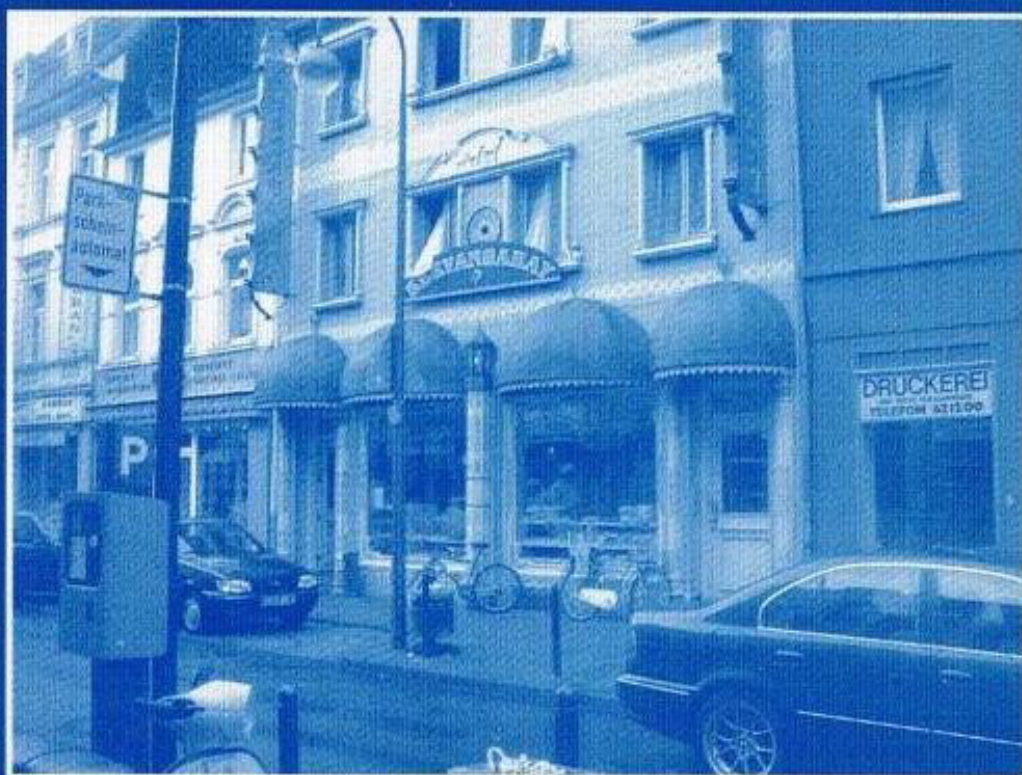


Ismail H. Yavuzcan

Ethnische Ökonomie

*Zur Ausformung ethnischen Unternehmertums
von Türken und Iranern in personalen Beziehungen*



Verlag Dr. Kovač

Schriftenreihe

**Studien zur
Migrationsforschung**

Band 3

ISSN 1618-6095

Verlag Dr. Kovač

Ismail H. Yavuzcan

Ethnische Ökonomie

*Zur Ausformung
ethnischen Unternehmertums
von Türken und Iranern
in personalen Beziehungen*

Verlag Dr. Kovač

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
2. Definitionen zur Frage: Wer oder was sind Unternehmer?	15
2.1 Wer oder was sind Unternehmer?	16
2.2 Nachbarschaftsläden	24
2.3 Beweggründe selbständiger Erwerbstätigkeit	25
2.3.1 Wer gründet Unternehmen?	26
2.3.2 Arbeitsmarktlage als Motiv für die Selbständigkeit	27
2.3.3 Intrinsische Gründungsmotive	28
2.3.4 Soziale Faktoren	31
2.3.5 Sach- und Humankapital	33
2.4 Zusammenfassung	34
3. Erklärungsansätze zum unternehmerischen Handeln von Migranten	37
3.1 Ethnic and class resources	38
3.2 Middleman minorities (intermediäre Minderheiten)	46
3.3 Nischenökonomie	51
3.4 Soziale Netzwerke und ethnic business	57
3.5 Opportunität	60
3.6 Weitere Randbedingungen und Einflussfaktoren ethnischer Ökonomie	64
3.6.1 Globalisierung und die ethnische Ökonomie	65
3.6.2 Konsum, Konkurrenz und ethnisches Unternehmertum	68
3.6.3 Diskriminierung	72
3.7 Interne Ethnizität	74
3.8 Ethnic mobility trap	75
3.9 Ausgangslage zu Forschungen bezüglich selbständiger Erwerbstätigkeit	

von Ausländern in Deutschland	76
3.9.1 Die aktuelle Lage der Migranten im Bundesgebiet	78
3.9.2 Ausländer auf dem deutschen Arbeitsmarkt	80
3.9.3 Zweite Generation und Frauen	82
3.9.4 Arbeitslosigkeit	86
3.9.5 Sprachkenntnisse und Integration	87
3.10 Ausländische Selbständige in Deutschland	88
3.10.1 Italienische Selbständige	90
3.10.2 Türkische Selbständige	91
3.10.3 Griechische Selbständige	94
3.10.4 Selbständige aus dem ehemaligen Jugoslawien	95
3.11 Empirische Forschungen und Ergebnisse aus Deutschland	96
3.12 Zusammenfassung	102
4. Rechtliche Bedingungen und selbständige Erwerbstätigkeit von Ausländern	105
4.1 Gewerbeordnung und Ausländerrecht	105
4.2 Zusammenfassung	109
5. Hypothesen	111
6. Untersuchungsdesign	117
6.1 Untersuchungsgebiet	118
6.2 Ausländer im Untersuchungsgebiet	121
6.3 Operationalisierung der Annahmen über ethnische Betriebe bzw. ethnischer Arbeitsmarkt	126
6.4 Die Umfrage und das Datenmaterial	126
6.5 Entwicklungen und Veränderungen zwischen 1997 und 2002	127
7. Determinanten ausländischer Selbständigkeit	131

7.1	Soziodemographische Merkmale	131
7.1.1	Geschlecht und Teilhaber	133
7.1.2	Schulabschluss und Selbständigkeit	134
7.1.3	Berufsausbildung und Selbständigkeit	136
7.1.4	Geschlecht und Schulbildung	138
7.1.5	Geschlecht und Ausbildung	139
7.1.6	Aufenthaltsdauer der beiden Ethnien in Deutschland	141
7.1.7	Berufliche Stellung des Vaters	142
7.1.8	Staatsangehörigkeit	143
7.2	Gründe für die Selbständigkeit	144
7.3	Zusammenfassung	149
8.	Soziale Netzwerke	153
8.1	Formale Grundlagen sozialer Netzwerke	153
8.2	Operationalisierung in dieser Arbeit	157
8.3	Ethnisches Unternehmertum und soziale Netzwerke	159
8.4	Finanzielle Hilfe	162
8.5	Beziehung zur finanziellen Unterstützung	164
8.6	Organisatorische Hilfe	166
8.7	Reziproke Hilfe: Hilfen gegenüber anderen	168
8.8	Beziehung zum Vorbesitzer	170
8.9	Beratung	173
8.10	Probleme	176
8.11	Zusammenfassung	178

9. Standortwahl	183
9.1 Platzierung im Gebiet	184
9.2 Strukturelle Merkmale und Standortwahl	188
9.3 Kundschaft	199
9.4 Branchenstruktur	200
9.5 Zusammenfassung	203
10. Beschäftigte in der ethnischen Ökonomie	207
10.1 Mitarbeiter	209
10.2 Nationalität der Mitarbeiter	211
10.3 Mitarbeitertätigkeit	212
10.4 Mitarbeiter einstellen	219
10.5 Eigenethnische Orientierungen und Präferenzen	220
10.6 Mitarbeiterrekrutierung	223
10.7 Anziehungspunkt für eigene und deutsche Arbeitskräfte	225
10.8 Bewerbung von Deutschen	225
10.9 Bewerbung von Ausländern (Nicht-Iranern bzw. Nicht-Türken)	226
10.10 Arbeitsbedingungen in der ethnischen Ökonomie	229
10.11 Zusammenfassung	236
11. Integrationsbereitschaft	241
11.1 Rückkehr in die Heimat	242
11.2 Einbürgerung	248
11.3 Sozialer Aufstieg	250
11.4 Zusammenfassung	253
12. Zusammenfassung	255

Tabellenverzeichnis

Tabelle 2.1: Quotient aus der Summe von Selbständigen und mithelfenden Familienangehörigen zu den zivilen Erwerbspersonen in verschiedenen Ländern	17
Tabelle 2.2: Selbständigenquote im internationalen Vergleich: Industrieländer	17
Tabelle 2.3. Selbständigenquote Männer und Frauen	22
Tabelle 2.4: Selbständigen-Quote in der BR Deutschland nach Staatsangehörigkeit und Geschlecht differenziert	22
Tabelle 3.1: Selbständigkeit und Familieneinkommen nach Ethnizität, 1980	39
Tabelle 3.2: Ausländer am 30.12.1980 bis 1994 nach Männern, Frauen und Kindern in NRW	79
Tabelle 3.3: Branchenverteilung der türk. Selbständigen in Deutschland (2000)	92
Tabelle 3.4: Die 10 erfolgreichsten türkisch. Unternehmen in Deutschland	93
Tabelle 4.1: Aufenthaltsstatus der in Deutschland lebenden Ausländer (1999)	107
Tabelle 4.2: Anträge von Ausländern aus Nicht-EG-Staaten auf selbständige gewerbliche Betätigung 1996	108
Tabelle 6.1: Übersicht der Branchen in den Stadtteilen Ehrenfeld und Mülheim (1997)	121
Tabelle 6.2: Anteile nach Nationalitäten unter Ausländern insgesamt und nach ausgewählten Stadtteilen	123
Tabelle 6.3: Einwohner nach Haupteinreiseländern in bestimmten Stadtteilen am 31.12.1996	123
Tabelle 6.4: Arbeitslosigkeit in Kölner Stadtbezirken am 31.12. 1996	124
Tabelle 6.5: Tabelle zur Darstellung „Keupstraße“ 1997-2002 (einzelne Branchen)	129
Tabelle 6.6: Tabelle zur Darstellung „Keupstraße“ 1997-2002 (Gesamtübersicht)	130
Tabelle 7.1: Geschlecht und Alter, nach ethnischer Zugehörigkeit, in Prozent	132
Tabelle 7.2: Varianzanalyse Teilhaber, nach Geschlecht für Türken und Iraner	133

Tabelle 7.3: Schulabschluss in der Türkei, nach Schulausbildung in Deutschland,	134
Tabelle 7.4: Schulbildung in BRD, nach Schulbildung in Iran, Zeilenprozente	135
Tabelle 7.5: Berufsbildung in BRD, nach Berufsbildung in der Türkei, Zeilenprozente	136
Tabelle 7.6: Berufsbildung in BRD, nach Berufsbildung in Iran, Zeilenprozente	137
Tabelle 7.7: Varianzanalyse Schulbildung Heimat, nach Geschlecht für Türken / Iraner	139
Tabelle 7.8: Varianzanalyse Schulbildung in BRD, nach Geschlecht für Türken / Iraner	139
Tabelle 7.9: Varianzanalyse Heimatland, nach Ethnie und Geschlecht	140
Tabelle 7.10: Varianzanalyse Berufsausbildung in Deutschland, nach Ethnie	140
Tabelle 7.11: Einreise, nach Nationalität, in Prozent	141
Tabelle 7.12: Beruf des Vaters, nach Nationalität, in Prozent	142
Tabelle 7.13: Staatsangehörigkeit, nach Nationalität, in Prozent	144
Tabelle 7.14: Gründe für Selbständigkeit nach Nationalität, in Prozent	145
Tabelle 7.15: Wichtigste Grund der Selbständigkeit	147
Tabelle 7.16: Arbeitslosigkeit vor der Selbständigkeit, nach Ethnie in Prozent	148
Tabelle 7.17: Employment Composition by Gender and Region, Turkey, 1998	151
Tabelle 8.1 Inhalt sozialer Beziehungen nach Diewald (1991:71)	156
Tabelle 8.2: Finanzielle Hilfe bei der Gründung eines Unternehmens, nach Ethnie	163
Tabelle 8.3: Branchenstruktur, nach Finanzielle Hilfe, in Prozent	164
Tabelle 8.4 Beziehung zum Finanzier, nach Ethnie, in Prozent	165
Tabelle 8.5: Organisatorische Hilfe, nach Ethnie in Prozent	167
Tabelle 8.6: Selbst geholfen, nach Ethnie, in Prozent	170
Tabelle 8.7: Woher wussten Sie, dass das Geschäftslokal frei ist/wird, nach Ethnie	171
Tabelle 8.8: Beziehung zum Vorbesitzer, nach Ethnie, in Prozent	173
Tabelle 8.9 Beraten lassen, nach Ethnie, in Prozent	175
Tabelle 8.10: Problemarten türkischer und iranischer Selbständiger, in Prozent	177

Tabelle 11.3: Varianzanalyse Rückkehr in die Heimat, nach Ethnie und Geschlecht	245
Tabelle 11.4: Rückkehr in die Heimat, nach ethnischen Gruppe, Zeilenprozente	246
Tabelle 11.5: Rückkehr in die Heimat, nach Religionsgemeinschaft bei Türken / Iranern	247
Tabelle 11.6: Einbürgerung, nach Ethnie, in Prozent	248

Grafikverzeichnis

Grafik 1: Ein Modell zum ethnischen Unternehmertum	64
Grafik 2: Ausländer in Deutschland nach Beteiligung am Erwerbsleben 2001	81
Grafik 3: Ausländische Selbständige in Westdeutschland 1992	89
Grafik 4: Schematische Darstellung der Erklärungsansätze zu ethn. Unternehmertum	104

Anhang

Anschreiben an die Geschäftsinhaber	293
Fragebogen Geschäftsinhaber/in	294
Kartographische Übersicht der Einzelbetriebe in der Keupstraße 1997-2002	301

1. Einleitung: Fragestellung und Aufbau der Arbeit

Wir erleben in der Bundesrepublik Deutschland einen bedeutenden Wandel in der Beschäftigungsstruktur von Ausländern. Kamen ausländische Erwerbstätige bis in die 70er Jahre hinein fast ausschließlich in abhängigen Beschäftigungen zum Zuge, so machen sich seit den 80ern und vor allem den 90ern des letzten Jahrhunderts Ausländer selbständig und gründen eigene unternehmerische Existenzen. Die vorliegende Arbeit möchte zum einen eine Bestandsaufnahme über theoretische und empirische Arbeiten zu diesem jungen Forschungsbereich geben und zum anderen Erklärungsansätze herausarbeiten, die es ermöglichen zu verstehen, wie unterschiedliche Ethnien auf gegebene Wirtschafts- und Sozialstrukturen reagieren, wenn es darum geht, eine eigenständige wirtschaftliche Existenz aufzubauen.

Die meisten Studien zu ethnischem Unternehmertum und zum ethnischen Arbeitsmarkt stammen bisher aus den USA. Im Grunde geht es hierbei um die Entstehungsbedingungen der ethnischen Ökonomie. Was bedeutet nun ethnische Ökonomie? Nach Light beinhaltet die ethnische Ökonomie ethnische Selbständige, ihre Angestellten, ihre co-ethnischen Beschäftigten und ihre unbezahlten Familienangehörigen (Light 1993:581; Light und Karageorgis) zeichnen an und werden im Grunde bis dato fortgesetzt. Im Zentrum der Forschung steht hierbei die Frage, "warum sich bestimmte ethnische Gruppen in ihrer Selbständigkeitsquote voneinander unterscheiden." Insbesondere neu-eingewanderte Ethnien, wie z.B. die Koreaner, Chinesen und Iraner unterscheiden sich durch eine höhere Selbständigkeitsquote wesentlich von Einheimischen, insbesondere den Schwarzen, aber auch neu eingewanderten Gruppen wie den Mexikanern in den USA. Bestimmte ethnische Gruppen schaffen Kleinunternehmertum und sozioökonomischen Aufstieg, wie z.B. Juden, Griechen und Italiener (im 19 Jhd.) oder Koreaner, Chinesen und Iraner (hierzu die Arbeiten von Bonacich (1973, 1987) ; Light 1972, 1980) und andere schaffen es nicht wie z.B. Mexikaner, Schwarze usw. in den USA (Lawson 1989; Light und Karageorgis 1994).

Der Begriff der Ethnie wird in dieser Arbeit als eine Gemeinschaft verstanden, „die sich über die Beanspruchung einer gemeinsamen Gesichte und Kultur definiert“ (Scherr 2000:401). Irrelevant ist es dabei, dass sich diese Gemeinschaft persönlich untereinander kennt. Hauptsächlich ist, dass sie im Bewusstsein ihrer Mitglieder existiert.

Der Begriff der „Ethnie“ wird auch deshalb gebraucht werden, um zu verdeutlichen, dass die Ausländer der 2. und 3. Generation sozial und politisch nicht mehr unter der Kategorie Gastarbeiter oder Migranten erfasst werden können (s.a. Korte 1987; Bade 1994). Denn Menschen, die in Deutschland geboren und aufgewachsen sind, können weder „Gäste“, noch

„Migranten“ sein, weil sie zum einen hier heimisch geworden sind und des weiteren nicht nach Deutschland migriert sind. Auch der Begriff des Ausländers bzw. des ausländischen Selbständigen suggeriert oftmals, dass es sich um Personen handele, die nach Deutschland von außerhalb gekommen sind, um hier zu arbeiten, und erkennt, dass sie oftmals schon deutsche Staatsbürger sind oder im Falle der „EU-Ausländer“ Europäer sind.

Es gibt verschiedene Argumente, warum sich Migranten als Unternehmer etablieren, als auch warum Unternehmertum zum passaway wird für wirtschaftlichen und sozialen Aufstieg, doch gibt es keine stichhaltigen Antworten, wie diese Gruppen spezifische Ressourcen wie finanzielles Kapital und Geschäftsinformationen, die notwendig sind um sich geschäftlich zu etablieren bzw. um ein Geschäft aufzubauen, mobilisieren. Ein wichtiges Element ist die Ressourcenmobilisierung, hier greifen vor allem Untersuchungen zu „Ethnic and Class Resources“ – eine These, die vom US-Amerikanischen Forscher Ivan Light seit 1975 weiterentwickelt wurde.

Doch Forschungen in den folgenden Jahrzehnten zeigten, dass man diese Erscheinung nicht nur mit ethnischen und Klassenressourcen deuten kann. Darum rückte Anfang der 80er Jahre in das Zentrum der Forschung das Thema der ethnischen Enklaven vor. Portes und Wilson untersuchten am Beispiel der kubanischen Einwanderer, wie diese Ökonomie beschaffen ist und insbesondere, wie die Arbeitsverhältnisse in diesem Teilbereich der US-amerikanischen Wirtschaft gestaltet sind. Hierbei stand die Frage im Mittelpunkt, ob sich das Humankapital der aus Kuba eingewanderten Migranten auszahlt oder nicht. Portes und seine Kollegen versuchten, anhand von statistischem Material und eigenen Erhebungen zu beweisen, dass sich das Humankapital der Migranten in der ethnischen Ökonomie im Vergleich zur einheimischen Wirtschaft auszahlen würde.

Sanders und Nee (1987) haben versucht, diese Hypothese anhand von empirischem Material zu prüfen, doch konnten ihre Untersuchungen – z.T. mit dem gleichen Datenmaterial, welches Wilson und Portes auch verwendeten – nur einen Teil dieser Annahmen bestätigen. Sanders und Nee (1987) gehen davon aus, dass sich das Humankapital nicht für alle emigrierten Kubaner auszahlt, sondern nur für die selbständigen Mitglieder der ethnic community, nicht aber für die abhängig Beschäftigten. Der ethnische Arbeitsmarkt sei darum eher mit dem sekundären Arbeitsmarkt vergleichbar, als mit dem primären.

Auch für Deutschland wäre zu prüfen, ob sich die im Ausland erworbene Ausbildung in der eigenen ethnischen Ökonomie positiv auswirkt. Nach Ergebnissen des SOEP (Sozio-Ekonomisches Panel) zeigt sich, dass ausländische Beschäftigte in Deutschland mit höherem,

im Ausland erworbenen Bildungsabschluss sich kaum in der Betroffenheit von Arbeitslosigkeit von Zuwanderern, die lediglich eine Pflichtschule im Ausland absolviert haben, unterscheiden (Seifert 1996b:8).

Die „Ethnische Ökonomie“ kann auch vor dem Hintergrund der allgemeinen Gründerforschung betrachtet werden, die sich z.T. das Ziel gesetzt hat, allgemeine Bedingungen herauszuarbeiten, die das Phänomen der ökonomischen Selbständigkeit erklären können. Obwohl seit einigen Jahrzehnten auf diesem Feld geforscht wird und sich „Entrepreneurship“ an vielen bundesdeutschen Universitäten als Fach etabliert hat, lässt sich eine allgemeine Klage über das Theoriedefizit in der Gründerforschung und eine Kritik daran ablesen (Brüderl u.a. 1998; Walterscheid 2001)

Auch in Deutschland entstand mit der Zeit eine wissenschaftliche Diskussion um die eingewanderten Migranten und ihre wirtschaftlichen Aktivitäten. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes gibt es mittlerweile rund 270.000 ausländische Selbständige. Die erste Arbeit zu diesem Thema lieferte Wiebe im Jahre 1980 und ging von der These der Nischenökonomie aus. Doch in Deutschland verlief diese Diskussion unter anderen Vorzeichen; man sprach immer von ausländischen Selbständigen und es ging immer – z.T. bezeichnend für die Diskussion in Deutschland – vordergründig um die Frage, ob die ausländischen Betriebe eine integrative Funktion haben oder nicht.

Den ethnischen Firmen kommt eine gewisse integrative Funktion zu, jedoch nicht als ein Mediator zur Platzierung in die einheimische Gesellschaft, sondern in die ethnische Gemeinde selbst. Neben dem Heimatland bildet die *ethnische Gemeinde* für die Migranten stets eine „Alternative“, mit der die Optionen, die das Aufnahmeland bietet, abgewogen werden. Die „Attraktivität der ethnischen Alternative steigt – immer: *ceteris paribus* – mit der Größe und der institutionellen Vollständigkeit der ethnischen Gemeinde. Diese Attraktivität ist insbesondere dann hoch, wenn die ethnische Gemeinde die Abwicklung aller Alltagsgeschäfte ermöglicht und evtl. sogar in einem gewissen Ausmaß einen sozialen Aufstieg erlaubt“ (Esser 2001: 23f). Zur Vollständigkeit gehört zweifelsfrei auch die eigene Ökonomie, die nicht nur die kultur- und herkunftsspezifischen Güter, sondern auch eine berufliche Positionierung in den ethnischen Betrieben bietet.

Oftmals wird verkannt, dass das Wirtschaften von Personen und bestimmten Gemeinschaften auch von urbanen und geographischen Faktoren beeinflusst wird, zumal auch im Bundesgebiet, wo ethnisch und religiös unterschiedliche Migrantengruppen, wie insbesondere der Türken, Italiener, Griechen und Personen aus Ex-Jugoslawien, vorhanden sind. Untersuchungen in den USA, Canada, England und auch in Deutschland haben gezeigt, dass unter-

schiedliche Ethnien verschiedene Grade der Selbständigkeit aufweisen, unterschiedliche Ressourcen mobilisieren, in unterschiedlichen Wirtschaftsbranchen tätig sind bzw. ganze Bereiche dominieren usw. Weil aber nur begrenzte Forschungsmittel und personelle Ressourcen verfügbar sind, ist es notwendig sich auf bestimmte Städte und Ethnien zu beschränken. Die ethnische Ökonomie in Köln dürfte sich erfahrungsgemäß kaum von der in Berlin, München, Hamburg oder Duisburg unterscheiden. Auch die beiden hier untersuchten Ethnien – Türken und Iraner – weisen Gemeinsamkeiten, aber auch Unterschiede untereinander, ebenso wie zu anderen Ethnien auf. Hinzu kommt, dass für die Iraner keine vergleichbaren Untersuchungen aus dem deutschsprachigen Raum vorhanden sind.

Insbesondere angloamerikanische Forschungen in den späten 80ern und 90ern haben gezeigt, dass es nicht mehr ausreicht, nur demographische Werte und allgemeine Statistiken einzubeziehen, sondern dass auch das soziale Umfeld der Migranten mit in die Analyse aufgenommen werden muss. Hierbei bedarf es der Netzwerkanalyse: familiäre und soziale Netzwerke müssen erfasst werden. Einige Forscher machen hierbei familiäre und soziale Netzwerke (Aldrich 1987) verantwortlich für das selbständig werden von Migranten aus oder sehen nur einen dieser Faktoren (Werbner, 1987) als entscheidend für den Prozess an.

Denn Netzwerke – gleich ob familiäre oder soziale - haben sowohl positive als auch negative Einflüsse auf den Mobilisierungsradius von Ressourcen. Selbstorganisationskapazität der ethnischen Gruppen sichern das Überleben. Ethnische Gemeinschaften (community) sind die Grundlage für Netzwerketablierung und zur Schöpfung von Ressourcen zur Geschäftsetablierung: "Network ties are the foremost fundamental source, facilitating immigrants with information, resources, and social support (Aldrich and Zimmer, 1986; Bates, 1994). "Therefore, networks have been widely recognized as indispensable sources for entrepreneurship from founding to success for the mobilization of resources for entrepreneurial pursuits" (Massey, 1988; Massey u.a., 1987; Portes, 1978; White, 1970; Zimmer and Aldrich, 1987; Werbner, 1987).

Bei der Analyse geht es darum aufzuzeigen, wie Netzwerke etabliert werden und wie diese den Migranten den Start in die Selbständigkeit erleichtern. Wie oben angedeutet, müssen auch „negative“ Folgen von Netzwerken berücksichtigt werden. Insbesondere die Ausführungen von Falp u.a. zeigen, dass z.B. die familiäre Unterstützung sich auch negativ auswirken kann, weil damit Verpflichtungen verbunden sind (Falp u.a.1998).

Zusammenfassend lässt sich ausführen:

- stärkere Einbeziehung individueller Faktoren: neuere qualitative Studien zeigen z.B., dass die Unbrauchbarkeit / Marginalität der im Heimatland erworbenen Berufsausbildung und oftmals geringe Sprachkenntnisse zur Suche nach alternativen Beschäftigungsmöglichkeiten führen; neuere Untersuchungen, wie z.B. die von Yoo (1997) – er untersuchte 159 selbständige Koreaner – belegen andersartige Arbeitsmarkterfahrung von Migranten: das Gefühl, durch fehlende Sprachkenntnisse vom Arbeitsmarkt ausgeschlossen zu sein, scheint ein Push-Faktor für die Selbständigkeit zu sein.
- zu unterscheiden sind auch - und dies wird wesentlich vernachlässigt in den hiesigen sowie auch in den amerikanischen Studien – Betriebe nach ihrem Umfang bzw. nach ihrer wirtschaftlichen Größe: eine Imbissbude kann nicht mit der Sahinler Holding gleichgesetzt werden, welche 500.000.000 EURO im Jahr umsetzt und über 1300 Personen beschäftigt.

Dementsprechend sind zu unterscheiden:

- Kleinbetriebe in den ethnischen Ballungszentren (Imbisse, Einzelhandelsläden, Kioske, Reisebüros, Kaffees, Juweliergeschäfte usw.), die den Großteil der sog. Nischenökonomie ausmachen. Es sind zumeist Ein-Mann-Betriebe, die am Rande des Existenzminimums arbeiten.
- Kleine und mittelständische Betriebe, die nicht in den ethnischen Ballungszentren angesiedelt sind, deren Existenz aber stark von der ethnischen Subgesellschaft bzw. Subkultur abhängt: z.B. Lebensmittelgroßhändler auf den Großmärkten und Produzenten von Gütern für die ethnischen Konsumenten (Hersteller von Brot, Fleisch usw.). Hierzu zählen Firmen wie Egetürk, Marmarabirlik usw.
- Kleinbetriebe, außerhalb der ethnischen Enklave (Kioske, Reisebüros, Tankstellen usw.), deren Kundschaft hauptsächlich Einheimische sind, deren Image und Produktpalette nicht nur auf die eigene Ethnie abgestimmt ist.
- Großbetriebe: wie z.B. die Firma Santex (Textilgroßhandel, über 1300 Beschäftigte, Inhaber Kemal Sahin) oder Öger Tours (Inhaber Vural Öger). Inhaber sind ausländische Selbständige, die aber keine weiteren Gemeinsamkeiten mehr mit den co-ethnischen Betrieben haben. Auffallend ist nur, dass diese ihren Hauptumsatz mit Gütern und Produkten machen, die aus dem bilateralen Handel stammen (z.B. Türkei-Deutschland).

- Kleine und große Betriebe, die als Filialen von Firmen aus dem Ursprungsland funktionieren (z.B. Kombassan, Jet-Pa, Yimpas usw.). Ein Teil dieser Firmen sind in der Bundesrepublik nicht wirtschaftlich aktiv, sondern fungieren unter dem Oberbegriff "Holding" als Finanzvermittlungsagenturen: Ersparnisse der hiesigen türkischstämmigen Bevölkerung werden in die Türkei kanalisiert, um in Anatolien Investitionen zu tätigen, welche die Türkei auf das wirtschaftliche Niveau der reichen Industriestaaten bringen soll.

Aus der Annahme, dass einfache Beschreibungen der sozialen, institutionellen und kulturellen Strukturen notwendige, aber keine hinreichenden Erklärungen bieten, um dem Phänomen des ethnischen Unternehmers gerecht zu werden, zumal hier Motivationen von Individuen nicht gut erfasst werden können, bedarf es Tiefenerklärungen, denn „Personen wählen aus einem Set überhaupt verfügbarer oder möglicher Handlungsalternativen diejenige, die am ehesten angesichts der vorgefundenen Situationsumstände bestimmte Ziele zu realisieren verspricht. Dabei werden bestimmte Erwartungen (über die "Wirksamkeit" der Handlungen) kombiniert und diese Kombinationen dann miteinander verglichen" (Esser 1991:54). Hierbei könnte auch das Phänomen des ethnischen Unternehmertums – wahrscheinlich – eine „ungeplante Folge absichtsvollen Handelns" darstellen. Diese wäre z.B. Anhand des Rational-Choice-Ansatzes zu prüfen.

Doch nicht alle Tiefenerklärungen sind hilfreich, es müssen zugleich auch mehr ökonomische, soziale und geographische Perspektiven in die Forschung um "Ethnisches Unternehmertum" aufgenommen werden, denn neuere Untersuchungen - wie die von Rekers (1992) - belegen eindeutig den Einfluss von urbanen Faktoren auf die Selbständigkeit von Ethnien. Rekers untersuchte am Beispiel der türkischen Selbständigen in Amsterdam und Rotterdam den Einfluss von urbanen Faktoren. Amsterdam – ein Finanz- und Handelszentrum, aber auch eine Kulturstadt, wo die Dienstleistungsbranche weit entwickelt ist und Rotterdam, eine Arbeiterstadt, wo das verarbeitende Gewerbe, insbesondere unter dem Eindruck des Hafens überwiegt. Auch wenn die Arbeitsmarktlage hier allgemein und insbesondere auch für Türken sehr schlecht ist, bietet Rotterdam doch Arbeitsmöglichkeiten für die Türken in Fabriken. In Amsterdam sind Arbeitsmöglichkeiten in der Dienstleistungsbranche vorhanden, aber hier mangelt es an Sprachkenntnissen und Ausbildung bei den türkischen Migranten (Rekers 1992:46f).

