutschen (ohne Migrationshintergrund) an Weiterbildungsmaßnahmen teilnehmen, sind dies bei eingebürgerten Unternehmern nur 17% und bei ausländischen Selbständigen 16 % (Tabelle 15.3.1). Weiterführende Analysen zeigen, dass insbesondere bei Türkischstämmigen Unterschiede darin bestehen, ob jemand einen deutschen Pass hat oder nicht.

Tab 15.3.1: Teilnahme an Weiterbildung in den letzten sechs Monaten (Angaben in %)

	Baden-Württemberg		Deutschland	
	Selbständige	Abhängig Beschäftigte*	Selbständige	Abhängig Beschäftigte*
Deutsch ohne Migrationshintergrund	22,8	22,8	20,8	20,0
Deutsch mit Migrationshintergrund	16,9	11,6	15,7	10,1
Ausländer	15,9	9,8	11,2	9,7

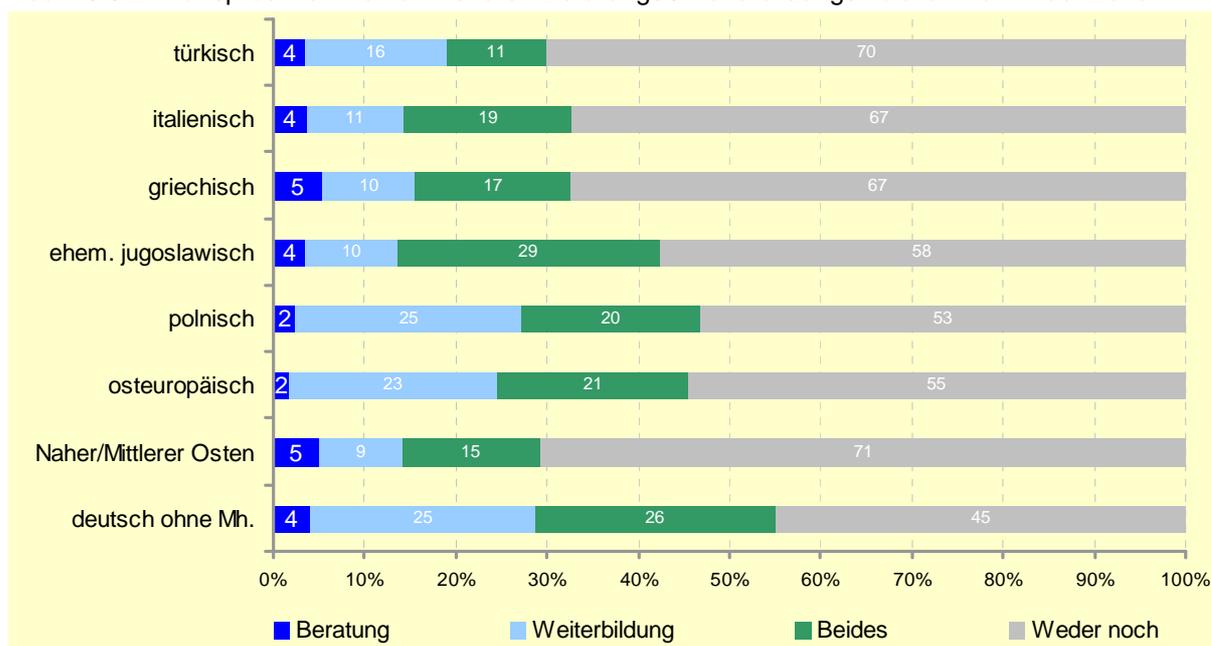
* inkl. mithelfende Familienangehörige

Quelle: Mikrozensus 2006, eigene Berechnungen ifm Mannheim.

Mit Blick auf die Struktur im Südwesten ist ergänzend hervorzuheben, dass selbständige Migranten eher Weiterbildung in Anspruch nehmen als die abhängig beschäftigten Pendanten. Ein genauerer Blick in das Datenmaterial verdeutlicht außerdem, dass es sich bei Migranten häufig um private bzw. soziale Weiterbildungsaktivitäten geht, z.B. in Form von Sprachkursen, und nicht unbedingt um berufliche Weiterbildung.

Unsere Daten aus der Primärerhebung bringen zusätzlich einige Informationen über die Weiterbildungsabsichten von selbständigen Migranten in Baden-Württemberg zutage (Abbildung 15.3.2). Auch hierbei fallen große Unterschiede zwischen Deutschstämmigen und Migranten hinsichtlich der künftigen Bereitschaft auf, Beratung oder Weiterbildung in Anspruch zu nehmen. Über die Hälfte der Deutschen plant Beratungs- und/oder Weiterbildungsmaßnahmen in der Zukunft. Bei allen untersuchten nicht-deutschen Ethnien liegen die entsprechenden Werte (weit) unter 50%. Nur rund ein Drittel der Selbständigen aus der Türkei, Italien, Griechenland und dem Nahen und Mittleren Osten visieren unterstützende Maßnahmen an. Lediglich die Selbständigen aus Polen und Osteuropa sehen einen ähnlich hohen Weiterbildungsbedarf wie Deutsche.

Abb. 15.3.2: Inanspruchnahme von weiteren Beratungs-/Weiterbildungsmaßnahmen in der Zukunft



Quelle: Primärerhebung „Migrantenökonomie in Baden-Württemberg“ ifm Universität Mannheim.

Diese Ergebnisse machen den politischen Handlungsbedarf bei der Sensibilisierung und Motivation von Migrantinnen und Migranten für Weiterbildungsmaßnahmen deutlich. Deren Mehrwert scheint in der Migrantenökonomie weniger bekannt bzw. anerkannt zu sein. Dies ist insbesondere kritisch vor dem Hintergrund, dass Migranten im Schnitt über weniger formales Humankapital und teils auch über weniger selbständigkeitsrelevantes Wissen verfügen. Dies liegt zum einen daran, dass in der Migrantenökonomie vergleichsweise häufiger neu gegründet, als eine Nachfolge angetreten wird. Zum anderen können die Gründer mit Migrationshintergrund weniger häufig auf die Selbständigkeitserfahrungen ihrer Eltern zurückgreifen (Kapitel 7.1).

VII. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Ziele und empirische Grundlagen der Untersuchung

Das Untersuchungsfeld „Migrantenökonomie“ liegt im Schnittpunkt zweier bedeutender Trends: Zum einen vollzieht sich in der Unternehmenslandschaft, und dabei insbesondere im Mittelstand, ein grundlegender Wandel, der immer mehr wirtschaftliche Segmente erfasst und zu einer zunehmenden Heterogenität in der Zusammensetzung unternehmerischer Aktivitäten führt. Zum anderen kommt hinzu, dass sich auch die Bevölkerungsstrukturen grundlegend verändern und die Migration immer deutlicher ihre Spuren in allen Lebensbereichen, aber vor allem in der Arbeitswelt hinterlässt. Beide Trends sind insbesondere für Baden-Württemberg von maßgeblicher Bedeutung, denn das Bundesland hat unter den Flächenländern den höchsten Anteil an Menschen mit Migrationshintergrund, aber den niedrigsten an Selbständigen mit Migrationshintergrund.

Demzufolge hatte das Forschungsprojekt zum Ziel, (erstens) die Bedeutung und Entwicklung von Migrantenselbständigkeit in Baden-Württemberg aufzuzeigen und (zweitens) die sich dahinter verbergenden Triebkräfte und Charakteristika zu identifizieren. Darüber hinaus sollte (drittens) das Leistungspotenzial der Migrantenökonomie, darunter ihr Beitrag für den Arbeits- und Ausbildungsmarkt sowie (viertens) ihre außenwirtschaftlichen Verflechtungen, in einer Differenzierung nach einzelnen ethnischen Herkunftsgruppen abgeschätzt werden. Letztlich interessierten (fünftens) auch die Hemmnisse und Probleme, die Migranten im Gründungsprozess erfahren sowie welcher Unterstützungsbedarf diesbezüglich besteht. Vor diesem Hintergrund kann schließlich auch die Zukunftsfähigkeit der Migrantenökonomie in Baden-Württemberg beurteilt werden.

Dabei wurde großer Wert darauf gelegt, nicht nur nach der Staatsangehörigkeit, sondern zudem zwischen Personen mit und ohne Migrationshintergrund zu unterscheiden. Im Fokus der Untersuchung standen die in Baden-Württemberg bedeutendsten Migrantengruppen, sowohl was ihre Populationsstärke betrifft als auch die Dynamik ihrer unternehmerischen Aktivitäten. Dazu zählen die Zuwanderer und ihre Nachfahren aus der Türkei, Italien, Griechenland, dem ehemaligen Jugoslawien und aus Polen. Mit Blick auf das jüngere Migrationsgeschehen und vor dem Hintergrund, dass über einige Unternehmergruppen noch keinerlei Erkenntnisse vorliegen, wurden zusätzlich noch die Migrantinnen und Migranten aus osteuropäischen Ländern sowie aus dem Nahen und Mittleren Osten hinzugezogen.

Da die Datenlage über beruflich Selbständige mit Migrationshintergrund äußerst dürftig ist, musste die Untersuchung auf mehrere amtliche Datenquellen zurückgreifen. Hierfür standen zuvorderst die (für wissenschaftliche Zwecke anonymisierten) Individualdaten des Mikrozensus, eine der besten Repräsentativstatistiken Deutschlands, und zudem ergänzend die Gewerbeanzeigenstatistik zur Verfügung. Die wichtigste Datenquelle für vorliegende Untersuchung musste jedoch erst mittels einer methodisch anspruchsvollen Zufallsstichprobe bzw. über eine telefonische Befragung von rund 1.200 Unternehmensinhaber/innen verschiedenster ethnischer Herkunft generiert werden.

Bedeutung und Entwicklung von Migrantenselbständigkeit

Ein zentraler Indikator für die Stärke unternehmerischer Aktivitäten von Migrantinnen und Migranten ist der Umfang an Gründungen und Schließungen sowie die Zahl der Selbständigen. Sie bilden gewissermaßen die „personelle Basis“ für das Entwicklungspotenzial und die Leistungsfähigkeit der Migrantenökonomie insgesamt. Nach den zuletzt vorliegenden Ergebnissen aus dem Mikrozensus (2010) lässt sich folgendes festhalten:

- Von den 552.000 Selbständigen in Baden-Württemberg besitzen 94.000 bzw. 17% ausländische Wurzeln. Das heißt in etwa jede sechste unternehmerisch aktive Person im Land hat einen Migrationshintergrund. Da aber ansonsten hierzulande jede vierte Erwerbsperson zu den Migranten zählt, wird bereits ersichtlich, dass Migranten unter den Selbständigen trotz der hohen Zahl noch unterrepräsentiert sind.
- Dies kommt auch anhand der Selbständigenquote zur Geltung. Während unter den Deutschen ohne Migrationshintergrund 11,2% der Erwerbstätigen selbständig sind, ist dies bei Migranten nur bei 7,3% der Fall. Dieser Abstand wird auch dann nicht kleiner, wenn die zweite Generation der Migranten betrachtet wird, denn deren Selbständigenquote ist sogar leicht geringer (6,0%).
- Die Kluft zu den Einheimischen ist teilweise im Zusammenhang damit zu sehen, dass sich in Baden-Württemberg weit weniger Migranten selbständig machen als in Deutschland insgesamt. Zwar haben sich die Selbständigenquoten in jüngerer Zeit etwas angepasst, aber im Südwesten liegt das Niveau der unternehmerischen Aktivitäten von Migranten um ein Viertel niedriger als im Bundesgebiet. Und auch die Landeshauptstadt bildet unter den größeren Städten diesbezüglich das Schlusslicht.

Nun scheint auf den ersten Blick ein Widerspruch darin zu bestehen, dass die Migranten in Baden-Württemberg einerseits geringere Selbständigenquoten aufweisen, obwohl andererseits häufig betont wird, dass sie wesentlich gründungsaktiver sind. Dies ist jedoch vor dem Hintergrund zu sehen, dass viele ihrer Unternehmen wieder vom Markt verschwinden. Denn schließlich kann der Bestand an Selbständigen auch als ein Ergebnis von Zu- und Abströmen bzw. von Markteintritten und -austritten gesehen werden.

- Unter den Neugründungen machen Ausländer schon seit längerer Zeit einen größeren Anteil aus als unter der Erwerbsbevölkerung insgesamt. Im Jahr 2010 stellten die Ausländer genau ein Drittel aller Gründungen. Würde man die Eingebürgerten hinzurechnen, wäre der Anteil noch höher. Auch die relative Gründungsneigung ist stärker: Auf Ausländer entfallen insgesamt 266 Neugründungen pro 10.000 ausländische Erwerbspersonen. Damit war die Gründungsquote mehr als dreimal so hoch wie bei den Deutschen (80).
- Diese Aktivitäten schlagen sich jedoch nicht in gleichem Maße im Selbständigenbestand nieder, denn das Niveau an Liquidationen ähnelt dem der Gründungen. Über verschiedene Jahre betrachtet ergibt sich, wenn überhaupt, nur ein geringer Gründungsüberschuss. Insgesamt ist bei Ausländern die Marktaustrittsrate wesentlich höher als bei den Deutschen.

Migranten bilden ein höchst heterogenes sozio-kulturelles Konglomerat, weshalb auch die unternehmerische Neigungen und Fähigkeiten der einzelnen Herkunftsgruppen ganz unterschiedlich ausgeprägt sind:

- Jede in unserer Untersuchung betrachtete Nationalitätengruppe weist eine deutlich höhere Gründungsquote auf als die Deutschen. Neben den Polen (deren hohe Gründungszahlen teils auf „Wanderselbständigkeit“ beruhen) sind es die Türken, Italiener, Griechen und ehemaligen Jugoslawen, die mit etwa anderthalbfacher bis doppelt so hoher Intensität wie die Deutschen gründen.
- Aber auch hier wird ein Muster dergestalt ersichtlich, dass sich in jeder Herkunftsgruppe Gründungs- und Schließungsquoten nahezu spiegeln.
- Unterm Strich betrachtet sind aber dennoch viele Gründungen erfolgreich, wenngleich in unterschiedlicher Verteilung. Denn die Selbständigenquoten zwischen den Ethnien differieren. Unter den zahlenmäßig größten Gruppen, den Migranten aus der Türkei und Italien, machen sich nur 8% der Erwerbstätigen selbständig. Dies ist eine Selbständigenquote, die mittlerweile auch von den Polen erreicht wird, während die Zuwanderer aus dem ehemaligen Jugoslawien nur 6% und die aus dem übrigen Osteuropa nur 4% erreichen. Die höchste Selbständigenquote erzielt die Gruppe der „übrigen Länder“ mit 12%.
- Diskrepanzen zeigen sich jedoch nicht nur in Bezug auf die Herkunft sondern auch hinsichtlich des Migrations- und Integrationsstatus: Die eingebürgerten ehemaligen Ausländer sind unternehmerisch aktiver als diejenigen ohne deutschen Pass. Zwei von fünf selbständigen Migranten besitzen die deutsche Staatsangehörigkeit.

Die Bedeutung sowie die Hintergründe der Unterrepräsentation selbständiger Migranten in Baden-Württemberg sind mit Momentaufnahmen alleine nicht zu erfassen, hierzu muss unter anderem auch die längerfristige Entwicklung betrachtet werden. Da aber Personen mit Migrationshintergrund erst seit 2005 mit der amtlichen Statistik identifizierbar sind, müssen diesbezüglich die Zahlen für Ausländer herangezogen werden.

- Trotz des (im Land-Bund-Vergleich) niedrigen Niveaus an Ausländerselbständigkeit zeigt sich eine beachtliche Dynamik in der Entwicklung, denn die Zahl selbständiger Ausländer in Baden-Württemberg ist seit 1991 um 128% gestiegen. Dies ist nur in geringem Maße ein Effekt der Zuwanderung, denn im gleichen Zeitraum ist die Zahl der abhängig beschäftigten Ausländer nur um 15% angewachsen.
- Die Veränderungsraten übertreffen auch die der deutschen Selbständigen um ein Vielfaches, was allerdings auch im Zusammenhang mit dem geringen Ausgangsniveau der Zahl selbständiger Ausländer zu werten ist.
- Nach Nationalitäten differenzierend ist festzustellen, dass sich die Zahl der ausländischen Selbständigen aus den ehemaligen Anwerbeländern in jüngerer Zeit nicht mehr so stark verändert hat. Eine Ausnahme bilden hier die Türkischstämmigen, die mit 16.000 Selbständigen die größte Gruppe stellen, gefolgt von den Italienern mit 10.000 Selbständigen. Ansonsten wird das Wachstum derzeit vor allem durch die Selbständigen aus Polen und Osteuropa sowie den nicht-europäischen Ländern induziert.

Charakteristika und Triebkräfte der Migrantenökonomie

Es liegt im Interesse von Öffentlichkeit, Politik und Wissenschaft, nicht nur die Bedeutung sondern auch die Ursachen einer sich besonders dynamischen entwickelnden Teilökonomie, wie die der Migranten, zu verstehen – zumal es auch einige Anzeichen gibt, dass hier noch unausgeschöpfte Potenziale ruhen. Zum besseren Verständnis der Triebkräfte der Migrantenökonomie kann ein Blick unter die Oberfläche dienen, denn nur wenige Charakteristika manifestieren sich im „äußeren“ Erscheinungsbild. Ohnehin kann die Alltagsbeobachtung täuschen, was sich teils auch in der aktuellen öffentlichen Debatte über die vermeintlich typischen Branchen der Migrantenunternehmen widerspiegelt.

- Die sektorale Struktur ist wesentlich breiter und auch moderner als vielfach vermutet. Insgesamt finden sich nur 29% aller Migrantenunternehmen im Gastgewerbe und Handel, und dies mit abnehmender Tendenz. Rund 17% sind dem Produzierenden Gewerbe und weitere 18% den wirtschaftsnahen Dienstleistungen zuzuordnen. Und fügt man die in den kulturellen und kurativen Dienstleistungen tätigen Freiberufler hinzu, entfällt ein Viertel aller selbständigen Migranten auf die wissensintensiven Dienstleistungen.
- Döner, Pizza oder Gyros spielen noch immer eine Rolle, aber die Ballung im Gastgewerbe ist ein Bild, welches eher an den Zuwanderer aus den ehemaligen Anwerbeländern festzumachen ist. Dies gilt weniger für die Selbständigen türkischer Herkunft, sondern eher für Italiener und Griechen, von denen jeder Zweite gastronomisch tätig ist. Die „neuen“ Selbständigengruppen aus Mittel- und Osteuropa sowie der übrigen Welt können ihre landestypische Küche nur selten „kultivieren“ und vermarkten.
- Demgegenüber weisen die Tätigkeitsfelder der türkischstämmigen Selbständigen ein eher breites Spektrum auf, wobei sie dennoch, ähnlich wie die aus dem Nahen/Mittleren Osten, überproportional im Handel (aber nicht unbedingt im Lebensmitteleinzelhandel) engagiert sind.
- Die Polen sind so stark wie keine andere Gruppe in den baugewerblichen Branchen präsent, während die russischen, rumänischen und sonstigen osteuropäischen Gründer/innen auffällig stark in den einfachen persönlichen Routinedienstleistungen zu finden sind.
- Im Gegensatz zu den Angehörigen der klassischen Anwerbeländer ist den Selbständigen aus Mittel- und Osteuropa aber auch aus dem Nahen/Mittleren Osten gemein, dass sie gleichzeitig auch verhältnismäßig häufig ihr Einkommen mit professionelleren bzw. wissensintensiven Dienstleistungen erzielen.

In einer modernen Ökonomie werden auch die Chancen selbständiger Migranten vermehrt durch wissensbasierte Ressourcen bestimmt. Doch der Umfang der zur Verfügung stehenden individuellen Ressourcen, insbesondere von formaler Bildung und Erfahrungswissen, wurde bislang vergleichsweise wenig beleuchtet, da ihre Relevanz für die unter dem „Nischenverdacht“ stehende Migrantenökonomie nicht selten auch bezweifelt wird. Es ist jedoch vielfach belegt, dass Wissen in jeder Form für die Überlebenschancen von Unternehmen von Bedeutung ist.

- Zunächst insgesamt betrachtet ist zu konstatieren, dass in allen Herkunftsgruppen die Selbständigen durchschnittlich besser gebildet sind als die abhängig Beschäftigten. Allerdings bestehen große Unterschiede im Bildungsniveau einzelner Ethnien.
- Mit Blick auf die „PISA-Studien“ sowie auf den stark berufsfachlich strukturierten deutschen Arbeitsmarkt dürfte zunächst nicht verwundern, dass Migranten zu einem höheren Anteil als Deutsche keinen beruflichen Abschluss besitzen. Unter den Selbständigen aus der Türkei, Italien und Griechenland ist dies jeweils fast zur Hälfte der Fall.
- Ein Gefälle zwischen den Ethnien zeigt sich im Anteil der Hochschulabsolventen: Unter den türkisch-, italienisch- und griechischstämmigen Selbständigen sind nur zwischen 4% und 9% hochqualifiziert. Hingegen haben die Polen und Osteuropäer mit einem Anteil von einem Viertel bis einem Fünftel zwar etwas weniger Hochqualifizierte als die Einheimischen, doch weisen sie eine wesentlich bessere Qualifikationsstruktur auf als die Angehörigen der ehemaligen Anwerbeländer. Übertroffen werden sie von denen aus dem Nahen/Mittleren Osten, die zu mehr als einem Drittel einen Hochschulabschluss haben.
- Ein großes Problem ist die Qualifikationsverwertung eines im Ausland absolvierten Studiums. Unter den Polen und sonstigen Osteuropäern sowie den Migranten aus dem Nahen/Mittleren Osten und Italien ist es jeweils rund ein Viertel, deren Abschluss in Deutschland nicht anerkannt wird. Hier erfolgt der Schritt in die Selbständigkeit daher in geringerem Umfang in die institutionell regulierten Freien Berufe, sondern in Tätigkeitsfelder ohne entsprechende Qualifikationserfordernis.
- Auch wenn einige Herkunftsgruppen mit eher schwächeren Bildungsressourcen ausgestattet sind, bedeutet dies nicht, dass Bildung keine Wirkung hätte. Selbst unter Kontrolle von Drittvariablen wird in allen Gruppen ersichtlich, dass Bessergebildete mit höherer Wahrscheinlichkeit selbständig sind. Es ist allerdings noch mit zusätzlichen Daten zu klären, warum in Baden-Württemberg der Bildungseffekt weniger stark als auf Bundesebene ausgeprägt ist.

Gründungsrelevantes Wissen wird aber nur zu einem Teil durch formale Bildung akkumuliert. Arbeits- und Branchenerfahrung sowie Erfahrungswissen aus einer früheren Selbständigkeit oder aus dem elterlichen Unternehmen spielen eine nicht minder wichtige Rolle. Unsere Befragung ergibt folgendes Bild:

- Geht man davon aus, dass sich eine zum Gründungszeitpunkt ausreichende „Branchenerfahrung“ auf mindestens fünf Jahre erstrecken muss, dann sind es neben den Deutschen und den Osteuropäern eher noch die stark im Gastgewerbe engagierten Italiener, die jeweils zur Hälfte einen solchen Erfahrungsschatz besitzen. Ansonsten sind die Anteile an „Branchenerfahrenen“ weit geringer und reduzieren sich auf knapp über bzw. unter einem Drittel aller Selbständigen.
- In der Gründungsforschung wird der sozialen Herkunft und mithin der intergenerationalen Vererbung von Selbständigkeit hohe Bedeutung zugeschrieben. Doch obwohl viele Zuwanderer aus Ländern kommen, in denen Selbständigkeit eine größere Rolle spielt, stam-

men die meisten erstaunlicherweise seltener von selbständigen Eltern ab als die Deutschen. Eine Ausnahme sind die Migranten aus dem Nahen/Mittleren Osten.

- Migranten wagen weit häufiger als Einheimische einen zweiten Versuch, wenn die erste Gründung gescheitert ist. Unter den Italienern, Polen und denen aus dem Nahen/Mittleren Osten lässt sich jeweils ein Drittel als „Re-Starter“ bezeichnen. Einerseits kann hierdurch gesammeltes Wissen erneut in den Gründungsprozess eingebracht werden, andererseits ist auch davon auszugehen, dass sich ein Teil der Migranten mangels Alternativen in einen Kreislauf aus Gründung und Schließung und letztlich in eine „Mobilitätsfalle“ begibt.
- Selbständigkeit erfordert Handlungskompetenz im Umgang mit deutschen Institutionen weshalb die Aufenthaltsdauer ein indirekter Indikator für „institutionelles Wissen“ ist. Zumindest die Zuwanderer aus den ehemaligen Anwerbeländern können mit einer durchschnittlichen Anlaufzeit zwischen 15 und 19 Jahren bis zur Gründung auf reichlich Wissen über die Gepflogenheiten des Ankunftslandes zurückgreifen. Allerdings ist die Streuung recht groß wie die Werte der Standardabweichung zeigen.

Folglich kann bis hierher zusammengefasst werden, dass es nicht alle Herkunftsgruppen sondern vor allem die „Alteingesessenen“ aus den ehemaligen Anwerbeländern sind, denen es häufig an adäquaten Humankapital zur Führung eines Unternehmens fehlt. Da aber die Zahl an selbständigen Migranten dennoch in einem breiten Spektrum an Bedeutung gewonnen hat, müssen noch andere Charakteristika und Triebkräfte entscheidend sein. In diesem Zusammenhang wird häufig vermutet, dass der Mangel an Bildungsgütern durch ethnisches oder soziales Kapital kompensiert werden kann. Während jedoch die Primärsozialisation im Herkunftsland auch in der internationalen Ethnic Entrepreneurship-Forschung für weniger erklärungskräftig gehalten wird, gelten kulturelle Dispositionen und der Rückgriff auf die Arbeitskraft und Solidarität von Familienangehörigen und Landsleuten nach wie vor als zentrales Charakteristikum der Migrantenökonomie. In Baden-Württemberg kann dies nicht in allen Punkten und vor allem nicht für alle Ethnien behauptet werden:

- Zunächst ist hervorzuheben, dass es wenig Anhaltspunkte für die Wirkung von aus dem Ursprungsland „mitgebrachten“ kulturellen Gütern gibt. In den allermeisten Fällen entstand auch bei den Migranten der erste Gedanke an Selbständigkeit durch die Auseinandersetzung mit den Bedingungen im Ankunftsland, was nicht gänzlich ausschließt, dass bestimmte Triebkräfte latent vorhanden sind. Zumindest führen die Befragten aus Italien, Griechenland und dem Nahen/Mittleren Osten ihr unternehmerisches Engagement häufiger als andere auf herkunftsspezifische Traditionen zurück.
- Möglicherweise werden aber ethnische Ressourcen ganz bewusst eingesetzt, um sich Marktvorteile dort zu verschaffen, wo kulturelle Kompetenzen von „außen“ zugeschrieben werden. So dürfte bspw. nicht verwundern, dass insbesondere die italienischen Gastronomen die Prominenz ihrer mediterranen Küche als strategisches Moment begreifen, nicht jedoch die osteuropäischen Migranten, denen eine solche Nachfrage fehlt.
- Dies ist jedoch, wie multivariate Analysen zeigen, nicht nur eine Frage der Herkunft oder der Branchentätigkeit, sondern auch der Migrationserfahrung am „eigenen Leib“: Migranten der zugewanderten bzw. ersten Generation äußern (signifikant) doppelt so häufig, dass

ihnen die ethnische Herkunft bei der Ausübung einer unternehmerischen Tätigkeit Vorteile einbringt.