Entsprechend den oben ausgeführten Annahmen soll der Sachverhalt aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet werden (s.a. Rath und Kloosterman 1998:12ff). Diese verschiedenen

Perspektiven werden die Grundlage für die weiteren Forschungen im Rahmen dieser Arbeit bilden:

- ♦ der Unternehmer als ein Wirtschaftsakteur (Schumpeterisches Unternehmertum): Was ist es, was den Unternehmer zu einem innovativen Akteur macht (wenn er es ist); sind es die Produkte, der Service, die Vermarktung oder die Produktionsweise; was ist der Unterschied zwischen einem ethnischen Unternehmer und einem "echten" Unternehmer usw.
- ♦ Sozialgefüge, in dem der Unternehmer agiert: Sozialkapital (Light, Waldinger, Portes u.a.); dies bringt Vorteile, aber auch Kosten; erforderlich sind tiefergehende Untersuchungen zu Verteilung, Dichte und Arbeit solcher sozialen Netzwerke (internationale Verflechtung und ihre Bedeutung für nationale Wirtschaften bereichern diese Perspektive).
- ♦ Firmen im Wirtschafts – und Wertesystem: es können pull oder auch push Faktoren vorhanden sein: bestimmte Fertigkeiten usw. können sich innovativ auswirken, manche aber auch hemmend.
- ♦ Ökonomische Aktivitäten der Immigranten im Wechsel urbaner Wirtschaftsstrukturen: ein Stichpunkt "Transformation processes in advanced (urban) economies" Sassen (1988 und 1991). Hier müssen insbesondere die Auswirkungen auf Entwicklung des Dienstleistungssektors berücksichtigt werden. Es wird z.B. immer wieder unterstellt, dass Arbeitslosigkeit eine wichtige Motivation für die Selbständigkeit von Ausländern darstelle und der Dienstleistungssektor – als Standbein der "global cities" – neue Möglichkeiten für die Migranten bilde.
- ♦ Politisches und administratives Gefüge: Welche Beziehungen gibt es zwischen dem politisch-institutionellen Gefüge (hier insbesondere Aspekte wie der des Wohlfahrtsstaates, bürokratische Hürden, Gesetzgebung usw.) und seiner direkten bzw. indirekten Auswirkungen auf den (ethnischen) Arbeitsmarkt. Gesetze, Verwaltungsvorschriften usw. haben Auswirkungen darauf, ob diese Unternehmer in marginalen Wirtschaftssektoren tätig sind oder auch sich sogar im informellen Bereich betätigen (Baganha und Reyneri 1997).
- ♦ Internationaler Vergleich: wirtschaftliche Aktivitäten von Minderheiten bestehen nicht nur in einem Land oder in einer Stadt, sondern vergleichbare Sachverhalte ergeben sich aus mehreren Ländern, so z.B. in den USA, Frankreich, England, Kanada,

Holland und Deutschland. Die Schwierigkeiten hierbei liegen z.T. in der Vergleichbarkeit der Daten, der theoretischen Ansätze und dergleichen. Analyse gesamtwirtschaftlicher Daten und Phänomene: Arbeitslosigkeit, Ost-Öffnung nach der Wende 1990.

Ein weiterführendes Thema ist die illegale Beschäftigung von Migranten. Dies betrifft nicht nur die einheimische Wirtschaft, sondern auch die Betriebe, die von Migranten geführt werden. Oft zwingen politische bzw. religiöse Verfolgung oder ökonomische Zwänge Menschen aus Afrika, Südamerika und Asien, in die reichen Länder im Norden auszuwandern. Hier stoßen sie oft auf eine restriktive Einreisepolitik und wirtschaftliche Probleme, die sie veranlassen – oft nach einer kurzen legalen Verweildauer – sich Beschäftigungen innerhalb des illegalen Sektors zu suchen. Diese Tätigkeiten zeichnen sich durch niedrige Löhne, fehlende soziale Absicherung und oft durch gefährliche Arbeitsbedingungen aus. Leider kann dieser Bereich in dieser Arbeit nicht weiter ausgeführt werden.

Es liegen bis dato keine befriedigenden theoretischen Konzepte vor, die ausreichend das Phänomen „Ethnisches Unternehmertum/ Ethnischer Arbeitsmarkt“ untersuchen. Insbesondere in Deutschland gibt es kaum ernsthafte soziologische Forschungen, wie ethnisches Unternehmertum entsteht, welche Ressourcen mobilisiert werden, wie die unterschiedlichen Selbstständigkeitsraten der Ethnien auch nur ansatzweise zu erklären sind, auf welche Strukturen die Unternehmer, bei der Beschäftigung von co-Ethnien zurückgreifen können, insbesondere welche (informellen) Mechanismen bei der Gewinnung von Arbeitskräften bestehen. Dies soll im Rahmen dieser Dissertation untersucht und versucht werden, ein Modell – aufbauend auf dem oben geschilderten theoretischen Rahmen – zu entwickeln, das Mikro,- wie Makroebene einbezieht.

Exemplarisch werden in dieser Arbeit zwei Ethnien untersucht werden. Zum einen die Türken: sie bilden die stärkste Gruppe unter der ausländischen Bevölkerung (rd. 26% Ende 2001). Obwohl zahlenmäßig stark vertreten, zeichnen sie sich nicht durch eine hohe Selbstständigkeitsquote aus. Während im Durchschnitt 8,4% der Ausländer selbständig sind, liegen die Werte für die Türken mit 7,2% unter dem Durchschnitt. Dies verwundert umso mehr, als Türken sich in den letzten beiden Jahrzehnten verstärkt selbständig gemacht haben und die türkische Ökonomie mit 13,6 Milliarden DM Gesamtinvestitionsvolumen und einem jährlichen Umsatz von 55,7 Milliarden DM eine beachtliche Wirtschaftskraft darstellt (ZfT 2001:12). Obwohl zu türkischen und anderen ethnischen Unternehmern mittlerweile einige Untersu-

chungen vorliegen (s. Kapitel 3.6), gibt es im deutschsprachigen Raum keine Untersuchung zu iranischen Selbständigen. Mit ein Ziel dieser Arbeit ist es, diese Lücke zu schließen. Vorab kann festgestellt werden, dass die Selbständigkeitsquote der Iraner für das Referenzjahr mit 12,8% weit über der der Türken und dem Durchschnitt der ausländischen und deutschen Bevölkerung liegt, zumal Angaben bezüglich iranischer Selbständige mit Beschäftigten wegen der großen Fehlerquote bei Zahlen unter 5000 im Mikrozensus fehlen.¹ Wären diese im Mikrozensus nachweisbar, würde sich die Quote um einige Punkte erhöhen. So ergibt sich die Möglichkeit zwei Ethnien, die sich auf den ersten Blick kulturell ähneln, aber andere Migrationserfahrungen haben, insbesondere unter dem Aspekt der wirtschaftlichen Mobilität zu vergleichen und mögliche Gemeinsamkeiten und Unterschiede herauszuarbeiten.

Der Aufbau dieser Arbeit soll im Folgenden kurz erläutert werden. Eine Begriffbestimmung zu „Unternehmertum“ und wer ein „Unternehmer“ ist, folgt im nächsten Kapitel. Im dritten Kapitel wird die internationale Diskussion zu Ethnic Business, Ethnic Entrepreneurship, Immigrant Entrepreneurship, Migrant Enterprise, Ethnic Economy – oftmals synonymhaft verwendete Begriffe – wiedergegeben und näher beleuchtet werden.

Kapitel 4 soll einen allgemeinen Überblick über die soziale und wirtschaftliche Situation der ausländischen Bevölkerung in Deutschland geben. Dies erschien deswegen nötig, weil die darauffolgenden Analysen u.a. auch auf die gesamtgesellschaftliche und -wirtschaftliche Lage und ihre Einbettung ins Sozialgefüge der deutschen Gesellschaft verweisen. Dem folgt eine kurze Beschreibung der rechtlichen Bedingungen (Ausländer- und Gewerberecht) (Kapitel 5).

Im empirischen Teil dieser Arbeit werden theoretische Annahmen und empirische Ergebnisse internationaler Studien mit Ergebnissen eigener empirischer Analysen verglichen und ausführlich diskutiert. Dem empirischen Teil ist eine Einführung zum Untersuchungsdesign (Kapitel 6) vorangestellt, diesem folgt eine allgemeine Abhandlung über die Determinanten ethnischen Unternehmertums (Kapitel 7). Hier werden vor allem Phänomene wie Geschlecht, Alter, Bildung usw. herausgearbeitet. Vor allem stehen die Bereiche „Soziale Netzwerke und ethnisches Unternehmertum“ im Mittelpunkt der empirischen Erörterungen (Kapitel 8). Der Blickpunkt dieses Kapitels richtet sich darauf, inwieweit die beiden Ethnien auf finanzielle, organisatorische und persönliche Hilfe und Unterstützung aus ihrem Netzwerk zurückgreifen können.

Im darauffolgenden Kapitel geht es um die Standortwahl in der ethnischen Ökonomie (Kapitel 9). Aus theoretischen Annahmen zur „Nischenökonomie“ kann herausgefolgert wer-

¹ Eigenberechnung der Selbständigkeitsquote für Iraner aufgrund der Angaben des Mikrozensus für das Jahr

den, dass bestimmte Ethnien spezifische Bedürfnisse nach „ethnischen Produkten“ entwickeln und diese durch die eigene Wirtschaft befriedigt werden und sich mit der Zeit eine „Ergänzungsökonomie“ entwickelt. Diese Annahme kann nur für die türkische Ökonomie geprüft werden, da in Deutschland und insbesondere auch in Köln keine ausreichend große iranische Population mit iranischen Enklaven vorhanden ist bzw. Iraner gänzlich andere Strategien verfolgen müssen, um sich wirtschaftlich zu etablieren.

Eine wichtige Stütze von Betrieben sind die Mitarbeiter. Es soll hierbei geprüft werden, wie die Beschäftigungsstruktur aussieht, wie Mitarbeiter gewonnen werden, welche Personen entsprechend welchen Kriterien bevorzugt werden usw. (Kapitel 10). Einen wichtigen Aspekt stellte dabei die Frage dar, inwieweit sich die ethnischen Betriebe zu einer Mobilitätsfalle entwickeln können.

Ein wichtiges theoretisches Erklärungsmodell bilden die „Middleman Minorities“ und „Sojourner Thesen“ von Bonacich (1973; 1980). Das vorletzte Kapitel hat sich zum Ziel gesetzt zu prüfen, ob die ethnischen Unternehmer eine Sojourner bzw. Middleman Funktion übernehmen oder nicht (Kapitel 11).

Auf der Grundlage der theoretischen Diskussion und empirischen Evaluation werden im abschließenden Kapitel verschiedenen Vorschläge diskutiert, wie sich das Phänomen der „Ethnischen Ökonomie“ bessert fassen lässt. Dabei sollte an vielen Stellen dieser Arbeit deutlich werden, dass allgemein nur in Ansätzen theoretische Einsichten und empirisches Wissen zu diesem Forschungsbereich vorhanden ist und weitere Forschungsbemühungen dringend erforderlich sind.

2. Definitionen zur Frage: Wer oder was sind Unternehmer?

Ziel dieses Abschnittes ist es, nach einer Definition des Erkenntnisobjektes und einer Einordnung in den gesamtwirtschaftlichen Kontext sich mit der Fragestellung zu befassen, welches die strukturellen Grundlagen und Bedingungen der Selbständigkeit sind. Neben einer primär sozialwissenschaftlichen Perspektive sollen aber auch insbesondere sozialstrukturelle, psychologische bzw. soziologische Faktoren behandelt werden.

In einer Zeit des strukturellen Wandels von Wirtschaft und Gesellschaft, verbunden mit zahlreichen Problemen, formuliert die Politik verstärkt das Ziel, Unternehmensgründungen zu forcieren. Kommunen errichten Existenzgründerzentren, Länder legen Förderprogramme auf, Industrie- und Handelskammern und Branchenverbände bieten Existenzgründerseminare an und Banken zeigen deutlich mehr Bereitschaft, Risikokapital für Unternehmensgründungen zur Verfügung zu stellen. Politik und Wirtschaftsorganisationen wollen hierbei zwei Ziele erreichen:

- Gegenmaßnahmen zur steigenden Zahl der Arbeitslosen sollen wirksam gemacht werden.
- Der strukturelle Wandel der Wirtschaft soll gemeistert und mit Blick auf den globalen Wettbewerb Zukunftsmärkte frühzeitig besetzen werden (Stichwort: Neuer Markt).

Initiativen dieser Art könnten effizienter gestaltet werden, wenn das Wissen um die Akteure im Wirtschaftssystem, die als Unternehmensgründer und zukünftige Selbständige in Frage kommen, klar herausgearbeitet werden könnte. Die Forschung in diesem Bereich steht jedoch noch am Anfang. Der Blick müsste weg von den eher makroökonomischen Effekten von Selbständigkeit auch auf mikroökonomische Perspektiven gelenkt werden, die sich mit typischen Leitbildern und spezifischen Voraussetzungen eines selbständig agierenden Wirtschaftssubjektes auseinandersetzen.

2.1 Wer oder was sind Unternehmer?

Es gibt verschiedene Klassifikationsmöglichkeiten, um Berufe einzuteilen. Max Weber unternahm schon 1921 eine Einteilung, in der er "Unternehmer" als privilegierte und "Arbeiter" als negativ privilegierte Erwerbsklassen unterschied (Weber 1976:178).

Schon Marx hatte eine ähnliche, wenn auch etwas radikalere Unterscheidung vorgenommen.

1999 waren von rund 36 Mio. Erwerbstätigen in der Bundesrepublik Deutschland
10 Prozent Selbständige,
1 Prozent mithelfende Familienangehörige und
89 Prozent abhängige Beschäftigte, die sich in Angestellte, Arbeiter und Beamte
aufgliedern (Statistisches Jahrbuch 2001:72).

Bemerkenswert erscheint auch ein Blick über die Grenzen. Im Referenzjahr 1996 lag die Selbständigen-Quote der Bundesrepublik hinter den meisten westlichen Ländern zurück. Lediglich die USA hatten, gemessen an der Gesamterwerbsbevölkerung, einen geringeren Anteil an Selbständigen (s. Tabelle 2.1). Besonders groß ist die Differenz bei einem Vergleich mit Ländern wie Japan oder England.

Tabelle 2.1: Quotient aus der Summe von Selbständigen und mithelfenden Familienangehörigen zu den zivilen Erwerbspersonen in verschiedenen Ländern

	1969	1979	1989	1996
USA	9,2	8,5	8,5	8,4
Kanada	12,0	10,2	9,3	11,3
BR Deutschland	17,8	12,2	11,1	10,6
Großbritannien	-	-	12,2	13,6
Japan	19,7	17,6	14,6	17,7
Frankreich*	22,7	17,0	15,1	11,4

Quelle: OECD 1998 (zitiert bei Pfeiffer 1994)

*= Für Frankreich sind nur die Zahlen der Selbständigen vorhanden

Bei Hinzuziehung weiterer internationaler Vergleichsdaten, speziell unter Berücksichtigung weiterer Länder Asiens, Afrikas und Lateinamerikas, folgern einige Forscher, dass es zwischen dem Stadium der Industrialisierung und dem Anteil selbständiger Erwerbstätiger einen negativen Zusammenhang gibt (Pfeiffer 1994:42). Doch bei genaueren Untersuchungen

ergibt sich auch für die hochindustrialisierten Länder Europas ein unterschiedliches Bild: auch hier ist die Selbständigenquote relativ hoch (Tabelle 2.2).

Tabelle 2.2: Selbständigenquote im internationalen Vergleich: Industrieländer

	1989	1979	1969
Finnland	14,0	13,8	-
Belgien	14,3	13,1	14,7
Australien	14,8	15,7	13,2
Spanien	21,6	21,8	23,6
Irland	22,6	22,4	24,8

Quelle: Pfeiffer 1994

Doch auch für diese gilt, wie für die USA, wenn man annähernde Vollbeschäftigung als Vorbild nehmen sollte, „dass eine hohe Selbständigenquote weder eine notwendige noch eine hinreichende Bedingung sein kann, d.h. kein Garant für Vollbeschäftigung ist. Es kommt vielmehr darauf an, wie erfolgreich die selbständigen Unternehmer sind, d.h. wie lange sie überleben und wie viel Beschäftigung dort entsteht“ (Frank Leibhard 2001:60).

Unternehmer sind Inhaber bzw. Leiter von Firmen, die einzelne Produktionsfaktoren miteinander kombinieren, um qualitative oder quantitative Veränderungen in der Produktion oder in der Verteilung von Gütern oder Dienstleistungen herbeizuführen. Da sie Veränderungen bewirken, sind Unternehmer Innovatoren (Light 1987:193), wobei die Innovationen unterschiedlicher Art sein können: Produktionsinnovationen (technologischer wie organisatorischer Art und Weise) und Marktinnovationen. Schumpeter geht davon aus, dass wirtschaftliches Wachstum nur durch unternehmerische Innovationsstöße möglich ist. Demnach ist das Fehlen von innovativen Unternehmern in einer Gesellschaft ein Zeichen für Krise. Dabei denkt Schumpeter an große Unternehmen (Smelser 56f.). Amerikanische Wissenschaftler gehen so weit, zwischen Unternehmern und Kleinunternehmern zu unterscheiden: Small-Businessman und Entrepreneur (Sexton und Bowman-Funton 8f.; Dewhurst 1993:10f.)

Weil es aber schwierig ist, Innovationen zu messen, „ist es üblich geworden, Unternehmer als Inhaber/Manager von Firmen zu definieren“ (Schell und Davis 1981:572; zitiert bei Light 1987:195). Aus empirisch-statistischer Sicht leiten Selbständige „einen Betrieb oder eine Arbeitsstätte gewerblicher oder landwirtschaftlicher Art wirtschaftlich oder organisatorisch als Eigentümer oder als Pächter“ (von Löffelholz u.a., 1994:34). In diese Richtung weist auch die

Definition des Statistischen Bundesamtes: „Selbständige sind Personen, die einen Betrieb oder eine Arbeitsstätte als Eigentümer, Miteigentümer, Pächter oder selbständiger Handwerker leiten sowie selbständige Handelsvertreter usw., also auch freiberuflich Tätige, nicht jedoch Personen, die in einem arbeitsrechtlichen Verhältnis stehen und lediglich innerhalb ihres Arbeitsbereiches selbständig disponieren können (z.B. die selbständigen Filialleiter) (Statistisches Bundesamt 1996a).

Entsprechend dem oben Ausgeführten lassen sich drei wesentliche Unterscheidungen zwischen dem Selbständigen und dem abhängig Beschäftigten treffen:

- ♦ Der Selbständige leitet als Eigentümer, Miteigentümer oder Pächter eigenverantwortlich und nicht weisungsgebunden eine Unternehmung.
- ♦ Der Selbständige trägt die Verantwortung für die Entwicklung und das Ergebnis der Unternehmung.
- ♦ Der Selbständige erhält kein exakt festgelegtes Vertragseinkommen, sondern bezieht zumindest teilweise ein Residualeinkommen. (Pfeiffer 1994:13)

Entsprechend dieser Definition können führende Manager von Kapitalgesellschaften nicht automatisch zu der Gruppe der Selbständigen gezählt werden.

Unternehmer fördern ökonomisches Wachstum und wirtschaftliche Entwicklung, sind aber auch selbst von den ökonomischen Gesetzen abhängig, Angebot und Nachfrage definieren ihr Dasein (Light 1987:197). Viele Forscher nahmen an, dass das Unternehmertum durch die Konzentrationsbewegung auf dem kapitalistischen Markt (s. Konzentrationstheorie von Marx) langsam absterben würde (Light 1987:199). Doch das Gegenteil ist eingetreten; im Grunde ist ein Anwachsen der Unternehmerzahl in den 70ern festzustellen (Light 1987:201). 3 Millionen Arbeitsplätze wurden in den USA durch Kleinunternehmer in den 70ern geschaffen, wobei die 1000 größten Unternehmen in den USA praktisch keine Neugewinne an Arbeitsplätzen verzeichnen konnten (Light 1987:201).

Lange gingen Wissenschaftler davon aus, dass das Unternehmertum mit der Zeit aussterben würde (Bögenhold 1989). Dies schien sich auch z.T. zu bewahrheiten, so nahm seit 1950 die Zahl der Selbständigen in der Bundesrepublik ab und halbierte sich fast bis in die 80er. Dies gilt auch im internationalen Vergleich für andere westliche Länder. Seit dem Ende des 19. Jahrhunderts halbierte sich die Selbständigenquote in den meisten Ländern bzw. ist bis zu einem Viertel des ursprünglichen Wertes gefallen (Pfeiffer 1994:39). Doch nach Jahrzehnten

der Abnahme erholte sich das Unternehmertum im Westen. In den USA stieg die Zahl der Selbständigen in den 70ern. Auch wenn in der Bundesrepublik in diesem Zeitraum nicht von einer Belebung gesprochen werden kann, scheint doch das Sterben gestoppt worden zu sein bzw. hat sich der Trend verlangsamt (von Löffelholz u.a., 1994:17; Bögenhold 1989:264). Ebenso sind Unterschiede je nach Branche zu verzeichnen; stark zurückgegangen sind die Zahlen der Selbständigen in der Landwirtschaft, zwischen 1960 und 1992 sind sie um 80% auf nur noch 700.000 gesunken, auch wenn oder obwohl die Selbständigen in der Land- und Forstwirtschaft den Hauptanteil der Selbständigen darstellen. Abnahmen sind auch im verarbeitenden Gewerbe zu verzeichnen, wobei sich hier die Zahl im gleichen Zeitraum fast halbiert hat. Zuwächse hingegen konnten im Dienstleistungsbereich verzeichnet werden; hier hat sie im gleichen Zeitraum um 34% zugelegt (von Löffelholz u.a., 1994:18f.).

Hinsichtlich der Geschlechterverteilung ist eindeutig festzustellen, dass bei den männlichen Erwerbstätigen der Anteil der Selbständigen eindeutig höher liegt als bei den weiblichen Erwerbstätigen (s. Tabelle 2.3).

Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes waren im April 1999 rd. 2,6 Mio. bzw. ca. 72,5% aller Selbständigen männlich. Die Zahl der weiblichen Selbständigen betrug rd. 927.000. Obwohl die Zahl der weiblichen Selbständigen im Vergleich zu früher steigend ist, wagen weniger Frauen den Schritt in die Selbständigkeit.

Tabelle 2.3. Selbständigenquote Männer und Frauen

Selbständigen-Quote	Gesamt	Männer	Frauen
(ohne mithelfende Familienangehörige)			
1999	9,9%	12,3%	6,8%

Quelle: Statistische Jahrbücher, Eigene Berechnung

Ein ähnlicher Sachverhalt lässt sich auch bei Ausländern feststellen. Auch ausländische Frauen wagen es seltener, sich selbständig zu machen. Während bei deutschen Erwerbstätigen nur 6,8% der Frauen selbständig tätig sind, sind es bei den Männern fast 12,3%. Bei ausländischen Frauen liegt diese Quote bei 6,5, die der Männer bei 11% (Ausländische Bevölkerung in Deutschland 2001:73-74). Insgesamt sind 7% der selbständig Tätigen Ausländer (s. Tabelle 2.4).

Tabelle 2.4: Selbständigen-Quote in der BR Deutschland nach Staatsangehörigkeit und Geschlecht differenziert

	Deutsche	Ausländer
Männer	13%	11%
Frauen	6,8%	6,5%

Bei genauerer Betrachtung lassen sich Unterschiede in den Nationalitäten erkennen. 13% der ausländischen Erwerbstätigen aus EU-Staaten wagten den Schritt in die Selbständigkeit, aber nur 7% derjenigen aus den anderen Ländern. Verschwiegen werden darf hier aber auch nicht, dass die Zahlen des Statistischen Bundesamtes und des Zentrums für Türkeistudien bezüglich der Selbständigkeitsquoten von türkischen Erwerbstätigen sich erheblich voneinander unterscheiden. Das Türkeizentrum beziffert die Zahl der Selbständigen auf 59.500. Das Statistische Bundesamt hingegen gibt diese entsprechend dem Mikrozensus mit rd. 41.000 an. Auf Anfragen an das ZfT war zu erfahren, dass von dieser die Validität der Zahlen aus dem Mikrozensus bezweifelt wird. Als Hauptgrund wird angegeben, dass die Wahrscheinlichkeit für Fehlangaben bei geringen Fallzahlen hoch wäre und eigene empirische Erhebungen mit größeren Fallzahlen durchgeführt würden.

Wie oben erläutert, verstehen wir hier unter Selbständigen Personen, „die nicht abhängig beschäftigt sind und stattdessen auf eigene Rechnung Produkte oder Dienstleistungen erstellen, die sie auf dem Markt verkaufen“ (Bögenhold 1989:264).

Wie auch aus dieser Definition zu ersehen, beinhaltet der Begriff des Unternehmers ein breites Spektrum. Er reicht vom Imbisswagenbesitzer vor dem Einkaufszentrum bis hin zum global operierenden Großunternehmer. Nur ca. 2 Prozent der Selbständigen sind jedoch Besitzer von Großunternehmen. Die meisten Unternehmer sind Kleinunternehmer, genauer gesagt, Großunternehmertum ist eine Seltenheit: ca. 98% der Unternehmen sind kleine und mittlere Unternehmen, die nicht mehr als 500 Beschäftigte haben, wobei 46% aller Selbständigen ihre Geschäfte selber betreiben, ohne feste abhängig Beschäftigte, insgesamt waren dies 1987 1,05 Millionen der Selbständigen (Pfeiffer 1994:36ff; Bögenhold 1989:264). Hauptakzent dieser Unternehmen ist, dass sie Märkte beherrschen, die keine standardisierten (oder relativ schwer standardisierbare) Massenprodukte anbieten.

Doch gehören Selbständige nicht unbedingt zu den Spitzenverdienern, bei ihnen reicht die Spanne „von gesellschaftlichen Spitzeneinkommen auf der einen Seite bis zu armutsnahen

Einkommen auf der anderen“, dies macht es schwierig, sie allgemein unter der Kategorie „Mittelstand“ zusammenzufassen (Bögenhold 1989:265).

Bögenhold führt aus, dass die Autoren, die ein Verschwinden der Selbständigkeit voraus sagten, „den Selbständigen – und besonders den „kleinen“ – überhaupt keine Aufmerksamkeit (schenkten); für andere war es stets eine ambivalente sozialkulturelle „Restkategorie“ “ (Bögenhold 1989:266). Obwohl Volks- und Betriebswissenschaftler auf dem Feld „kleine und mittlere Unternehmen“ geforscht haben, bezeichnet Bögenhold das Interesse der Nachkriegssoziologie als „unterkühlt“. Interessant wäre die Diskussion zu diesem Thema auch im Rahmen von soziologischen Spekulationen über die „Zukunft der Arbeit“, „neue Produktionskonzepte“ und „Alternativen zur Massenproduktion“ (Bögendhold 1989:266).

Anders sieht es in der anglo-amerikanischen Soziologie aus, die im Rahmen des „Small Business“ und „Entrepreneurship“ verstärkt Interesse gezeigt hat (im ethnischen Unternehmertum sind es z.B. Light, Waldinger, Bonacich usw.). Vergessen werden darf nicht, dass trotz vieler statistisch nachweisbarer Gemeinsamkeiten unter selbständigen Erwerbstätigen, es sich bei dieser Gruppe um eine eher heterogene Gruppe handelt und demzufolge ein Selbständiger nicht gleich einem Selbständigen ist.

2.2. Nachbarschaftsläden

Die ethnischen Kleinbetriebe ähneln in ihrer Struktur der der Nachbarschaftsläden, aber unterscheiden sich auch in einigen Punkten und werden oftmals unter dieser Kategorie behandelt (Bukow 1994). Nachbarschaftsläden sind „im traditionellen Sinne (...) kleinere Einzelhandelsbetriebe (...), die ihre Hauptaufgabe in der Versorgung der Bevölkerung der nahen Umgebung mit Gütern des täglichen Bedarfs sehen“ (Wimmer und Weissmann 1982:2). Wimmer und Weissmann unterscheiden diese hinsichtlich des gesamten Angebotskonzeptes, des Einzugsbereiches, der Betriebsgröße und einiger spezifischer qualitativer Aspekte. Dabei wird das Angebotskonzept durch das „Sortiment“ und das „Angebotsniveau“ unterschieden: im Sortiment befinden sich hauptsächlich Nahrungs- und Genussmittel sowie Non-Food-Artikel. Diese Läden sind leistungsorientiert und nicht preisorientiert; doch trifft dies für die (untersuchten) türkischen Lebensmittelläden nur begrenzt zu, denn durch die starke Konkurrenz sind diese Läden gezwungen, ihre Preise niedrig zu halten (Zentrum für Türkeistudien 1989:90f.). Das Serviceniveau wird jedoch als hoch eingeschätzt („Fremdbedienung“) und typisch ist auch die individuelle Beratung und die persönliche Kommunikation; sie wird von

Wimmer und Weissmann als „konstitutives Merkmal“ bezeichnet (1982:3). Der Einzugsbereich ist im Grunde die Nachbarschaft, doch darf aber bei türkischen Einzelhändlern - und nicht nur im Lebensmittelbereich – nicht vergessen werden, daß diese zum Teil über die Nachbarschaftsgrenzen hinweg Kunden durch persönliche Beziehungen (Verwandtschaft, Bekanntschaft, aus der gleichen Region usw.) anlocken. Sie haben somit eine „Kristallisationsfunktion örtlicher Kommunikation“ (Wiebe 1984; Wimmer und Weissmann 1982:1ff.; Baringhorst 1990).

Wimmer und Weissmann gehen im Bereich der Betriebsgröße von einer maximalen Verkaufsfläche von 100 qm, einer Umsatzhöchstgrenze von 1 Mio. DM pro Jahr sowie einer Beschäftigtenzahl von nicht mehr als 3-4 Personen im statistischen Durchschnitt aus (Wimmer und Weissmann 1982:2f.). Diese Läden erfüllen ihre Funktion in der Nahversorgung, Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs.

Leider gibt es keine verlässlichen Zahlen über den Einzelhandel in Deutschland. Die Zahl der türkischen Gemüsehändler wird auf 7.500 geschätzt (von Löffelholz, Gieseck und Bruch 1994:47).

2.3 Beweggründe selbständiger Erwerbstätigkeit

Die Frage, wer Unternehmen gründet, impliziert, dass Unternehmensgründer sich durch typische Merkmale auszeichnen, die sie systematisch von anderen Personengruppen unterscheiden. Im vorangegangenen Abschnitt sind einige spezifischen Eigenschaften von Unternehmern angeklungen. Eigenschaften, wie "Risikobereitschaft" und "Managementfähigkeiten" wurden kurz genannt. Dabei geht es nachfolgend originär darum, welche Merkmale im Sinne von Prädispositionen vorhanden sind, wenn sich Personen entschließen, den Schritt in die Selbständigkeit zu tun und ein Unternehmen gründen und nicht, welche signifikanten Eigenschaften Selbständige in Ausübung ihrer Tätigkeit als Unternehmer haben.

2.3.1 Wer gründet Unternehmen ?

Interessant bei den Unternehmern sind Ein- und Austrittsmobilitäten, wobei die „Selbständigen relativ niedrige Vererbungseffekte aufweisen und bei ihnen beträchtliche intergenerationale Zu- und Abwanderungsströme vorliegen“; eine Ausnahme stellen die Landwirte dar, hier „rekrutieren sich die Landwirte intergenerationell aus Kindern von Landwirten“ (Bögenhold 1989:267).