- Entgegen der These, dass es vor allem die Geringqualifizierten sind, die durch ethnische Ressourcen kompensieren (müssen), zeigt sich, dass der Vorteil von Ethnizität mit zunehmender Bildung wächst. Selbständige Migranten mit Studienabschluss sind fast doppelt so häufig wie die ohne Berufsabschluss überzeugt, dass ihnen ihre Herkunft marktstrategische Vorteile bringt. So betrachtet schließen sich also ethnisches und Humankapital nicht aus, sondern ergänzen sich, da sich bspw. Ärzte, Rechtsanwälte oder Steuerberater durchaus bewusst sind, dass sie durch die Paarung von fachlichen mit kulturellen Kompetenzen profitieren.
- Vielfach wird assoziiert, dass in Migrantenunternehmen die Familie als günstiges Arbeitskräftereservoir dient, weshalb die Anteile der unbezahlt mithelfenden Familienangehörigen höher als bei den Unternehmen der Deutschen ausfallen müsste. Dem ist aber nicht so. Es sind häufiger die Familienunternehmen der Deutschen, in welchen ohne Entgelt mitgeholfen wird. Aber dennoch weisen die Unternehmen von Migranten einen höheren Anteil an Familienmitgliedern unter den Beschäftigten auf. Am stärksten greifen die Griechen und Osteuropäer auf die Arbeitskraft der Familie zurück, was auch unter Kontrolle weiterer Randbedingungen (z.B. Branche und Bildung) zu beobachten ist.
- In Bezug auf den Arbeitsmarktbeitrag von Migrantenunternehmen kommen wir noch auf die Beschäftigungsstrukturen zurück, aber im Zusammenhang mit sozialem Kapital und der Beschäftigung von Landsleuten kann hier schon angemerkt werden, dass sich auch diesbezüglich wieder eine Zweiteilung in südeuropäische/türkische einerseits und mittel- und osteuropäische Arbeitgeber andererseits ergibt. Während unter den Erstgenannten zwischen der Hälfte und zwei Drittel der Unternehmen mehrheitlich Landsleute auf der Gehaltsliste haben, ist dies bei den anderen bei nur einem Drittel oder weniger als der Hälfte der Fall.

Im Allgemeinen unterscheidet die Gründungsforschung nicht nur nach Triebkräften, die sich aus persönlichen oder aber strukturellen Rahmenbedingungen ergeben, sondern auch danach, ob der Schritt in die Selbständigkeit auf Anreizen oder auf Zwängen beruht. Empirisch weist die Trennlinie zwischen Push- und Pullfaktoren allerdings eine große Unschärfe auf, da die Gründungsmotive zumeist ein ganzes Bündel möglicher Faktoren umfassen, so dass sich selbst der zentrale Push-Faktor „Arbeitslosigkeit“ noch durch Anreize angereichert zeigt.

- Fasst man die Bedeutung einzelner Pull-Faktoren zusammen, dann sind die treibenden Kräfte für den Schritt in die Selbständigkeit vor allem im Streben nach mehr Autonomie und nach der Verwirklichung von Ideen sowie nach Qualifikationsverwertung und einem höheren Verdienst zu sehen, während kulturelle Faktoren und auch Marktlücken vergleichsweise wenig Relevanz besitzen. Die Rangfolge der Bedeutung einzelner Pull-Motive weist ein ethnienübergreifend ziemlich ähnliches Muster auf. Auffällig ist dabei, dass insbesondere die türkischstämmigen Gründer/innen bei fast allen möglichen Motiven eine hohe Relevanz für sich erkennen und am „anderen Ende“ die Deutschen eher eine geringe.

- Die Push-Faktoren besitzen – zumindest aus der Sicht der Befragten – keine vergleichbar starke Relevanz wie die Pull-Faktoren, was aber teils auch darauf zurückzuführen ist, dass die Bewertung mit Eingeständnissen verbunden ist. Bei allen Gruppen resultiert aus der Unzufriedenheit mit dem vorherigen Job der größte Druck in Richtung Selbständigkeit. Auffällig ist hier, dass sich in diesem Punkt für die Polen und sonstigen Osteuropäer leicht höhere Mittelwerte als für die Türken und Italiener errechnen.
- Dem Faktor „drohende oder durchlaufene Arbeitslosigkeit“ wird von den Befragten nicht der gleiche Stellenwert beigemessen, wie dies anhand der Berufsbiographien eigentlich zu erwarten wäre. So zeigen die Mikrozensuszahlen wesentlich mehr Übergänge aus der Position der Nicht-Erwerbstätigkeit auf als dies die Befragten vermitteln. Nicht alle, die zuvor in keinem regulären Beschäftigungsverhältnis standen (darunter auch Personen nach der Ausbildung) können per se zu den „Push-Gründungen“ gezählt werden. Bei einigen war es gar nicht ihr Ziel, eine abhängige statt selbständige Beschäftigung zu suchen.
- Bildet man anhand unserer Befragungsdaten einen Gesamtindikator für Gründungen aus einer „prekären Arbeitsmarktposition“ (wozu auch drohende Arbeitslosigkeit zählt) und kontrolliert ferner den Einfluss weiterer Variablen, dann zeigen sich signifikante Unterschiede zwischen Deutschen und anderen Gruppen: Italiener und Griechen gründen ungefähr dreimal so häufig aus einer prekären Arbeitsmarktposition und bei den Osteuropäern und Polen ist dies in etwa vier bis fünf mal so häufig wie bei den Deutschen der Fall. Zu betonen ist allerdings, dass dieses Bild in punkto „faktischer Arbeitslosigkeit“ eine andere Dimension erhält.

Eine für unsere Untersuchungsziele gewichtige Frage ist, inwieweit die niedrigeren Selbständigenquoten unter den Migranten in Baden-Württemberg mit der dort auch geringeren Arbeitslosigkeit zu erklären sind. Hierfür gibt es nur schwache bis gar keine Hinweise, zumal der Druck des Arbeitsmarktes nur einer von vielen Einflussfaktoren ist.

- Wenn der höhere Level an Arbeitslosigkeit unter den Migranten in Deutschland insgesamt ein wesentlicher Grund für das gegenüber im Südwesten höhere Niveau an Migranten-selbständigkeit wäre, hätte man dort einen höheren Anteil an Arbeitslosen in der Inflow-Struktur als in Baden-Württemberg erwarten dürfen. Dies ist allerdings nicht der Fall.
- Es wäre auch falsch, die Unterschiede zwischen Land und Bund allein auf ein unterschiedliches Gewicht von Push-Faktoren zu reduzieren. Weit maßgeblicher sind die Opportunitätsstrukturen, die kaum mit Massendaten sondern im Kontext der örtlichen Umfeldbedingungen zu identifizieren sind. Wir haben in dieser Untersuchung beispielhaft anhand regionaler Vergleiche gezeigt, wie sehr und in welcher Weise bestimmte Angebots-Nachfrage-Konstellationen die Niveauunterschiede in den unternehmerischen Aktivitäten von Migranten erklären können.

Betriebliches und gesamtwirtschaftliches Leistungspotenzial

In der öffentlichen Debatte werden nicht selten Zweifel an der Leistungsstärke der von Migranten geführten Unternehmen laut, da sie in der Wahrnehmung häufig mit marginalwirtschaftlichen Aktivitäten und insbesondere mit „Nischenökonomien“ verbunden werden. Die

zuvor aufgezeigten Charakteristika haben bereits gezeigt, dass die Ökonomie der Migranten kaum über einen Kamm zu scheren ist (weshalb auch der Begriff „Migrantenökonomie“ zu einigen Missverständnissen führen kann). Vielfach wird zudem übersehen, dass es sich um kleinbetrieblich strukturierte Segmente handelt, die im Rahmen ihrer Verhältnisse häufig ähnliche gesamtwirtschaftliche Funktionen erfüllen wie große Teile des „deutschen Mittelstandes“. Aber selbst diesbezüglich interessieren natürlich die harten Fakten, die sich vor allem anhand der finanziellen Erträge von Lieferungen und Leistungen sowie dem Beitrag der Migrantenunternehmen für den Arbeits- und Ausbildungsmarkt bemessen lassen. Die Untersuchung legte großen Wert darauf, die Leistungspotenziale zunächst immer auf der einzelwirtschaftlichen bzw. der betrieblichen Ebene darzustellen, bevor diese auf ihre Bedeutung in gesamtwirtschaftlicher Perspektive hochgerechnet wurden. Dies dient indirekt auch dazu, das Leistungsvermögen selbständiger Migranten unter dem Aspekt des Integrationsvermögens zu bewerten.

Im letztgenannten Zusammenhang ist zuvorderst auf ein Thema einzugehen, das häufig als ein zentrales Charakteristikum der Migrantenökonomie gehandelt wird: Ein Stigma, welches den Unternehmen von Migranten anhaftet, ist die Vorstellung, dass sie sich weniger auf „offenen“ als vielmehr auf sog. „ethnischen Märkten“ bewegen, mit der Folge, dass sie nur begrenzte Wachstumsaussichten haben. Diesbezüglich ist folgendes vorwegzunehmen:

- Die meisten Migrantenunternehmen bewegen sich auf einem offenen Markt und haben einen eher geringen Anteil an Kunden gleicher Herkunft. Der Durchschnittswert liegt bei den Selbständigen aus Osteuropa und aus der Türkei bei knapp einem Viertel und damit höher als in den anderen Gruppen. Am niedrigsten fällt der Anteil bei den Griechen und ehemaligen Jugoslawen aus, bei denen im Mittel nur etwa jeder zwölfte Kunde zu den Landsleuten zählt. Die Kundenzusammensetzung der Unternehmer aus den übrigen Ländern liegt im Feld dazwischen.
- In vielen Branchen können auch gar keine „ethnischen“ Produkte speziell für Landsleute angeboten werden (Beispiel: Autohandel oder Friseurgewerbe), weshalb sich migrantische Unternehmer schon allein aus Rentabilitätsgründen auch an Kunden aus der Mehrheitsgesellschaft wenden müssen. Demgegenüber werden die Selbständigen in den wissensintensiven Dienstleistungsbranchen (z.B. Rechtsanwälte, Steuerberater) wesentlich häufiger von Landsleuten konsultiert, da sie oftmals als „Intermediäre“ zwischen den Landsleuten und der Mehrheitsgesellschaft vermitteln. Es ist nachvollziehbar, dass sich eine Tätigkeit im Gastgewerbe signifikant negativ auf co-ethnische Kundschaftsbeziehungen auswirkt (wie man mit Blick auf die italienische Gastronomie nachvollziehen kann).

Um die Leistungspotenziale und die erwirtschafteten Erträge überhaupt den Unternehmen deutscher Inhaber gegenüberstellen zu können, mussten zunächst die betrieblichen Strukturen in ihren Komponenten aufgezeigt werden.

- Rekuriert man daher nicht auf die betrieblichen sondern auf die persönlichen Erträge von Selbständigen, ist festzuhalten, dass sich die monatlichen Netto-Einkommen der Deutschen ohne Migrationshintergrund, mit im Durchschnitt rund 2.400 €, ein gutes Stück über denen von Migranten bewegen. Die bestverdienende Migrantengruppe bilden die

Selbständigen aus dem Nahen und Mittleren Osten (im Schnitt 1.870 € monatlich), dicht gefolgt von den Migranten aus dem ehemaligen Jugoslawien. Die türkischstämmigen Unternehmer/innen schneiden hier mit einem Mittelwert von knapp über 1.600 € deutlich schlechter ab. Die Verdienste der Zuwanderer aus Polen und dem übrigen Osteuropa liegen eher im Mittelfeld.

- Bei allem ist jedoch zu konstatieren, dass die selbständig Erwerbstätigen in allen Gruppen ein höheres Einkommen erzielen als die Arbeitnehmer/innen in derselben Herkunftsgruppe. So betrachtet ist der Schritt in die Selbständigkeit auch als ökonomischer Aufstieg zu werten. Allerdings werden die höheren Einkommen auch durch einen höheren Arbeitseinsatz erkauft.
- Ein zentraler Faktor zur Bestimmung der Leistungsstärke eines Unternehmens ist die Anzahl der Beschäftigten. Dem Mikrozensus zufolge arbeiten zwischen nicht ganz der Hälfte und drei Viertel aller selbständigen Migranten der hier betrachteten Herkunftsgruppen alleine. Allerdings ist auch etwas mehr als die Hälfte der Deutschen den Soloselbständigen zuzuordnen. In unserer eigenen Erhebung sind die ethnien-spezifischen Unterschiede in den Unternehmensgrößen teils etwas größer. Aber über allem zeigt ein detaillierter Blick, dass Ein-Personen-Unternehmen nicht unbedingt ein Merkmal von Wachstumsschwäche sondern teils genauso ein Ergebnis des ökonomischen Modernisierungsprozesses sind.
- Hinsichtlich der Unternehmensgrößen von Arbeitgeberbetrieben dürfte nicht verwundern, dass Migranten im Vergleich zu Einheimischen häufig ungünstigere Ausgangsbedingungen für den Unternehmensaufbau vorfinden. So haben ausländischstämmige Selbständige weitaus seltener die Chance, ein etabliertes und über Jahre gewachsenes Unternehmen durch Erbschaft bzw. Nachfolge zu übernehmen. Darüber hinaus erfordert der Auf- und Ausbau eines Unternehmens entsprechende Zeit und damit auch eine adäquate Aufenthaltsdauer, die besonders bei neu Zugewanderten noch nicht gegeben ist. Daher fällt in allen Herkunftsgruppen der Anteil an Kleinstunternehmen höher als bei den Deutschen aus.

Welche Konsequenzen haben die einzelwirtschaftlichen bzw. betrieblichen Strukturen für das gesamtwirtschaftliche Leistungspotenzial? Da in der amtlichen Statistik keine Verknüpfung von Unternehmensdaten mit der ethnischen Herkunft der Unternehmensinhaber möglich ist, mussten hier verschiedene Schätzmodelle auf Grundlage unserer eigenen Erhebung und anderer Sekundärdaten vorgenommen werden. Zur besseren Vergleichbarkeit mit den Leistungspotenzialen des „deutschen Mittelstands“ wurden die Modellrechnungen auf das Segment der Unternehmen mit bis zu 249 Beschäftigten (EU-Definition) begrenzt.