Fluktuationsströme sind überdurchschnittlich hoch, es besteht ein ständiger Ein- und Austritt. Ergebnisse des SOEP haben gezeigt, dass „die Zugänge ähnlich groß wie die Abgänge waren“ bzw. von den „Selbständigen des Jahres 1987 nur 72,3% bereits im Jahre 1984 selbständig waren, es kann hierbei – mit den Worten von Schumpeter – von einem permanenten Prozess des „sozialen Auftriebs“ und sozialer „Deklassierung“ gesprochen werden“ (Bögenhold 1989:267). Eine andere Studie belegt, dass die „Sterblichkeitsfälle“ im 2. und 3. Jahr nach der erfolgreichen Gründung jeweils 30% betrugen (Weihe 1994:12).

Die Gründe für die Selbständigkeit bzw. die „Einstiegslogik“ fasst Bögenhold unter zwei Begriffen zusammen: a) „Ökonomie der Selbstverwirklichung“ und b) „Ökonomie der Not“. Die Selbständigkeit gilt dabei als Mittel eines Weges der Selbstverwirklichung, „um nicht weisungsgebunden zu sein und eigene Ideen zu verwirklichen“, wobei auch Einkommenseinbußen hingenommen werden (Bögenhold 1989:269), zum anderen auch als „kleines Ventil des Arbeitsmarktes“, insbesondere in Zeiten hoher Arbeitslosigkeit (Bögenhold 1989:268; Lorenzen 1996:20; Brüderl 1996:81). Bögenhold fragt nach dem modus operandi des sich selbständig Machens, also wie es zur Selbständigkeit kommt. Als Fazit seiner empirischen Analyse stellt er fest: „Wir finden hier gleichermaßen die aus „Not“ in die Selbständigkeit Gedrängten, denen für eine weitere Teilnahme am Erwerbsleben keine andere Möglichkeit als der Schritt in die Selbständigkeit bleibt, und die, die sich eher von einer „Ökonomie der Selbstverwirklichung“ leiten lassen und durchaus Alternativen für andere Beschäftigung hätten (Bögenhold 1989:273; Brüderl u.a., 1996:81f.). Insbesondere in den neuen Bundesländern scheint (bestehende oder drohende) Arbeitslosigkeit eines der wichtigsten Gründungsmotive zu sein (Lorenzen 1996:21).

2.3.2 Arbeitsmarktlage als Motiv für die Selbständigkeit

Unter "Ökonomische Not" soll entsprechend Bögenhold die individuelle Arbeitslosigkeit bzw. die subjektiv wahrgenommen Gefahr, den Arbeitsplatz zu verlieren, verstanden werden. Der Schritt in die Selbständigkeit stellt ein Ventil dar, der Situation von Arbeitslosigkeit bzw. drohendem Arbeitsplatzverlust zu entgehen. Dass eine als schwierig empfundene Arbeitsmarktlage ein wesentliches Motiv zur Unternehmensgründung darstellt, wird von anderen Autoren gleichermaßen gesehen und ist auch empirisch nachgewiesen worden. Auch in neueren Studien wird die individuelle Arbeitsmarktlage als ein Schlüsselmotiv für die Entscheidung zur Selbständigkeit angeführt (Sternberg 2000:95; Eller 2001:238). Regionale Unterschiede dürfen aber für Deutschland nicht außer Acht gelassen werden: „In Ostdeutschland ist seltener

der Wunsch nach Reichtum sondern wesentlich häufiger der Mangel an Alternativen ausschlaggebend dafür, dass in diesem Landesteil zumindest zu Beginn der 90er Jahre viele Menschen selbständig wurden.“ (Sternberg 2000:95). Es kann angenommen werden, dass die Wahrscheinlichkeit, selbständig tätig zu werden, bei Arbeitslosen, schlecht bezahlten Arbeitnehmern und Personen, die häufig ihre Arbeitsstelle gewechselt haben, besonders hoch ist. Dementsprechend formuliert Sternberg die Forderung, dass „unter dem Aspekt der besseren Ausnutzung des Gründungspotentials ... sich entsprechende Anstrengungen in Deutschland deshalb insbesondere auf die Zielgruppe der unter 40jährigen abhängig Beschäftigten und Arbeitslosen sowie der Auszubildenden, Schüler und Studierenden richten“ sollten (Sternberg 2000:97). Auch wenn kein großer Zusammenhang zwischen vorheriger Arbeitslosigkeit und Selbständigkeit nachgewiesen werden kann, tendieren Arbeitslose überdurchschnittlich zu Gründungen im Handel, Reparatur- und Gastgewerbe sowie im Kleinstgewerbebereich (vgl. Pfeiffer und Reize 1998).

Eine weitere Einflussgröße auf die Selbständigkeit stellen institutionalisierte Eintrittsbarrieren dar. Beispielhaft kann hier für Deutschlands die Notwendigkeit einer Meisterprüfung im Handwerk genannt werden, ohne die die Eröffnung eines selbständigen Handwerksbetriebs nicht möglich ist. Dies hat z.B. zur Folge, dass viele ausländische Handwerker, die ihre Meisterprüfung in ihrem Heimatland erworben haben, diese in Deutschland nicht anerkannt bekommen und deswegen oftmals eine minderwertigere Tätigkeit ausüben müssen. Bestes Beispiel hierfür sind ausländische Schneider, die hier nur eine Änderungsschneiderei eröffnen dürfen.

Allgemein kann angeführt werden, dass eine angespannte Lage auf dem Arbeitsmarkt als ein Hauptmotiv für das Ergreifen einer selbständigen Tätigkeit angesehen wird.

2.3.3 Intrinsische Gründungsmotive

Das Streben nach Unabhängigkeit und Selbstverwirklichung - die "Ökonomie der Selbstverwirklichung" – kann als weitere grundlegende Motivation für Selbständigkeit angesehen werden. Während ökonomische Faktoren wie z.B. die Arbeitsmarktlage als exogene Einflussfaktoren betrachtet werden können, handelt es sich beim Streben nach Unabhängigkeit und Selbstverwirklichung um einen eher endogenen Einflussfaktor, der in erster Linie aus psychologischer Perspektive betrachtet werden muss. Grundlage hierfür ist das Ziel, den eigenen Berufsalltag selbst zu bestimmen, an keine Weisungen von anderen gebunden zu sein („sein eigener Herr zu sein“), eigene Ideen zu verwirklichen und der eigenen Leistung entsprechend

entlohnt zu werden. Um dieses Ziel zu erreichen, werden sogar Einkommenseinbußen hingenommen, weil die positiven Effekte einer selbständigen Tätigkeit höher bewertet werden als die einer unselbständigen Arbeit (Böigenhold 1989:269).

Es kann angenommen werden, dass das Ideal der eigenständig bestimmten Arbeit mit einem speziellen Persönlichkeitstypus korreliert. Eigenschaften wie "Leistungsbereitschaft" bzw. „Risikobereitschaft“ kombiniert mit einer "individualistisch orientierten Weltanschauung" führen zu einem Lebenskonzept, das es den Betroffenen erschwert, sich in einen eng strukturierten und fremdbestimmten Arbeitsprozess einzugliedern. Die Persönlichkeitsstruktur der Gründer ist durch „starkes Dominanzstreben, hohe Begeisterungsfähigkeit, soziale Initiative und Individualismus geprägt“ (Leibbrand 2001:116). Die voranschreitende Verbreitung postmaterialistischer Werthaltungen bzw. die oftmals postulierte Individualisierung in der westlichen Welt dürfte auf diese Entwicklung einen weiteren Einfluss haben.

Einen bedeutenden Beitrag zur Untersuchung psychologischer Einflussgrößen der Unternehmensgründung leistet der in diesem Zusammenhang öfters zitierte J. B. Rotter. Mit seiner in den 60er Jahren entwickelten Skala ("locus of control") versucht er zu ermitteln, ob Personen erlangte Erfolge ursächlich als Konsequenz des eigenen Handelns bzw. der eigenen Leistung betrachten ("internals") oder externen Umständen wie Glück oder Zufall zurechnen.

Untersuchungen aufgrund dieser Annahmen ergeben, dass selbständige Unternehmer ihren Erfolg stark der Gruppe der "internals" zuordnen, wohingegen abhängig Beschäftigte wesentlich seltener die eigene Leistung als Ursache für Erfolge betrachten: „Enterprising people believe that they personally make things happen in a given situation, and underplay the importance of luck and fate. They make things happen; things do not happen to them.“ (Bridge u.a. 1998:45).

McClelland (1961) betont in einem von ihm entwickelten Persönlichkeitskonzept das Bedürfnis nach Leistung ("need for achievement"). Menschen mit einem prinzipiell vorhandenen Bedürfnis nach Leistung tendieren demnach zu einer beruflichen Tätigkeit, die unternehmerisches Denken verlangt, welche sie in der Selbständigkeit finden. Das „need for achievement“ ist aber kulturell geprägt (Bridge u.a. 1998:69f.). Des weiteren ist „Kreativität“ als Merkmal der Intelligenzleistung ein „markantes gründerbezogenes Kriterium“ (Leibbrand 2001:115).

Darüber hinaus ist die Wahrnehmung der eigenen Gründungsfähigkeiten wichtig. Denn „wer von sich annimmt, dass er die als wichtig erachteten Fähigkeiten besitzt, wird, ceteris paribus, eher gründen.“ (Sternberg 2000:86). Auch neuere Studien weisen den Einfluss von Persönlichkeitsmerkmalen nach. Zusammengefasst zu einer LER-Skala (Leistungsorientie-

rung, Eigeninitiative und Risikobereitschaft) ergibt sich, dass ein signifikanter Zusammenhang zwischen diesen Merkmalen und der beruflichen Selbständigkeit besteht bzw. dass die Personen, die in einer abhängigen Beschäftigung sind, aber vorhaben, sich selbständig zu machen, höhere Werte aufweisen, als Personen, die dies nicht anstreben (s. Sternberg 2000:87).

Um das Bild der intrinsischen Motivationsfaktoren zu komplettieren, sei abschließend noch das Streben nach sozialem Ansehen erwähnt. Für Personengruppen, deren Ziel ein sozialer Aufstieg ist, bietet sich in der Selbständigkeit eine wesentliche Handlungsoption, die es ermöglicht, die gesteckten Ziele zu erreichen.

2.3.4 Soziale Faktoren

Eine sehr wichtige Rolle bei der Analyse von Unternehmensgründern spielt zweifellos das soziale Umfeld. Während Ökonomen zu stark wirtschaftliche Faktoren in ihrer Bedeutung für spezifische Handlungen oder Entscheidungen betonen, neigen einige Soziologen dazu, das „soziale Umfeld“ bzw. das „allgemeine Klima“ oder generelle Kontextvariablen zu stark zu bewerten.

Schon früh hat Max Weber in einer seiner bekanntesten Schriften „Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus“ (1920) untersucht, welchen Einfluss der soziale Hintergrund auf die Berufswahl, insbesondere auf die einer selbständigen unternehmerischen Tätigkeit ausübt. Weber zeigt den Zusammenhang zwischen der Zugehörigkeit zu einer Religionsgemeinschaft (hier des Protestantismus) und der für den praktischen Lebensalltag relevanten Wertvorstellungen und Leitbilder auf.

Es gibt soziale Milieus, in denen Werte und Normen existieren, die eine unternehmerische, den Gesetzen des Kapitalismus folgende Aktivität erst ermöglichen. In dieser Schrift bezieht er sich vor allem auf protestantische bzw. calvinistische Glaubensgemeinschaften, deren Wertvorstellungen besonders gut mit den Funktionsmechanismen des marktwirtschaftlichen Wirtschaftssystems kompatibel sind bzw. diese sogar bedingen. Auch wenn wir heutzutage in einer weitestgehend säkularisierten Gesellschaft leben, in der religiöse Wertvermittlungsinstanzen (wie z.B. die Kirchen) an Bedeutung verloren haben, scheint dieses Beispiel auf den ersten Blick möglicherweise etwas antiquiert. Jedoch ist es augenscheinlich, dass in verschiedenen sozialen Gruppen unterschiedliche Wertvorstellungen existieren, welche die Entscheidung für eine selbständige unternehmerische Tätigkeit forcieren oder hemmen können. Insbesondere gilt dies für Migranten in westlichen hochindustrialisierten Ländern, die oft aus einem ganz anderen sozialen und religiösen Kontext kommen. Darum wäre es zu prüfen,

ob bestimmte Wertvorstellungen (kulturell bzw. religiös bedingt) Einfluss auf unternehmerische Tätigkeit haben oder nicht.

Auch neuere empirische Forschungen weisen darauf hin, dass der Familie eine bedeutende Stellung als Einflussfaktor für spätere berufliche Selbständigkeit zukommt (Leibbrand 2001:126). Aufgrund der Untersuchungen auf der Datenbasis des Sozio-ökonomischen Panels lässt sich feststellen, dass der Berufsstand des Vaters den statistisch signifikantesten Einflussfaktor bei Selbständigen darstellt. Bei Personen, die im Alter von fünfzehn Jahren einen selbständigen Vater hatten, ist die Wahrscheinlichkeit um 25 Prozent höher, dass auch sie selbständig werden, als beispielsweise bei Arbeiterkindern (Pfeiffer 1984:279). Aus diesem Umstand können zwei Annahmen formuliert werden. Erstens kann der Grund für die deutlich erhöhte Wahrscheinlichkeit, dass Unternehmerkinder ebenfalls Unternehmer werden, darin liegen, dass durch eine Vererbung des Betriebs sie sich mit der Problematik der eigenen Selbständigkeit konfrontiert sehen. Zweitens ist es auch plausibel anzunehmen, dass durch die Unternehmertätigkeit des Vaters auch andere Werte und Normen vermittelt wurden und sich Unternehmerkinder schon frühzeitig mit charakteristischen Inhalten des Unternehmerdaseins auseinander setzen mussten, was ihnen den Zugang zur Denk- und Handlungsweise eines Selbständigen eröffnete.

Für diese Arbeit ist ein weiterer Aspekt sehr wichtig: Art und Umfang der "Einbettung" ("embeddedness") ins soziale Gefüge wirken sich positiv auf den Schritt in die Selbständigkeit aus. Granovetter hebt die Bedeutung eines sozialen Netzwerks bzw. von vielseitigen sozialen Beziehungen bei der Entstehung von Unternehmungen hervor, indem er formuliert: "Economic institutions do not emerge automatically in response to economic needs.

Rather, they are constructed by individuals whose action is both facilitated and constrained by the structure and resources available in social networks in which they are embedded" (Granovetter 1985). Diese Einbindung in soziale Netzwerke kann sich "beschaffungsseitig" bei der Verfügbarkeit von Informationen oder Kapital, aber auch "absatzseitig" bei der Existenz von Kundenkontakten positiv auf die Entscheidung zur eigenen Unternehmung auswirken.

Ein weiterer Einflussfaktor für selbständige Tätigkeit kann aber auch Diskriminierung sein. Bei Migranten kann die Benachteiligung bei der Arbeitssuche oder die Nicht-Anerkennung von fremden Abschlüssen ein Auslöser für eine selbständige Tätigkeit sein. Durch die selbständige Tätigkeit können Benachteiligungen und das Fehlen von sozialer Anerkennung kompensiert werden Für Bukow ist entscheidend, dass „bei den kleinen Unterneh-

men die gleiche Entwicklungslogik zu erwarten sei wie bei den ethnischen Minderheiten im allgemeinen, nämlich der Versuch, angesichts beständiger Diskriminierung zu überleben.“ (Bukow 1993:124). Dies führt dazu, dass der Anteil an Selbständigen in solchen Gruppen höher ist, die gesellschaftlich diskriminiert sind (Pfeiffer, 66).

2.3.5 Sach- und Humankapital

Einen weiteren Einflussfaktor auf potentielle Selbständigkeit stellen materielle und immaterielle Ressourcen dar. Zu diesen können vor allem Sach- und Humankapital gezählt werden.

Neben den Persönlichkeitsfaktoren bilden Einstellungen und Veranlagungen einen wesentlichen Bestandteil des Humankapitals (Sternberg 2000:87). Damit der Einfluss von Humankapital auf berufliche Selbständigkeit statistisch erfasst werden kann, gilt es, Variablen wie "Schulbildung" oder "Berufserfahrung" zu operationalisieren. Weitere empirische Ergebnisse weisen darauf hin, dass im Bereich der Schulausbildung die Selbständigen im Durchschnitt über einen höheren Abschluss als Arbeitnehmer verfügen. Es scheint, dass eine gute Allgemeinbildung den Schritt in die Selbständigkeit erleichtert, weil Anfangshürden leichter genommen werden (Leibbrand 2001:116).

Des weiteren spielt auch die Ausstattung mit Kapital und Sachmitteln bei der Entscheidung, sich selbständig zu machen, eine wichtige Rolle. Personen mit größerem Vermögen vollziehen den Schritt in die Selbständigkeit leichter als solche ohne Vermögen. Die Verfügbarkeit räumlicher Ressourcen kann sich auch positiv auf die Entscheidung zur Selbständigkeit auswirken. Hat man die Möglichkeit, kostengünstig oder gar kostenlos in eigenen Räumen ein Unternehmen oder ein Büro einzurichten, fällt eine Unternehmensgründung leichter, als wenn man zeitliche und finanzielle Investitionen für Räumlichkeiten zu tätigen hat.

2.4 Zusammenfassung

Die selbständigen Unternehmer können als Gruppe von den abhängig Beschäftigten klar abgegrenzt werden. Diese Gruppe zeichnet sich aber auch nicht durch Homogenität aus.

Der Pfad in die Selbständigkeit ist zahlreichen Einflussfaktoren unterworfen. Die individuellen Prädispositionen für eine Unternehmensgründung sind über die Gesamtbevölkerung unterschiedlich verteilt. Ziel dieses Abschnittes war es, die grundlegenden Voraussetzungen darzulegen. Zwei Leit motive - der Druck des Arbeitsmarktes zum einen und spezifische Per-

sönlichkeitsstrukturen zum anderen – konnten herausgearbeitet werden. Als Randbedingungen wurde der Akzent auf Sach- und Humankapital und die soziale Umgebung gesetzt. Soweit es nicht möglich ist, für einheimische Unternehmensgründer einen Prototyp oder ein idealtypisches Modell des Unternehmensgründers zu entwickeln, ist es dies auch für die ausländischen Selbständigen nicht. Dies auch deshalb, weil die Kombinationsvielfalt unterschiedlichster und sich zum Teil gegenseitig ausschließender Merkmale in unterschiedlicher Gewichtung bei dem Schritt ins freie Unternehmertum nahe liegt. Daher muss man sich bei der Beschreibung der Untersuchungsgruppe der "Unternehmensgründer" wohl darauf beschränken, auf der Basis von statistischen Relationen einzelne charakteristische oder typische Determinanten anzuführen und ihre signifikanten Unterschiede zur Gruppe der abhängig Berufstätigen und im Falle der ausländischen Selbständigen auch zur Gruppe der deutschen Selbständigen darzulegen.

In dieser Arbeit konnte auch auf Aspekte der Austrittswahrscheinlichkeit bzw. der Bedingungen, unter welchen eine selbständige Beschäftigung wieder aufgegeben wird bzw. werden musste, nicht eingegangen werden, obwohl dies ein stark vernachlässigter Bereich der Forschung zu „Ethnic Business“ ist.

Zurückkommend auf die in der Einleitung zu diesem Kapitel erwähnten Anstrengungen, aus wirtschaftspolitischem Interesse Existenzgründungen anzukurbeln, sollten die dargelegten Aussagen eine gewisse Skepsis hinsichtlich der Effizienz solcher Programme zulassen, zumal vieles von dem, was in Amtsstuben ausgedacht und in der Presse verkündet wird, bei den potentiellen Interessenten gar nicht ankommt. Hierauf wird im empirischen Bereich nochmals eingegangen, wo die Unternehmer nach institutioneller und professioneller Beratung und Unterstützung gefragt wurden. Vorweg kann konstatiert werden, dass derartige Starthilfen für Selbständige von Personen in Anspruch genommen werden, die ohnedies über die entscheidenden Voraussetzungen für eine Existenzgründung verfügen.

Vergessen werden darf in diesem Zusammenhang auch nicht, wie das Image des Gründers in der Bevölkerung ist. Im internationalen Vergleich hat man in Deutschland dem Unternehmer bzw. Gründer gegenüber eine eher skeptische bzw. ablehnende Haltung, was auch z.B. in Untersuchungen des Instituts für Demoskopie Allensbach nachgewiesen werden konnte (Sternberg 2000:99).

3. Erklärungsansätze zum unternehmerischen Handeln von Migranten

Zur ethnischen Ökonomie auch für den deutschsprachigen Forschungsbereich kann festgestellt werden, dass divergierende Erklärungsmodelle vorhanden sind, die versuchen, Selbständigkeit von Ausländern zu erklären. Die generelle Vorbedingung aller Ansätze ist die Annahme, dass sich Ausländer unter signifikant anderen Umständen und aus z.T. anderen Gründen für eine selbständige Tätigkeit entscheiden und auch in anderen Geschäftszweigen tätig sind, als die einheimische Bevölkerung. Folgende in der wissenschaftlichen Diskussion wiederkehrende Rahmenbedingungen können vorab festgehalten werden:

- Individualistische Gründe wie Unabhängigkeit, „sein eigener Herr sein“ ; beständige Diskriminierung in der Gesellschaft, insbesondere auch am Arbeitsplatz bzw. auf dem Arbeitsmarkt (Mehrländer 1974; Martin 1991; Goldberg u.a., 1995 ; Bukow 1994) treibt Ausländer in eine „reaktive Solidarität“. Für die USA exemplarisch Bonacich und Model 1980; Light 1987) ;
- Fremdenfeindlichkeit, nach einer Studie des FOCUS z.B. gaben 22,4% der Türken an, schon einmal oder mehrmals tätlich von Deutschen angegriffen worden zu sein (Italiener 11, Jugoslawen 11,2 Prozent (FOCUS 1993). Aber auch auf dem Arbeitsplatz unter Kollegen bzw. mit Vorgesetzten (Mehrländer 1974; Martin 1991) wird Fremdenfeindlichkeit erfahren;
- Arbeitslosigkeit: In (fast) allen Untersuchungen wird Arbeitslosigkeit als entscheidendes Motiv bzw. Push-Faktor für Selbständigkeit betrachtet;
- Umorientierung: verändertes Konsumverhalten und veränderte Rückkehrabsichten. Während noch bis Anfang der 80er die ausländischen Familien sparten, um sich eine Existenz in der Türkei aufzubauen bzw. sich dort Immobilien zu kaufen (Mehrländer 1974), hat sich dies gravierend geändert, es werden verstärkt Investitionen in Deutschland getätigt und die dafür notwendigen Beträge bei inländischen Banken angespart oder finanziert (Sen und Goldberg 1994; Blaschke und Ersöz 1985). Ein Grund dafür, warum Ausländer bei den Sparkassen als Sparer beliebt sind (Ashauer 1988). Auch für die USA gibt es ähnliche Ergebnisse (Nee et al 1992; Waldinger 1989; vgl. Bonacich 1973).
- kulturelle Affinitäten: einige Autoren schreiben den Griechen eine Veranlagung zur Selbständigkeit bzw. zum Handel zu (Wiebe 1984; von Löffelholz u.a., 1994), andere

wiederum den Türken (Blaschke und Ersöz 1987). In den USA ist die Diskussion um diesen Themenbereich etwas kontroverser bzw. tiefer ausgearbeitet, aufgrund der sozialen Gegebenheiten (niedrige Selbständigkeitsquote der Schwarze aber hohe z.B. unter den Koreanern, Chinesen, Iranern, Juden usw.). Einen guten Überblick über die theoretische Diskussion in England und den USA gibt Giles, Barrett, Jones und McEvoy (1996).

In Deutschland ist diese Diskussion nicht weit gediehen bzw. beschränkt sich auf Pauschalisierungen, zumal die Diskrepanzen unter den Ethnien geringer sind (die höchste Quote haben die Griechen mit 11,6% und die niedrigste die Ex-Jugoslawen mit 3,4%).

Im folgenden sollen die verschiedenen Ansätze näher dargestellt und gegeneinander abgesetzt werden.

3.1. Ethnic and class resources

Ivan Light's „Ethnic Enterprise in America“ (1972) gehört zu den Klassikern der amerikanischen ethnic enterprise Forschung. Zum erstenmal hat hier Light versucht, systematisch die Erfahrungen von unterschiedlichen ethnischen Gruppen (Japaner und Chinesen) im Vergleich zu den einheimischen Weißen und Schwarzen aufzuarbeiten. Im Vordergrund stand hierbei der Diskriminierungsansatz, nachdem Migranten, die durch die Feindseligkeiten der Umgebung in die Selbständigkeit gedrängt wurden, hierin einen Weg sahen, um so gesellschaftlich und wirtschaftlich aufsteigen zu können.

In seinen späteren Arbeiten versuchte Light diese Position zu differenzieren bzw. auszuarbeiten. Auch hier geht es um die Beantwortung der schon klassisch gewordenen Frage, warum bestimmte ethnische wie religiöse bzw. ethnisch-religiöse Gruppen eine höhere Selbständigkeitsrate aufweisen als andere.

Webers Arbeit über die „Protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus“ inspirierte viele Forschungen, die eine kulturelle Theorie des Unternehmertums verteidigten (Light 1979). Die „Disadvantage Theory“ vertritt dabei – z.T. in Anlehnung an Weber – die Ansicht, dass unpopuläre Subgruppen in chronische Arbeitslosigkeit gedrängt werden und sich veranlasst sehen, selbständig zu werden. Dies wird dadurch gestützt, dass insbesondere in Zeiten einer Wirtschaftskrise und der damit zusammenhängenden Arbeitslosigkeit die Zahlen der Selbständigen sich erhöhen und umgekehrt - wenn sich die wirtschaftliche Situation wieder gebessert hat, sinken die Zahlen der Selbständigen (Light 1979; Light 1987:206; Bögenhold 1989:269). Doch kann die Nachteiltheorie nicht erklären, warum z.B. Schwarze, die offen-

sichtlich in den USA benachteiligt sind, im Gegensatz zu Asiaten geringere Selbstständigkeitsraten aufweisen. Light (1979) gibt zu bedenken, dass Schwarze aber gerade im illegalen Sektor „wirtschaftlich“ sehr aktiv sind: Glücksspiel, Prostitution und der Verkauf von Drogen oder auch im Hausieren. Hierzu bemerkt Light: „A firm line between self-employment in illegal enterprise and self-employment in business is rather a legal than a sociological distinction. Given the reservoirs of unmeasured self –employment in petty trade, illegal enterprise, and crime, the documentary conclusion the blacks or Mexicans are underrepresented in self-employment clearly depends upon the definitional exclusion of those forms of self-employment in which their participation is heaviest.“ (Light 1979:39). Dies gilt um so mehr, als die ökonomische Bedeutung der Schattenwirtschaft nicht unterschätzt werden darf, nach der in den USA die nicht versteuerten Einkünfte für das Jahr 1981 300 Milliarden Dollar betrugen (Light 1987:201).

Doch um wirtschaftlich erfolgreich zu sein bzw. im legalen Sektor erfolgreich zu sein, bedarf es der „kollektiven Ressourcen“, die neben Kapital und Bildung auch kulturelle Ressourcen beinhalten müssen: Informationen, Fertigkeiten, Werte und Einstellungen, Motivationen, Institutionen und soziale Netzwerke (Light 1979:40). Ein Ausdruck sozialer Solidarität ist das „rotierende Kreditsystem“, das für asiatische Unternehmer Vorteile verschafft, aber z.B. unter Schwarzen nicht vorhanden ist.

Light fasste die z.T. von ihm ausgearbeiteten verschiedenen Konzepte zur Erklärung von ethnischer Selbständigkeit folgendermaßen zusammen:

Ethnische Ressourcen sind soziokulturelle Eigenschaften einer Gruppe, die sich die Unternehmer im Geschäftsleben zunutze machen, bzw. von denen ihr Gewerbe passiv profitiert....Daneben sind dies das kulturelle Erbe, das System gegenseitiger Kreditvereinbarungen, die mangelnde Zufriedenheit, die entsteht, wenn man sich den vorherrschenden Arbeitsnormen nicht anpasst, reaktive Solidarität (aufgrund von Feindseligkeiten und Abschottungen der einheimischen Bevölkerung), vielfältige soziale Netze, die Absicht, wieder in die Heimat zurückzukehren sowie ein großes Reservoir unterbeschäftigter Landsleute (Light 1984:201; Light 1987:209f.). Aber auch kulturelle Traditionen, industrielles Patriarchat, Solidarität, soziale Beziehungen und Vertrauen sind Aspekte ethnischer Ressourcen (Portes und Zhou 1992; Light 1987; Waldinger 1986).

Klassenressourcen sind kultureller und auch materieller Art. „In materieller Hinsicht umfassen klassenspezifische Ressourcen den Privatbesitz an Produktionsmitteln, Humankapital sowie das Geld für Investitionen... In kultureller Hinsicht umfassen klassenspezifische Res-

sourcen bourgeoise Werte, Einstellungen, Kenntnisse und Fertigkeiten, die im Rahmen des Sozialisationsprozesses von Generation zu Generation weitergegeben werden (Light 1984:201f.; Light 1987:210).

Hierbei können bei verschiedenen ethnischen Gruppen beide Merkmale gemeinsam oder für sich allein wirken. Sogar eine Umorientierung von ethnischen zu Klassenressourcen innerhalb einer Ethnie werden ausgemacht, wie im Falle der post-70er asiatischen Immigranten (Light 1984:203). Bemerkenswert an diesen neuen Flüchtlingen ist auch, dass die meisten aus der Oberklasse ihrer Heimatländer stammten (Korea, Vietnam, Taiwan, Hong Kong, Kuba und Iran), und damit eher klassenspezifische Ressourcen und Humankapital mobilisiert werden konnten. Sie wanderten folglich mit Geld ein und es ist dementsprechend nicht verwunderlich, dass diese auch wirtschaftlich erfolgreich waren. Doch zeigen Beispiele, wie die Kubaner in Miami und die Koreaner in Los Angeles, dass ihr Erfolg nicht nur auf Klassenressourcen, sondern auch auf ethnische Ressourcen gründet (Wilson und Portes 1980). Ethnische Ressourcen verändern das Unternehmertum. Es schafft zum einen ethnische Solidarität, die eine Legitimationsideologie für ethnische Unternehmer bildet: „Wir Koreaner müssen einander im Geschäftsleben beistehen.“ Zum anderen „wandeln ethnische Unternehmer soziale Merkmale ihrer Gruppe in ökonomische Ressourcen um, wodurch Arbeitsplätze und Einkünfte unabhängig von klassenspezifischen Ressourcen geschaffen werden“ (Light 1987:211). Dies wirkt sich auch positiv auf die soziale und wirtschaftliche Mobilität der Beschäftigten aus.

Auch Light sieht ethnisches Unternehmertum durch kulturelle Assimilation und höhere Bildung gefährdet, so wird angenommen, dass über Generationen hinweg ethnische Ressourcen abnehmen werden. Doch solange die ethnische Ökonomie Profit verspricht, so lange wird wohl dieser Sektor bestehen bleiben (Light 1984:207;211).

Ethnische Ressourcen und Klassenressourcen lassen - nach Light – auch eine Erklärung für den niedrigen Grad an Selbständigkeit bei Schwarzen zu. Mit der Einschränkung, dass viele geschäftliche Tätigkeiten, die die Schwarzen ausführen (wie Hausieren und illegale Geschäfte (s.o.)) ein Ausdruck dafür sind, dass im Vergleich zu den Weißen, „native blacks are high in economic disadvantage, low in class resources of entrepreneurship, but similar in respect to ethnic resources of entrepreneurship“. Jedoch im Vergleich zu den neuen Immigranten weisen sie in beiden Bereichen Schwächen auf (Light 1984:209). Außerdem scheinen die Anreize für Schwarze geringer zu sein, als z.B. für Koreaner. Weil Koreaner nur 70% des Einkommens erzielten, das ihrer Ausbildung entsprach, ist für sie in der Selbständigkeit eine

Alternative gegeben. „Da nun Schwarze in den Vereinigten Staaten als Selbständige weniger verdienen, als in einer Anstellung, fehlt hier dieses Ungleichgewicht“ (Light 1987:207).

Auch neuere Studien belegen die Wichtigkeit kultureller und ethnischer Ressourcen. Dabei unterscheiden Portes und Zhou (1992) zwei Merkmale der wirtschaftlich erfolgreichen Ethnien:

Bounded solidarity: „Created among immigrants by virtue of their foreignness and by being treated as culturally and phenotypically different“. Als Konsumenten kaufen diese Ethnien vorzugsweise Waren, die aus ihrem Heimatland kommen. Als Arbeiter ziehen sie es vor, „unter sich“ zu arbeiten, die eigene Sprache sprechen zu können, die kulturellen Eigenarten ausleben zu können, auch wenn sie hierfür finanzielle Einbußen hinnehmen müssen (Portes und Zhou, 1992:510f.; 513f.).

Enforceable trust: „Enforceable trust is the key mechanism underlying the smooth operation of rotating credit associations among Asian immigrant communities“ (Portes und Zhou (1992:514). Insbesondere da, wo es um geschäftliche Transaktionen geht, wirkt der „enforceable trust“ als ein Mittel der Unterstützung („rotating credit system“), wie sie auch zwischen kubanischen Bankiers und kubanischen Unternehmen zu finden ist, denn ohne dieses Mittel wäre es Ethnien wie den Kubanern, Chinesen, Juden usw. kaum gelungen, ihre Betriebe aufzubauen (Portes und Zhou, 1992:506).

Diese beiden Eigenschaften sind nicht originär im Heimatland vorhanden, sondern haben sich kontextgebunden im Gastland, insbesondere unter dem Druck der Umgebung, gebildet: „Such pressures prompt the revalorization of the symbols of a common nationality and the privileging of the ethnic community as the place where the status of underprivileged menial labour can be avoided“ (Portes und Zhou, 1992:514). Gerade in diesen Faktoren sehen Portes und Zhou die Vorbedingungen der Entwicklung eines Unternehmertums, bzw. den Grund für die Unterschiedlichkeit in den Selbständigkeitsquoten der verschiedenen ethnischen Gruppen.²

Hierbei können die Kubaner eine breite Schicht von ethnischen Gruppen unter der Eigenschaft „hispanic“ für sich als Kunden und Arbeiter mobilisieren. Obwohl das „soziale Kapital“, nämlich die genügende Anzahl von Personen aus der eigenen Ethnie vorhanden ist, ist es gerade den Schwarzen in Amerika trotz staatlicher Unterstützung nicht möglich gewesen, eine bedeutsame Gruppe von Unternehmern aus der eigenen Ethnie heranzubilden. Portes u.a. sehen dies in dem Fehlen der oben aufgeführten Eigenschaften: „bounded solidarity“ und „enforceable trust“. Denn den Schwarzen fehlt – mit Ausnahmen – das Bewusstsein für Solidari-

² Auf jeweils ein ethnisches Unternehmen aus der eigenen Ethnie kommen 18 Kubaner, bei den Chinesen sind es 15, bei den Schwarzen 84,

tät und Vertrauen, das sich lediglich aus dem ethnischen Sein legitimieren könnte (Portes und Zhou, 1992:517f.).

Wenn aber es möglich ist, auch Ressourcen außerhalb der community zu bekommen, dann werden „bounded solidarity“ und „enforceable trust“ schwächer, bzw. je geringer die Abhängigkeit zu ethnischen Ressourcen ist, desto schwächer werden die sozialen Beziehungen aufrechterhalten. Insbesondere auch dann, wenn die Ethnien in sich verschiedene Strukturen aufgebaut und sie gegeneinander abgesetzt haben, wird Solidarität und Vertrauen nicht so wichtig. Auch dann, wenn die ethnische Heterogenität und institutionelle Differenzierung innerhalb der Ethnien fortgeschritten sind, ermutigen diese durchlässige ethnische Trennlinien und ermöglichen größere ethnische Varianten innerhalb der Ethnien (Nee, Sanders und Sernau 1994; Light u.a., 1995).

3.2. Middleman minorities (intermediäre Minderheiten)

Bonacich (1973) entwickelte die Theorie der „middleman minority“ weiter. Als Beispiele werden die Juden in Europa, Chinesen in Südost-Asien, Asiaten in Ost-Afrika, Armenier in der Türkei, Syrer in West Afrika, Perser in Indien, Japaner und Griechen in den USA usw. genannt (1973:583). Sie nehmen eine „intermediate rather than low-status position“ ein und sie konzentrieren sich in bestimmten Berufen, im Handel, als Agenturen, Arbeitsvermittler, Geldverleiher usw. „Sie nehmen eine Mittlerposition zwischen den Produzenten und den Konsumenten, Arbeitern und Arbeitgebern, Besitzern und Mietern, den Eliten und den Massen ein“ (Bonacich 1973:583). Sie beginnen als „sojourners“ (Gäste/Besucher) in den Gebieten, in die sie einreisen.

Durch die Absicht ausgezeichnet, sich nicht für immer ansiedeln zu wollen, arbeiten sie längere Stunden, sparen Geld bzw. schicken das angesparte Geld in die Heimat, geben wenig aus bzw. konsumieren wenig. Somit konzentrieren sie sich in bestimmten Berufszweigen, die ihnen eine geringe Bindung an die bestehende Gesellschaft ermöglichen. Berufe, die Unabhängigkeit ermöglichen, sind unter den Juden in den USA, der Gemüseanbau für den Markt unter den Chinesen in Neuseeland, unter den Indern in Natal und den Japanern in Kalifornien verbreitet, Händlertätigkeiten, die ein Handwerk erfordern, wie Barbieri, Schuhmacher, Goldschmiede, Juweliere, Restaurantbesitzer, Schneider und Waschsalonbetreiber usw. sind unter den Armeniern in Syrien, den Juden in Polen und den Chinesen und Japanern in den USA vorzufinden. Diese Gruppen zeichnen sich durch Liquidität aus, sowie dass sie wegen ihrer

bei den Puertoricanern 79 und auf einen mexikanischen Selbständigen kommen 74 Personen aus der eigenen Ethnie.

„Zukunftsorientierung“ wenig Wert auf Kontakte mit der Gastgesellschaft legen. Dies führt zu einer starken ethnischen und regionalen Bindung unter den ethnischen Gruppen. Middleman minorities zeichnen sich demnach durch eine Abneigung aus, außerhalb der Ethnie zu heiraten, eine Selbst-Segregation des Wohnortes („Gettobildung“), Etablierung von Sprach- und Kulturschulen für ihre Kinder, die Beibehaltung unterschiedlichen kulturellen Verhaltens (oft auch religiösem) und einem Meiden von politischen Verwicklungen, außer wenn diese sie selbst angehen. Dabei spielen „communal solidarities“ eine wichtige Rolle bei der ökonomischen Position der „middleman groups“. Offensichtlich dienen die familiären, regionalen, dialektischen Eigenarten und Sekten dazu, allgemeines ethnisch bevorzugtes ökonomisches Verhalten zu schaffen. Es stärkt Vertrauen und wird durch formale und informelle Verbindungen verstärkt. Solidarität zu schaffen, tritt im Wirtschaftsgeschehen auf zwei Arten auf, zum einen in der effizienten Verteilung von Ressourcen und der Kontrolle von Konkurrenz. Zum anderen kommt es zur Wirkung in der Verteilung von Kapital (wie z.B. der rotierenden Kreditvergabe bei Japanern und Chinesen in den USA), dem Auffinden von Abnehmern, dem Austausch von Informationen und Ausbildungsstellen und der Beschaffung von Arbeit. Der Vorteil für die ethnische Gesellschaft wird ersichtlich, wenn man sich dies an der „vertikalen Verteilung“ von Ressourcen z.B. an der Bekleidungsindustrie (in den 70ern) vergegenwärtigt, jüdische Hersteller verkaufen an jüdische Großhändler, die wiederum geben es weiter an jüdische Kleinhändler, ähnliches gilt für Inder in England und Japaner in Süd-Kalifornien vor dem zweiten Weltkrieg. Diese gildenähnlichen Verbindungen führen natürlich auch zu Preisabsprachen und ähnlichem, was Konzentration und Dominanz von bestimmten Ethnien in bestimmten Geschäftsbereichen zur Folge hat bzw. bestärkt. Ethnische Solidarität führte so z.B. dazu, dass 74% der Japaner in Seattle vor dem II. Weltkrieg Inhaber von kleinen Geschäften waren oder 63,6% der Chinesen auf Jamaika 1943 im Handel tätig waren, obwohl sie selbst nur 2,2% der Gesamtbevölkerung ausmachten. Besonders Chinesen, Inder und Juden zeigen in jedem Land ähnliche berufliche Konzentrationen. Bonacich deutet an: „culture of origin is an important contributory factor“. Interessant ist hierbei, dass die Masse der Kleinunternehmer in ihren Ländern nicht selbständig war, bzw. sie oft aus benachteiligten Schichten ihrer Länder stammten: „Only in the diaspora can they improve their economic condition, a factor which prompted them to leave their homeland in the first place“ (Bonacich 1973:588). Des weiteren haben sie oft selber „Middleman minorities“ in ihren Ländern, wie z.B. die Perser und Armenier in Indien, Koreaner in Japan oder Armenier in Syrien. Somit gibt der Gasstatus neue Impulse „it creates a preference for liquidity, encourages thrift, and fosters a solidarity communi-

ty that is cooperative internally and „free“ to compete with the surrounding society“ (Bonacich 1973:588).

Das ethnische Unternehmertum ist eng mit dem vorindustriellen Kapitalismus verwandt. Der moderne Kapitalismus zeichnet sich u.a. durch das freie Spiel der Kräfte auch auf dem Arbeitsmarkt aus (s. Kap. 2). Arbeiter sind demnach Instrumente des Betriebes. Dieser Universalismus fehlt den ethnischen Betrieben, da diese auf premordiale Verknüpfungen wie Familie, Religion, Sekte aufbauen (Bonacich und Model 1980)

Doch ethnisches Unternehmertum führt auch zu Feindschaft der Gastgeber. Nach Bonacich drückt sich dies in drei Bereichen aus: der Kundschaft, dem Geschäftsleben und der Arbeit. Der Kampf um Ressourcen wie Arbeit, Geld, Macht und Einfluss führen zu inter-ethnischen Konflikten.³ Ihren Ausdruck finden die Ressentiments auch in den Debatten darüber, dass man die Loyalität der Einwanderer zum Gastland anzweifelt („Doppelloyalität“) oder die Heimatüberweisungen der Einwanderer als wirtschaftsschädigend verurteilt (Bonacich 1973:591). Diese führen dann natürlich auch zu Abschottung der Ethnien selbst.

Einige Gastarbeiter gehen zurück, aber viele bleiben auch. Einige von denen, die zurückkehren, kommen oftmals wieder zurück in ihr „Gastland“, wie z.B. Japaner Ende der 40er in den USA. Viele Einwanderer behalten die Idee bzw. die Illusion einer Rückkehr bei.⁴

Light (1979) kritisiert an diesem Ansatz, dass kulturelle Aspekte nicht berücksichtigt werden, auch scheint für ihn die These vom „sojourning“ nicht aufrecht erhaltbar zu sein, da z.B. die Juden in Amerika nie „sojourners“ waren und die Notwendigkeit für nicht-entlohnte Tätigkeit den Akteuren nicht automatisch die organisatorischen Ressourcen und Fähigkeiten zur Gründung eines Kleinunternehmens verleiht (Light 1979:34;41).

Auch ließ sich bei den neuen ethnischen Migranten (asiatische, sowie hispanische Migranten) nicht feststellen, dass ihr Handeln stark von der Absicht geprägt ist, wieder in ihre Heimat zurückzukehren bzw. diese Absicht wurde kaum klar geäußert, z.B. äußern die wirtschaftlich aktiven Koreaner die Absicht zu bleiben (Waldinger 1989:55f.;70).

Zum anderen können Feindseligkeiten der heimischen Bevölkerung nicht in jedem Fall zu sozialer Solidarität und somit zu Selbständigkeit führen, sondern bewirken oftmals die Atomisierung der Individuen und sind somit schlecht für die Ausbildung der Ressourcen zum Erfolg von Kleinunternehmern (Light 1979:41).

³ Beispiele wie Ausschreitungen gegen Chinesen in Thailand; Schwarze und weiße Opposition in Süd-Afrika gegen Inder; gegen Japaner in den USA Ende der 20er, an der pazifischen Küste: Klagegrund: „Japaner arbeiten von morgens bis Sonnenuntergang, mit Familie und Kindern, auch an Sonn- und Feiertagen, unter Bedingungen, unter denen Einheimische nicht arbeiten würden; Beispiel hierfür auch in Deutschland, Rassenausschreitungen in den USA explizit gegen ethnische Geschäfte, der Kampf der „Front National“ in Frankreich gegen die ethnischen Betriebe usw.

3.3. Nischenökonomie

Einen wichtigen Erklärungsansatz bildet das Nischenmodell. Danach besteht eine ethnische Enklave, sprich eine räumliche Konzentration einer Ethnie bzw. von Ausländern einer Nationalität mit spezifischen Konsumbedürfnissen. Diese Konsumbedürfnisse und die daraus resultierende Nachfrage der Ethnie können nicht hinreichend durch das einheimische Warenangebot befriedigt werden. Diese Marktnische bietet nun Angehörigen der jeweiligen Ethnie wegen der zu erwartenden Umsatzchancen den Einstieg in die Selbständigkeit (Wiebe 1984:319ff.; Goldberg 1996:57; Caliskan 1989:16).

Die Betriebe liegen - nach dem Nischen-Modell - regional in Gebieten mit hoher Konzentration einer bestimmten ausländischen Wohnbevölkerung. Somit ist die Tätigkeit dieser Betriebe, zumindest für die Anfangsphase der Migrationsgeschichte einer Ethnie, determiniert durch die Nachfragestruktur der eigenen Ethnie, wobei das Kundenpotential durch die ausschließliche Orientierung an der eigenen Kundschaft limitiert ist und somit die wirtschaftliche Erfolgsaussicht ausländischer Unternehmer infolge begrenzter Nachfrage der ausländischen Konsumenten eingeschränkt ist (Wiebe 1984). Nicht zu vergessen ist, dass diese Betriebe nicht der Konkurrenz einheimischer Betriebe ausgesetzt sind und damit quasi im „geschützten Markt“ operieren (Goldberg 1996:57; Pütz 2000:30). Insbesondere eine starke Konzentration auf Gastronomie und Einzelhandel – hier vor allem auf Lebensmittelhandel - ist festzustellen (Pütz 2000:30).

Wiebe, der seine Studie Anfang der 80er in Kiel gemacht hat, konnte (damals) keine Angleichung der Konsumgewohnheiten auch für die Zukunft erkennen, und sah außerdem in den türkischen Kleinbetrieben Kommunikationszentren mit integrationshemmenden Einfluss und betrachtet diese als einen „quasi...Ersatz für den heimischen Basar“ (Wiebe 1984:319;323f). Er unterstellt einen Zusammenhang zwischen Nationalität und ausgeübter Tätigkeit. Für ihn scheinen einzelne Ausländergruppen „geeigneter“ für bestimmte gewerbliche Aktivitäten: demnach seien Griechen „von allen Mittelmeervölkern als das geschäftstüchtigste bekannt“ und kauften somit Immobilien und vermieteten diese an Italiener weiter, Italiener und Jugoslawen wiederum seien im Gaststättengewerbe dominierend, wobei sie, wegen fehlender Kundschaft aus der eigenen Ethnie, auf deutsche Kunden orientiert seien und Türken seien im Lebensmittelhandel tätig (Wiebe 1984:320). Für ihn dienen diese Betriebe - mit Ausnahme der türkischen - „primär ökonomischen Zwecken und nur sekundär sind sie ein Mittel, den

⁴ wie z.B. Juden in den USA „Next Year in Jerusalem“ oder viele Türken in der BRD, die von einer Rückkehr „träumen“.

Landsleuten eine Anbindung an die Heimat zu bieten.“ (Wiebe 1984:321). Den Grund für die Sonderstellung der Türken sieht er in dem „segregativen Zusammenhalt der Türken“, ihren Sprachproblemen und ihrer „agrargesellschaftlich und islamisch-kulturellen Haltung“, was darunter zu verstehen ist, wird nicht näher erläutert. Die Türken sind es auch - nach Wiebe - die als „relativ geschlossene Gruppe mit erheblichen Selbstversorgertendenzen“ auftreten, (gestützt auch auf die Studie von Heller für Nürnberg (1981)) überwiegend Serviceleistungen für die eigenen Landsleute anbieten, ohne Fachkenntnisse, Markt- und Käuferanalysen wirtschaften. Deswegen seien solche Betriebe von einer schnellen Fluktuation und Diversifikation betroffen, sie siedelten sich in türkischen Wohngebieten an, erfüllten wichtige sozialgeographische Aufgaben, förderten aber hierdurch die Ablehnung einer Integration in die deutsche Gesellschaft. Generell seien die Läden auf eine Dauerexistenz in Deutschland ausgerichtet, wobei die Fiktion einer Rückkehr erhalten bleibe, jedoch sei die Existenz der Betriebe an die Zahl und Verweildauer der eigenen Ethnie gebunden, „türkische soziale Aufsteiger“ würden in bessere Wohnviertel umziehen, der Ersatz durch deutsche Kunden würde, so Wiebe, ökonomische Nachteile bieten, es würde an der „Basarmentalität“ festgehalten, eine Umorientierung zum marktwirtschaftlichen Geschäftsmann wäre nicht erkennbar, weitere Probleme könnten durch den Wertewandel bei der zweiten Generation entstehen (Wiebe 1984:325). Leider werden diese möglichen Probleme bei Wiebe nicht näher erläutert. Aber bessere Chancen, wird dort behauptet, könnten sich durch die Öffnung auf deutsche Kunden ergeben. Im Prinzip wären sie aber keine Bedrohung für deutsche Betriebe und hätten ergänzende Funktionen (Wiebe 1984:326).

Doch scheint dieses Modell eher die regionale Struktur - expliziter ihre Zusammenballung auf die Großstädte - zu erklären, als die zeitliche Entwicklung der ausländischen Selbständigkeit (von Löffelholz u.a., 1994:36). Somit scheint sie die erste Phase der Migration aufzuheben.

Einen ähnlichen Ansatz vertreten die Arbeiten von Blaschke und Ersöz über ausländische Selbständige in Berlin, sie fassen das Phänomen nicht unter dem Begriff Nischenökonomie sondern unter dem Terminus Ergänzungsökonomie zusammen. Für sie ist die Herausbildung einer türkischen Ökonomie Teil eines Formationsprozesses (Blaschke und Ersöz 1987:3). Als prägender Faktor bei der Geschäftsaufnahme wird die bäuerliche Herkunft gesehen. Blaschke und Ersöz glauben, dass die „ethnische Solidarität und (der) bäuerliche Individualismus...eine Wahlverwandtschaft (eingingen), die den Prozess der Geschäftsaufnahme ... nachhaltig beeinflusste“ (Blaschke und Ersöz 1987:49). Strukturelle Faktoren wie der „Niedergang des Klein-

bürgertums, die Entstehung ethnischer Nischen- und Ergänzungsökonomien durch neue Konsumbedürfnisse, räumliche Orientierungen aufgrund relativ preiswerter Ladenmieten in Gebieten ethnischer Siedlungskonzentration, Zusammenhänge zwischen Geschäftsgründungen und ethnischer Klientelbeziehungen im Großhandel etc.“ werden diagnostiziert, aber es wird nicht näher darauf eingegangen. (Blaschke und Ersöz 1987:49f.). Unter „bäuerlichem Individualismus“ wird ein Fehlen gesamtgesellschaftlicher Orientierungen der Haushalte, mit starker Bereitschaft, „das Netzwerk des eigenen Haushaltes zu nutzen, um zum Beispiel mit Hilfe eines Kleinunternehmens die Reproduktion dieses Haushaltes zu sichern“ verstanden, das auf Traditionen der Subsistenzökonomie zurückgeführt werden könne (Blaschke und Ersöz 1987:50). Ethnische Solidarität wird zum einen auf „primordiale Loyalitäten“ und zum anderen auf die „Formation einer ethnischen Kolonie in Berlin ... , deren breite Verbindung über ethnische Symbole nach außen abgesichert und nach innen geöffnet sind“ bezogen (Blaschke und Ersöz 1987:51). Kulturelle Modelle als einzige Erklärungsmuster werden abgelehnt. Den Gründerfamilien wird aber eine „Affinität zur Selbständigkeit“ bescheinigt, deren Wurzeln in den familialen Beziehungen und Traditionen der Heimat gesehen wird (Blaschke und Ersöz 1987:55). Auch in der Kapitalbildung sehen sie Wurzeln bäuerlicher Formen von Soziabilität und Normativität, zum einen wird auf Ersparnis, zum anderen aber auch auf die Hilfe von Verwandten bei der Aufnahme von Bankkrediten bzw. direkt auf Verwandte und Bekannte als Kreditgeber zurückgegriffen (Blaschke und Ersöz 1987:61). Hauptsächlich werden Familienangehörige beschäftigt bzw. tragen diese durch Parallelarbeit zum Auskommen bei (Blaschke und Ersöz 1987:64f.). Als positive Ressource für die Geschäftsaufnahme wirken nach Blaschke und Ersöz traditionelle bäuerliche Soziabilität und Normativität und Traditionen des Kleinhandels. Als negative Ressourcen wirken hierbei Arbeitslosigkeit oder drohende Arbeitslosigkeit, da viele Ausländer in konjunkturschwachen Branchen arbeiten. Eine weitere „negative Ressource“ stellt die Situation der türkischen Bevölkerung als diskriminierte Minderheit dar, die aus ihrer sozialen Unterschichtung und ihrem rechtlichen Status herrührt, wobei das niedrige Bildungs- und Ausbildungsniveau und die geringe Sprachkompetenz ethnisch vermittelt seien (Blaschke und Ersöz 1987:64f.).

Die wirtschaftliche Not treibt somit Ausländer in die Selbständigkeit, doch verfügen die meisten der türkischen Unternehmer über keine geschäftlichen Kompetenzen. Auch neue Untersuchungen zeigen hohe Fluktuationsgrade bei ausländischen Betrieben: „von Ausländern gegründete Firmen weisen eine um 24% höhere Sterberate auf“ (Brüderl u.a., 1991:507). Der

hohe Fluktuationsgrad der Betrieb wird hauptsächlich mit der mangelhaften Ausstattung mit betriebswirtschaftlichen Kenntnissen erklärt (Duymaz 1988:71f; Sen und Goldberg 1994).

Für Bukow sind diese Ansätze „neutrale Lösungen“, in dem Sinne, dass es auf die ethnischen Minderheiten ankäme und der „Aufnahmegesellschaft insgesamt nur eine relative, nämlich nur bestimmte Chancen einräumende Bedeutung zugesprochen würde“, die es den ethnischen Minderheiten erlauben würde, sich selbständig zu machen (Bukow 1993:122).

Für Bukow ist entscheidend, dass „bei den kleinen Unternehmen die gleiche Entwicklungslogik zu erwarten sei wie bei den ethnischen Minderheiten im allgemeinen, nämlich der Versuch, angesichts beständiger Diskriminierung zu überleben“ (Bukow 1993:124). Des weiteren wird für Bukow aus der Ethnisierung der Minderheiten eine „strukturelle Ethnisierung; wird strukturelle Verankerung der Ethnisierung im Dienst fortschreitender Bewältigung von vorgeblichen Verteilungsproblemen, wie das seit Beginn der neuen Restauration gesagt wird“ (1993:124). Zu prüfen ist für ihn, ob nicht diese Ethnisierung einer „strukturellen Verfestigung“ unterliegt oder ob nicht damit eine „Emanzipation der Minderheiten“ einsetzt (Bukow 1993:125). Duymaz merkt hierzu an, dass die Existenz dieser Ökonomie nicht mehr in der „ethnischen Nische“ liegt und „viele ... die ethnische Grenzziehung bereits abgebaut“ hätten (Duymaz 1988:68; Zentrum für Türkeistudien 1989:17f.).

Untersuchungen aus Holland und den USA weisen darauf hin, dass urbane Strukturen immer noch eine wichtige Gestaltungsfunktion bezüglich ethnischer Ökonomie haben und quasi den ökonomischen und gesellschaftlichen Rahmen bilden. Hohe Selbständigkeitsraten in einer Stadt beeinflussen auch die Selbständigkeitsrate der ethnischen Selbständigen positiv in den USA (Razin und Light 1998:342).

Reckers (1992) verglich Amsterdam und Rotterdam: Rotterdam hat nicht nur mehr Kinder und ältere Leute, sondern auch mehr Ehepaare in der Bevölkerung. Die Bevölkerung von Amsterdam ist jünger und höher gebildet und auch die Frauenarbeitsquote ist in Amsterdam höher als in Rotterdam. Amsterdam ist moderner, es leben z.B. mehr Singles in der Stadt, Rotterdam ist hingegen eher traditionell, stärker familienorientiert. Mehr Touristen besuchen Amsterdam, dementsprechend bietet es mehr Möglichkeiten in unterschiedlichen Wirtschaftszweigen tätig zu werden. Durch die stärkere Ansiedlung von Türken in mehreren Stadtvierteln ermöglicht Rotterdam den Türken mehr Möglichkeiten eines inter-ethnischen Unternehmertums (3 Viertel mit mehr als 1000 türkischen Einwohnern in Amsterdam, 11 in Rotterdam). Amsterdam hat dreimal soviel türkische Kleinbetriebe wie Rotterdam, doch dies liegt daran, dass 259 Kleinbetriebe in der Textilbranche als Kontraktfirmen tätig sind, obwohl Rotterdam

mehr türkischen Einwohner hat. Es gibt in Amsterdam mehr türkische Unternehmen im Stadtzentrum als in Rotterdam, wo wiederum mehr türkische Firmen in Nachbarschaften der eigenen ethnischen Klientel angesiedelt sind (Rekers 1992:54f). Auch das reichliche Vorhandensein von Kleinbetrieben in Amsterdam könnte ein stimulierender Faktor sein, so Rekers. Sich verändernde ökonomische Makrobedingungen, wie neuere Entwicklungen in der Textilbranche, die seit den 90ern einer verstärkten Konkurrenz aus Osteuropa ausgesetzt ist und verstärkte politische und administrative Maßnahmen gegen illegale Beschäftigung haben zu einer starken Umstrukturierung und Niedergang der türkischen Zuliefererfirmen in der Textilbranche von Amsterdam geführt (Raes 2000:241f). Studien in den USA und England haben gezeigt, dass ethnische Betriebe zur wirtschaftlichen Entwicklung der innerstädtischen Bereiche beitragen, aber es gibt wenig Unterstützung (professioneller und behördlicher Art) um bestehende Engpässe zu überwinden (Ram 1998).

Allgemein ist aber auch für den Nischenmarkt zu beobachten, dass der potenzielle Markt begrenzt und damit wirtschaftliches Wachstums kaum möglich ist. Des weiteren entstehen Probleme dadurch, dass die Hauptkonsumenten der ökonomisch benachteiligten Bevölkerungsgruppe zu zurechnen und damit Restriktionen ausgesetzt sind. Schwierig wird es vor allem auch dann, wenn verstärkt eigenethnische Anbieter in diesen Markt hineindrängen (Pütz 2000:30).

Des weiteren ist anzunehmen, dass sich das Konsumverhalten der Ausländer sich dem der Deutschen angleicht, sowie die einheimische Bevölkerung ihr Konsumverhalten in Richtung „ausländischer Produkte“ modifiziert, sich andererseits aber auch ausländische Anbieter auf deutsche Konsumenten einstellen. Hierzu ist aber Vorbedingung, dass sie sich auch außerhalb der ethnischen Enklave etablieren. Dies führt dazu, dass Betriebe, die auf bestimmte „kulturelle Produkte“ ausgerichtet sind, sich von der Abhängigkeit gegenüber der eigenen Community lösen. Ein Nebeneffekt dieses Phänomens ist aber auch, dass sich parallel hierzu die Produkte selbst verändern und mit dem ursprünglichem Produkt nichts mehr gemeinsam haben (Ward und Jenkins 1984:231).⁵

3.4 Soziale Netzwerke und ethnic business

Einige Autoren stellen die These auf, dass deutsche Unternehmensgründer „schneller notwendige Beziehungen zur Organisationswelt herstellen und aufrechterhalten können als Gründer

⁵ Hierzu seien die italienischen Pizzen genannt, aber auch das türkische Pendant hierzu, der Lahmacun. In der Türkei ist Lahmacun mit Döner undenkbar.

einer anderen Nationalität, die in der Regel einen begrenzten Personenkreis zur Verfügung haben, der eventuell nicht ausreicht, um die für den Geschäftsbetrieb nötigen Ressourcen zu erneuern“ (Brüderl und Jungbauer-Gans 1991:501). Auch wird angenommen, dass der Zugang zu Anfangskapital (Kredite) für die Ausländer schwieriger ist (Brüderl und Jungbauer-Gans 1991:501).

Internationale Untersuchungen geben ein anderes Bild wieder. Forschungen über ethnisches Unternehmertum konzentrieren sich verstärkt auf die Wirkungen von **sozialen Netzwerken** (Light (1984) u.a. in Light und Bhachu (1993) und Mars und Ward (1984) in: Ethnic Communities). Ethnisches Unternehmertum verstärkt ethnische Bindungen und formt „Enklaven der unternehmerischen Aktivität“, welche auf familiären Bindungen, Sprache und Kultur basieren (Razin 1993:98). Diese sind durch intensive informelle Netzwerke gekennzeichnet und dienen als Kanäle für die Beschaffung von Arbeit, der Beschaffung von Informationen, Vermittlung von unternehmerischen Fertigkeiten, und manchmal formen sie „input and output linkages“ (Razin 1993:98f). Informelle ethnische Institutionen, wie rotierende Kreditvergabe und Traditionen des Unternehmertums charakterisieren ethnische Netzwerke. Razin: „Employment in such enclaves facilitates the acquisition of entrepreneurial skills by immigrants much more than employment in equivalent occupations in the general labor market“ (Razin 1993:99)

Sanders und Nee (1996) untersuchten in einer neueren Untersuchung die familiäre Zusammensetzung und die Einwirkung von Humankapital/Klassenressourcen auf das Entstehen und den Erfolg von ethnischen Kleinbetrieben. Die Familie stellt Arbeitskraft und finanzielle Ressourcen bereit. Ethnisches Unternehmertum baut auf diese Ressourcen auf. Auch wenn das im Ausland erworbene Humankapital oftmals nicht im Gastland verwertet werden bzw. von den Arbeitgebern im Gastland nicht eingeschätzt werden kann, bringen die Immigranten dieses Humankapital ein, um geschäftliche Eigenständigkeit zu verwirklichen. Der Erfolg der Betriebe gründet auf Sozialkapital, das paternalistische Beziehungen zwischen Arbeitgeber, Arbeitnehmer und Finanzierung beinhaltet und auf sozialen Beziehungen innerhalb der ethnischen Gruppen gründet. Sander und Nee setzen die Familie mit dem Sozialkapital gleich. „Families furnishing labor enabling the pooling of financial resources.“ Familie mindert Betriebskosten (niedrige Lohnkosten usw.)