- Je nach Schätzmodell unterscheiden sich die Gesamtsummen an erwirtschafteten Umsätzen. Aber hinsichtlich der Rangfolge der Umsatzstärken einzelner Herkunftsgruppen lässt sich konstatieren, dass die türkische Community mit über oder knapp unter 5 Mrd. € im Jahr 2008 die insgesamt höchsten Umsätze erwirtschaftet, gefolgt von den italienischen und osteuropäischen Selbständigen (oder je nach Modell umgekehrt). Am Ende des Rankings stehen jeweils die Unternehmer/innen aus Polen und dem Nahen/Mittleren Osten.
- Mit Hilfe der Daten des IAB-Betriebspanels und einer Regressionsschätzung konnten wir aufzeigen, dass die Unterschiede zwischen den einzelnen Ethnien nicht auf die nationale

Herkunft, sondern auf Unterschiede in den Unternehmensstrukturen bzw. in der Branchenorientierung zurückzuführen sind. Geht man hiervon aus, dann dürften die Unternehmen von Migranten in Baden-Württemberg schätzungsweise einen Gesamtumsatz von 38 Mrd. € im Jahr erzielen.

- Die kleinbetriebliche Strukturiertheit der von Migranten geführten Unternehmen schließt nicht aus, dass allein schon die große Zahl der kleinen Unternehmen einen volkswirtschaftlichen Beitrag von – in absoluten Zahlen – beachtlicher Größe erzeugt. Auf Grundlage unserer Schätzmodelle ist davon auszugehen, dass die türkischstämmigen Unternehmer mit rund 43.000 Arbeitsplätzen den höchsten Beschäftigungsbeitrag unter den Selbständigen nicht-deutscher Herkunft in Baden-Württemberg erzielen. Auf Platz zwei folgen die italienischstämmigen Unternehmer mit rund 39.000 Arbeitsplätzen. Die geringste Gesamtsumme entsteht bei den Selbständigen aus Polen und dem Nahen/Mittleren Osten.
- Insgesamt errechnet sich für die mit unserer Erhebung erfassten Selbständigen bzw. Herkunftsgruppen ein Beschäftigungsbeitrag von 165.000 Arbeitsplätzen. Geht man davon aus, dass die Unternehmer/innen der restlichen Migrantengruppen eine Beschäftigungsleistung erbringen, die dem Durchschnitt aller hier beobachteten Gruppen entspricht, dann dürfte die mittelständische Migrantenökonomie in Baden-Württemberg insgesamt einen Beschäftigungsbeitrag von einer viertel Million (243.000) Arbeitsplätzen erbringen. Dies bedeutet, dass im Bereich der mittelständischen Einzelunternehmen in etwa jeder siebte bis achte Beschäftigte einen Arbeitgeber mit ausländischen Wurzeln hat.
- Hier interessiert natürlich, welchen Einfluss die ethnische Herkunft auf das Leistungspotenzial und damit im vorliegenden Fall auf den Beschäftigungsbeitrag ausübt. In einer multivariaten Analyse zeigt sich ein starker Einfluss der migrationspezifischen Merkmale, wozu auch Sprachkenntnisse zählen: Je besser die Unternehmer/innen die deutsche Sprache beherrschen, desto besser sind sie auch in der Lage Arbeitsplätze zu generieren. Die Integrationsfähigkeit des Betriebsinhabers hat auch an anderer Stelle positive Einflüsse: So wird deutlich, dass die Unternehmen der Eingebürgerten ein größeres Beschäftigungsvolumen erzielen als die Selbständigen ohne deutschen Pass. Ein besonders interessanter Effekt ist darin zu sehen, dass Ethnizität in der Marktorientierung dem betrieblichen Erfolg eher schadet.

Eine weiterführende arbeitsmarktpolitische Hoffnung geht dahin, dass sich die Unternehmen der Migranten stärker bei der Ausbildung von Fachkräften bzw. von Jugendlichen im Rahmen des dualen Berufsbildungssystems engagieren. Nicht zuletzt auch deshalb, weil davon ausgegangen wird, dass die Migrantenbetriebe zu einem höheren Anteil als die „deutschen“ Unternehmen auch den benachteiligten Jugendlichen mit Migrationshintergrund einen Ausbildungsplatz bieten. Diesbezüglich ist festzuhalten:

- Die zentrale Voraussetzung für die Ausbildungsbeteiligung ist eine Befähigung des Betriebs nach dem Berufsbildungsgesetz und der Handwerksordnung, weshalb zunächst interessierte, wie die Unternehmensinhaber ihre Ausbildungsvoraussetzungen selbst einschätzen. Folgt man den eigenen Angaben der Befragten sind die Unternehmen von Migranten in deutlich geringerem Maße als die von Einheimischen der Überzeugung, dass sie über

eine Ausbildungsberechtigung verfügen. Inwieweit die subjektive Einschätzung zutrifft kann hier nicht beurteilt werden, aber dies allein ist schon eine Ausbildungshürde, da das Wissen um die Möglichkeit auszubilden eine Grundvoraussetzung zur Beteiligung ist.

- Von noch größerem Interesse ist die tatsächliche Ausbildungsbeteiligung. Unserer Erhebung zufolge weisen die Selbständigen aus der Türkei und aus dem ehemaligen Jugoslawien unter den nicht-deutschen Herkunftsgruppen das stärkste Ausbildungsengagement auf, wenngleich die Ausbildungsbetriebsquote mit jeweils 21% noch ein kleines Stück unterhalb der von Deutschen liegt. Die Betriebe aus dem Nahen/Mittleren Osten beteiligen sich zu 17%. Wie zuvor schon in unserer bundesweiten Befragung festgestellt, weisen die griechischstämmigen Unternehmer/innen die geringste Quote auf. Die zweit- und dritt-schlechteste Ausbildungsbeteiligung zeigen die Unternehmer/innen polnischer (12%), osteuropäischer und italienischer Herkunft (je 15%).
- Das Ausbildungsengagement kommt nicht nur durch die Zahl der Unternehmen zum Ausdruck, die einen Ausbildungsbeitrag leisten, sondern auch darin, wie stark dieser im Verhältnis zum Beschäftigtenstamm ist. Daran gemessen liegen die Quoten in fast allen Herkunftsgruppen mindestens auf dem Niveau der Unternehmen mit deutschem Inhaber, in denen die Azubis im Schnitt 5% aller Beschäftigten ausmachen. Betrachtet man allerdings nur die Ausbildungsintensität der ausbildenden Betriebe schneiden die Unternehmen der Migranten besser als die der Deutschen ab. D.h. wenn sie ausbilden, dann mit höherer Intensität.
- Stimmt es, dass Migranten vorwiegend Jugendliche aus ihrer eigenen Ethnie ausbilden? Dies ist in hohem Maße lediglich bei den Unternehmen der türkischen Inhaber der Fall, wo durchschnittlich rund 70% der Azubis türkischer Herkunft sind. In den Unternehmen der anderen Herkunftsgruppen liegen die Anteile an co-ethnischer Ausbildung niedriger. Hier ist jeweils maximal nur die Hälfte der Azubis gleicher Herkunft. Aber dennoch lässt sich „unter dem Strich“ festhalten, dass in Migrantenunternehmen in relativ hohem Maße Jugendliche mit Migrationshintergrund einen Ausbildungsplatz finden. Denn im Vergleich zur herkunftsspezifischen Zusammensetzung von Auszubildenden insgesamt sind sie in den jeweiligen Migrantenbetrieben deutlich überrepräsentiert.

Außenwirtschaftliche und binnenethnische Geschäftsbeziehungen

Mit den verbesserten und günstigeren Handels-, Kommunikations- und Transportmöglichkeiten verbessern sich auch die Möglichkeiten kleiner und mittlerer Betriebe, internationale Beziehungen aufzubauen und zu nutzen. Neuerdings wird die Debatte in der Ethnic Entrepreneurshipforschung sogar um einen neuen Typus, die „transnationalen Unternehmer“ bereichert. Hier wird davon ausgegangen, dass sie sowohl in der alten als auch in der neuen Heimat in ihr soziales Umfeld „eingebettet“ sind, was ihnen Zugang zu entscheidenden Netzwerken und Ressourcen verschafft. Inwieweit jedoch solche Formen außenwirtschaftlicher Beziehungen nicht nur von den größeren – und meist „deutschen“ – Unternehmen initiiert, sondern die sich bietenden Chancen tatsächlich auch von den kleineren und mittleren Unternehmen der Migranten aufgegriffen werden, war bislang kaum bekannt.

- Zunächst war davon auszugehen, dass außenwirtschaftliche Beziehungen, wenn überhaupt, durch Kontakte zu Personen im Herkunftsland aufgebaut werden. Solche Beziehungen haben ein sehr unterschiedliches Niveau bzw. variieren beträchtlich zwischen den Gruppen. Für mehr als ein Drittel der italienischen Selbständigen haben Geschäftskontakte zu Personen in Italien eine „mittlere bis große Bedeutung“ für den wirtschaftlichen Erfolg ihrer Unternehmen, während dies bei den Selbständigen aus dem früheren Gebiet von Jugoslawien nur bei etwa jedem zwanzigsten der Fall ist. Die geographische Nähe scheint nicht unbedingt eine Rolle zu spielen, da jeweils mehr als ein Fünftel sowohl der polnisch- als auch der türkischstämmigen Unternehmer/innen solche Beziehungen pflegt.
- Das ethnien-spezifische Muster der Bedeutung von Geschäftsbeziehungen ins Herkunftsland spiegelt sich (auf geringerem Anteilsniveau) in etwa auch hinsichtlich der Bedeutung von Beziehungen in andere Länder wider, weshalb davon auszugehen ist, dass Unternehmen bzw. Migranten, die einschlägige Erfahrungen besitzen, diese nicht nur binnenethnisch nutzen.

Natürlich besteht ein Unterschied darin, ob Geschäftskontakte ins Herkunftsland bzw. auch ins Ausland generell nur auf der Informations- und Kommunikationsebene verbleiben, oder ob sie sich durch den Verkauf von Produkten materialisieren. Hier können die im Ausland erzielten Umsätze als Indikatoren verwendet werden:

- Bekanntlich steigt die Exportquote deutlich mit der Unternehmensgröße an, weshalb verständlich ist, dass die hier zum Vergleich herangezogenen mittelständischen „deutschen“ Einzelunternehmen nur etwa 5% ihres Umsatzes im Ausland erzielen. Allerdings liegt dieser Wert bei einigen anderen Herkunftsgruppen deutlich höher, wozu die Unternehmen der polnischen und osteuropäischen Selbständigen mit einem Auslandsumsatz von 21% bzw. 14% zählen. Ganz offensichtlich bietet der mittel- und osteuropäische Markt entsprechende Gelegenheiten. Aber auch die Unternehmer/innen aus dem Nahen/Mittleren Osten weisen eine doppelt so hohe Exportquote wie die Deutschen auf.
- Es sind insbesondere die Selbständigen aus den ehemaligen Anwerbeländern, die sich zu sehr hohen Anteilen „binnenwirtschaftlich“ orientieren. Bspw. macht sich für die italienischstämmigen Unternehmer/innen die hohe Relevanz von Geschäftsbeziehungen nach Italien kaum im Absatz von Produkten bemerkbar. Dies verwundert wenig, denn natürlich sind solche Beziehungen im Zusammenhang mit der starken Präsenz dieser Gruppen im Gastgewerbe und vergleichbaren distributiven Dienstleistungen zu sehen, weshalb lokale Absatzmärkte bedient werden. Das heißt hier handelt es sich größtenteils wohl um Lieferantenbeziehungen (siehe auch im Folgenden). Aber dennoch zeigen mehrdimensionale Analysen, dass insgesamt betrachtet Geschäftsbeziehungen ins Ausland mit höherer Wahrscheinlichkeit auch zu Auslandsumsatz führen.

Ethnischen Netzwerken wird nicht nur über die Grenzen zum Herkunftsland hinweg, sondern natürlich auch innerhalb des Ankunftslandes eine hohe Bedeutung zugeschrieben. Solcherlei co-ethnische Geschäftsbeziehungen können zu einer Reduktion von Transaktionskosten und im Idealfall auch zur Entspannung der binnenethnischen Konkurrenzsituation führen. Aller-

dings wird in der baden-württembergischen Migrantenökonomie weniger auf co-ethnische Lieferanten zurückgegriffen als vermutet werden könnte.

- Insgesamt dominieren die Geschäftskontakte zu deutschen Lieferanten, doch die Bedeutung von Auftragsvergaben an Dienstleister oder Lieferanten innerhalb der eigenen Ethnie variiert je nach Herkunft. Letztlich spielen sie aber nur in der türkischen und italienischen Community eine größere Rolle: jeweils ein Fünftel vergibt hauptsächlich Aufträge an Unternehmer der gleichen Herkunft, dagegen nur vier bis fünf Prozent der Selbstständigen aus Osteuropa, Polen und Griechenland.
- Co-ethnische Kunden- und Lieferantenbeziehungen korrelieren. Letztlich spielt dabei aber auch die Potenziale einer regionalen Ballung einzelner ethnischer Gruppen eine Rolle, was die Dichte und den Austausch von Geschäftsbeziehungen erleichtert.

Die Marktbedingungen für selbständige Migranten in Baden-Württemberg werden allerdings nicht nur über die positiven Effekte co-ethnischer Beziehungen, sondern fundamental auch durch die Konkurrenzsituation beeinflusst.