Sander und Nee stellten fest, daß „by drawing on their internal solidarity and common self-interests immigrant families utilize fungible social capital that enhances the probability of achieving business-ownership“ (Sander und Nee 1996:237). Anhand empirischen Materials

untersuchten sie diese Annahmen bei Asiaten (Chinesen, Koreaner, Filipinos, Inder) und drei hispanische Gruppen (Kubaner, Mexikaner, Puerto Ricaner). Danach wirkte sich der Umstand, verheiratet zu sein und mit dem Ehepartner zusammenzuleben um 20% positiv auf die Wahrscheinlichkeit einer Selbständigkeit aus (Sander und Nee 1996:240). Positiv wirkte sich auch die Existenz von Jugendlichen in der Familie aus, die oft in den Betrieben aushelfen. Der High-School Abschluss wirkte sich bei Frauen um 50% auf die Wahrscheinlichkeit einer Selbständigkeit aus, wobei das Vorhandensein eines College-Abschlusses keine Signifikanz hatte. Sander und Nee schließen daraus, dass der Grad des Abschlusses weniger wichtig ist, als die Basisbildung (Sanders und Nee 1996:242). Die Familie dient somit als soziale Basis für Gruppenressourcen in der Ausübung von kollektivem Verhalten/Handeln.

Neben der Familie wirken sich folgende Merkmale auf die Selbständigkeit positiv aus:

- Humankapital, das im Heimatland erworben wurde, aber im Gastland nicht umgesetzt werden kann, kann bei der Gründung und Ausführung eines Betriebes in Form von Wissen, Fähigkeiten usw. umgesetzt werden;
- oft können aus einem Mittelklassemilieu stammende Migranten Geld ins Gastland mitbringen oder von Familienangehörigen besorgen (z.B. Exil-Kubaner in Miami);
- Informelle Kreditsysteme (wie z.B. bei Koreanern und Japanern).

Demnach fehlt wirtschaftlich nicht erfolgreichen Ethnien wie z.B. den Mexikanern und Puertoricanern Humankapital (Englischkenntnisse, Schulbildung/Ausbildung in den USA), oder wenn sie vorhanden sind – wie bei den Indern oder Filipinos – können die Ethnien ihr Humankapital (insbesondere Englischkenntnisse und den U.S.-Abschlüssen vergleichbare Abschlüsse) auf dem Arbeitsmarkt des Gastlandes besser umsetzen und ziehen dann unselbständige Arbeit, selbständigen vor (Sanders und Nee 1996:246; Sanders und Nee 1987).

3.5. Opportunität

Gruppensolidarität und die Bereitschaft, Risiken auf sich zu nehmen, können Gründe für die Gründung eines Unternehmens sein, aber – so Waldinger – keine hinreichenden. Es bedarf einer „opportunity structure“. Hierbei gibt es drei Kernaspekte:

- Es muss eine (ökonomische wie räumliche) Nische vorhanden sein, in der Kleinunternehmen rentabel funktionieren können.
- Es muss ein Zugang zu Inhaberpositionen bestehen.

- Neigung zu Kleinunternehmeraktivitäten.
- Die Möglichkeit einer Gruppe, Informationsressourcen zu mobilisieren (Waldinger 1983, 1986)

Waldinger geht ähnlich der These vom „ecological approach“, von Aldrich, vor. Nach dieser füllen die Migranten Lücken auf, die in der „small business“ Population entstehen. Migranten nehmen sich andere ethnische Gruppen zum Vorbild, erst im Wohnort, dann im Geschäftsbereich. Einheimische Geschäftsleute ziehen aus, wenn sich die einheimische Bevölkerung im Gebiet nicht erneuert, und suchen anderweitig Möglichkeiten, in diese Nischen ziehen dann Migranten nach. Damit führt die Veränderung von Vierteln/Nachbarschaften zu einem Vakuum, das demnach durch die Migranten gefüllt wird.

Dabei geht die Bewegung nicht von Migranten aus, sondern von der örtlichen Population: „The association between residential composition and Asian shop ownership arose not from white owners leaving racially changing areas, but rather from the failure of whites to buy into the area“ (Waldinger u.a., 1985:591).

Für die Überprüfung dieser These führten Aldrich und McEvoy Längsschnittuntersuchungen in Bradford, Leicester und Ealing (London) durch. Hierfür interviewten sie 580 Unternehmer in den Jahren 1979, und nochmals 1980, 1982 und 1984 (siehe Kap. 5.2.).

Es stellte sich heraus, dass die Anzahl der Betriebe mit der Population der Ethnien in einem bestimmten Gebiet korrelierte und die ethnischen Betriebe oftmals die Nachfrage nach kulturellen Gütern befriedigten (Aldrich u.a., 1981).

Nach dem „interactive approach“, wird von einer Übereinstimmung zwischen dem Bedarf der Ökonomie nach Kleinbetrieben und den informellen Ressourcen der Ethnie ausgegangen, was konsequenterweise zu einem Vorteil der ethnischen Unternehmer gegenüber den Einheimischen führt (Mars und Ward 1984; Waldinger 1984). Danach interagiert die Nachfrage nach Kleinunternehmern und das Angebot existierender und potentieller Geschäftsinhaber, um Migrantenunternehmertum zu schaffen (Waldinger u.a., 1985:591).

Der Markt, der durch einen kleinen Umfang, Heterogenität, Instabilität usw. gekennzeichnet ist, verhindert Massenproduktion und Massendistribution; daraus entstehen Möglichkeiten für ethnisches Kleinunternehmertum (Waldinger u.a., 1985; Waldinger 1986; Sassen 1996). Familiäre Bindungen und ethnische Arbeitskräfte verleihen diesen Firmen Vorteile.

Die These von Waldinger u.a., dass das „Angebot an Aktivitäten für Kleinunternehmertum und das Angebot bestehender oder potentieller Geschäftsinhaber interagiert, um Migran-

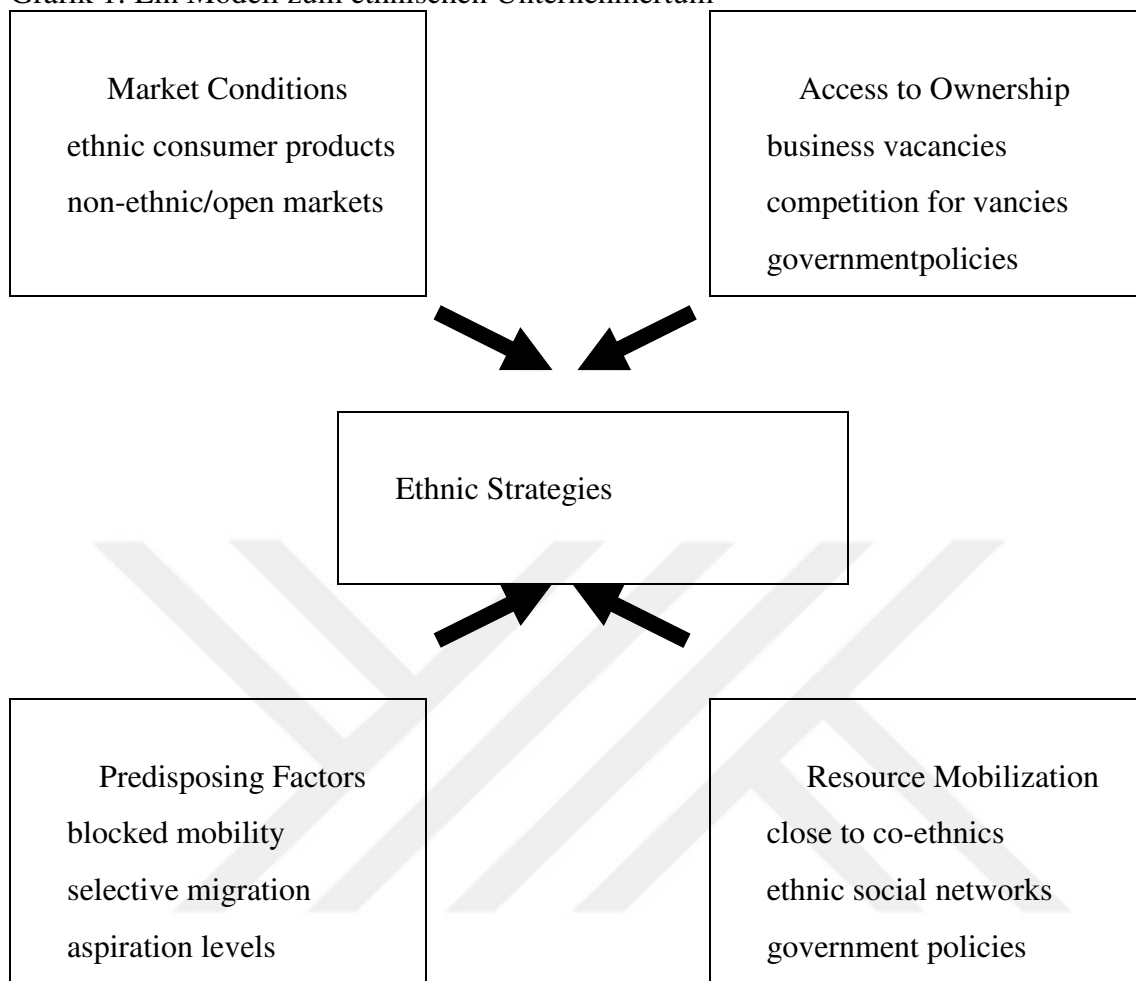
tenunternehmertum zu generieren“, wird von Light zurückgewiesen, weil für die Angebotsseite nicht erklärt werden könne, warum nicht z.B. andere Gruppen wie Dominikaner und Chinesen in der Bekleidungsindustrie überwiegen und auf der Nachfrageseite nicht andere Industriezweige New Yorks mehr oder gleiche favorisierbare Angebotsmöglichkeiten für Dominikaner und Chinesen lieferten (Light und Rosenstein 1995:1995:207).

Bonacich (1979) wiederum geht davon aus, dass durch die Konsolidierung des städtischen Kapitalismus und dem Verfall des Kleinunternehmertums ein wirtschaftliches Vakuum entstanden ist, dass durch die Koreaner - zumeist gut ausgebildet und christlichen Glaubens - die verstärkt ab 1965 insbesondere nach Los Angeles („Koreatown“) einwanderten - die Nachfrage der zentralen Wirtschaft (mainstream economy) mittels billiger Waren und Dienstleistungen, sowie durch billige Arbeitskraft gedeckt wurde (zitiert bei Portes und Manning 1986:56f.). Wie Juden und Japaner sind auch die koreanischen Geschäftsleute abhängig von den sozialen und wirtschaftlichen Ressourcen ihrer ethnic community. Hier zeichnen sich insbesondere das rotierende Kreditsystem (gae) und ein hohes Maß an sozialer Solidarität, gekoppelt mit individuellem Vertrauen aus. Außerdem stützen sich die Koreaner durch soziale Netzwerke, wobei die Unternehmen mitunter klein anfangen (über Lebensmittelgeschäfte, Restaurants, Tankstellen bis zu Getränkeshäusern und Immobilienunternehmen) und mittels „intra-ethnic business transfers“ (Preisabsprachen, Kreditvergabe, Geschäftsverkäufe an Landsleute usw.) expandieren (Portes und Manning 1986:57).

Waldinger (1989) fasst diese Einwände und Ergänzungen zusammen und schlägt eine multi-variative Vorgehensweise vor. Vorbedingung sind „Opportunities“, die es erst ermöglichen, dass Immigranten selbständig werden können. Wie im Falle der Koreaner seien aber auch Faktoren wie „Ethnische und klassenspezifische Ressourcen“ (Light) wichtig (siehe Diagramm 1).

Darum seien Interaktionen zwischen den Gruppencharakteristika und den Möglichkeiten und Hindernissen, auf die die Ethnie stößt; wichtig. Dies soll erklären können, warum die Partizipation am Unternehmertum von Ethnie zu Ethnie verschieden ist. Ethnische Enklaven (Portes u.a.) und die „Middleman minorities“ (Bonacich) können wiederum Mittel zur Erklärung sein, da es z.B. in örtlicher Konzentration weniger wichtig ist, „ethnische und klassenspezifische Ressourcen zu mobilisieren, weil „ökologische Faktoren“ die Einheimischen dazu bewegen, aus den Gebieten wegzuziehen. Middleman minorities sind eher zerstreut und stehen zu den Kunden in näherem Kontakt (Waldinger 1989:72).

Grafik 1: Ein Modell zum ethnischen Unternehmertum



Quelle: Waldinger, Aldrich und Ward 1990:22

3.6. Weitere Randbedingungen und Einflussfaktoren ethnischer Ökonomie

Im folgenden sollen weitere Randbedingungen und Einflussfaktoren in kürze dargestellt werden, die einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Entstehungsbedingungen einer ethnischen Ökonomie haben. Sie sollen nicht als eigenständige Theorien oder Modelle verstanden werden, sondern dienen eher dazu, Fragestellungen in diesem Bereich aus einer anderen komplementären Perspektive zu betrachten und stellen Ergänzungsmodelle dar.

3.6.1 Globalisierung und die ethnische Ökonomie

Sassen (1996) geht von der Globalisierung der Städte aus. Kennzeichnend für die Städte von heute sind nach Sassen:

1. „...growing demand for sevicees by firms, a trend directly feeding the job supply in

cities and the new employment regimes.“

2. „...the ongoing economic significance of cities in a context where the leading economic sectors are increasingly operating globally, are intensive users of telematics, and produce hypermobile outputs“.

Durch die Entwicklung der Städte zu „global cities“, die durch niedrige Anteile des produzierenden Gewerbes, hohe Anteile von produktionsbezogenen Dienstleistungen, hohe Anteile von Finanzdienstleistungen gekennzeichnet sind, entsteht auch ein „new employment regime“, welches den Bedarf an „low-wage jobs“ hervorbringt, die geringe Ansprüche an die Ausbildung stellen. Der Bedarf an Dienstleistungsfirmen für die neue Ökonomie verstärken die Arbeitsnachfrage und das „new employment regime“ (Sassen, 1996:581).

Der gewachsene Bedarf im Dienstleistungssektor wirkt sich auf alle Sektoren der Wirtschaft aus, „...from mining and manufacturing to finance and consumer services.“ Diese Entwicklung scheint für alle Städte seit den 80ern zu gelten. Wobei die Entwicklungen für jede Stadt anders verlaufen können: „Some of these cities cater to regional or sub-regional markets; others cater to national markets and yet others cater to global markets.“ (Sassen, 1996:581) Die Globalisierung der wirtschaftlichen Aktivitäten kennzeichnet diese Städte: „It is precisely the intersection of ... two processes – the growing service intensity in the organisation of advanced economies and increased globalisation – which allows an understanding of the sharply expanded role of a particular kind of city in the world economy since the early 1980’s, the type referred to as the global city.“ (Sassen, 1986:582). Die sehr schnelle Entwicklung des Geschäfts - und Finanzsektors hat zu einer Umstrukturierung der ganzen Wirtschaft geführt. Viele der alten Wirtschaftsbereiche sind durch Umstrukturierung oder Abbau gekennzeichnet, wie auch z.B. „neighbourhood shops“, die durch teure Boutiquen oder Restaurants ersetzt wurden. Diese Entwicklung lässt sich nach Sassen neben den Städten der USA, Kanada und den meisten europäischen Städten auch für die Ballungszentren der Dritten Welt nachweisen (wie z.B. Sao Paulo, Buenos Aires, Bangkok, Taipeh und Mexiko City), deren Wirtschaft auch von der Integration in den Weltmarkt gekennzeichnet ist. Diese Entwicklung wird für die sich entwickelnden Großzentren der Welt unter dem Begriff „mega-city-syndrome“ zusammengefasst. Die fortschreitende Globalisierung und die damit zusammenhängende rasche Entwicklung des Dienstleistungssektors besagt aber nicht, dass die Produktion allgemein eingestellt wird: „Information outputs need to be produced, and the buildings which hold the workers need to be built and cleaned. The rapid growth of the financial industry and of highly specialised services generates not only high level technical and administra-

tive jobs but also wages unskilled jobs.“ (Sassen, 1996:583) Die laufende Konzentration und die scharfe Konkurrenz auf dem Arbeitsmarkt bewirken nach Sassen eine Einkommenspolarisation: zwei Pole entstehen nach Sassen: low-wage-jobs und high-wage-jobs. Dies hat zur Folge, dass der Mittelstand abnimmt.

Parallel hierzu hält aber der Zustrom von Immigranten an. Dies ist im Grunde eine Paradoxie: „Tens of thousands of immigrant workers keep arriving in the same cities that are said to be losing industrial jobs. These immigrants, many of them illegal and unskilled, seem to have little trouble finding employment in the sectors from which domestic workers are said to be expelled by lack of work. Hence the peculiar American paradox of rising labour-market marginalization of native-born Blacks and Puerto Ricans, along with growing numbers and employment of Third World immigrants“ (Portes und Zhou, 1992:497). Aber auch die früher emigrierten Arbeiter im sekundären Sektor sind von einem starken Arbeitsplatzabbau betroffen. Denn die Umstrukturierung der Wirtschaft hin zu einer Dienstleistungsgesellschaft wirkt sich auf die Migranten negativ aus, da nur wenige von diesen über Qualifikationen für den high-tech und den high-skilled Sektor besitzen, folglich nur im schlecht bezahlten Servicesektor Arbeit finden.

Gründe für die Emigration der Migranten werden in der Unterentwicklung der Entwicklungsländer gesehen: „the inability to attain full modernisation of the economy, to stop excess migration to the cities, and to implement universal education and literacy programmes“ (Sassen, 1996:588). Immigranten ziehen wiederum andere nach. Die früher Eingewanderten helfen den Neuankömmlingen: „...training on the job, teaching the language, and just generally socialising them into the job and workplace.“ (Sassen, S. 587).

Rückständige Sektoren bleiben weiter bestehen, „because of the availability of a large supply of cheap immigrant workers.“ Die Immigranten entwickeln eine „informal economy“. Die Hauptfaktoren für die Entwicklung des „informellen Sektors“ (oder: Schattenwirtschaft) und der damit einhergehenden „informalisation of work“ sind nach Sassen (1996:588):

1. increased earnings inequality and the associated restructuring of consumption in high income strata and in very low income strata.
2. the inability among the providers of many of the goods and services that are part of the new consumption to compete for the necessary resources in urban contexts where the leading sectors have sharply bid up the prices of commercial space, labour, auxiliary services, and other basic business inputs.

Der starke Zuwachs der „high-income-professional class“ und den Niedergang der

„middle class“ hat nach Sassen auch Auswirkungen auf das Konsumverhalten. Besser Verdienende wenden sich von den Massenprodukten ab: „High-income gentrification generates a demand for goods and services that are frequently not mass-produced or sold through mass outlets. Customised production, small runs, specialty items and the fine food dishes are generally produced through labour-intensive methods and sold through small, full-service outlets.“ (Sassen, 1996:588)

Die low-income-population hat zur starken Vermehrung von Kleinbetrieben und zu einer Abwendung von „large-scale standardised factories and large chain stores for low-price goods“ geführt (Sassen, 1996:588). Diese Kleinbetriebe sind zumeist von ethnischen Minderheiten aufgebaut, stützen sich auf die Arbeitskraft der Familie und arbeiten mit einem Minimum an Sicherheits- und Gesundheitsstandard. Zudem sind sie wiederum einer intensiven Konkurrenz und sehr geringen Erträgen ausgesetzt. Folglich ist somit der informelle Sektor nicht ein Produkt der Immigranten, das sie aus ihren Heimatländern importiert haben, sondern ist bedingt durch die strukturellen Gegebenheiten in den entwickelten Ländern (Sassen, 1996:589).

Informalisation zeigt sich als „a set of flexibility-maximizing strategies by individuals and firms, consumers and producers in a context of growing inequality in earnings and in profit-making capabilities.“ (Sassen, 1996:590)

3.6.2 Konsum, Konkurrenz und ethnisches Unternehmertum

Konsumverhalten wird auch beeinflusst durch kulturelle Eigenarten. Somit gilt „im Sinne der Theorie sozialer Identität dann ein je spezifischer Konsumstil als Bewahrer oder Träger positiver Distinktion und damit auch der Abhebung gegenüber Fremdgruppen“ (Wiswede 1991:4#37). Dabei können bestimmte Marketing-Strategien nicht von einem Land ins andere bzw. von einer Subgesellschaft in die andere übertragen werden. Auch wenn eine Angleichung des Konsumverhaltens der ausländischen und spezifisch türkischen Bevölkerung an die hiesige Gesellschaft stattgefunden hat, bestehen Differenzen im Konsumverhalten weiter, z.T. - wie oben angedeutet - als „soziale Identität“ (Sen 1996; AID 2/97).

Das Zentrum für Türkeistudien errechnete im Jahr 1993 eine größere Konsumneigung bei türkischen Haushalten als bei deutschen. Demnach hatten 66,9% aller türkischen Haushalte ein PKW, während es bei den deutschen Haushalten lediglich 52,7% waren. In 61,52 % der Haushalte gibt es eine HIFI-Anlage (zum Vergleich: 47,9% der deutschen Haushalte). (Sen und Goldberg 1994:29). Der Bedarf an alltäglichen Konsumgütern decken die türkischen

Haushalte zu mehr als drei Viertel aus den deutschen Geschäften, nur 23,3% kaufen in erster Linie in türkischen Geschäften ein. Es wird ersichtlich, dass die Türken ihr Geld nicht mehr zum Sparen verwenden, sondern vielmehr hier ausgeben. Die Absicht, in die Türkei zurückzukehren und das gesparte Geld zu investieren oder sich mit diesem eine eigene Existenz aufzubauen, ist gesunken. Es scheint, dass auch die türkische Bevölkerung Individualisierungstendenzen (Wiswede/Beck) unterworfen ist.

Beeinflusst wurde dieser Wandel u.a. durch „die schlechten Erfahrungen vieler Remigranten, die in der Türkei trotz der mitgebrachten Ersparnisse nicht den erhofften wirtschaftlichen Erfolg hatten, sondern durch Fehlinvestitionen oder –spekulationen ihr Geld verloren (Sen und Goldberg 1994:30).

Die Türken investieren auch in den Wohnungsmarkt: knapp 11,00% der insgesamt 467.000 Haushalte kaufte sich ein Haus bzw. eine eigene Wohnung in der Bundesrepublik. Das Türkeizentrum schätzte, dass sich diese Entwicklung bis zum Jahre 2000 verdoppeln würde (Sen und Goldberg 1994:30).

Diesem versuchen neuere Marketing-Strategien Rechnung zu tragen. Sie tragen damit „zur Marktsegmentierung nach sozialen Gesichtspunkten bei“ (Wiswede 1991:438). Trotz einer Angleichung über die Generationen und niedriger Rückkehrabsichten gehen Marketingexperten davon aus, dass die in Deutschland lebenden Ausländer sich in ihren Lebensgewohnheiten von den Deutschen sehr unterscheiden „und das macht es schwierig, sie marketingmäßig so zu fassen, wie wir dies von der deutschen Bevölkerung her gewohnt sind. Die bekannten Instrumente und Kommunikations-Wege versagen häufig, es muss neu gedacht werden“ (Vowinckel 1991:435). Wegen der durchschnittlich höheren Haushaltsgröße werden Produkte, die die ganze Familie und insbesondere Kinder ansprechen sollen, bevorzugt werden. Daneben spielen Faktoren wie der Geburten-Anteil, das niedrigere Durchschnittsalter und dass oft mehrere Verdienener in den Familien sind, einen wichtigen Faktor bei der Auslegung der Strategien. Insbesondere der Lebensmittelbereich - die eigentliche Domäne der ethnischen Ökonomie - wird zum Zielpunkt deutscher Marketingstrategen: „Die Gastarbeiter geben pro Monat fast 1 Million DM für Lebensmittel und Dinge des persönlichen Bedarfs aus“, was auf die Erschließung harre (Vowinckel 1991:436). Auch der Banken- und Versicherungssektor weckt das Interesse der Marketingwelt: „während rund 60% aller deutschen Haushalte eine Lebensversicherung abgeschlossen haben, sind es bei den Ausländern erst 25,7%“ (Vowinckel 1991:436). Für die Marktstrategien wird diagnostiziert, dass durch fehlende Sprachkenntnisse die ausländische Bevölkerung allgemein eher durch die Print- und Massenmedien ihrer Muttersprache

zu erreichen wären und insbesondere bedacht werden müsste, „dass Ausländer in ihrem sozialen Selbstverständnis dem unter Durchschnittsdeutschen herrschenden „Zeitgeist“ meist um Längen hinterhergehen“ (Vowinckel 1991:437). Dabei müssten kulturelle oder religiöse Eigenarten in der Entwicklung von Anzeigen-Bildern oder Texten, Argumenten und Leitbildern berücksichtigt werden.

Generell steht aber die ausländische Bevölkerung auch unter traditionellen Einflüssen und zeigt dementsprechend Verhaltensformen, wie: schichtspezifisches Verhalten (Verhaltensverhalten, „Kennerschaft“, demonstratives Verhalten), gruppenspezifisches Verhalten (Familie, Gleichaltrige, Meinungsführer) und rollenspezifisches Verhalten (Wiswede 1991:447ff.). Insbesondere unter (türkischen) Jugendlichen sind diese Muster zu beobachten.

Es zeigt sich, dass der ethnische Markt, den die ausländischen Kleinbetriebe bedienen, zunehmend unter Konkurrenzdruck steht; zum einen werben einheimische Betriebe um die Gunst der Käufer, zum anderen aber auch die ausländischen Großkonzerne - insbesondere türkische Unternehmen mit Filialen in Deutschland, die zum Teil in der Türkei aber auch hier produzieren und die Käufer durch die ca. 10 Fernsehanstalten - welche hauptsächlich ihre Programme in der Türkei produzieren - und die in Deutschland erscheinenden Auslandsausgaben großer türkischer Blätter, umwerben.

Haupttransaktionsort für diese Produkte sind die Großmärkte der großen Städte (s. Großmarkt-Analyse in Kapitel 10).

3.6.3 Diskriminierung

Im folgenden sollen kurz weitere Modelle vorgestellt werden, die z.T. Ergänzungen bestehender Erklärungsansätze sind.

Dabei können verschiedene lokale Möglichkeiten Emigranten mit verschiedenem Humankapital zu verschiedenen Orten bewegen (Razin 1993: 98). Diese ethnischen Einwirkungen wurden von Light (1988) und Light und Rosenstein (1995) als „Angebotsvariablen im Unternehmertum“ bezeichnet. Ein weiterer Faktor der Ethnien, der diese zur Selbständigkeit bewegen kann, ist Diskriminierung. Durch Diskriminierung kann Unternehmertum verstärkt werden, da bestimmte alternative Mobilitätspfade blockiert werden bzw. es können Feindseligkeiten durch die Selbständigkeit selbst entstehen (Bonacich (1973); Bonacich und Modell (1980); Elschenbroich für die Asiaten am Anfang des Jahrhunderts in den USA; Bukow (1994) und Ersöz und Blaschke für Deutschland). Bukow spricht in diesem Rahmen von der Minoritätenphase in der Migrationsgeschichte der Ethnien (Bukow 1994:138). Denkbar ist auch, dass

Selbständigkeit durch die einheimische Bevölkerung verhindert bzw. begrenzt wird (wie im Falle der japanischen Bevölkerung während des 2. Weltkrieges oder die Inder in Uganda). Nachfragefaktoren, wie von Light (1988) und Light und Rosenstein (1995) bezeichnet, können des weiteren die Opportunitätsstruktur für „immigrant business“ beeinflussen (Razin 1993:99).

Eine Ergänzung des Nischenmodells stellt der Faktor der „ethnischen Ressourcen“ dar. Den Grund für unterschiedliche Selbständigkeit sieht Elschenbroich zum einen in den „kulturellen Prägungen“, aber zum anderen auch in dem Einfluss „reaktiver Anteile“, dies ist „Verhalten, das durch die besondere Situation im Einwanderungsland ausgelöst wurde“ (Elschenbroich 1986:157). Damit wird ethnisches Unternehmertum - so Elschenbroich - „durch überlieferte Formen wirtschaftlicher Solidarität und durch reaktive Solidarität im Einwanderungsland“ gestützt (1986:157). Ethnische Ressourcen sind nach Ivan Light auch alle Formen reaktiver Solidarität (Light 1987:209ff.). Ein Beispiel hierfür ist die japanische Subökonomie in Los Angeles. Durch wechselseitige Kreditvergabe und andere ökonomische Bindungen haben die Bewohner von Hiroshima in Reaktion auf die Auswanderungssituation in den USA ein sozioökonomisches Netz in den USA aufgebaut. Interessant ist an dieser Erscheinung, dass unter den heutigen Bewohnern von Hiroshima in Japan solche ökonomischen Solidaritätsformen nicht bestehen (Light 1972:19ff.). Außerdem werden unter dem Begriff „ethnische Ressourcen“ spezifisch ethnisch-traditionelle Orientierungen wie z.B. das Verhältnis zur Arbeit, Arbeitstugenden, Konsumgewohnheiten usw. gefasst. Des weiteren gehören hierzu sog. „relative Befriedigungsziele“, d.h. eine spezifisch ethnische Erwartung an wirtschaftlichen Erfolg“ (Elschenbroich 1986:158). Beispiele hierfür werden genannt; wenn man ein eigenes Haus besitzt (vor allem bei den Polen), die eigene Wäscherei (Chinesen), das Restaurant (Italiener) oder wenn die Kinder in akademische Berufe aufsteigen (Juden) (Waldinger 1986:266f.). Light versteht unter „ethnischen Ressourcen“ auch „spezifisch-ethnische kooperative Strukturen der Wirtschaftstätigkeit, hier vor allem das System der „rotierenden Kreditvergabe“. (Light 1972; Light 1987). Unter Klassenressourcen versteht Light zum einen materielle Ressourcen, wie Finanzkapital und Produktionskapital, andererseits Vertrautheit mit der dominanten amerikanischen Gesellschaft und eine amerikanisierte kulturelle Orientierung (Light 1987:209ff.). Dabei beeinflussen beide Faktoren - ethnische wie Klassenressourcen - das ökonomische Verhalten der jeweiligen Ethnie.

Für Bukow sind diese Ansätze „neutrale Lösungen“ in dem Sinne, dass es auf die ethnischen Minderheiten ankäme und der „Aufnahmegesellschaft insgesamt nur eine relative, näm-

lich nur bestimmte Chancen einräumende Bedeutung zugesprochen würde“, die es den ethnischen Minderheiten erlauben würde, sich selbständig zu machen (Bukow 1993:122).

Für Bukow ist entscheidend, daß „bei den kleinen Unternehmen die gleiche Entwicklungslogik zu erwarten sei wie bei den ethnischen Minderheiten im allgemeinen, nämlich der Versuch, angesichts beständiger Diskriminierung zu überleben.“ (ebd. 124). Des weiteren wird für Bukow aus der Ethnisierung der Minderheiten eine „strukturelle Ethnisierung; wird strukturelle Verankerung der Ethnisierung im Dienst fortschreitender Bewältigung von vorgebliehen Verteilungsproblemen, wie das seit Beginn der neuen Restauration gesagt wird“ (1993:124). Somit können auch Verlagerungen stattfinden. Angesichts der Diskriminierung auf dem Arbeitsmarkt gründeten asiatische Einwanderer um die Jahrhundertwende Firmen und mobilisierten hierbei effizient die ethnischen Ressourcen. Asiatische Einwanderer in den letzten Jahrzehnten nutzten natürlich „ethnische Ressourcen“ aber ihr Erfolg beruhte signifikant auf Finanzkapital, „Humankapital“ und bürgerlichem Know-how (Waldinger und Aldrich 1990:66ff.; Light 1979:203). Über 80% der eingewanderten Koreaner in Los Angeles verfügten über eine dem College-Abschluß vergleichbare Vorbildung (die Einwohner von Los Angeles nur gut 15%) und wanderten mit durchschnittlich \$25.000 ein, manchmal sogar mit Millionen (Elschenbroich 1986:159; Waldinger und Aldrich:1990:70ff.).

3.7 Interne Ethnizität

Light, Sabagh, Bozorgmehr und Der-Martirosian (1993) konnten anhand einer Untersuchung zu Iranern in Los Angeles interne Ethnizität, die sich insbesondere in Form von ethnisch-religiösen Barrieren innerhalb der ethnischen Ökonomie ausdrücken, nachweisen. Untersuchungsgegenstand waren ethnisch-religiöse Subgruppen mit insgesamt 671 Haushaltsvorständen (201 Muslime, 195 Armenier, 188 Juden und 87 Bahai) innerhalb der iranischen community (Armenier, Bahai, Juden und Muslime). Jede dieser Gruppe hat eine eigene ethnische Ökonomie, die sich neben den unterschiedlichen Selbständigkeitsquoten (Armenier sind zu 42,7%, Bahai zu 54%, Juden zu 82,5% und Muslime zu 46,9% selbständig), auch in der Wirtschaftspraxis (jüdische Iraner z.B. sind stark als Händler im Bereich Textilien und Juwelen, Armenier im Finanz, Versicherungs- und Immobiliensektor, die muslimischen Iraner u.a. im Baugewerbe tätig) unterscheiden und kaum so etwas wie eine gemeinsame iranische Ökonomie bilden (Light u.a., 1993:581f.). Allgemein werden für alle vier Gruppen Eigenschaften wie Solidarität, Vertrauen, „facility“ und Chauvinismus bescheinigt. Bei der Wahl der Mitunternehmer greifen die Iraner auf Personen aus der gleichen Ethnie oder auf andere Iraner zu-

rück (hier kann vielleicht von einer iranischen Solidarität gesprochen werden). Bei der Auswahl der Beschäftigten ist es wiederum etwas deutlicher, bei der Anstellung von Beschäftigten greifen alle ethnischen Subgruppen der iranischen community auf Personen aus der eigenen Ethnie bzw. der Familie zurück (Light u.a., 1993:590ff.). Auch die selbständigen Iraner in den USA verfügten über Geld, höhere Bildung, Erfahrung mit Selbständigkeit aus dem Iran und Englischkenntnisse (Light u.a 1997:35).

3.8 Ethnic mobility trap

Es gibt wenige Studien, die sich mit dem beruflichen Werdegang der Mitarbeiter in den ethnischen Betrieben und ihrer Berufskarriere vor und nach der Arbeit in der ethnischen Ökonomie beschäftigen.

Wiley weist darauf hin, dass die ethnische Ökonomie auch eine Mobilitätsbarriere für die Beschäftigten darstellen kann („mobilty trap“) (Wiley 1973), auch wenn die Betriebe für qualifiziertes Personal Arbeitsmöglichkeiten bieten sollte. In der einheimischen Ökonomie ist es möglich, sich von einem Ast auf den anderen, aber auch von einem Stamm auf den anderen zu bewegen bzw. von einer (sozialen) Schicht in die andere zu wechseln. Auch in der ethnischen Ökonomie ist es möglich, beruflich aufzusteigen, aber nur in einem begrenzten Rahmen. Die Möglichkeit, von einem Ast auf den nächsten höheren oder von einer Schicht in die andere aufzusteigen, ist nur begrenzt möglich. Dies zeichnet - so Wiley - die ethnische Ökonomie aus.

Nur in der neuesten Arbeit von Nee, Sanders und Sernau (1994) finden sich Hinweise darauf, dass die Mitarbeiter der Ethnien es nicht längerfristig vorziehen, in einem ethnischen Betrieb zu arbeiten, weil auf dem generellen Arbeitsmarkt die Arbeitsbedingungen und die Entlohnung besser ist. Auffallend ist, dass auch hier die Mitarbeiter nicht nach ihren persönlichen Präferenzen gefragt wurden.

Leider gibt es in Deutschland kaum Untersuchungen diesbezüglich. Die meisten in Deutschland gemachten Untersuchungen sind Querschnittsanalysen, die sich weder mit dem beruflichen Werdegang der Mitarbeiter im Betrieb, noch nach dem Ausscheiden der Mitarbeiter aus dem Betrieb befassen. Eine Studie von Schultz deutet an, dass Bewegungen in bzw. aus der ethnischen Ökonomie möglich sind (Schultze 1991a).

3.9 Ausgangslage zu Forschungen bezüglich selbständiger Erwerbstätigkeit von Ausländern in Deutschland

Der Anwerbestop 1973 leitete die entscheidende Phase in der Migrationsgeschichte der Ausländer ein: Ziel war es, die Zahl der Ausländer zu begrenzen.⁶ Auch wenn die Zahl der ausländischen Bevölkerung kurzfristig sank, wurde insbesondere den Ausländern klar, dass eine Rückkehr endgültig war und sie organisierten den Nachzug ihrer Familien (Kahlert und Ising 1985:12). Obwohl das soziale und sozio-psychologische Befinden der Gastarbeiter getrübt war: Enttäuschungen unter den ausländischen Arbeitnehmern waren nicht gering, insbesondere „die Arbeitsbedingungen wie Arbeitsintensität und Arbeitstempo, andere Arbeitsmethoden und Maschinen, Sprachschwierigkeiten, das schlechte Verhältnis zu Arbeitskollegen und Vorgesetzten sowie die negative Einstellung der Deutschen gegenüber den ausländischen Arbeitnehmern“ setzten den ausländischen Arbeitnehmern zu (Mehrländer 1973:129).

Aber die wirtschaftliche Lage (Arbeitslosigkeit, Inflation, politische Unruhen usw.) - wie z.T. auch heutzutage – war insbesondere für die türkischen Arbeitnehmer kein guter Anreiz zur Rückkehr (Sen und Goldberg 1994:23ff).

Nach einer Umfrage lebten bis zum Anwerbestop 1973 viele der Ausländer in Wohnheimen: z.B. waren es 1/3 der Türken und 28% der Jugoslawen (Mehrländer 1973:197). In Kontrast zu heute: mittlerweile gibt es schon 50.000 Türken die eine Wohnung bzw. ein Haus in Deutschland gekauft haben (Sen und Goldberg 1994).

Die 80er Jahre waren von der Diskussion um die Integration und Rückkehr der ausländischen Wohnbevölkerung bestimmt. Anfang der 80er wurden auch Rückkehrprogramme aufgelegt – aber mit mäßigem Erfolg. Parallel hierzu fand eine kontroverse Diskussion um die Thematik statt, ob Deutschland ein Einwanderungsland sei oder nicht. Ende der 80er wurde die Diskussion von der Asylproblematik geprägt. Doch die 80er waren auch Jahre zweier gegensätzlicher Entwicklungen. Zum einen stieg von Jahr zu Jahr die Zahl der Arbeitslosen, zum anderen entwickelte sich eine „ethnische Ökonomie“.

3.9.1 Ausländer auf dem deutschen Arbeitsmarkt

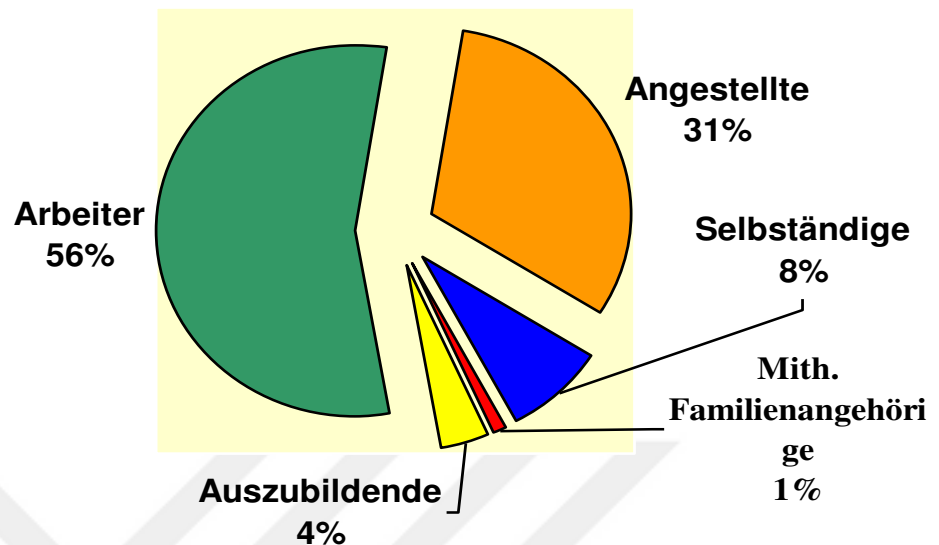
⁶ Ähnliche Entwicklungen auch in Frankreich (Manfrass 1991:14).

Ausländer sind, wenn die Indikatoren Geschlecht und sekundärer Arbeitsmarkt hinzu genommen werden, die relativ am meisten benachteiligte Gruppe in West-Deutschland. Weniger als ein Fünftel der deutschen Beschäftigten befindet sich im unstrukturierten Arbeitsmarkt. Verstärkt wird dieser Effekt bei ausländischen Frauen: ausländische Frauen werden wegen ihres Geschlechts und ihrer Ethnie diskriminiert (Szydlik 1990:115ff.).

Es werden Einkommensungleichheiten, die auf dem Segment beruhen, dort verstärkt, wo gerade die Mobilität vom unstrukturierten Markt in den betriebsinternen Arbeitsmarkt in den kleinen Betrieben sich als schwer erweist, da „gerade das betriebsspezifische Segment die größte Beschäftigungsstabilität und die höchste Verbleibsquote bietet.“ (Szydlik 1993:142; Szydlik 1991:263).

3.9.2 Erwerbstätigkeit von Ausländern

Während 1975 lediglich rd. 2,1 Millionen und 1995 durchschnittlich 2,7 Millionen Erwerbstätige mit nicht-deutscher Staatsangehörigkeit in der deutschen Wirtschaft (als Arbeiter, Angestellte, Auszubildende, Selbständige und mithelfende Familienangehörige) beschäftigt waren, überschritt die Anzahl Anfang dieses Jahrhunderts die 3 Millionen Grenze (AID 4/96:6; BBA 2002:49) (s. Schaubild unten)



Grafik 2: Ausländer in Deutschland nach Beteiligung am Erwerbsleben 2001

Generell sind ausländische Arbeitnehmer in Arbeiterberufen beschäftigt, während die Deutschen eher Angestelltenberufe ausüben (Seifert 1995a:4). Doch ist auch bei den Ausländern ein Ansteigen im Bereich der Angestelltenberufe zu verzeichnen, wobei der Prozentsatz der Beschäftigten in angelernten Tätigkeiten rückgängig ist. Doch ist die Beschäftigungsstruktur der Ausländer anders als bei Deutschen: 1990 war die Mehrzahl der ausländischen Beschäftigten als un- oder angelernte Arbeiter tätig (59%), 1994 waren es 50%. Bei den deutschen Beschäftigten lag der Anteil 1990 bei 15%, 1994 bei 12% (Seifert 1989b:8; Seifert 1996a:423).

Die berufliche Tätigkeit der Ausländer unterscheidet sich je nach Nationalität signifikant: die Jugoslawen und Italiener sind besser qualifizierte Beschäftigte als Türken und Griechen (Bender und Karr 1993:194). Somit liegen auch die durchschnittlichen Einkommen der Jugoslawen Mitte der 90er mit DM 3386 deutlich höher als die der Türken mit DM 3.064. Es zeigt sich auch, dass die Ausländer sich proportional in den Wirtschaftsbereichen unterscheiden: Griechen, Türken und Spanier sind überproportional im verarbeitenden Gewerbe, Jugoslawen im Baugewerbe und Jugoslawinnen im Dienstleistungssektor anzutreffen; auffallend ist der

berufliche Qualifikationsstand der jugoslawischen Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen (Bender und Karr 1993:195).

3.9.3 Zweite Generation und Frauen

Einigen Forschern folgend, werden Personen zur zweiten Generation gezählt, welche eine deutsche Schule besucht haben (Seifert:1996b:8). Obwohl Ausländer aus der 2. Generation seltener als un- oder angelernte Arbeiter tätig sind, ist der Anteil an mittleren und höheren Angestellten bei Deutschen dreimal so hoch; „un- oder angelernte Tätigkeiten übt nur eine kleine Minderheit der deutschen Vergleichsgruppe aus“ (Seifert:1995a:4).

Die intergenerationale Mobilität war beachtlich. Die Zahl der un- und angelernten Arbeiter innerhalb der 2. Generation betrug 1990 42%, fiel aber 1994 auf 30% zurück.; die Vergleichsgruppe der Deutschen lag bei 13% (1990 und 6% 1994) (Seifert:1996b:9).

Nach Ergebnissen des SOEP (Sozio-Ökonomisches Panel) zeigt sich, dass ausländische Beschäftigte mit höherem, im Ausland erworbenen Bildungsabschluss, sich kaum in der Betroffenheit von Arbeitslosigkeit von Zuwanderern, die lediglich eine Pflichtschule im Ausland absolviert haben, unterscheiden (Seifert:1996b:8). Auch sind ausländische Hauptschulabgänger stärker von Arbeitslosigkeit betroffen als deutsche, wobei sie durchschnittlich kürzere Zeit arbeitslos bleiben.

Es ist ersichtlich, dass die Zahl der von Arbeitslosigkeit betroffenen Deutschen mit höherem Bildungsgrad sinkt, dieser Unterschied jedoch bei ausländischen Beschäftigten weniger deutlich ist (Seifert:1996b:8).

Insbesondere hat sich die Struktur der türkischen Erwerbstätigen der der anderen Ausländer angeglichen. Doch noch immer unterscheidet sich die Beschäftigungsstruktur wesentlich von der der Deutschen; Migranten konzentrieren sich auf Arbeitsplätze, die nur geringe Qualifikationsanforderungen stellen. Positiv ist zu werten, dass durch den Einigungsprozess und den damit gestiegenen Konkurrenzdruck keine Verdrängung ausländischer Arbeitskräfte stattgefunden hat. Die Ausländer dringen auch - mit Ausnahme der konsumorientierten Dienstleistungen - in alle Bereichen des tertiären Sektors vor (Seifert 1996b:9).

Abschließend kann zu der Beschäftigungssituation gesagt werden, dass sich die Tätigkeiten der Ausländer durch geringe Qualifikationsanforderungen auszeichnen, sich die Erwerbstätigenquote erhöht hat, aber dazu parallel auch die Ausländerarbeitslosigkeit gestiegen ist (Seifert 1995a:4f).

32,6% der ausländischen Jugendlichen in Köln hatten 1991 einen Hauptschulabschluss, aber nur 17,5% der Deutschen; 16,1% der ausländischen Schulabgänger erlangten 1991 die Hochschulreife, bei den Deutschen waren es 4,1% in Köln. (Winkel 1993: 20).

Der Ausländeranteil unter den Azubis im Untersuchungsgebiet (Köln) liegt höher als im Bundes-, und NRW-Durchschnitt: 10,3% sind es in Köln, 6,3% in NRW und 5,9% in der BRD; wobei nicht vergessen werden darf, dass insbesondere in den neuen Bundesländern der Anteil ausländischer Jugendlicher sehr gering ist. Wobei allgemein die Ausbildungsquote in Köln 1991 niedriger war als im Bundesgebiet bzw. in NRW: Köln 29,4%, in NRW: 29,4%, im Bund 32,3%. Mit 30% ist die Ausbildungsquote der türkischen Jugendlichen auch im Vergleich zur Situation der türkischen Bevölkerung im Bundesgebiet relativ hoch. Die anderen ausländischen Jugendlichen haben eine eher niedrigere Ausbildungsquote: 26% (Winkel 1993:42).

Der Ausländeranteil unter den Jugendlichen insgesamt liegt höher als der Ausländeranteil im Kölner Gebiet selbst und ist auch über die Jahre gestiegen: 1980% betrug der Ausländeranteil an junger Wohnbevölkerung (15- bis 18Jahre) 11,7%, im Jahre 1991 waren es 34,3%. (Winkel 1993:36)

Für Mädchen lässt sich sagen, dass „die Ausbildungsbeteiligung ausländischer Mädchen in Köln (wie auch anderswo) höher (ist) als die ausländischer Jugendlicher“ (Winkel 1993:39).

Die wichtigsten Berufe von Ausländerinnen in Köln sind Arzthelferin, Bürofachkraft und Friseurin, bei den Deutschen hingegen sind es Bürokraft, Arzthelferin und Verkäuferin, wobei nicht vergessen werden darf, dass der Anteil der ausländischen weiblichen Azubis unter den Friseuren sehr hoch ist mit insgesamt 16,04%; sogar 18,32% bei den türkischen Azubis. Bei den Bankkauffrauen liegt der Wert für deutsche Azubis bei 6,15%, bei den weiblichen ausländischen Azubis bei 0,9%. Fazit: relativ hohe Bedeutung des Dienstleistungsbereiches bei ausländischen Azubis und die relativ geringe Bedeutung des kaufmännischen Bereiches (66ff.).

Die männlichen ausländischen Azubis bevorzugen eher Metallberufe: unter den sieben wichtigsten Berufen sind sechs Metallberufe (Elektroinstallateure, Kfz-Instandsetzer usw.). Bei den deutschen männlichen Azubis sind unter den 4 am stärksten besetzten Berufen die kaufmännischen, Verwaltungs- und Organisationsberufe. Nur im Beruf des Elektroinstallateurs stimmen sie überein; somit ist das Handwerk die Domäne der ausländischen Jugendlichen (Winkel 1993:67-69; Schweikert 1993:15f.).

Die Situation der ausländischen Frauen ist nicht viel besser, sie sind überdurchschnittlich stärker als Un- oder Angelernte vertreten. Die Einkommen der ausländischen Frauen zeigen deutliche Unterschiede. Während im Durchschnitt das Bruttoeinkommen der Männer zwischen 1984 und 1991 von 1.775 auf 2.296 DM stieg, erreichten die Frauen im gleichen Zeitraum nur eine Steigerung von 1.097 auf 1.206 DM (Thränhardt 1995a:7). Ausländische Frauen werden aufgrund ihrer vergleichsweise geringeren Erwerbsbeteiligung eher durch Angehörige unterhalten als deutsche: „54% der ausländischen Frauen werden durch Angehörige unterhalten (deutsche Frauen: 36%) (Statistisches Bundesamt 2001:75).

Der Anteil der ausländischen Frauen im produzierenden Gewerbe reduzierte sich zwischen 1990 und 1994 deutlich (Seifert 1996:10). Sie sind stärker im Bereich der sozialen und staatlichen Dienstleistungen tätig, doch hat dies - nach Angaben des SOEP - nicht zu einer Steigerung der Löhne geführt. Generell zeigt sich eine Tertiarisierung bei ausländischen Frauen und türkischen Beschäftigten (Seifert 1996:10).

3.9.4 Arbeitslosigkeit

Nach Angaben der Bundesanstalt für Arbeit waren im März 1997 rund 4,48 Millionen Menschen ohne Beschäftigung; die Quote betrug 11,7%.⁷

Die Zahl der arbeitslosen Ausländer ist je nach Nationalität unterschiedlich; sie lag 1991 zwischen 5% bei den Portugiesen und 11,2% bei den Italienern (Bender und Karr 1993:193). Aber allgemein kann gesagt werden, dass die Ausländer seit 1974 überdurchschnittlich von Arbeitslosigkeit betroffen sind. Die Arbeitslosenquote lag für Ausländer 1996 im Durchschnitt bei 18,6%. Überdurchschnittlich hoch waren die Türken mit 22,5% betroffen (AID; 4/96:8).

Der Anteil der ausländischen Beschäftigten, die zwischen 1989 und 1993 arbeitslos waren, war höher als bei den Deutschen. Dabei bestehen zwischen ausländischen Frauen und Männern kaum Unterschiede. Italiener, Griechen und Türken bilden eine Dreiergruppe, deren Arbeitslosenquote doppelt so hoch ist, wie die der arbeitslosen Ausländer aus Portugal, Spanien und Jugoslawien (Bender und Karr 1993:196).

Auch die durchschnittliche Verweildauer in Arbeitslosigkeit liegt bei Ausländern (mit Ausnahme von 1991) höher; z.B. 1990: 6,7 Monate bei Deutschen, 6,9 Monate bei Ausländern.

⁷Kölner Stadt Anzeiger vom 09.04.97

Doch lässt sich ein wichtiger Teil der Differenz zwischen den Arbeitslosenquoten von Deutschen und Ausländern durch die Einbeziehung der Wirtschaftszugehörigkeit und der Ausbildung in die Betrachtung erklären, da dies auf „häufig nicht vorhandene Ausbildung und die einseitige Verteilung auf bestimmte Wirtschaftszweige mit hohem Arbeitsrisiko oder hoher Fluktuation“ zurückzuführen ist (Bender und Karr 1993:196). Doch dies darf nicht täuschen, da die Italiener, welche wie die Jugoslawen eine bessere berufliche Qualifikation vorweisen können, sich trotzdem durch eine relativ hohe Arbeitslosenquote auszeichnen (Bender und Karr 1993:196).

3.9.5 Sprachkenntnisse und Integration

Sprachkenntnisse sind mit ein Schlüsselfaktor bei der Integration ethnischer Minderheiten (Esser 1990). Generell herrscht die Ansicht vor, dass die deutschen Sprachkenntnisse der ausländischen Bevölkerung gering sind. Aber sie sind - nach Selbsteinschätzung der Ausländer - gestiegen. Nach Angaben des SOEP hatten 1990 55% aller Ausländer gute Sprachkenntnisse, 1994 waren es schon 58% , am deutlichsten war der Zuwachs bei der zweiten Generation: 1990 87%, 1994: 94% (Seifert 1996:a:423).

Nach Auswertungen SOEP's ist, aus der Sicht der Ausländer, Deutschland zu ihrem Einwanderungsland geworden, insbesondere trifft dies für die zweite Generation zu. 46% aller, die am SOEP teilnahmen, gab 1994 an, für immer in Deutschland bleiben zu wollen, 1984 waren es hingegen 31%. Auch wenn die Selbstidentifikation als Deutscher gering ist - nur 16% der ersten und 26% der zweiten Generation identifizieren sich als Deutsche - steigt die dauerhafte Bleibeabsicht. Auch von denen, die nicht bleiben wollen, hat kaum jemand noch eine konkrete Rückkehrabsicht. Dies trifft auch für die türkische Bevölkerung zu; bei ihr hat sich der Prozentsatz derer, die bleiben wollen, verdoppelt; 1984 waren es 26%, 1994 47% (Seifert 1996a:427f.).

Seifert nimmt an, dass die ethnische Unterschichtung - wie sie seit Jahrzehnten gegeben ist - keinen dauerhaften Bestand hat,⁸ zumal diese Entwicklung wohl als wachsende Distanz zwischen der ausländischen (insbesondere der türkischen) und deutschen Bevölkerung gewertet wird.

Auch wenn den ausländischen Haushalten im Jahre 1993 pro Monat 3219 DM zur Verfügung standen, betrug das pro Kopf Einkommen - durch die höheren Kinderzahlen - z.B. in

⁸ Seifert, W: „Zunehmende Arbeitsmarktintegration“, S. 11

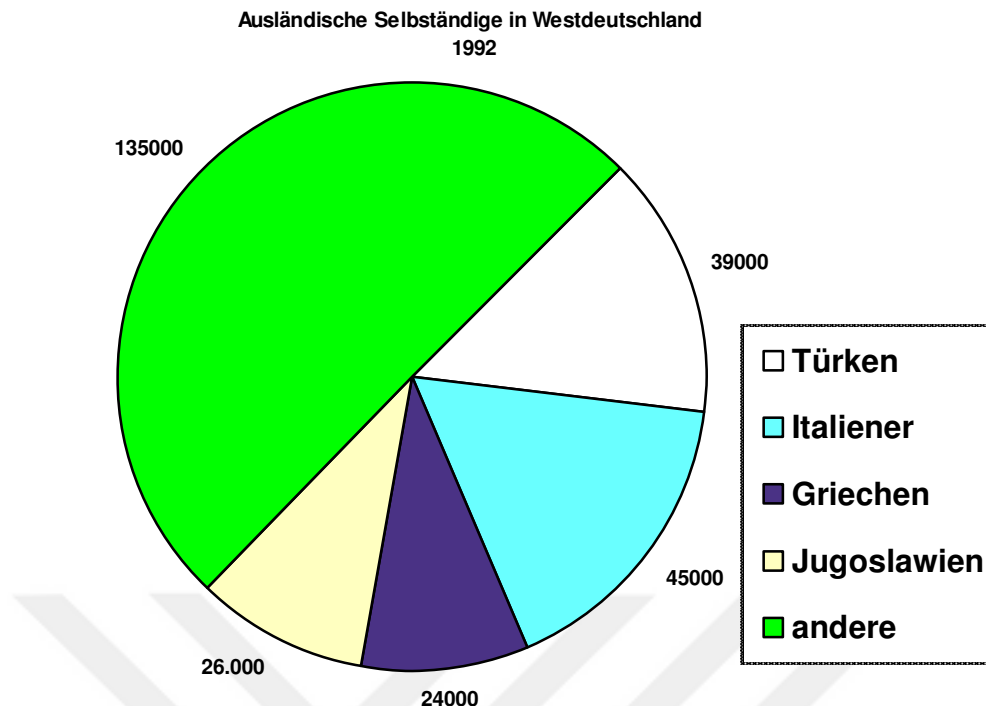
NRW nur etwas über 770 DM.⁹Thränhardt spricht in diesem Zusammenhang von „relativer Verelendung“ (Thränhardt 1995:7).

3.10 Ausländische Selbständige

Insgesamt 269.000 ausländische Selbständige ermittelte der Mikrozensus für das Jahr 1996, im Jahre 2001 fiel diese Zahl auf 257.000 zurück (Sen 1996:30; AID 2/02:18). Die Hälfte der ausländischen Selbständigen kamen 1996 aus vier Herkunftsländern: Italien (45.000), Türkei (39.000), Jugoslawien (26.000) und Griechenland (24.000) (Sen 1996: 30). Der Anteil der ausländischen Bevölkerung an den Selbständigen schien sich zeitweise an die der Deutschen anzunähern (Bericht 1995:40), weist aber für das Jahr 1999 doch wesentliche Unterschiede auf: „So sind 13% der Erwerbstätigen aus EU-Ländern das Wagnis eingegangen und haben sich selbständig gemacht, aber nur knapp 7% derjenigen aus anderen Ländern. Zum Vergleich: Von den deutschen Erwerbstätigen waren 1999 10% selbständig“ (Statistisches Bundesamt 2001:73).

Hauptbetätigungsfelder der ausländischen Selbständigen sind die Gastronomie, der Einzelhandel und das verarbeitende Gewerbe. Aber auch das Handwerk spielt eine wichtige Rolle (Kfz-Mechaniker, Friseure, Flickschneider, Speiseeishersteller usw.). Am geringsten ist die Zahl der Selbständigen in den Bundesländern Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg, obwohl beide Bundesländer einen hohen Ausländeranteil haben (7,5% bzw. 9,1%) (von Löffelholz u.a., 1994:49f). Auch Ende 1999 lag die Selbständigkeitsquote der Ausländer in Baden-Württemberg unter dem Bundesdurchschnitt bei 6,2%, obwohl die ausländische Bevölkerung im Gegensatz zur deutschen eine etwas höhere Gründungsdynamik aufweist (Leicht u.a. 2001:31).

⁹ Thränhardt, S. 7: 1993 waren 31,4% der deutschen Haushalte mit 1 Kind, bei den ausländischen Familien waren es nur 13,3%. 7,9% der deutschen Haushalte hatten mehr als 2 Kinder, bei den Ausländern waren es 21,5% (Thränhardt 1995:8).



Grafik 3: Ausländische Selbständige in Westdeutschland 1992

Die höchsten Anteile an Selbständigen hatten nach Angaben des Statistischen Bundesamtes die Italiener (12,0%) und Griechen (11,8); trotz starker Zuwächse in den letzten Jahrzehnten findet man niedrige Anteile bei Türken (5,2%). (Statistisches Bundesamt, eigene Berechnungen Stand 2000). Im folgenden werden die genannten Gruppen etwas näher betrachtet, wobei die türkischen Selbständigen etwas ausführlicher dargestellt werden, weil diese – neben den Iranern - Gegenstand der empirischen Arbeit waren.

3.10.1 Italienische Selbständige

Die zahlenmäßig größte Gruppe unter den Selbständigen stellen die Italiener dar. Ende 1994 lebten 571.900 Italiener in Deutschland und stellten damit 8,2% der ausländischen Bevölkerung, wobei ihre Zahl 1995 auf 586.089 und ihre Quote auf 9,6% anstieg (Bericht 1995:15; Goldberg 1996:54). Mitte 1994 gab es unter den sozialversicherungspflichtig beschäftigten Ausländern (2,140.532) rund 202.000 italienische Arbeitnehmer (AID 3/95). Nach den Türken weisen die Italiener die größten Arbeitslosenquoten auf: 18,0% gegen Ende 1996 (AID 4/96). Im Land NRW gab es Ende 1994 ca. 144.300 Italiener (NRW 1996a). In Nordrhein-Westfalen betrug ihre Arbeitslosenquote 19,3% (Landesarbeitsamt NRW 1996). Gut 63% der italieni-

schen Erwerbstätigen sind Arbeiterinnen und Arbeiter (im Vergleich Türken: 82%) (Cornelsen 1996:151).

Wie erwähnt, gab es 1994 rund 45.000 italienische Selbständige. Dies sind knapp 17% der ausländischen Selbständigen (Sen 1996: 30). Sie liegen damit auch weit über der Selbständigkeitsquote der deutschen Bevölkerung. Interessant ist, dass auch die Selbständigkeitsquote in Italien selbst relativ hoch ist: 22,4% im Jahre 1989 (Pfeiffer 1994:40). Die Domäne der italienischen Selbständigen ist die Gastronomie, wo 33% der ausländischen Gaswirte Italiener sind (von Löffelholz u.a., 1994:45). Als Begründung für die überdurchschnittliche Selbständigkeit der italienischen Bevölkerung gibt von Löffelholz Nischenökonomie und die hohe Arbeitslosigkeit unter den Italienern an (von Löffelholz u.a., 1994:45). Dies ist eine etwas unzureichende Erklärung zumal die Arbeitslosenquote der türkischen Bevölkerung höher aber die Selbständigkeitsrate niedriger ist als bei den Italienern. Eine etwas niedrigere Selbständigkeitsquote mit 8,7% für Italiener ergab sich in Baden-Württemberg, obwohl sich ihre Quote bundesweit bei 12,0% befindet (s.o.).

3.10.2 Türkische Selbständige

Vor allem das Zentrum für Türkeistudien spielt eine Vorreiterrolle in der Erforschung der türkischen Ökonomie. 1990 gab es ca. 33.000 türkische Selbständige, die ein Gesamtinvestitionsvolumen von 5,7 Milliarden DM tätigten und einen durchschnittlichen Jahresumsatz von 25 Milliarden DM erwirtschafteten. Drei Jahr später waren es 37 000 Selbständige, welche über 135 000 Arbeitsplätze geschaffen hatten. Mittlerweile gibt es – nach Angaben des ZfT – 59.500 türkische Selbständige (Zentrum für Türkeistudien 2001). 1997 verkündete der FOCUS: „44 000 Osmanen sind derzeit hierzulande schon ihr eigener Chef.... In allen türkischen Großunternehmen arbeiten 70 bis 80 % Deutsche“ (FOCUS 23/1997). Die prekäre Arbeitsmarktlage scheint für die Türken eher ein Push-Faktor zur Selbständigkeit zu sein: „Der Druck des Arbeitsmarktes hat somit erheblich zum Entstehen einer speziellen „türkischen Ökonomie“ beigetragen.“ (Sen und Goldberg 1994:34).