- In Herkunftsgruppen, die sich auf den Gastronomie- oder Handelssektor konzentrieren, herrscht ein starker binnenethnischer Wettbewerb. Rund ein Viertel der türkisch- und italienischstämmigen Selbständigen konkurrieren eher mit Unternehmen der eigenen Ethnie (Griechen: 16 Prozent). In der Community der Polen und der ehemaligen Jugoslawen spielt die Konkurrenz durch Marktteilnehmer gleicher Herkunft eine eher geringe Rolle.
- Was die Wettbewerbsstrategie angeht, gehen die Ethnien unterschiedliche Wege, um sich von der Konkurrenz zu differenzieren; nicht nur hinsichtlich der Prioritäten in der Positionierung, sondern auch bzgl. der Relevanz, die einer Differenzierung zugemessen wird: Italienische und griechische Selbständige erachten sich als besonders aktiv in der Wettbewerbsdifferenzierung und versuchen vor allem im persönlichen Kundenverhältnis ihre Konkurrenz zu übertrumpfen, die türkischstämmigen Selbständigen hingegen eher über gute Serviceangebote. Italienisch- und türkischstämmige Unternehmer/innen setzen stärker auf eine breite Angebotspalette als Wettbewerbsinstrument als dies bei solchen polnischer bzw. osteuropäischer Herkunft der Fall ist.
- Eine bewusste Preis- oder Dumpingstrategie kommt im Schnitt für weniger als ein Drittel in Frage. Unter den aus Polen und Osteuropa stammenden Selbständigen ist es nur etwa jeder Fünfte. Am preiskompetitivsten zeigen sich die italienischstämmigen Entrepreneur.

Hemmnisse, Probleme und Unterstützungsbedarf im Gründungsprozess

Von besonderem Interesse sind die Probleme und Herausforderungen, denen sich Migrantinnen und Migranten auf dem Weg in die berufliche Selbständigkeit gegenüber sehen. Eine nicht unerhebliche Anzahl an Gründungsvorhaben wird aufgrund von Hindernissen in der Vorgründungs- und Gründungsphase erschwert oder nicht realisiert. Bei diesen Gründungshemmnissen kann zwischen Faktoren unterschieden werden, die eher auf individueller Ebene angesiedelt sind und solchen, die auf allgemeine, strukturelle Rahmenbedingungen zurückzuführen sind.

- Unter den strukturellen Gründungshemmnissen ist es v.a. der bürokratische Aufwand, der als hemmend empfunden wird. Hinzu kommen Finanzierungsprobleme, die am stärksten von den italienischen Gründer/innen angeführt werden, was teils auch auf deren überproportionale Präsenz im Gastgewerbe und dem damit verbundenen Risiko zu sehen ist. Die Suche nach geeignetem Personal ist lediglich bei Gründungen im Gastronomiebereich ein größeres Problem, welcher unter der geringen Attraktivität der Arbeitsplätze leidet.
- Von allen persönlichen Gründungshemmnissen wird zuvorderst die Belastung für die Familie bzw. Partnerschaft genannt. Mangelnde Kenntnisse der formalen und gesetzlichen Anforderungen stellen (sieht man von einigen Ausnahmen ab) Migranten verständlicherweise vor größere Probleme als die Deutschen. Ähnliches gilt in der Tendenz aber auch für den Mangel an betriebswirtschaftlichen Kenntnissen.
- Für jeden zehnten Unternehmer mit Migrationshintergrund in Baden-Württemberg wirkt sich nach eigenen Angaben die ethnische Zugehörigkeit als hinderlich für die Unternehmensgründung aus. Am stärksten beklagen dies Selbständige mit türkischem, italienischem und polnischem Hintergrund.

Bekanntlich scheitern viele Gründungen an einer Unterfinanzierung oder daran, dass nicht genügend Eigen- oder Fremdkapital bereit gestellt werden kann. Dies ist bei Migranten noch weit häufiger ein Problem. Über alle Gruppen hinweg betrachtet sieht rund ein knappes Viertel der Gründenden in der Kapitalbeschaffung eine extreme Herausforderung. Daher stellt sich natürlich die Frage, woher das Geld für die Gründungen im Einzelnen kommt:

- Die These, Migranten würden sich – im Vergleich zu Deutschen – tendenziell eher bei der Kapitalbeschaffung an die Familie wenden, kann mit unseren Daten nicht generell bestätigt werden. Es sind eher die Gruppen mit langjähriger Migrationsgeschichte, deren Familien auch entsprechend Kapital ansparen konnten. So greift rund die Hälfte aller Gründer/innen mit türkischem oder griechischem Hintergrund bei der Beschaffung des Startkapitals teilweise oder komplett auf Gelder von Verwandten zurück, unter den „neueren“ Migrantengruppen aus dem Osten ist es jedoch nur ein Viertel.
- Banken und Sparkassen sind durchschnittlich nur bei über einem Drittel der Gründungen in irgendeiner Weise involviert. Bei den Gründerinnen und Gründern aus Polen und dem Nahen/ Mittleren Osten sogar nur bei knapp über einem Viertel. Dies signalisiert gleichzeitig ein Kredithürdenproblem:
- Insbesondere die Gründer/innen aus dem Nahen/Mittleren Osten sowie die aus Polen und dem ehemaligen Jugoslawien sind mit großen Hürden bei der Kreditvergabe konfrontiert. Jeweils etwa zwei von fünf der Kreditanfragen in diesen Gruppen wurden von den Banken negativ beantwortet.

Im Mittelpunkt von Fördermaßnahmen stehen neben den Finanzierungshilfen vor allem Informations- und Beratungsangebote der verschiedensten Institutionen. Die Nachhaltigkeit der Gründung hängt aber nicht nur von den Leistungen der Beratungsstellen, sondern zu einem großen Teil von einer sorgfältigen, strategischen und operativen Planung durch die Gründer/innen selbst ab.

- Insgesamt betrachtet arbeitet weniger als die Hälfte der Gründer/innen einen schriftlichen Businessplan aus. Ob Gründungswillige einen Businessplan erstellen oder nicht wird allerdings weniger von der Herkunft als vom Bildungsniveau und Kreditbedarf bestimmt.
- Die Planungsbereitschaft ist auch eine Frage prinzipieller Offenheit. Aber nur etwa jeder zweite Gründer hält es für unabdinglich, sich durch externe Quellen Informationen und gründungsrelevantes Wissen anzueignen. Dabei gibt es erstaunlicherweise kaum herkunftsspezifische Unterschiede.

Allerdings weicht der tatsächliche Umfang der in Anspruch genommenen Beratungs- und Weiterbildungsangebote von der „reinen Erkenntnis“ über die Notwendigkeit externen Wissens ab. Konzentriert man sich hierbei auf die öffentlichen Angebote und sieht von Beratung im Kreis der Familie und Freunde ab, dann ergibt sich folgendes Bild:

- Die Infrastruktur an Beratungseinrichtungen wird wesentlich durch die Angebote der Kammern bestimmt. Für Ratsuchende deutscher Herkunft scheinen diese die Hauptanlaufstelle zu sein, denn über die Hälfte informiert sich dort. Doch herkunftsspezifisch zeigt sich eine große Diskrepanz. Mit Ausnahme der Personen aus dem ehemaligen Jugoslawien konsultieren maximal ein Viertel der selbständigen Migranten in der Gründungsphase eine IHK oder HWK.
- Ähnlich verhält es sich im Hinblick auf die Frequentierung von Finanzinstituten. Auch die Gründungsberater der Banken und Sparkassen werden von Migranten nur unterdurchschnittlich in Anspruch genommen. Während jeder dritte Deutsche sich in der Gründungsphase an die Finanzdienstleister wendet, ist dies bei den Migranten nur bei wenigen der Fall. Die türkischstämmigen Gründer bilden hier eine Ausnahme, denn jeder Vierte ließ sich von einer Bank beraten.
- Aber selbst dann, wenn das Unternehmen „am Laufen“ ist, nehmen Personen mit Migrationshintergrund im Vergleich zu Deutschstämmigen seltener an Weiterbildungs- und Qualifizierungsangeboten teil. Auch was die Weiterbildungsmaßnahmen in der Zukunft angeht, planen weniger Migranten als Deutsche solche in Anspruch zu nehmen. Dennoch bilden sich selbständige Migranten eher weiter als abhängig Beschäftigte

Vielen Studien zur (institutionellen) Gründungsberatung fehlt es an Informationen über den Personenkreis, der sich nicht beraten lässt. Daher war die Untersuchung an den Hintergründen bzw. Ursachen interessiert, warum öffentliche Beratungsangebote zu einem beachtlichen Teil nicht angenommen werden:

- *Angebotstransparenz*: Besonders Türken und Italiener geben vergleichsweise häufig an, in der Gründungsphase nichts von Beratungsangeboten gewusst zu haben.
- *Bedeutung von Beratung*: In vielen Ethnien gibt jeder zweite Gründer zu, nicht darüber nachgedacht zu haben, sich Beratung einzuholen. Dies war nur bei jedem fünften Deutschen der Fall.
- *Kosten der Beratung*: In der Migrantenökonomie spielen (wahrgenommene) Beratungskosten eine stärkere Rolle für die Inanspruchnahme von Gründungsberatung als bei deutschen Gründern.

- *Vertrauen in Berater/ Beratungseinrichtungen:* Erstaunlicherweise ist unter den Gründer/innen mit Migrationshintergrund (mit Ausnahme der Polen und Osteuropäer) mangelndes Vertrauen in die Berater oder Beratungseinrichtungen weniger ausschlaggebend für den Verzicht auf Gründungsberatung als bei Deutschen.
- *Migrantenspezifische Angebote:* Teilweise bis zu einem Viertel der Migranten gibt an, dass sie keine Gründungsberatungsstelle aufsuchten, weil es keine migrantenspezifischen Angebote gäbe. Besonders ausgeprägt ist dies bei italienisch- und türkischstämmigen Selbständigen.

Diese unzureichende Situation spiegelt sich auch in der Zufriedenheit der Gründer/innen mit Migrationshintergrund wider:

- Weit mehr Personen mit Migrationshintergrund als Deutschstämmige wünschen sich in der Gründungsphase mehr professionelle externe Beratung.
- Migrantinnen und Migranten sind mit weitaus größerer Wahrscheinlichkeit mit der Beratungsleistung unzufrieden als Deutschstämmige. Dies ist besonders stark bei türkischstämmigen Selbständigen ausgeprägt.

Da öffentliche Beratungsangebote von Selbständigen mit Migrationshintergrund unterdurchschnittlich beansprucht werden und die Zufriedenheit mit dem Angebot geringer ist als bei deutschen Gründern, wäre eine Anpassung der Gegebenheiten dringend erforderlich. Ansätze hierzu könnten sein:

- *Ethnien-spezifische Beratungsangebote:* Spezialisierte Angebote der Gründungsberatung können die Inanspruchnahme von externer Wissensvermittlung und die Beratungszufriedenheit erhöhen. Besonders für Personen mit türkischem und italienischem Hintergrund scheint dies in Baden-Württemberg angebracht.
- *Frauenspezifische Beratungsangebote:* Insbesondere Frauen aus dem islamischen Kulturkreis wünschen sich frauenspezifische Angebote der Gründungsberatung.
- *Staatliche Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit:* Es ist eine Aufgabe der Kommunikationspolitik, existierende Angebote klar zu kommunizieren, ggf. vorhandene Beratungsresistenzen aufbrechen und zu verdeutlichen, dass eine Vielzahl der Angebote kostenfrei genutzt werden kann.
- *Wirtschaftskammern:* Kulturelle Offenheit und interkulturelle Kompetenz sollten stärker forciert werden, beispielsweise durch interne und externe Kommunikationskampagnen sowie durch eine verpflichtende Teilnahme an entsprechenden Weiterbildungsangeboten für Berater/innen.
- *Banken:* Finanzdienstleister können einen Beitrag leisten, die positiven Effekte von Beratungsinanspruchnahme in das Bewusstsein von Gründern zu transportieren, in dem sie bspw. bei Anfragen von Gründungswilligen auf existierende Beratungsangebote hinweisen.

Literaturliste

- Aldag, B. (2001): Der Interkulturelle Impuls. Verschiedenheit nutzbar machen. Ethnische Ökonomien nachhaltig entwickeln Adapt-Projekt der VHS Duisburg. 1998-2001. Abschlussbericht, Duisburg.
- Aldrich, H. E. / Waldinger, R. (1990): Ethnicity and Entrepreneurship. In: *Annual Review of Sociology* 16, 111-135.
- Aldrich, H. E. / Zimmer, C. (1986): Entrepreneurship Through Social Networks. In: Sexton, D. L., Similor, R. W. (Hg.): *The Art and Science of Entrepreneurship*. Ballinger, Cambridge, MA, 3-24.
- Aliochin (2008): Migrantenökonomie in Deutschland. Entwicklung und Daten. Ausbildungsring Ausländischer Unternehmer e.V., Existenzgründungsprojekt „XeneX“ der Entwicklungspartnerschaft equal II. Nürnberg.
- Ambrosini, M. (2008): Un'altra globalizzazione: il transnationalismo economico dei migranti. Dipartimento di Studi Sociali e Politici, Università degli Studi di Milano, Working Paper 5/08.
- Andersson, P. / Wadensjö, E. (2004): Self-Employed Immigrants in Denmark and Sweden: A Way to Economic Self-Reliance? IZA Discussion Paper, 1130.
- Andersson, P. / Wadensjö, E. (2007): The Employees of Native and Immigrant Self-Employed. IZA Discussion Paper, 3147.
- Anthias, F. / Cederberg, M. (2009): Using Ethnic Bonds in Self-Employment and the Issue of Social Capital. In: *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 35 (6), 901-917.
- Arum, R. / Müller, W. (Hg.) (2004): *The reemergence of self-employment. A comparative study of self-employment dynamics and social inequality*. Oxford.
- ATIAD e.V. (Hg.) (2001): *Türkischstämmige Unternehmer in Deutschland und Europa*. Berlin.
- Bagwell, S. (2008): Transnational family networks and ethnic minority business development: The case of Vietnamese nail-shops in the UK. In: *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 14 (6), 377-394.
- Bates, T. (1994): Social Resources Generated by Group Support Networks May Not Be Beneficial to Asian Immigrant-Owned Small Businesses. In: *Social Forces*, 72, 671-689.
- Bates, T. (1997): *Race, self-employment and upward mobility*. Baltimore.
- Bates, T. (1998): Survival patterns among newcomers to franchising. In: *Journal of Business Venturing*, 14 (2), 113-130.
- Bates, T. (1999): Exiting self-employment: An analysis of Asian immigrant-owned small businesses. In: *Small Business Economics*, 13, 171-183.
- Beck, U. / Beck-Gernsheim, E. (Hg.) (1994): *Risikante Freiheiten – Individualisierung in modernen Gesellschaften*. Frankfurt a.M.
- Blanchflower, D. G. / Levine, P. B. / Zimmerman, D. J. (2003): Discrimination in the small business credit market. In: *The Review of Economics and Statistics*, MIT Press, 85(4), 930-943.
- Block, J. / Sandner, P. / Wagner, M. / Weiglein, M. (2009): Unternehmensgründungen von Ausländern in Deutschland: Einkommenseffekte und Implikationen für die Gründungslehre. SOEP papers on Multidisciplinary Panel Data Research 196. DIW Berlin
- Bögenhold, D. / Staber, U. (1994): *Vom Dämonen zum Demiurgen? – Zur (Re-) Organisation des Unternehmertums in Marktwirtschaften*. Berlin.
- Bögenhold, D. / Leicht, R. (2000): Self-employment and Entrepreneurship: Observations on Germany. In: Foden, D. / Magnusson, L. (Hg.): *Contested Territory. Entrepreneurship in the European Employment Strategy*. ETUI Brussels, 197-232.

- Böhmer, M. (2007): Böhmer ermutigt Migranten zur Unternehmensgründung – Mehr als seine halbe Million Selbständige mit Migrationshintergrund in Deutschland. Pressemitteilung der Bundesbeauftragten für Migration, Flüchtlinge und Integration vom 29.05.2007.
- Bonacich, E. (1973): Theory of Middleman Minorities. In: *American Sociological Review*, 38, 583-594.
- Bonacich, E. / Modell, J. (1980): *The Economic Basis of Ethnic Solidarity*. Berkeley.
- Borjas, G. J. (1986): *The self-employment experience of immigrants*. NBER Working papers 1942, National Bureau of Economic Research.
- Borjas, G. J. (1990): *Friends or Strangers: The Impact of Immigrants on the U.S. Economy*. New York.
- Bourdieu, P. (1983): Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Kreckel, R. (Hg.): *Soziale Ungleichheiten. Soziale Welt, Sonderband 2*. Originalbeitrag, übersetzt von Reinhard Kreckel. Göttingen, 183-198.
- Bourdieu, P. (1985): The Social Space and the Genesis of Groups. In: *Theory and Society*, 14 (6), 723-744.
- Brachat-Schwarz, W. (2007): Die Großstädte Baden-Württembergs – Ein Vergleich anhand ausgewählter Indikatoren. In: *Statistisches Monatsheft Baden-Württemberg* 1/2007.
- 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.
- Bruder, J. / Frosch, K. (2007): Erfolgchancen ausländischer und deutscher Arbeitssuchender im Vergleich: die Bedeutung des Alterseffekts. Rostocker Zentrum zur Erforschung des Demografischen Wandels Diskussionspapier, 10.
- Brüderl, J. / Preisendörfer, P. / Ziegler, R. (1996): *Der Erfolg neugegründeter Betriebe. Eine empirische Studie zu den Chancen und Risiken von Unternehmensgründungen*. Berlin.
- Brüderl, J. / Preisendörfer, P. (1998): Network Support and the Success of Newly Founded Businesses. In: *Small Business Economics*, 10 (3), 213-225.
- Bukow, W. (1993): *Leben in der multikulturellen Gesellschaft: die Entstehung kleiner Unternehmer und die Schwierigkeiten im Umgang mit ethnischen Minderheiten*. Opladen.
- Burgbacher, H. G. (2004): *Migrantenunternehmer. Existenzgründung und -förderung am Beispiel Hamburgs*. Münster.
- Butler, J. S. / Greene, P. G. (1997): Ethnic entrepreneurship: The continuous rebirth of American enterprise. In: Sexton, D. L. / Similor, R. W. (Hg.): *Entrepreneurship 2000*. Chigaco, 267-289.
- Butler, J. S. / Greene, P. G. (2001): Don't call me small. The contribution of Ethnic Enterprise to the economic and Social Well-being of America. In: Acs, Z. (Hg.): *Are small firms important? Their role and impact*. London, 129-146.
- Butter, F. A. G. den / Masurel, E. / Mosch, R. H. J. (2007): The Economics of Co-ethnic Employment: Incentives, Welfare Effects and Policy Options. In: Dana, L.-P. (Hg.): *Handbook of Research on Ethnic Minority Entrepreneurship. A Co-evolutionary View on Resource Management*. Cheltham, 42-60.
- Chaganti, R. / Greene, P. (2002): Who Are Ethnic Entrepreneurs? A Study of Entrepreneurs' Ethnic Involvement and Business Characteristics. In: *Journal of Small Business Management*, 40 (2), 126-143.
- Christ, F. / Reinecke, M. / Welker, C. (2007): Abschlussbericht: Erhöhung der Ausbildungsbeteiligung von Unternehmen mit Migrationshintergrund. Rambøll Management GmbH. Hamburg
- Clark, K. / Drinkwater, S. (2000): Pushed out or pulled in? Self-employment Among Ethnic Minorities in England and Wales. In: *Labour Economics*, 7 (5), 603-628.

- Coleman, J. (1988): Social capital in the creation of human capital. In: *American Journal of Sociology*, 94 (1), 95-120.
- Constant, A. (2004): Immigrant versus Native Businesswomen: Proclivity and Performance. IZA Discussion Paper, 1234.
- Constant, A. (2008): Businesswomen in Germany and their performance by ethnicity: It pays to be self-employed. IZA Discussion Paper, 3644.
- Constant, A. / Zimmermann, K. F. (2005): Legal status at entry, economic performance, and self-employment proclivity: A bi-national study of immigrants. IZA Discussion Paper, 1910.
- Constant, A. / Zimmermann, K. F. (2006): The making of Entrepreneurs in Germany: Are Native Men and Immigrants Alike? In: *Small Business Economics*, 26 (3), 279-300.
- 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, 940.
- 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.
- Creuznacher, I. C. (2009): Persönlichkeitsentfaltung zu unternehmerischen Kompetenzen in Schule und Universität: Eine bildungsökonomische Antwort auf theoretische Zielvorstellungen von Schumpeter. Mafex-Publikationen, 13/2009.
- Dana, L.-P. (1997): The Origins of Self-Employment in Ethnocultural Communities: Distinguishing Between Orthodox Entrepreneurship and reactionary Enterprise. McGill.
- Dawson, C. / Henley, A. / Latreille, P. (2009): Why Do Individuals Choose Self-Employment? IZA Discussion Paper, 3974.
- 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.
- Deichmann, C. (2004): Politisches Bewusstsein und Politische Bildung. In: Lange, D. / Himmelmann, G. (Hg.): *Demokratiebewusstsein. Interdisziplinäre Annäherungen an ein zentrales Thema der Politischen Bildung*. Wiesbaden, 145-163.
- Delft, H. van / Gorter, C. / Nijkamp, P. (2000): In search of ethnic entrepreneurship opportunities in the city. In: *Environment and Planning*, 18 (4), 429-451.
- Drori, I. / Honig, B. / Wright, M. (2009): Transnational Entrepreneurs: An Emergent Field of Study. In: *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (5), 1001-1022.
- Elwert, G. (1982): Probleme der Ausländerintegration. Gesellschaftliche Integration durch Binnenintegration? In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 34, 717-731.
- Esser, H. (2000): *Soziologie. Spezielle Grundlagen, Band 2: Die Konstruktion der Gesellschaft*. Frankfurt a. M.
- Esser, H. (2003): Ist das Konzept der Assimilation überholt? In: *Geographische Revue*, 2, 5-22.
- Esser, H. (2004): Welche Alternativen zur Assimilation gibt es eigentlich? In: Bade, K. J. / Bommes, M. (Hg.): *Migration – Integration – Bildung: Grundfragen und Problembereiche*, Institut für Migrationsforschung und Interkulturelle Studien (IMIS), 41-60.
- Evans, M. D. R. (1989). Immigrant Entrepreneurship: Effects of Ethnic Market Size and Isolated Labor Pool. In: *American Sociological Review*, 54 (6), 950-962
- Fairchild, G. B. (2009): Residential Segregation Influences on the Likelihood of Ethnic Self-Employment. In: *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (2), 373-395.
- Fairlie, R. W. (1996): *Ethnic and Racial Entrepreneurship: A Study of Historical and Contemporary Differences*. New York.

- Fairlie, R. W. (2007): *Entrepreneurship in Silicon Valley during the boom and bust*. Washington, DC: U.S. Small Business Administration, Office of Advocacy.
- Fairlie, R. W. (2008): *Estimating the Contribution of Immigrant Business Owners to the U.S. Economy*. Washington, D.C.: U.S. Small Business Administration, Office of Advocacy.
- Faltin, G. (1998): *Das Netz weiter werfen - Für eine neue Kultur unternehmerischen Handelns*. In: Faltin, G. / Ripsas, S. / Zimmer, J. (Hg.): *Entrepreneurship - Wie aus Ideen Unternehmen werden*. München, 3-20.
- 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.
- Fraser, S. (2007): *Finance for Small and Medium-Sized Enterprises: Comparisons of Ethnic Minority and White Owned Businesses. A Report on the 2005 UK Survey of SME Finances Ethnic Minority, Booster Survey*. Center for Small and Medium-Sized Enterprises, University of Warwick.
- Fuchs, C. (2007): *Ghettoisierung ethnischer Gruppen in Stuttgart*. Kurzbericht. Statistik und Informationsmanagement, Monatsheft 9/2008.
- Georgarakos, D. / Tatsiramos, K. (2007): *Entrepreneurship and Survival Dynamics of Foreign-Born and U.S.-Born Immigrants*. IZA Discussion Paper, 1150.
- Glorius, B. (2007): *Transnationale Perspektiven. Eine Studie zur Migration zwischen Polen und Deutschland*. Bielefeld.
- Glorius, B. (2007): *Transnationale Soziale Räume polnischer Migranten in Leipzig*. In: Nowicka, M. (Hg.): *Von Polen nach Deutschland und zurück. Die Arbeitsmigration und ihre Herausforderungen für Europa*. Bielefeld, S.135-159.
- Goebel, D. / Pries, L. (2006): *Transnationalismus oder ethnische Mobilitätsfalle? Das Beispiel des "ethnischen Unternehmertums"*. In: Kreuzer, F. / Roth, S. (Hg.): *Transnationale Karrieren*. Wiesbaden, 260-282
- 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.
- Granovetter, M. (1985): *Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness*. In: *American Journal of Sociology*, 91 (3), 481-510.
- 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.
- Hakim, C. (1998): *Social Change and Innovation in the Labour Market: Evidence from the Census SARs on Occupational Segregation and Labour Mobility, Part-Time Working and Student Jobs, Homework and Self-Employment*. Oxford.
- Hammarstedt M. (2001): *Immigrant self-employment in Sweden - its variation and some possible determinants*. In: *Entrepreneurship & Regional Development*, 13 (2), 147-161.
- Hammarstedt, M. (2002): *Disposable income differences between immigrants and natives in Sweden*. In: *International Journal of Social Welfare*, 10, 117-126.
- Haug, S. (2005): *Die Datenlage im Bereich der Migrations- und Integrationsforschung*. Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF), Working-Papers 1/2005.
- Haug, S. (2008): *Migration Networks and Migration Decision-Making*. In: *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 34 (4), 585-605