Aber auch als Ausbildungsbetriebe gewinnen diese Betriebe mehr und mehr an Bedeutung (Czock 1989:313ff.). Doch darf bei den Beschäftigtenzahlen nicht vergessen werden, dass, wo „es sich in bestimmten Wirtschaftszweigen, in denen vor allem Familienmitglieder beschäftigt werden - wie bei den Deutschen auch - um ein gewisses Potential an Missbrauchsmöglichkeiten (handelt), insoweit nämlich, als hier eine Abfolge von Beschäftigung und Arbeitslosigkeit,

immer im gleichen (Familien-) Betrieb möglich ist und z.T. auch realisiert wird“ (Bender und Karr 1993:199).

Für die Stärke der türkischen (Groß-) Betriebe zählen „kostengünstige Produktion in der Türkei vereint mit deutschem Know-how in Verwaltung und Logistik“ (Focus 23/1997) zu den Ursachen.

Nach der vorgenommenen groben Branchengliederung ist der Handel, und zwar Einzel- und Großhandel, der bevorzugte Sektor der türkischen Selbständigen (s. Tabelle 3.1). Das Handwerk und das verarbeitende Gewerbe sind unterrepräsentiert, verzeichnen aber in den letzten Jahren infolge der zunehmenden beruflichen Ausbildung einen überdurchschnittlichen Zuwachs (Zentrum für Türkeistudien 2001:14). Somit scheinen die türkischen Unternehmer in alle Branchen vorgedrungen zu sein.

Tabelle 3.1: Branchenverteilung der türkischen Selbständigen in Deutschland (2000)

Wirtschaftsbereiche	Anzahl	Prozent
Verarbeitendes Gewerbe	1.700	2,9
Baugewerbe	1.600	2,7
Handwerk	5.300	8,9
Großhandel	3.800	6,4
Einzelhandel	21.800	36,6
Gastronomie	13.900	23,4
Dienstleistungen	11.400	19,1
Gesamt	59.500	100

Quelle: Zentrum für Türkeistudien 2001

Neben den kleinen Unternehmern/Selbständigen gibt es auch die großen Unternehmen: ihre Zahl wird – so Sen und Goldberg – auf 500 geschätzt. In der Lebensmittelbranche ist z.B. Aydin Yardimci (Köln) mit einem Umsatz von 130 Millionen DM sehr erfolgreich. Ahmet Aydin, Inhaber von ÖRSA-Holding, macht mit Geschäften in der Bau- Textil und Tourismus-Branche einen Umsatz von 290 Millionen DM. Vural Öger, Inhaber von Öger-Tour, erreichte durch Geschäfte im Bau- und Tourismussektor 250 Millionen DM (Sen und Goldberg 1994:38).

Tabelle 3.2: Die 10 erfolgreichsten türkischstämmigen Unternehmen in Deutschland

Name	Ort	Branche	Umsatz Mio. Mark	in Mitarbeiter
Öger Tours	Hamburg	Touristik	757	192
Santex-Moden	Aachen	Bekleidung	500	1352
Nazar Holiday	Düsseldorf	Touristik	287	80
HMB Bau AG	Halle	Bau	205	590
Interbrücke	Frankfurt	Industrieanlagen	160	24
Intex	Aschaffenburg	Textil Imp./Export	150	200
Marmara-Gruppe	Düsseldorf	Lebensmittel	120	100
Öztürk-Reisen	Frankfurt	Touristik	82	36
Titan-Fashion	Nürnberg	Textil	50	15
Beton Mark	Gevelsberg	Bau	30	200

Quelle: Zentrum für Türkeistudien / FOCIUS 23/1997

Ein neuer Mittelstand entwickelt sich: Ärzte, Lehrer, Sozialberater, aber auch Selbständige bilden mittlerweile einen türkischen Mittelstand: z.B. in NRW gibt es 128 türkische Sozialarbeiter und über 1000 hauptberufliche Lehrer türkischer Herkunft (Sen und Goldberg 1994:41).

Als Motivationsgründe werden höheres Einkommen und die Unabhängigkeit als selbständiger Unternehmer genannt, so Sen und Goldberg (1994:38): Die Selbstverwirklichung, die Arbeit in eigener Verantwortung, war und ist für viele Türken ein starker Anreiz zur Gründung eines eigenen Betriebes Nicht zu unterschätzen ist außerdem der soziale Aufstieg, der ihnen durch den „Rollenwechsel“ gelingt. Er stärkt nicht nur das Selbstbewusstsein der „Aufsteiger“, sondern bedeutet auch einen positiven Impuls für das Selbstverständnis der ganzen türkischen Bevölkerung in Deutschland“ (Sen und Goldberg 1994:38).

Konkurrenzdruck ist z.B. in der Lebensmittelbranche ein wichtiges Problem der türkischer Unternehmer, der nicht nur bei den Einzelhändlern sondern auch bei den Großhändlern auf dem Großmarkt ausgefochten wird: „In Form von Dumping-Preisen versuchen zahlreiche Händler, Konkurrenten vom Markt zu drängen (Sen und Goldberg 1994:39; Duymaz 1988). Von Solidarität kann kaum gesprochen werden, wobei es auch Versuche gibt diese, Einhalt zu gebieten, indem sich die türkischen Unternehmer zusammenschließen (Sen und Goldberg 1994:39).

Den Unternehmen fehlen „betriebswirtschaftliche Kenntnisse im administrativen Bereich. Fehlende Informationen über die Strukturen, die Zuständigkeiten der deutschen Institutionen, deren Beratungs- und Förderungsangebote sowie die institutionellen Verkettungen und rechtlichen Wege erschweren vielen Türken den Schritt in die Selbständigkeit“ (Sen und Goldberg

1994:40). Hierfür besteht seit 1992 eine Vermittlungsstelle für ausländischen Existenzgründer am „Zentrum für Türkeizentrum“ (Sen und Goldberg 1994:40).

Besonders in Marketing, in der Kundenberatung und in der Verwaltung arbeiten verstärkt Deutsche in türkischen Unternehmen, da kaum entsprechen ausgebildetes türkisches Personal vorhanden ist. So beträgt der Anteil bei einem der größten türkischen Reiseveranstalter, Nazar-Holidays, mehr als 60%. Doch klagen viele türkische Unternehmer über Personalmangel; Vorurteile auch deutscher Bewerber haben Einfluss auf diese Situation (z.B. bei Frauen patriarchalische Verhältnisse usw.) (Sen und Goldberg 1994:40f).

Einige Forscher gehen davon aus, dass die türkischen Unternehmen bis zum Jahr 2010 eine halbe Million neuer Arbeitsplätze in Deutschland schaffen werden (Focus 23/1997).

3.10.3 Griechische Selbständige

Ende 1994 lebten 355.000 Griechen im Bundesgebiet. Sie stellen 5,1% der ausländischen Bevölkerung dar (Bericht 1995:15). In Köln lebten Dezember 1996 7824 Griechen (4,25%) (Amt für Statistik Köln 1997). Ihr Anteil an den Arbeitslosen in Köln betrug 3,9% (Arbeitsamt Köln 1996). Zwischen 1975 und 1993 sank die Zahl der griechischen Erwerbstätigen um 27%, von 272.000 auf 200.000. Im gleichen Zeitraum stieg die Anzahl der türkischen Erwerbstätigen um 55% (Statistisches Bundesamt 1995:82). Auch für Griechen hat das Verarbeitende Gewerbe die stärkste Bedeutung mit ca. 52% aller griechischen Erwerbstätigen (Goldberg 1996:50). Der Brutto-Arbeitslohn lag bei den Griechen bei rund 15,28 DM (Goldberg 1996:51). Auch Griechen sind stark von Arbeitslosigkeit betroffen; Mitte 1996 betrug sie 17,8% (im Vergleich Türken: 22,5%; Spanier: 11,7%) (AID 4/96:8).

1992 gingen etwa 23 000 griechische Staatsangehörige in der Bundesrepublik einer selbständigen Erwerbstätigkeit nach; die Selbständigkeitsquote beträgt 11,6% und liegt damit über dem Durchschnitt der ausländischen Erwerbstätigen (von Löffelholz u.a., 1994:48; NRW 1996a:97). Auch wenn nicht klar ersichtlich ist, warum gerade Griechen für eine selbständige Erwerbstätigkeit prädestiniert sein sollen - von Löffelholz u.a. sprechen von einer „besonderen Präferenz für Selbständigkeit“ bei Griechen (1994:48) (s.a. Wiebe 1984) - ist der Tatbestand erklärungsbedürftig. Das Hauptbetätigungsfeld griechischer Selbständigen ist die Gastronomie, mit 14.000 Selbständigen (von Löffelholz u.a., 1994: 48). Interessant ist auch der Umstand, dass die Selbständigkeitsquote der Griechen in Griechenland europaweit die höchste darstellt (Pfeiffer 1994:39).

3.10.4 Selbständige aus dem ehemaligen Jugoslawien

Die Selbständigkeitsquote unter den Migranten aus Ex-Jugoslawien ist mit 3,4% bzw. 15.000 Personen die niedrigste; auf 1000 jugoslawische Einwohner kommen 23 Selbständige (BMW 1994:11f.; von Löffelholz u.a., 1994:48). Ein gutes Drittel der ex-jugoslawischen Selbständigen entfällt auf das Gastgewerbe. Der Anteil der im Lebensmittelgroß- und Einzelhandel selbständig Tätigen fällt im Vergleich zu Türken und Italienern gering aus (von Löffelholz 1994:49).

Auch wenn von Löffelholz u.a. den Grund hierfür in der Herkunft der Ex-Jugoslawen sehen - „Land mit einem zentralverwalteten Wirtschaftssystem“ - kann auch die relativ geringe Arbeitslosenquote der Grund der geringen Selbständigkeitsrate sein. Ähnliche Ergebnisse gibt es aus Dänemark. Auch hier steigen die Selbständigkeitsquoten für bestimmte Ethnien und für manche nicht: “The share of self-employed immigrants and descendents in Denmark has increased considerably over the years. This is particularly marked in some ethnic groups (Turks, Pakistanis and Iranians), although they are relatively enclosed due to sectoral specialisation. Some other ethnic groups still have only few self-employed, for example those from the Former Yugoslavia, although the percentage of business owners from The Former Yugoslavia is relatively small, the data does indicate that they choose different business lines compared with the other groups” (Barger und Rezae 1999:28).

Um zu beantworten, inwieweit warum die Rate bei Personen aus Ex-Jugoslawien gering ist und sie sich vor allem auf das Gastgewerbe konzentriert, bedarf es eingehender empirischer Arbeiten.

3.11 Empirische Forschungen und Ergebnisse aus Deutschland

Der Schritt in die Selbständigkeit der Ausländer wird als „eine Phase des unternehmerischen Emanzipationsprozesses gedeutet“ (Goldberg 1991:411). Die ausländischen Unternehmer schaffen nicht nur Beschäftigungsmöglichkeiten für ihre (mithelfenden, geringfügig oder sozialversicherungspflichtig beschäftigten) Familienangehörigen, sondern stellen darüber hinaus Arbeitsplätze für Personen aus ihrer eigenen Ethnie und anderen Migranten sowie für deutsche Erwerbspersonen bereit. Hierbei muß man in sektoraler, regionaler und berufs- wie tätigkeitsspezifischer Hinsicht differenzieren (von Löffelholz, Gieseck und Buch 1994:14).

Allgemein liegt in Deutschland wenig detailliertes Datenmaterial zur ethnischen Ökonomie vor. Insbesondere dann, wenn es um die Staatsangehörigkeit der selbständigen Ausländer

geht, verstärkt sich das Problem. Hauptquelle für eingehende Untersuchungen sind zum einen die statistischen Angaben der amtlichen Volkszählung vom 25. Mai 1987. Des weiteren werden laufend Zahlen im Rahmen des Mikrozensus vom Statistischen Bundesamt erhoben. In dieser Repräsentativerhebung im Querschnitt werden 1vH der Bevölkerung erfasst. Bedingt durch den allgemeinen Stichprobenfehler sind Zufallsschwankungen zu berücksichtigen.

Daneben liefert das sog. Sozio-Ökonomische-Panel (SOEP), das gemeinschaftlich durch das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) Berlin und dem Sonderforschungsbereich 3 „Mikroanalytisches Grundlagen der Gesellschaftspolitik“ der Universitäten Frankfurt a. M. und Mannheim entwickelt und durchgeführt wird, Datenmaterial zu den Einkommensverhältnissen und anderen sozio-ökonomischen Fragestellungen der Ausländer im allgemeinen und hierbei auch der ausländischen Selbständigen im Längsschnitt.

Enttäuschend sind die Angaben der IHK. Leider werden unter dem Hinweis auf datenrechtliche Bestimmungen Angaben zu den ausländischen Selbständigen und ihren wirtschaftlichen Aktivitäten verweigert. Trotz mehrmaliger Nachfrage konnten keine Informationen gewonnen werden, zumal wiederholt Desinteresse seitens der IHK bekundet wurde.¹⁰ Auch werden keine Zahlen über Anfragen und Kursteilnahme von Ausländern bezüglich der Kurse für Existenzgründungen geführt. Das von den Industrie- und Handelskammern (IHKs) in NRW ins Leben gerufene Projekt „FATIMA“ (Fachkräftequalifizierung von Akademikern Türkischer Herkunft in NRW – Integration als Mittel der Außenwirtschaftsförderung“ hat sich zum Ziel gesetzt, eine Analyse der türkischen Wirtschaft in NRW vorzunehmen. Sie soll Aufschluss geben über Branchen- und regionale Schwerpunkte, Unternehmensgröße, -strukturen und -formen sowie über die bisherige Integration türkischer Unternehmen in das nordrhein-westfälische Wirtschaftsleben. Daneben gibt es weitere regionale wie überregionale Projekte, die sich mit der Förderung der wirtschaftlichen Selbständigkeit von Ausländern beschäftigen.

Auffallend an den Forschungen in Deutschland ist, dass untersucht wird, inwieweit ausländische Selbständige stärker in andere Tätigkeitsbereiche, Branchen und Berufe vordringen können als bisher, und inwieweit sie zur Integration der Migranten in die deutsche Wirtschaft und Gesellschaft beitragen (vgl. Zentrum für Türkeistudien; Sen 1989; Wiebe 1984; von Löffelholz u.a., 1994).

Im folgenden werden die Hauptuntersuchungen zu ethnischem Unternehmertum in Deutschland vorgestellt. Die Angaben beanspruchen keine Vollständigkeit und sollen nur einen Überblick vermitteln.

¹⁰Persönlichen Gespräche mit Herrn Dipl. Vetter, Fachbereich Statistik und Herrn Nonnenbruch Fachbereich Existenzgrün-

Die ersten empirischen Arbeiten zu diesem Forschungsbereich wurden Anfang der 80er durchgeführt. Die ersten Arbeiten hierzu stammen von Wiebe für Kiel und Heller für Nürnberg. Eine etwas breitere Untersuchung wurde von Blaschke und Ersöz in Berlin durchgeführt. Diese erstreckte sich auf rund 30 Kleinbetriebe. Als Motive für die Selbständigkeit wurde zum einen das Streben nach Unabhängigkeit und Arbeitslosigkeit oder drohende Arbeitslosigkeit genannt (Blaschke und Ersöz 1987:66ff). Eine Affinität zur Selbständigkeit, niedriger Bildungs-, und Ausbildungsgrad waren weitere Ergebnisse (Blaschke und Ersöz 1987:158ff.) (s. Kapitel 3.3).

Weitere empirische Arbeiten wurden hierzu von Kahlert und Ising (1985) und Korte und Caliskan (1989) durchgeführt, die sich mit Unternehmertum in Gelsenkirchen beschäftigen. Aspekte der Untersuchungen sind hierbei: wirtschaftliche Integration der ausländischen Bevölkerung unter dem Blickwinkel von „Wachstum der Wirtschaft, für Job-Creation-Überlegungen, Beschäftigungsmöglichkeiten für ethnischen Gruppen und für die Wiederbelebung der Innenstadt“ (Kahlert und Ising 1985:3). Erstmals wird in dieser Untersuchung die Zahl der ausländischen Selbständigen mit 10.000 im Jahre 1981 und mit 17.000 für 1983 angegeben; zwischen 1974 und 1981 waren es - nach Kahlert und Ising - durchschnittlich 6.000 bis 7.000 Selbständige. Bei der Untersuchung von 1985 wurden 145 ausländische Geschäftsinhaber befragt. 1989 wurden 208 Betriebe untersucht (Caliskan 1989:22). Dabei wurden folgende Arbeitsschritte durchgeführt: Expertengespräche, eine Totalerhebung nach dem Branchenfernsprechbuch, Kartierung der Standorte, Begehung der Schwerpunkgebiete und Vervollständigung der Erhebungsgrundlage, Kontrolle und Ergänzung der Erhebungsgrundlage (Kahlert und Ising 1985:17). Dementsprechend ergab sich folgendes Bild: Italiener dominierten das Eis-Gewerbe, Gaststätten und Friseurläden; Griechen betrieben Flick- und Änderungsschneidereien; Türken betrieben vor allem Im- und Exportgeschäfte, Groß- und Einzelhandel mit Lebensmitteln und Reisebüros. (Kahlert und Ising 1985:20). Vor allem das Gastgewerbe, der Einzelhandel und das Handwerk waren stark vertreten in der Gelsenkirchner Untersuchung (Caliskan 1989:26). Auffallend ist der hohe Anteil an weiblichen Selbständigen mit 27%. Die meisten Selbständigen (61,9%) waren unter 45 Jahren (Caliskan 1989:27). 1/3 der Beschäftigten waren Familienangehörige (Caliskan 1989:32). In dieser Studie wird vor allem die ausländische Erwerbstätigkeit als ein „Zeichen für ihre wirtschaftliche sowie soziale Eingliederung“ in diese Gesellschaft gewertet und der Wert der Betriebe für den Arbeitsmarkt als sehr groß bezeichnet (Korte Caliskan 1989:34ff.).

Mehrere Studien hat das Zentrum für Türkeistudien (ZfT) in Essen durchgeführt. Ihre erste Arbeit legten sie 1989 für das ILO (International Labor Office) vor. In den folgenden Jahren folgten Studien für das Land NRW und den türkischen Arbeitgeberverband (TÜSIAD). Hauptaugenmerk der deskriptiven Studien des ZfT ist, den Integrationsbeitrag dieser Betriebe herauszuarbeiten. 1987 wurden in den Städten Dortmund, Duisburg und Essen 153 türkische Betriebe untersucht. Neben einem halbstrukturierten Fragebogen wurde mit sog. offenen Fragen gearbeitet (Zentrum für Türkeistudien 1987:6). Seitdem werden die Studien regelmäßig fortgeschrieben. Hierzu werden eigene telefonische Interviews durchgeführt: z.B. wurden für die jüngste Studie u.a. 1142 türkische Selbständige befragt (ZfT 2001:3). Generell weichen die Angaben des ZfT bezüglich türkischer Selbständiger erheblich von denen des Statistischen Bundesamtes und dem Mikrozensus ab: Während das Statistische Bundesamt die Zahlen für türkische Selbständige für das Jahr 2000 mit 41.000 angibt, errechnet das ZfT eine Gesamtzahl von 59.500. Wegen den geringen Fallzahlen des Mikrozensus wird die Aussagekraft der Zahlen des Statistischen Bundesamtes vom ZfT bezweifelt. Den Zahlen gemeinsam ist, dass ein Aufwärtstrend in der türkischen Ökonomie unverkennbar ist.

Eine mehr qualitativ orientierte Studie stammt von Bukow (1993). Insgesamt 28 qualitative Einzelfallstudien wurden unter zumeist türkischen Selbständigen („die zugleich am eindeutigsten diskriminiert“ werden (Bukow 1993:127)) durchgeführt, wobei die Studie keinen Anspruch auf Repräsentativität erhebt. Insbesondere solche Betriebe wurden untersucht, zu denen „bereits ein gewisses Vertrauensverhältnis bestand“, „zu denen bereits seit längerem und damit völlig ungeplante Kontakte aus dem alltäglichen Umgang, z.B. dem täglichen Einkauf oder Cafébesuch, bestanden“ (Bukow 1993:127). Für die Methode spricht Bukow von einer „biographisch zentrierten und self-orientierten Feldforschung“ (1993:126). So stellt er auch generell drei Phasen in der Lebensgeschichte der Befragten fest: die Startphase, Migrantenphase und eine Minoritätenphase. (1993:131). Schwierige psychische Lage, Diskriminierung, Sprachprobleme, Schwierigkeiten mit den Behörden zeichnen die Selbständigen aus, was in dem (erzwungenen) Rückzug in die eigene Ethnie endet (Minoritätenphase) (Bukow 1994:138). Die Betriebe werden generell als Tante-Emma-Läden bezeichnet. Als Hauptmotiv zur Betriebsgründung wird die Arbeitslosigkeit ausgemacht (Bukow 1994:134). Eine etwas kritisch zu bewertende Feststellung Bukows ist die über die Ethnisierung der Kundschaft. Entgegengesetzt anderer Studien - wie Duymaz 1990, Zentrum für Türkeistudien 1989, 1991, Caliskan 1989 - stellt Bukow fest: „Hinsichtlich der Kundschaft gibt es eine generelle Tendenz zurück zur eigenen Ethnie bzw. die andauernde Beschränkung auf die eigenen Leute“

(1994:142). Auch wird für die einheimischen Geschäftsleute beobachtet, dass diese die ausländischen Geschäftsinhaber „ignorieren“ würden (1994:140). Auch von einem sozialen Aufstieg für die Selbständigen kann nicht die Rede sein: es sei ein „Versuch, sich über Wasser zu halten“ (1994:140). Die Selbständigkeit ändere nichts an der Migrantenlage und sei durchgängig von primären Problemen des Einwanderers bestimmt. Es gehe um die Arbeitsplatzsicherung unter den Bedingungen erheblicher Diskriminierung“ (Bukow 1994:141). Dies widerspricht insbesondere den Annahmen und Feststellung z.B. von Goldberg und Sen (1993, 1994) und Sen (1996), die in den türkischen Selbständigen Zeichen für einen neuen Mittelstand sehen. Hierbei darf nicht vergessen werden, dass es wirklich einigen wenigen gelungen ist, zumindest wirtschaftlich aufzusteigen (die Frage, ob auch der soziale Aufstieg damit verbunden ist, kann hier nicht beantwortet werden).

Eine jüngere Arbeit stammt von v. Löffelholz, Gieseck und Buch (1994). Sie „untersucht die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der ausländischen Selbständigen unter besonderer Berücksichtigung von Entwicklungsperspektiven in den neuen Bundesländern“ und „eine umfassende und aktuelle Bestandsaufnahme der ausländischen Selbständigen in West- und Ostdeutschland nach sozioökonomischen Kriterien“ (1994:5). Es werden insbesondere Chancen zur Selbständigkeit unter arbeitsmarktpolitischen Aspekten erörtert. Diese Studie ist keine empirische Studie, sondern basiert auf Auswertung von statistischem Material und setzt sich z.T. kritisch mit den Angaben zu Umsatz, Investitionsvolumen, Beschäftigtenzahlen usw. des Zentrum für Türkeistudien auseinander und korrigiert diese z.T. erheblich nach unten.

Des Weiteren existieren lokale Studien von Hillmann zu türkischen Unternehmerinnen und Beschäftigte in Berlin (1998), eine Studie aus dem Rhein-Main-Gebiet von Pütz (2000), eine qualitative Studie aus Berlin von Pécout (2000) und eine Studie mit Aggregatdaten über „Ausländische Selbständige in Baden-Württemberg“ (2001).

Iranische Selbständige kommen in keins der Studien vor.

3.12 Zusammenfassung

Es können drei Hauptrichtungen in der Selbständigkeitsforschung von Migranten herausgestellt werden:

1) Kulturelle Traditionen: Dieses Modell geht davon aus, dass bestimmte Neigungen in der Ethnie zur Geschäftsaufnahme führen; wie z.B., dass sie härter, disziplinierter arbeiten und risikoorientiert sind; starke Verwandtschaftsbeziehungen, community-Abhängigkeiten ermöglichen Zugang zu Ressourcen (Kapital, billige Arbeitskräfte, vertrauenswürdige Kun-

den), welche andere nicht so leicht beschaffen können; Interesse, schnelles Geld zu verdienen und somit schnell in die Heimat zurückzukehren und der Wille härter zu arbeiten und mehr Risiko auf sich zu nehmen; oder sie beginnen mit materiellen Ressourcen (Kapital, frühere Geschäftserfahrungen, übertragbare Fertigkeiten), die ihnen einen Vorteil gegenüber Einheimischen verschaffen (Waldinger 1989:50).

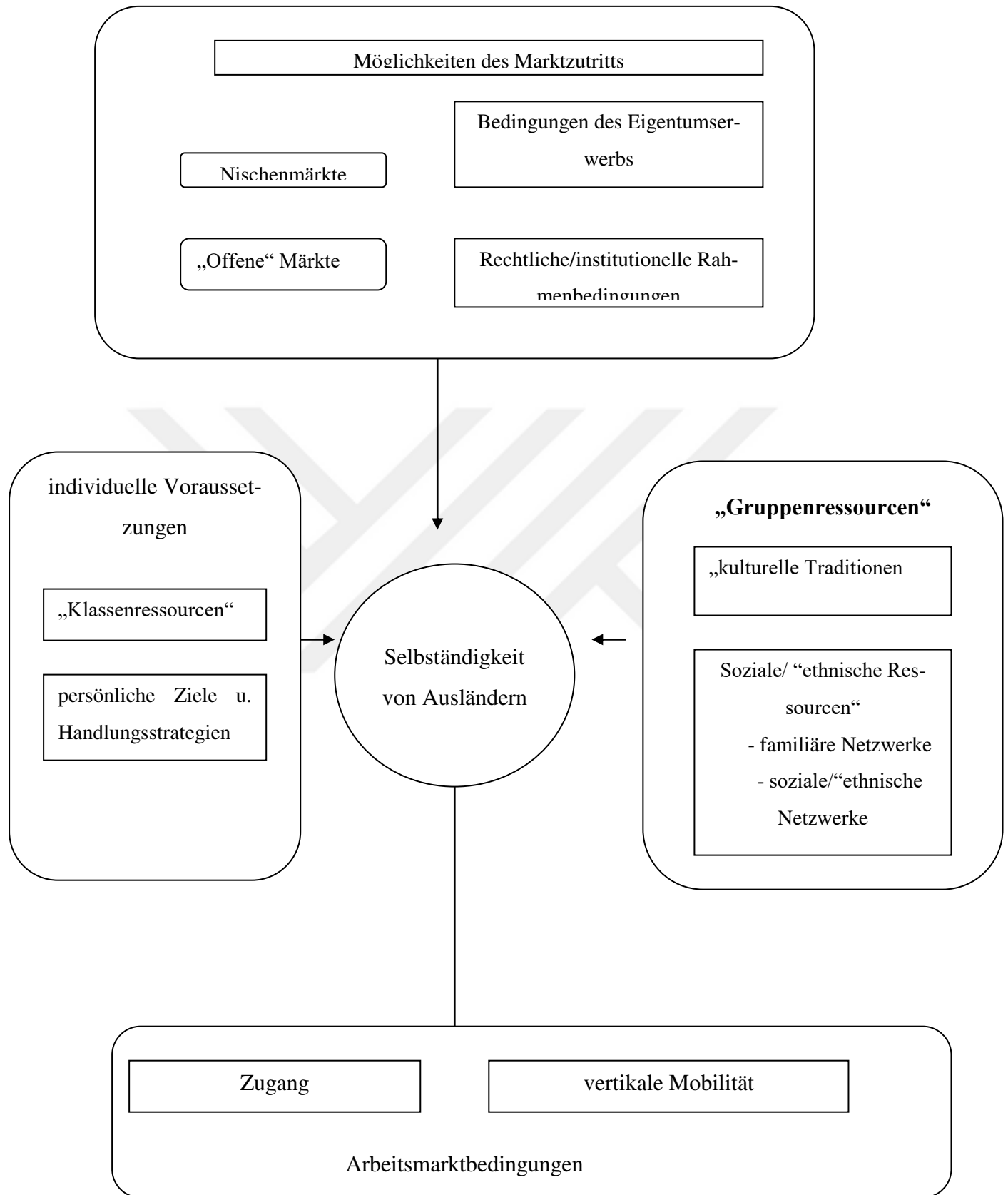
2) Opportunitätsmodell: Opportunitätsstrukturen gehen davon aus, dass Opportunitäten für ethnisches Unternehmertum in Industrien gebildet und hauptsächlich aufzufinden sind, wo der Eintritt einfach, aber die Risiken von Verlusten sehr hart sind; das Potential für die Entwicklung von Migrantengeschäft am größten ist, wenn leere Geschäftsräume vorhanden sind, in die Migranten folgen können.

Jedes von diesen oder beide Phänomene werden *negativ* beeinflusst durch: den niedrigen sozialen Status, geringere Gewinnperspektiven oder hohe Opportunitätskosten eines Kleinunternehmens bzw. durch das Vorhandensein von weiteren (einheimischen) Unternehmern; *positive* Einflüssen entstehen durch: Veränderungen in der ethnischen Zusammensetzung der Viertel: der Pool an lokalen einheimischen Unternehmern verringert sich; der natürliche Ausfall an hohem Anteil von kleinen Geschäften führt dazu, dass Leerräume entstehen, in die Migrantengeschäftsleute eintreten können (Waldinger 1989:51).

3) Das dritte Modell („Interaktionsmodell“) konzentriert sich auf die Interaktion zwischen Migranteneigenschaften und den Möglichkeiten, auf die sie stoßen. Es werden bestimmte Neigungen zum Unternehmertum vorausgesetzt, aber es wird angenommen, dass diese nicht von der Heimat mitgebracht wurden, sondern mehr reaktiver oder situationeller Natur sind; „business is not a way of life, but rather immigrants’ best way of making a living when life provides few alternatives.“ Hierbei kommt den verwandtschaftlichen Netzwerken und den community Neigungen, insbesondere bei der Rekrutierung von gelernten Arbeitskräften eine wichtige Schlüsselfunktion zu, „point out that these informal resources are particularly valuable in resolving the organizational strains inherent in a small business environment“ (Waldinger 1989:50ff.).

Schematisch können die Entklärungsansätze zum unternehmerischen Handeln von Ausländern/Migranten und Ethnien wie folgt zusammengefasst werden (s. Grafik 4):

Grafik 4: Schematische Darstellung der Erklärungsansätze



Quelle: Pütz 2000

4. Ausländische Bevölkerung in Deutschland

In diesem Abschnitt soll ein Überblick über die allgemeine soziale und ökonomische Situation der ausländischen Bevölkerung gegeben werden. Dies ist um so wichtiger, weil allgemeine Aufwärtsmobilitäten von Ausländern, auch im Hinblick auf ökonomische Selbständigkeit nicht verstanden werden können, wenn bestimmte Hintergrundinformationen nicht in Betracht gezogen werden. Es scheint, dass insbesondere durch die Erläuterung der ökonomischen Ausgangssituation – vor allem von bestimmten ethnischen Gruppen wie den Türken – die aktuelle Situation besser verstanden werden kann. Aus Rationalisierungsgründen stehen hierbei vor allem die Türken und Iraner im Vordergrund der Studie.

4.1 Geschichte der Migration

Auch wenn Deutschland im 19. Jahrhundert ein Auswanderungsland war, fällt es vielen, insbesondere politischen Verantwortlichen schwer zu akzeptieren, dass Deutschland ein Einwanderungsland geworden ist, auch wenn dies unter Wissenschaftlern eine Akzeptanz gefunden hat (Bade 1983, 1994; Korte 1987; Seifert 1995; Mammey 1987; Esser 1990).