- Häußermann, H. / Siebel, W. (2001): Soziale Integration und ethnische Schichtung: Zusammenhänge zwischen räumlicher und sozialer Integration. Berlin, Oldenburg.
- Hayen, D. / Unterberg, M. (2008): Gründungspotentiale und Hemmnisse von Migrantinnen in der Region Hannover. Studie im Auftrag der hannoverimpuls GmbH.
- Hiebert, D. / Kwak, M. (2004): Transnational economies of export education. Working paper series, 04-15. Vancouver Centre of Excellence for Research on Immigration and Integration in the Metropolis.
- 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 Berlin für Sozialforschung.
- Hin, M. (2008): Lebenssituation von Migranten in Baden-Württemberg. Statistisches Monatsheft Baden-Württemberg 7/2008.
- Hin M. / Schmidt S. (2006): Baden-Württemberg ein Einwanderungsland?– Erste Eckdaten zur Bevölkerung mit Migrationshintergrund. Statistisches Monatsheft Baden-Württemberg 11/2006.
- Hou, F. (2009): Immigrants working with co-ethnics: Who are they and how do they fare? In: International Migration, 49 (2), 69-100.
- Institut für Sozialforschung und Gesellschaftspolitik / Wissenschaftszentrum Berlin (2009): Integration in Deutschland. Erster Integrationsindikatorenbericht: Erprobung des Indikatorensets und Bericht zum bundesweiten Integrationsmonitoring. Erstellt für die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration.
- Iyer, G. / Shapiro, J. (1999): Ethnic Entrepreneurial and Marketing Systems: Implications for the Global Economy. In: Journal of International Marketing, 7 (4), 83-110.
- Janssen, A. / Polat, A. (2005): Zwischen Integration und Ausgrenzung – Lebensverhältnisse türkischer Migranten der zweiten Generation. Dissertation. Carl von Ossietzky Universität, Oldenburg.
- 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. (2011): Unternehmensgründungen und –übernahmen durch Ausländer. Statistisches Monatsheft Baden-Württemberg 1/2012.
- John, B. (2007): Existenzgründungsvorhaben von Ausländern in Baden-Württemberg. Statistisches Monatsheft Baden-Württemberg 3/2007.
- Juhasz, A. (2005): Autonomie und Risiko statt Unsicherheit – Die selbständige Erwerbstätigkeit als Weg zur Bearbeitung biographischer Unsicherheiten in der Migration. In: Sozialsinn 6 (1), 93-109.
- Kanas, A. / van Tubergen, Frank / van der Lippe, Tanja (2009): Testing Hypotheses about the Role of Origin- and Host-Country Human Capital and Bonding and Bridging Social Capital. In: Work and Occupations, 36 (3), 181-208.
- Kapphan, A. (1997): Russisches Gewerbe in Berlin. In: Häußermann, H. / Oswald, I. (Hg): Zuwanderung und Stadtentwicklung. Opladen, Leviathan-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, 24 (1), 27-45.
- Kay, R. / Kranzusch, P. / Suprinovic, O. (2004): Restart: Eine zweite Chance für gescheiterte Unternehmer? Schriften zur Mittelstandsforschung 103. Wiesbaden.
- 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.
- Kohn, K. / Spengler, H. (2007): Unternehmensgründungen von Personen mit Migrationshintergrund, KfW Research, *WirtschaftsObserver online*, 27.
- Kontos, M. (2005): Migrantenökonomie – Auswege aus der Armut. In: *Institut für Sozialarbeit und Sozialpädagogik e.V. (Hg.): Migration und Soziale Arbeit*, 27 (3/4), 211-218.
- Kraus, S. / Harms, R. / Schwarz, E. (2007): Zur Relevanz der strategischen Planung für das Wachstum junger KMU. In: *Zeitschrift für Management*, 2(4), 374-400.
- Kurz, K. / Müller, W. (1987): Class Mobility in the industrial World. In: *Annual Review of Sociology*, 13, 417-442.
- Lageman, B. / Löbbe, K. (1999): *Kleine und mittlere Unternehmen im sektoralen Strukturwandel*. Essen.
- Langhauser, M. (2010): *Determinanten des Erfolgs von Existenzgründungen. Eine Analyse mit dem Mikrozensus Panel*. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Universität Mannheim.
- Lehmann, S. / Wapler, R. (2009): *Integration von Migranten in Baden-Württemberg. Die Situation im Bildungssystem und am Arbeitsmarkt*. IAB-Regional Baden-Württemberg, 02/2009.
- Leicht, R. (1995): *Die Prosperität kleiner Betriebe. Das längerfristige Wandlungsmuster von Betriebsgrößen und -strukturen. Beiträge zur Mittelstandsforschung, Nr. 3*, ifm Mannheim, Physica-Verlag Heidelberg.
- Leicht, R. (2003): *Profil und Arbeitsgestaltung soloselbständiger 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 Selbstständigkeit*. In: *clavis 02/2006*, 4-7.
- 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*, 53 (2), 133-149.
- Leicht, R. / Lauxen-Ulbrich, M. (2006): *Entwicklung und Determinanten von Frauenselbständigkeit in Deutschland: Zum Einfluss von Beruf und Familie*. In: *Bührmann, A. / Hansen, K. / Schmeink, M. / Schöttelndreier, A. (Hg.): Das Unternehmerinnenbild in Deutschland. Ein Beitrag zum gegenwärtigen Forschungsstand*. Hamburg, 101-121.
- 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*, Leibnitz-Institut für Länderkunde. Elsevier, 68-69.
- 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. / Strohmeyer, R. (1998): Beschäftigungsbeitrag und Wachstumsmuster kleiner Betriebe. In: Faltin, G. / Ripsas, S. / Zimmer, J. (Hg.): Entrepreneurship. Wie aus Ideen Unternehmer werden. München, 41-58.
- Leicht, R. / Welter, F. (2004): Gründerinnen und selbständige Frauen. Potenziale, Strukturen und Entwicklungen in Deutschland. Karlsruhe.
- 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. 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. / 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. / Hermes, K. / Humpert, A. (2006): Probleme, Beratungs- und Qualifizierungsbedarf unter Gründern türkischer Herkunft. Projektbericht Nr. 3, Mannheim.
- 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. / Strohmeyer, R. / Leiß, M. / Philipp, R. (2009): Selbständig integriert? Studie zum Gründungsverhalten von Frauen mit Zuwanderungsgeschichte in Nordrhein-Westfalen, Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration NRW (Hg.). Düsseldorf.
- Leicht, R. / Tur Castelló, J. / Philipp, R. (2009b): Ausbildungsplatzpotenziale in Mannheim. Analyse zur Stärkung und Verbesserung der Ausbildung in kleinen und mittleren Unternehmen. Begleitstudie für das Jobstarter Projekt „Ausbildung² - kleine und mittlere Unternehmen stärken, Ausbildung verbessern“ im Auftrag der Stadt Mannheim, gefördert durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung und den Europäischen Sozialfonds. Mannheim.
- Leiss, M. (2001): Selbständige Ausländer in Deutschland – Strukturen, Entwicklungen und Determinanten. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Universität Mannheim.
- Leung, M. W. H. (2001): Get IT going: new ethnic Chinese business. The case of Taiwanese-owned computer firms in Hamburg. In: Journal of Ethnic and Migration Studies, 27 (2), 277-294.
- Ley, D. (2006): Explaining Variations in Business Performance Among Immigrant Entrepreneurs in Canada. In: Journal of Ethnic and Migration Studies, 32 (5), 743-764.
- Li, P. S. (1994): Self-employment and its economic return for visible minorities in Canada. *New Approches to Employee Management* 2: 181-199.
- 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. (1987): Unternehmer und Unternehmertum ethnischer Gruppen. In: Heinemann, K. (Hg.): *Soziologie wirtschaftlichen Handelns*. Opladen, 193-215.
- 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. / Karageorgis, S. (1994): The Ethnic Economy. In: Smelser, N. / Swedberg, R. (Hg.): *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton, 647-671.
- 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*, 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.
- 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 Paper, 160.
- Lofstrom, M. / Bates, T. (2007): African Americans' Pursuit of Self-Employment. IZA Discussion Paper, 3156.
- Magatti, M. / Quassoli, F. (2003): Italy: Between Legal Barriers and Informal Arrangements. In: Kloosterman, R. / Rath, J. (Hg.): *Immigrant entrepreneurs: Venturing abroad in the age of globalization*. Oxford, 147-172.
- Marger, M. N. (2001): Social and human capital in immigrant adaptation: the case of Canadian business immigrants. In: *Journal of Socio – Economics*, 30 (2), 169-170.
- Mata, F / Pendakur, R. (1998): Immigration, labour force integration and the pursuit of self-employment.. Vancouver: Simon Fraser University, Centre for Excellence: *Research on Immigration and Integration in the Metropolis*, Working paper 98-05.
- Maxim, P. S. (1992): Immigrants, visible minorities, and self-employment. In: *Demography*, 29 (2), 181-198.
- Meier-Braun, K.-H. (1995): 40 Jahre „Gastarbeiter“ und Ausländerpolitik in Deutschland. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament*, 14-55.
- Meister-Scheufelen, G. (2007): *Migrantinnen und Migranten als Unternehmensgründer und Selbständige in Baden-Württemberg. Öffentliche Anhörung, Landtag von Baden-Württemberg am 16.Juli 2007*.
- Miera, F. (2008): Transnational Strategies of Polish Migrant Entrepreneurs in Trade and Small Business in Berlin. In: *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 34 (5), 753-770.
- Migge, B. (2007): *Handbuch Coaching und Beratung*. 2. Auflage, Weinheim.
- Min, P. G. / Bozorgmer, M. (2000): Immigrant Entrepreneurship and Business Patterns: A comparison of Koreans and Iranians in Los Angeles. In: *International Migration Review*, 34 (3), 707-738.
- Mora, M. / Dàvila A. (2005): Ethnic group size, linguistic isolation and immigrant entrepreneurship in the USA. In: *Entrepreneurship & Regional Development*, 17 (5), 389-404.
- 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.

- Oliviera, C. R. (2007): Understanding the diversity of immigrant entrepreneurial strategies In: Dana, L.-P. (Hg.): Dana, L.-P. (Hg.): Handbook of Research on Ethnic Minority Entrepreneurship. A Co-evolutionary View on Resource Management. Cheltenham, 61-82.
- Öksüz, N. (2001): Ausländische Unternehmen in Bonn: Untersuchungsergebnisse einer telefonischen Befragung. Essen.
- Özcan, V. / Seifert, W. (2000): Selbständigkeit von Immigranten in Deutschland – Ausgrenzung oder Weg der Integration? In: Soziale Welt, 51 (3), 289-302.
- Öztürk, R. (2001). Eine mikroökonomische Analyse der Bestimmungsfaktoren für die Selbstständigkeit von Ausländern. Münster.
- Pécoud, A. (2001): Unemployment, self-employment and multiculturalism among German-Turks in Berlin. Paper prepared for the 13th SASE Annual Meeting on Socio-Economics University of Amsterdam, June 28-July 1.
- Perlitz, M. (2000): Internationales Management. 4. bearbeitete Auflage, Stuttgart.
- Perreault, C. / Brenner, G.A. / Menzies, T.V. / Filion, L.J. / Ramangalahy, C. (2003): Social Capital and Ethnic Business Performance: Entrepreneurs from Four Ethnic Groups in Canada. Montréal.
- Porter, M. (1980): Competitive Strategy: Techniques for analyzing industries and competitors, New York.
- Portes, A. (1987): The social origins of cuban enclave economy of Miami. In: Sociological perspectives, 30, 340-372.
- Portes, A. (1995): The Economic Sociology of Immigration. A Conceptual Overview. In: Portes, A.: The Economic Sociology of Immigration. Essays on Networks, Ethnicity and Entrepreneurship. New York, 1-41.
- Portes, A. / Bach, R. (1985): Latin Journey: Cuban and Mexican Immigrants in the United States. Berkeley.
- Portes, A. / Landolt, P. (2000): Social Capital: Promise and Pitfalls of its Role in Development. In: Journal of Latin American Studies, 32, 529-547.
- Portes, A. / Rumbaut, R. (1990): Immigrant America. A Portrait. Berkley.
- Portes, A. / Sensenbrenner, J. (1993): Embeddedness and Immigration: Notes on the social determinants of economic action. In: American Journal of Sociology, 98 (6), 1320-1350.
- Portes, A. / Zhou, M. (1992): Gaining the upper hand: Economic mobility among immigrant and domestic minorities. In: Ethnic and Racial Studies, 15 (4), 491-522.
- Portes, A. / Haller, W. / Guarnizo, L. (2002): Transnational Entrepreneurs: An Alternative Form of Immigrant Economic Adaptation. In: American Sociological Review, 67 (2), 278-298.
- Piore, M. J. / Sabel, C. F. (1984): The second industrial divide: possibilities for prosperity. New York.
- Putnam, R. D. (1993): Making democracy work. Civic traditions in modern Italy. Princeton.
- 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, 27-39.
- Pütz, R. (2003): Unternehmen türkischer Herkunft in Deutschland – "Gründungsboom" aus makroanalytischer Sicht, das Beispiel Berlin. In: Geographische Rundschau, 55 (4), 26-31.
- Pütz, R. (2004): Transkulturalität als Praxis: Unternehmer türkischer Herkunft in Berlin. Berlin.
- PwC (Hg.) (2008): Erfolgsrezepte türkischstämmiger Unternehmer. Ein Modell für Deutschland? Osnabrück.
- Ram, M. / Deakins, D. (1996): African-Caribbeans in business. In: New Community, 22 (1), 67-84.

- Razin, E. (2002): The economic context, embeddedness and immigrant entrepreneurs. In: *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 8 (1/2), 162-167.
- Rušinović, K. (2006): *Dynamic entrepreneurship: first and second-generation immigrant entrepreneurs in Dutch cities*. Amsterdam.
- Salaff, J. / Greve, A. / Wong, S. (2001): Professionals from China: Entrepreneurship and social capital in a strange land. In: *Asia Pacific Migration Review*, 10 (1), 9-33.
- Sanders, J. M. / Nee, V. (1987): Limits of ethnic solidarity in the enclave economy. In: *American Sociological Review* 52 (6), 745-773.
- Sanders, J. M. / Nee, V. (1996): Immigrant Self-Employment: The Family as Social Capital and the Value of Human Capital. In: *American Sociological Review*, 61 (2), 231-249.
- Santel, B. (2008): *Integrationsmonitoring: Neue Wege in Nordrhein-Westfalen*. Rat für Migration: Politische Essays zu Migration und Integration, 2/2008.
- Sassen, S. (1996): New employment regimes in cities: the impact on immigrant workers? In: *New Community*, 22, 579-594.
- Sassen, S. (2001): *The global city*. New York, London, Tokyo. Oxford.
- Saxenian, A. (1999): *Silicon Valley's New Immigrant Entrepreneurs*. San Francisco.
- Saxenian, A. (2002): *Local and Global Networks of Immigrant Professionals in Silicon Valley*. Public Policy Institute of California. San Francisco.
- 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.
- Schaible, S. / Breuer, P. / Kaul, A. / Moog, F. (2007): *Standort Baden-Württemberg. Demographie und Zukunftsfähigkeit*. Studie von Roland Berger Strategy Consultants. Im Auftrag der Robert Bosch Stiftung.
- Schmidt, D. (2000): Unternehmertum und Ethnizität - ein seltsames Paar. In: *PROKLA, Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft*, 120, 30 (3), 335-362.
- Schmidt, E. (2000): Ausländische Selbständige. Vom Arbeiter zum Unternehmer. In: *Bund Türkischer Europäischer Unternehmer (Hg.): Ausländer in Deutschland*. Dokumentation 1/2000, 1-5.
- Schönwälder, K. / Söhn, J. (2007): *Siedlungsstrukturen von Migrantengruppen in Deutschland: Schwerpunkte der Ansiedlung und innerstädtische Konzentrationen*. WZB Discussion Paper SP IV 2007-601. Berlin.
- 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.
- Schumpeter J. (1911): *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Berlin.
- Schunck, R. / Windzio, M. (2009): *Ökonomische Selbstständigkeit 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 NRW. Düsseldorf.
- 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.
- Sequeira, J. / Carr, C. / Rasheed, A. (2009): Transnational Entrepreneurship: Determinants of Firm Type and Owner Attributions of Success. In: Entrepreneurship Theory and Practice, 33 (5), 1042-2587.
- Shane, S. (2003): A General Theory of Entrepreneurship. The Individual–Opportunity Nexus. Cheltenham.
- Simmel, G. (1908): Exkurs über den Fremden. In: Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung. Frankfurt a.M., 1992, 764-771.
- Smallbone, D. / Ram, M. / Deakins, D. / Baldock, R. (2003): Access to Finance by Ethnic Minority in the UK. In: International Small Business Journal, 21 (3), 291-315
- Smelser, N. / Swedberg, R. (1994): The handbook of economic sociology. Princeton, Oxford.
- Smolny, W. / Alpert, M. (2009): Selbstständige mit Migrationshintergrund im Wirtschaftsraum Ulm/Neu-Ulm - Bestandsaufnahme. Endbericht der wissenschaftlichen Begleitung. Ulm.
- Sombart, W. (1911): Die Juden und das Wirtschaftsleben. Leipzig.
- Statistisches Bundesamt (2011): Bevölkerung und Erwerbstätigkeit. Bevölkerung mit Migrationshintergrund. Ergebnisse des Mikrozensus 2010. Fachserie 1 Reihe 2.2. Wiesbaden.
- Stein, U. (2007): Betriebsgründungen in Stuttgart im Zeitraum 2004 bis 2006. In: Landeshauptstadt Stuttgart, Statistisches Amt: Statistik und Informationsmanagement, Monatsheft 10/2007, 294-309.
- Strohmeier, R. / Leicht, R. (2000): Small Training Firms: A Breeding Ground for Self-Employment? In: International Journal of Sociology, 30 (4), 59-89.
- Strotmann, H. (2002): Ausmaß und Struktur des Fachkräftebedarfs in Baden-Württemberg im ersten Halbjahr 2000. In: Baden-Württemberg in Wort und Zahl 1/2002, 30-37.
- Strotmann, H. (2000): Kleine und mittlere Betriebe als Motoren des Beschäftigungswachstums in der baden-württembergischen Industrie von 1995 bis 1998? In: Materialien und Berichte des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg, 25, 5-14.
- Täuber, M. (2003): Wirtschaftsdynamik durch Existenzgründungen von Migranten; Förderung ausländischer Existenzgründer durch die Deutsche Ausgleichsbank - Eine Förderbilanz der Jahre 1990-2002.
- Thomas, K. (2009): The Impact of Education Histories on the Decision to become Self-employed: a Study of Young, Aspiring, Minority Business Owners. In : Small Business Economics, 33, 455-466.
- Timm, E. (2000): Kritik der ethnischen Ökonomie. In: PROKLA, Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft, 120, 30 (3), 363-376.
- Tseng, Y.-F. / Zhou, Y. (2001): Regrounding the 'Ungrounded Empires': localization as the geographical catalyst for transnationalism In: Global Networks, 1(2), 131-153.
- Volery, T. (2008): Ethnic Entrepreneurship: a Theoretical Framework. In: Dana, L.-P. (Hg.): Handbook of Research on Ethnic Minority Entrepreneurship. A Co-evolutionary View on Resource Management. Cheltenham, 30-41.
- Waldinger, R. (1999): The Economic Theory of Ethnic Conflict: A Critique and Reformulation. In: Rath, J. (Hg.): Immigrant Business: the Economic, Political and Social Environment. Basingstoke, 124-141.

- 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*. Newbury Park, 106-130.
- Waldinger, R. / Aldrich, H. / Ward, R. (1990): Group Characteristics and Strategies. In: Waldinger, R. / Aldrich, H. / Ward, R. (Hg.): *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies*. Newbury Park, 13-49.
- 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*. Newbury Park, 13-49.
- Walter, I. (2007): Baden-Württemberg – Anziehungspunkt für Menschen aus aller Welt. In: *Statistisches Monatsheft Baden Württemberg* 12/2007, 12-15.
- Ward, R. / Reeves, F. (1980): *West Indians in Business in Britain*. London.
- Ward, R. / Jenkins, R. (1984): *Ethnic Communities in Business. Strategies for Economic Survival*. Cambridge.
- 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 organisations-theoretische Untersuchung des Erfolgs neu gegründeter Betriebe im Ruhrgebiet*. Wiesbaden.
- Welter, F. / Rosenblatt, B. von (1998): Der Schritt in die Selbständigkeit: Gründungsneigung und Gründungsfähigkeit in Deutschland. In: *Zeitschrift für Klein- und Mittelunternehmen*, 4 (46), 234-248.
- Werner, L. (2009): *Transnationalismus unter polnischen Selbständigen. Die Bedeutung und Anwendung des transnationalistischen Konzeptes zur Erforschung von Migrantenselbständigkeit*. Unveröffentlichte Seminararbeit, Universität Mannheim.
- 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, 400-411.
- Willer, P. (2007): *Businessplan und Markterfolg eines Geschäftskonzeptes. Betriebswirtschaftliche Forschung zur Unternehmensführung*. Wiesbaden.
- Wilpert, C. (2003): Germany: From Workers to Entrepreneurs. In: Kloosterman, R. / Rath, J.: *Immigrant Entrepreneurs. Venturing Abroad in the Age of Globalization*. Oxford, 233-259.
- Wilson, K. / Portes, A. (1980): Immigrant Enclaves: An Analysis of the Labor Market Experience of Cubans in Miami. In: *American Journal of Sociology*, 86, 295–319.
- Woywode, M. (1998): *Determinanten der Überlebenswahrscheinlichkeit von Unternehmen: Eine empirische Überprüfung organisationstheoretischer und industrieökonomischer Erklärungsansätze*. Baden-Baden.
- Yavuzcan, I. H. (2003): *Ethnische Ökonomie. Zur Ausformung ethnischen Unternehmertums von Türken und Iranern in personalen Beziehungen*. Hamburg.
- Yuengert, A. (1993): Testing Hypotheses of Immigrant Self-Employment In: *The Journal of Human Resources*, 30 (1), 194-204.
- Zentrum für Türkeistudien – ZfT (1999): *Die ökonomische Dimension der türkischen Selbständigen*. Essen.
- Zentrum für Türkeistudien – ZfT (2000): *Avrupa Birliğindeki Türk Ekonomisi (Türkische Wirtschaftsleistung in Deutschland und der EU)*. Broschüre. Essen.
- Zentrum für Türkeistudien – ZfT (2006): *Türkeistämmige Migranten in Nordrhein-Westfalen. Ergebnisse der siebten Mehrthemenbefragung. Eine Analyse im Auftrag des Ministeriums für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen*. Essen.

- Zhou, M. (2004): Revisiting Ehtnic Entrepreneurship: Convergencies, Controversies, and Conceptual Advancements. In: *International Migration Review*, 38 (3), 1040-1074.
- Ziegler, R. / Hinz, T. (1992): Interesse und Bereitschaft zu beruflicher Selbständigkeit in Ost- und Westdeutschland. In: Mohler, P. / Bandilla, W. (Hg.): *Blickpunkt Gesellschaft 2. Einstellungen und Verhalten der Bundesbürger in Ost und West*. Opladen, 83-104.
- Zimmermann, K. F. / Hinte, H. (2005): *Zuwanderung und Arbeitsmarkt. Deutschland und Dänemark im Vergleich*. Berlin.
- Zwingenberger, M. (2003): *Soziales Kapital. Communities und die Bedeutung sozialer Netzwerke in den USA*. Inaugural-Dissertation zur Erlangung des Doktorgrades der Philosophie an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Publikationen und Vorträge zum Thema Migrantenselbständigkeit / Ethnische Ökonomie

<http://www.institut-fuer-mittelstandsforschung.de/forschung/neue-selbstaendigkeit/publikationen-und-vortraege>

Publikationen (Auswahl)

- Leicht, René / Di Bella, Jessica / Langhauser, Marc / Leiß, Markus / Philipp, Ralf / Volkert, Marieke / Werner, Lena (2012): Schöpferische Kraft der Vielfalt: Zugewanderte und ihre Unternehmen. Bedeutung, Triebkräfte und Leistungen von Migrantenunternehmen in Baden-Württemberg (und Deutschland), Studie im Auftrag des Ministeriums für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg.
- Di Bella, Jessica / Leicht, René (2011): Zielgruppenorientierte Gründungsförderung: Migrantinnen und Migranten in der Gründungsberatung, in: N. Irsch und P. Witt, Gründungsförderung in Theorie und Praxis, herausgegeben von KfW Bankengruppe und Förderkreis Gründungs-Forschung e.V., Frankfurt am Main, 223–240.
<http://www.institut-fuer-mittelstandsforschung.de/kos/WNetz?art=News.show&id=1478>
- Spatscheck, Rita / Leicht, René (2010): Unternehmerische Selbständigkeit von Frauen mit Migrationshintergrund, Publikationsreihe der bundesweiten Gründerinnenagentur (bga), Themenblatt 27, Stuttgart.
<http://www.existenzgruenderinnen.de/cae/servlet/contentblob/19450/publicationFile/3181/27-Migrationshintergrund.pdf>
- Hermes, Kerstin / Leicht, René (2010): Scope and Characteristics of Immigrant Entrepreneurship in Europe. A Cross-National Comparison of European Countries, 5. Nutzerkonferenz „Forschen mit dem Mikrozensus: Analysen zur Sozialstruktur und zum Arbeitsmarkt, Statistisches Bundesamt und GESIS German Microdata Lab, Mannheim.
http://www.gesis.org/fileadmin/upload/institut/wiss_arbeitsbereiche/gml/Veranstaltungen/5.NK_2007/Papers/Hermes_Leicht.pdf
- Leicht, René / Strohmeyer, Robert / Leiß, Markus / Philipp, Ralph (2009): Selbständig integriert? Studie zum Gründungsverhalten von Frauen mit Zuwanderungsgeschichte in Nordrhein-Westfalen, Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration NRW (Hg.); Düsseldorf.
Kurzfassung: http://www.nordrheinwestfalendirekt.de/broschuerenservice/download/70443/selbstaendig_integriert_kurz.pdf
Langfassung: http://www.nordrheinwestfalendirekt.de/broschuerenservice/download/70479/selbstaendig_integriert_langf.pdf
- Leicht, René / Leiß, Markus (2007): Planen türkischstämmige Gründer und Unternehmer anders? Zum Einfluss von „Kultur“ und individuellen Ressourcen, in: Meyer, J.-A. (Hrsg.), Planung in kleinen und mittleren Unternehmen - Jahrbuch der KMU-Forschung und -Praxis 2007, Köln: Lohmar, S. 469-481.
- Leicht, René / Leiß, Markus / Fehrenbach, Silke (2005): Social and Economic Characteristics of Self-employed Italians in Germany, Studi Emigrazione / International Journal of Migration Studies, p 285-308.
- Leicht, René / Leiß, Markus / Hermes, Kerstin (2006): Bedeutung der ausländischen Selbständigen für den Arbeitsmarkt und den sektoralen Strukturwandel. Expertise für das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, Institut für Mittelstandsforschung, Universität Mannheim.
<http://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Publikationen/Expertisen/ifm-selbstaendige-migranten.html>
- Leicht, René / Humpert, Andreas / Leiß, Markus / Zimmer-Müller, Michael / Lauxen-Ulbrich, Maria (2005): Existenzgründungen und berufliche Selbständigkeit unter Aussiedlern (Russlanddeutsche), Studie im Auftrag des Bundesamts für Migration und Flüchtlinge, Institut für Mittelstandsforschung, Universität Mannheim.
<http://www.ifm.uni-mannheim.de/unter/pub/aussiedler.pdf>
- Leicht, René / Humpert, Andreas / Leiß, Markus / Zimmer-Müller, Michael / Lauxen-Ulbrich, Maria / Fehrenbach, Silke (2005): 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.
<http://www.bmwi.de/BMWi/Navigation/Service/publikationen,did=141268.html>
- Leicht, René / Fehrenbach, Silke / Leiß, Markus / Philipp, Ralf / Strohmeyer, Robert (2001). Die Bedeutung von ausländischen Unternehmen und ausländischen Selbständigen für die Wirtschaft Baden-Württembergs. Untersuchungsbericht im Auftrag des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg, Stuttgart.

Vorträge (Auswahl)

- Leicht, René: Die wirtschaftliche und soziale Bedeutung des türkischstämmigen Unternehmertums in Deutschland, Tagung „Leben in Almania“, Veranstaltung der Evangelischen Akademie der Pfalz und der Integrationsbeauftragten der Städte Mannheim und Ludwigshafen, Landau 11.11.2011.
- Leicht, René / Werner, Lena: Nutzen und Schaden binnenethnischer Orientierung. Marktstrategien von Migrantenunternehmen in Deutschland, 34. Wissenschaftliches Symposium der Gesellschaft für Unternehmensgeschichte, Unternehmer und Migration, Frankfurt 06.10.2011.
- Leicht, René: Selbständige Migranten und ihre Unternehmen: Kooperationspartner in der kommunalen Integrationsarbeit?, (Bundesweite) Tagung des Kommunalen Qualitätszirkels zur Integrationspolitik, Mannheim 30.06.2011.
- Werner, Lena / Leicht, René: Self-Employment as Strategy of Labour Market Integration – the Special Case of East-West Migration to Germany, Workshop “The Economic and Local Consequences of Labour Migration from Central and Eastern Europe in a Time of Economic Crisis”, June 8-9, 2011, Erasmus University Rotterdam.
- Leicht, René: Die Bedeutung und Triebkräfte der Migrantenökonomie in Deutschland“, Aktionstag Unternehmensgründungen im interkulturellen Kontext, IHK Wiesbaden, 14.04.2011.
- Leicht, René: Selbständige mit Migrationshintergrund: Charakteristika und Determinanten eines ökonomischen Potenzials“, Internationales Symposium der Global Young Faculty, Kulturwissenschaftliches Institut Essen, 14.01.2011.
- Leicht, René: Das Integrations- und Leistungspotenzial der Migrantenökonomie in Baden-Württemberg. Landesarbeitskreis Integration, Justizministerium Baden-Württemberg Stuttgart, 18.10.2010.