Generell gibt es verschiedene Phasenmodelle für die Erklärung der Migration von Ausländern nach Deutschland nach dem 2. Weltkrieg. In der ersten Phase (1950-1960) kamen überwiegend Italiener als Saisonarbeiter im Gartenbau und in der Landwirtschaft (Kahlert und Ising 1985:11). Bis zum Bau der Mauer 1961 - ein entscheidender Einschnitt in der deutschen Geschichte - konnte der Arbeitskräftebedarf durch die Flüchtlinge aus der DDR gedeckt werden, doch schon 1961 wurden 500.000 offene Stellen gemeldet, aber nur ca. 180 000 arbeitslose Deutsche standen zur Verfügung. Im folgenden wurden mit der Türkei (1961), Marokko (1963), Portugal (1964), Tunesien (1965) und Jugoslawien (1968) Verträge abgeschlossen; es bestanden schon Verträge mit Italien (1955), Griechenland (1960) und Spanien (1960), um den wachsenden Bedarf an Arbeitskräften für die florierende deutsche Nachkriegsindustrie zu decken (Sen und Goldberg 1994:9; Kahlert und Ising 1985:11; Caliskan 1989:5f.). Ziel war es, hinreichend Arbeitskräfte zu bekommen. Die Wirtschaft zeichnete sich durch lohnintensive Produktionsmethoden (Fließband, Baugewerbe) aus. Dies machte es z.T. den ausländischen Arbeitnehmern schwer, sich anzupassen, weil viele der ausländischen Erwerbstätigen (insbesondere die weiblichen) in ihren Heimatländern keine industrielle oder handwerkliche Erfahrung besaßen, da die Entsendestaaten selbst keine Industrien besaßen, sondern Kleinbetriebe

und das Handwerk vorherrschten (Mehrländer 1973:74). Die Mehrzahl der Arbeitsmigranten hatte nur die Volksschule besucht und kam aus den Dörfern und Städten der Mittelmeerländer (Mehrländer 1973:48). Die meisten Türken stammten aus dem Süden und Osten der Türkei. Diese Regionen gelten als wirtschaftlich unterentwickelt (Sen und Goldberg 1994:12). Die wirtschaftliche Prosperität in der Türkei in den 60er und 70er Jahren führte viele Menschen aus den ländlichen Gebieten des Südosten in die Metropolen, wo sie das Heer der ungelernten Arbeiter bildeten (Sen und Goldberg 1994:13).

War die Funktion der ausländischen Arbeitnehmer in der 1. Phase die des Konjunkturpuffers (Kahlert und Ising 1985:12), so wurde die zweite Phase durch einen Konjunkturrückgang 1966/67 unterbrochen, was zu Arbeitslosigkeit und damit einem Rückgang der ausländischen Bevölkerung führte. Doch schon mit der Belebung der Konjunktur 1968 trat man in die dritte Phase der Migration ein: 2,5 Millionen Ausländer befanden sich zu diesem Zeitpunkt in Deutschland (Mammey 1990:66).

4.2. Ausgangslage in NRW

Die ausländische Bevölkerung in Deutschland ist regional sehr unterschiedlich verteilt. Im folgenden werden exemplarisch Daten zu Nordrhein-Westfalen, dem bevölkerungsreichsten Bundesland, wiedergegeben werden, weil sie generell ein repräsentatives Bild der Lage der ausländischen Bevölkerung in Deutschland geben und außerdem der Untersuchungsort (Köln) in diesem Bundesland liegt (Tabelle 4.1).

Während in den neuen Bundesländern vergleichsweise wenig ausländische Staatsangehörige zu finden sind (Ende 1999 lebten dort nur etwa 280.000 oder 3,8% aller in Deutschland lebenden Ausländer), wohnen in den Bundesländern Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg, Bayern und Hessen 71% aller Ausländerinnen und Ausländer (Statistisches Bundesamt 2001:12).

Ende 1999 lebten in NRW rund 17.999.800 Einwohner. Die Zahl der ausländischen Bevölkerung betrug Anfang 1995 in Nordrhein-Westfalen 1.914.000 (Ende 1999 waren es 2.044.600), wobei die Türken mit 667.000 Personen nach wie vor die größte Gruppe bildeten (1992 waren es 676.894).

Tabelle 4.1: Ausländer am 30.12.1980 bis 1994 nach Männern, Frauen und Kindern in NRW

Jahr	Ausländische Bevölkerung							
	Insgesamt		Davon					
			Männer ²⁾		Frauen ²⁾		Kinder ³⁾	
	Anzahl	% ¹⁾	Anzahl	% ⁴⁾	Anzahl	% ⁴⁾	Anzahl	% ⁴⁾
1980	1 377 606	8,1	598 959	43,5	390 289	28,3	388 358	28,2
1982	1 443 619	8,5	616 163	42,7	419 553	29,1	407 903	28,3
1984	1 324 183	7,9	563 198	42,5	403 330	30,5	357 655	27,0
1986	1 358 930	8,1	587 825	43,3	426 058	31,4	345 047	25,4
1988	1 358 676	8,1	564 474	41,5	459 764	33,8	334 438	24,6
1990	1 590 081	9,2	683 472	43,0	522 606	32,9	384 003	24,1
1992	1 812 264	10,3	791 231	43,7	599 523	33,1	421 510	23,3
1994	1 913 924	10,8	827 616	43,2	649 685	33,9	436 623	22,8

1) Anteil an der Gesamtbevölkerung - 2) Personen im Alter von 16 und mehr Jahren - 3) Personen im Alter von unter 16 Jahren - 4) Anteil an der ausländischen Bevölkerung.

Quelle: NRW (1996)

Die Datenlage zur iranischen Bevölkerung in Deutschland ist sehr dürftig. Ende 1999 lebten 116.446 iranische Staatsbürger in Deutschland (Statistisches Bundesamt 2001:17). Über eine Aufenthaltsberechtigung verfügten 10,6%, über eine unbefristete Aufenthaltserlaubnis 38,8% und im Besitz einer befristeten Aufenthaltserlaubnis waren 20,9%. Der Rest (10,3%) hatte einen unsicheren Aufenthaltstitel, wie Duldung, Bewilligung oder Befugnis. Während 23,2% der Türken über eine Aufenthaltsberechtigung verfügen, sind es bei den Iranern nur 10,6%. Dies bedeutet, dass nur 49,4% der iranischen Bevölkerung in Deutschland über einen sicheren Aufenthaltsstatus verfügt (Aufenthaltsberechtigung oder unbefristete Aufenthaltserlaubnis). Bei der regionalen Verteilung der Iraner z.B. zeigt sich, dass sich ca. 60% der Iraner auf folgende Bundesländer konzentrieren: 28,7% in NRW, 17,1% in Hessen, 11,2% in Hamburg (u.a. aufgrund des Handelszentrums für Importware) und 7,7% in Berlin

Während 1976 rd. 4500 Iraner in Nordrhein-Westfalen lebten, hatten sich 1992 etwa 30.000 in diesem bevölkerungsreichsten Bundesland niedergelassen. Aus den EU-Staaten stammten weitere 471.000 Personen. Fast zwei Drittel der ausländischen Einwohner Nordrhein-Westfalens über 10 Jahre lebten schon seit mindestens zehn Jahren in Deutschland. Dabei entfallen nur ca. 6% der Ausländerinnen und Ausländer auf die Altersgruppe „60 Jahre oder älter“; bei der deutschen Bevölkerungsteil sind es mehr als dreimal so viel (21 Prozent) (NRW 1996b:5f; Statistisches Bundesamt 2001:13).

Mehr als die Hälfte der Ausländer, die in NRW wohnen sind im Verarbeitenden Gewerbe tätig (Thränhardt u.a., 1994:77). Allein in NRW waren 1990 87% der Ausländerinnen als Arbeiterinnen tätig (Sen und Goldberg 1994:65).

Die durchschnittliche Arbeitslosenquote lag für Ausländer bei 17% (Arbeitsamt NRW 1996:8). Auch unter den Jugendlichen ist die Arbeitslosigkeit der ausländischen Jugendlichen hoch: 27% (6290) (Arbeitsamt NRW 1996:12).

Positive Entwicklungen gab es im Bereich der Ausbildung. Gemäß den Angaben des Landesamtes für Datenverarbeitung und Statistik NRW hat sich die Zahl der ausländischen Auszubildenden „seit der ersten Bestandsaufnahme im Jahre 1986 von damals 17.700 auf zuletzt 37.450 mehr als verdoppelt: 1994 besaß jeder neunte - 1986: jeder 28. Auszubildende eine ausländische Staatsangehörigkeit; im Handwerk (einschließlich handwerksähnlicher Betriebe) ist inzwischen jeder siebte Auszubildende - 1986: jeder 21. - ein Ausländer bzw. eine Ausländerin. 52 Prozent der ausländischen Azubis sind türkische Staatsangehörige, 13 Prozent stammen aus den Ländern des früheren jugoslawischen Staatsgebietes und 7 Prozent aus Italien (NRW 1996b:48). In den letzten Jahren gab es auch Bestrebungen, die ausländischen Unternehmen als Ausbildungsstätten zu gewinnen.

Problematisch ist insbesondere die Situation der türkischen Mädchen, die oft in die Rolle von Außenseiterinnen abgedrängt werden und keinen Zugang zu Ressourcen haben, was sich auch auf die Ausbildungssituation der Mädchen auswirkt (Boos-Nünning 1995).

Auch 1995 war die Bereitschaft zur Existenzgründung in NRW ungebrochen. Zwischen Januar und September 1995 meldeten knapp 121.000 Personen einen Gewerbebetrieb an; 1994 waren es 116.000), wobei die Zahl der Abmeldungen sogar leicht rückläufig war (98.800 gegenüber 100.500 im Vorjahr) (NRW 1996b:17).

Doch machte sich aber auch die negative konjunkturelle Entwicklung 1995 in den Zahlen der Insolvenzen bemerkbar, die mit 6.018 Fällen einen neuen Höchststand erreichte; gegenüber dem Vorjahr 1994 (5893 Insolvenzen) war ein Anstieg um 2,1 % zu verzeichnen. Dabei waren es 5.993 Konkursanträge und 25 eröffnete Vergleichsverfahren.

Drei Viertel der Insolvenzen betrafen Unternehmen. Spitzenreiter waren der Handel mit 1.187 registrierten Insolvenzfällen (-1,6 Prozent), gefolgt vom Baugewerbe mit 1.034 (+9,5 Prozent). Der Bereich „Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung beweglicher Sachen, Dienstleistungen überwiegend für Unternehmen“ war mit 885 (+2,8 Prozent) und das Verarbeitende Gewerbe mit 799 Insolvenzen vertreten (+1,8 Prozent). Insbesondere jüngere Unternehmen waren von den Insolvenzen betroffen; 76 % dieser Firmen hatten zum Zeitpunkt ihres Zusammenbruchs noch keine acht Jahre bestanden (NRW 1996b:18f.)

Es lässt sich leider nicht sagen, wie viele dieser Firmen ausländische Inhaber bzw. Mitunternehmer hatten. Doch darf angenommen werden, dass diese im Handel und im Dienstleistungsbereich stark vertreten waren.

5. Rechtliche Bedingungen

Vor allem rechtliche Restriktionen regulieren und reglementieren die gewerbliche Selbständigkeit von Ausländern. Im folgenden Abschnitt soll ein Überblick über allgemeine Bestimmungen des Gewerbe- und Ausländerrechts gegeben werden. Allgemein kann konstatiert werden, dass, je besser der ausländerrechtliche Status eines ausländischen Mitbürgers ist, desto einfacher es ist, einen Gewerbeschein zu erwerben.

Zusätzliche Zugangsbeschränkungen bestehen im Bereich des Handwerks. Häufig wird in diesem Bereich die im Ausland erworbene Qualifikation nicht anerkannt und ein deutscher Meistertitel vorausgesetzt. Dies führt dazu, dass zum einen diese Selbständigen nur in „handwerksähnlichen Bereichen“ (wie z.B. Schneidereien) arbeiten dürfen und keine Lehrlinge ausbilden dürfen.

5.1. Gewerbeordnung und Ausländerrecht

Grundsätzlich unterliegt die Aufnahme einer selbständigen Tätigkeit in der Bundesrepublik dem Grundsatz der freien Berufsausübung, die in Art. 12 GG garantiert wird. Da dieser ein sogenanntes Deutsches-Grundrecht ist, kann ein Ausländer sich nicht unmittelbar darauf berufen, seine Berufsfreiheit wird jedoch aus einer entsprechenden Anwendung des Art.2 Abs. 1 GG (Recht auf freie Entfaltung der Persönlichkeit, Handlungsfreiheit) abgeleitet. Dies hat erst im Januar 2002 das Bundesverfassungsgericht in seinem Urteil über die Berufsausübung eines muslimischen Metzgers bestätigt. Geregelt wird die Berufsfreiheit in einer ganzen Anzahl von Gesetzen und Vorschriften, insbesondere in der Gewerbeordnung (GewO). Gemäß § 1 GewO ist es jedem erlaubt, ein Gewerbe zu betreiben, wenn nicht durch ein Gesetz Ausnahmen oder Beschränkungen vorgesehen oder zugelassen sind. Eine solche Beschränkung kann in einer Auflage bestehen, mit der die für jeden Ausländer in Deutschland erforderliche Aufenthaltsgenehmigung versehen ist. Das Ausländergesetz – 1990 umfassend neu geordnet und seit 1991 in Kraft- lässt solche Auflagen zu, insbesondere unter dem geschichtlichen Hintergrund, dass die Einreise von Ausländern ja insbesondere für nichtselbständige Tätigkeiten geplant

war. Daher lautet eine der häufigsten Auflagen „Selbständige Erwerbstätigkeit oder vergleichbare unselbständige Erwerbstätigkeit nicht gestattet“. Zu den „vergleichbaren unselbständigen Tätigkeiten“ rechnet auch die Anstellung als Geschäftsführer.

Je nach Aufenthaltsstatus ist die Möglichkeit, diese Auflage aufheben zu lassen, oder erst gar nicht erteilt zu bekommen, unterschiedlich.

Man unterscheidet bei den Aufenthaltstiteln:

1. Aufenthaltsbewilligung: Wenn der Aufenthalt eines Ausländers nur vorübergehend ist (§ 28 AuslG). Jede Art von selbständiger und nicht-selbständiger Arbeit ist nicht gestattet. Sie wird z. B. ausländischen Studenten erteilt.

2. Aufenthaltsbefugnis, wird erteilt, wenn u.a. aus völkerrechtlichen oder dringenden humanitären Gründen die Einreise und Aufenthalt im Bundesgebiet erlaubt werden soll (§ 30 AuslG), wie z.B. bei Flüchtlingen und Asylbewerbern. In der Regel ist auch hier die Aufnahme einer selbständigen Tätigkeit nicht gestattet.

3. Aufenthaltserlaubnis, die zunächst befristet, bei Vorliegen der Voraussetzungen – insbesondere fünfjähriger ordnungsgemäßer Aufenthalt in Deutschland, finanzielle Absicherung ohne öffentliche Mittel, ausreichend Wohnraum, auch für die Familie sowie ausreichende Deutschkenntnisse – später unbefristet verlängert werden kann.

4. Aufenthaltsberechtigung nach mindestens achtjährigem rechtmäßigen Aufenthalt. Diese ist zeitlich und räumlich unbeschränkt und kann nicht mit Bedingungen oder Auflagen verbunden werden (§ 27 AuslG).

Tabelle 5.1: Aufenthaltsstatus der in Deutschland lebenden Ausländer (1999):

Insgesamt	7,3 Millionen Ausländerinnen und Ausländer	
Aufenthaltsberechtigung	824.000	11,2%
befristete Aufenthaltserlaubnis	1,8 Millionen	23,9%
unbefristete Aufenthaltserlaubnis	2,0 Millionen	27,6%
Aufenthaltsbewilligung	231.000	3,1%
Aufenthaltsbefugnis	174.000	2,4%
Duldung erteilt	302.000	4,1%

Quelle: Statistisches Bundesamt 2001 S. 19

Bürger aus EU-Staaten haben andere Aufenthaltstitel, die sich aus dem Aufenthaltsgesetz/EU ergeben. Diese sind aufgrund der EU-Vorschriften ohnehin gleich einem Inländer zur Aufnahme einer selbständigen Tätigkeit berechtigt.

Für Nicht-EU-Ausländer gilt der Grundsatz, dass es keine Zuwanderung zum Zwecke der Ausübung einer selbständigen Tätigkeit geben soll. Dieser Gesichtspunkt verliert jedoch an Gewicht, wenn es um die Zulassung der selbständigen Erwerbstätigkeit von Ausländern geht, die einen gesetzlichen Anspruch auf Erteilung und Verlängerung der Aufenthaltserlaubnis haben. Daher legt die Verwaltungsvorschrift zur Durchführung des AuslG unter Nr. 10.3.3.2.0. fest, dass eine selbständige Erwerbstätigkeit zu erlauben ist (d.h., eine einschränkende Auflage nicht zulässig ist), wenn es sich um einen Ausländer handelt, der eine unbefristete Aufenthaltserlaubnis oder Aufenthaltsberechtigung hat, mit einem deutschen Staatsbürger verheiratet ist, gem. Artikel 18 St.Übk ein Staatenloser mit Aufenthaltserlaubnis ist oder ein schweizer Staatsangehöriger ist. Weitere Fälle ergeben sich aus einzelnen Niederlassungsabkommen mit verschiedenen Staaten.

Wer nicht zu dieser Gruppe gehört, kann die Streichung der die selbständige Tätigkeit untersagenden Auflage beantragen. Der Maßstab für eine positive Bewertung ist aber ein „übergeordnetes wirtschaftliches Interesse oder besonderes örtliches Bedürfnis“. Zeichen hierfür können u.a. ein bestimmtes Investitionsvolumen, die Schaffung oder Sicherung einer beachtlichen Zahl von Arbeitsplätzen, die Verbesserung der Absatz- und Marktchancen bereits ansässiger Unternehmen, die Intensivierung des Wettbewerbes oder die Schließung einer örtlichen Versorgungslücke sein (von Löffelholz u.a., 1994:31).

Tabelle 5.2: Anträge von Ausländern aus Nicht-EG-Staaten auf selbständige gewerbliche Betätigung 1996

Nationalität	Anträge		Gewerbebezug									
	Insgesamt	Befürwortungen	Gastgewerbe		Einzelhandel		Groß- und Außenhandel		Verkehrsgewerbe		Sonstiges	
			in %		in %		in %		in %		in %	
Türkei	56	15	6	10,71	11	19,64	10	17,86	1	1,79	28	50,00
Iran	46	10	8	17,39	814	30,43	4	8,70	-	-	20	43,48
Jugoslawien*	38	16	16	42,19	2	5,26	4	10,53	-	-	16	42,11
China	27	6	6	22,22	2	7,41	6	22,22	-	-	13	48,15
GUS	19	7	-	-	-	-	10	52,63	2	10,53	7	36,84
USA	10	4	-	-	1	10	1	10,00	-	-	8	80,00
Polen	6	2	-	-	-	-	1	16,67	2	33,33	3	50,00
Afghanistan	7	2	2	28,57	3	42,86	-	-	-	-	2	28,57
Indien	5	1	3	60,00	-	-	1	20,00	-	-	1	20,00
Vietnam	5	1	1	20,00	2	40,00	-	-	-	-	2	40,00
Sonstiges	47	18	4	8,51	7	14,89	6	12,77	2	4,26	28	59,57
Insgesamt	266	82	46	17,29	42	15,79	43	16,17	7	2,63	128	48,12
*) Einwohner aus den Nachfolgesaaten Jugoslawiens						Quelle: IHKK - Jahresbericht 1996:104						

Generell wendet sich hierbei die Ausländerbehörde an die örtlichen IHK, wenn ihr Gutachten positiv ausfällt, wird die entsprechende Auflage gestrichen (s. Tabelle oben).

Im Handwerk ist die Eintragung in die Handwerksrolle erforderlich, wobei hier i.d.R. der Nachweis einer (deutschen) Meisterprüfung nötig ist. Auf diese wird nur dann verzichtet, wenn die Ablegung der Meisterprüfung eine unzumutbare Härte für den Betroffenen bedeuten würde. Dies gilt insbesondere dann, wenn der Antragsteller ein gewisses Alter überschritten hat. Hierüber entscheidet die Handwerkskammer. Ausnahmen gelten für EU-Ausländer, denen die EU-Handwerkskammer eine Erlaubnis erteilen kann, wenn die Tätigkeit eine gewisse Zeit ausgeübt wurde (Franz 1989:158)

Bei der Ausübung sog. handwerksähnlicher Tätigkeiten, wie z.B. Flick- und Änderungs-schneidereien sowie Speiseeishersteller, sieht die Handwerkskammer von einem entsprechenden Befähigungsnachweis ab.

Daneben bestehen Einschränkungen für Freiberufler wie Ärzte; Heilpraktiker, Apotheker und andere Berufe im Gesundheitswesen (Franz 1989:159ff.)

Aufgrund zunehmender Bestrebungen zur Integration der ausländischen Bevölkerung und steigendem wirtschaftlichen Interesse an Kleingewerbe bzw. Mittelstand wurden die institutionellen Restriktionen immer mehr zurückgenommen (von Löffelholz 1994:32). Da insbesondere in den 70er Jahren vor allem Türken nicht die ausländerrechtlichen Voraussetzungen für ein Gewerbe besaßen, mussten diese oftmals Dritte (u.a. Deutsche) als Mittelsmänner (Stroh-männer) engagieren, damit diese für sie das Gewerbe anmeldeten. Dies war natürlich ein Hindernis bei der erfolgreichen Etablierung und Konsolidierung des Unternehmens in der Gründungs,- und Aufbauphase (von Löffelholz 1994:32). Trotz dieser Verbesserung sind aber die ausländischen Betriebe von einer höheren Fluktuation betroffen (Duymaz 1988:71)

5.2. Zusammenfassung

Auch wenn im Laufe der Zeit Restriktionen – insbesondere auch über den Rechtsweg – zurückgenommen wurden, stellen rechtliche Bestimmungen, die sich insbesondere aus dem Ausländerrecht ergeben, Hürden für eine ungehinderte selbständige Tätigkeit dar. Es ist zu vermuten, dass dies auch mit ein Grund dafür ist, dass z.B. Türken im Vergleich zu EU-Bürgern (wie z.B. Italienern, Griechen usw.), zurückhaltender sind bei der Beantragung einer Gewerbe-erlaubnis, zumal diese nur zu 23,2% über eine Aufenthaltsberechtigung – den sichersten Aufenthaltstitel – verfügen. Weitere rechtliche Veränderungen sind durch das neue Zuwanderungsgesetz zu erwarten.

Am 01.01.2003 tritt das neue Zuwanderungsgesetz in Kraft. Durch die Übernahme von Aufenthaltsberechtigung und unbefristeter Aufenthaltserlaubnis in den neuen Status der Niederlassungserlaubnis wird sich für diesen Personenkreis vermutlich nichts wesentliches ändern; wie die Verwaltungsvorschriften für die Handhabung von Anträgen, die die selbständige Erwerbstätigkeit bei der befristeten Aufenthaltserlaubnis erstreben, sein wird, lässt sich z.Zt. noch nicht sagen. Neu ist, dass § 21 des neuen AufenthaltsG die Möglichkeit eröffnet, eine Aufenthaltserlaubnis, also auch eine erstmalige, erteilt zu bekommen, wenn „ein übergeordnetes wirtschaftliches Interesse oder ein besonderes regionales Bedürfnis besteht, die Tätigkeit positive Auswirkungen auf die Wirtschaft erwarten lässt und die Finanzierung der Umsetzung durch Eigenkapital oder eine Kreditzusage gesichert ist.“ Für die Feststellung dieser Voraussetzungen gibt das Gesetz weitere Anhaltspunkte, nimmt jedoch ein übergeordnetes wirtschaftliches Interesse an, wenn die Investition mindestens 1 Mio. Euro beträgt und mindestens

10 Arbeitsplätze geschaffen werden. Dies ist insofern eine Neuerung, als es nach alter Rechtslage selbst bei einer Großinvestition kaum möglich war, eine entsprechende Aufenthaltserlaubnis zu erteilen.



6. Untersuchungsdesign

Untersuchungsgegenstand sollten ethnische Betriebe sein. Hierzu wurden zwei Gruppen, Iraner und Türken ausgewählt. Da wenige deutsche Studien mit standardisierten Fragebögen oder nur mit Aggregatdateien arbeiten, konnte nur begrenzt auf andere (deutschsprachige) Studien und Fragestellungen zurückgegriffen werden (s. Kapitel 3.6). Forschungen aus den USA, welche im theoretischen Teil dieser Arbeit ausführlich dargestellt wurden, konnten nicht ohne weiteres auf hiesige Verhältnisse angewandt werden. Für die Operationalisierung der Fragestellung wurde ein standardisierter Fragebogen entwickelt: der Fragebogen wurde auf Deutsch verfasst (s. Anlage). Er ist eine Weiterentwicklung des Fragebogens aus den beiden Studien von Sanchez (1997) und Yavuzcan (1997). Die Antwortkategorien, die Iraner und Türken getrennt beantworten sollten, wurden doppelt etikettiert. Die Interviewer erhielten eine genaue Anweisung, wann diesbezüglich Fragen gestellt bzw. Eintragungen vorzunehmen waren.

Der Fragebogen sollte neben demographischen Variablen (Alter, Geschlecht, Bildung usw.) auch Fragen qualitativer Art beinhalten; Ziel war es, mehr Informationen über die ethnische Struktur und die Einstellung der Befragten zu bestimmten Themenkomplexen (Rückkehr, evtl. deutsche Staatsangehörigkeit, Gründe für die Selbständigkeit bzw. Gründe für Beschäftigung einer Person aus der eigenen Ethnie usw.) zu gewinnen.

Ende 2000 wurde ein Pretest für die iranischen Betriebe in Köln-Lindenthal durchgeführt. Auf ein Pretest unter Türken wurde verzichtet, weil der Fragebogen sich in der Feldforschung 1997 bewährt hatte und die Reaktionen und Probleme bezüglich der Änderungen und Ergänzungen zum Fragebogen auch aus den Erfahrungen aus dem Pretest mit den Iranern in den überarbeiteten Fragebogen einfließen sollten. Das Konzept war, iranische bzw. persischsprachige Interviewer zu Iranern und türkischsprachige Interviewer zu türkischen Geschäftsleuten zu schicken. Während des Pretestes ergab sich der Eindruck, dass die Bereitschaft iranischer Selbständiger, einem iranischen Interviewer Rede und Antwort zu stehen, sehr gering war. Nachfragen unter Iranern (Akademiker, Studenten, Selbständigen usw.) ergaben, dass die Furcht, vom iranischen Geheimdienst bespitzelt zu werden, in der iranischen Community sehr verbreitet ist und nachträgliche Verfolgungen durch iranische Institutionen befürchtet wurden. Aufgrund von Verfolgungen von iranischen Oppositionellen im Exil könnte der Eindruck erweckt werden, dass iranische Behörden u.a. die Bereitschaft der hier lebenden Iraner auszuakundschaften versucht, ob sie in den Iran zurückkehren wollen und wenn ja, wann usw. Um

nicht Unruhe in der iranischen Community zu schüren und den sicheren Ablauf der Feldforschung zu gewährleisten, wurden hauptsächlich deutsche Studenten und ein türkischer Student für Interviews durch Aushänge an der Universität Köln angeworben. Anschließend wurden beide Fragebögen überarbeitet.

Für den türkischen Untersuchungsbereich schien es nötig, den Fragebogen auch ins Türkische zu übersetzen (s. Anlage). Die Interviewer wurden aber angewiesen, die Interviews, soweit es geht, auf Deutsch zu machen und gegebenenfalls die türkische Übersetzung zu benutzen. Die deutschen und türkischen Interviewer wurden getrennt geschult.

6.1 Untersuchungsgebiet

Ziel dieser Arbeit konnte nicht eine Vollerhebung sein, darum musste nach bestimmten Kriterien eine Stichprobe gebildet werden. Dies erwies sich als äußerst schwierig, da weder beim Amt für Statistik, noch bei der IHK oder dem Arbeitsamt Köln Informationen und Daten über die ausländischen Selbständigen vorhanden waren. Allgemeine Statistiken über die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten oder der ausländischen Arbeitslosen waren zugänglich. Einen ersten Eindruck über die Vielfalt der türkischen Betriebe in und um Köln gab ein türkisches Branchenbuch bzw. war aus dem Literaturstudium bekannt, dass die türkischen Betriebe in rund 55 Teilbereichen der Wirtschaft tätig sind.

Es wurde nun beschlossen, möglichst viele verschiedenartige Betriebe (entsprechend Größe und Vielfalt) in die Interviews einzubeziehen. Aus der Untersuchung wurden zum einen türkische Banken ausgeschlossen, weil sie nicht originär Neugründungen der Arbeitsmigranten in Deutschland sind, sondern als Filialen großer, z.T. staatlicher Banken mit Zentrum in der Türkei arbeiten und ihr Personal z.T. aus der Türkei stammt. Außerdem wurden freiberuflich tätige Personen (Ärzte, Anwälte, Therapeuten usw.) nicht in diese Untersuchung einbezogen, weil aus US-amerikanischen Studien bekannt war, dass sich dieser Personenkreis wesentlich von den „einfachen“ Betriebsgründern unterscheidet (Bildung, Motivation, Betriebsstruktur usw.).

Als Untersuchungsgebiete wurden Stadtteile ausgesucht, wo die ethnische Ökonomie am augenscheinlichsten zu beobachten ist; dies sind insbesondere die Stadtteile, wo der Ausländeranteil sehr hoch ist; wie z.B. Mülheim, Kalk, Ehrenfeld, Nippes, Porz, Meschenich usw. Um Vergleichsgruppen bilden zu können wurden iranische wie türkische Betriebe befragt, die nicht in von Ausländern dominierten Gebieten ihr Geschäft haben (z.B. Rodenkirchen, Sülz usw.). Des weiteren wurde darauf geachtet, dass die Betriebe nicht nur links- bzw. rechtshei-

nisch liegen. Hierfür wurden vor allem die Stadtteile Ehrenfeld und Mülheim - ein Stadtteil im links- einer im rechtsrheinischen Teil Kölns - einbezogen; später kamen die Stadtteile Nippes, Vingst und Kalk hinzu. Außerdem wurden weitere Betriebe außerhalb dieser Stadtteile untersucht, die aus untersuchungstechnischen Gründen interessant erschienen; Betriebe, die nicht in einem ethnisch dominierten Teilgebiet agierten oder die nicht in einem der Stadtteile befragt werden konnten. Für zwei Untersuchungsgebiete wurden exemplarisch Karten angelegt, um das soziale wie wirtschaftliche Umfeld der Betriebe zu verdeutlichen und dem Leser Hilfen beim Verständnis zu geben (s. Anlage).

Hauptuntersuchungsort der früheren Untersuchung (1997) waren in Köln-Ehrenfeld das Einkaufsgebiet Venloer Straße und die angrenzenden Straßenzüge. Hierfür wurden alle Betriebe in diesem Gebiet auf einer Karte erfaßt, die auch die großen deutschen Betriebe und Einrichtungen zeigt (s.a. Anlage: Karte Ehrenfeld).

In Mülheim fiel erwartungsgemäß das Hauptaugenmerk auf die Keupstraße, denn diese Straße, die mancherorts als „Klein Istanbul“ bezeichnet wird, ist auch über die Stadtgrenzen hinweg bekannt. An ihr kann man eine starke „freiwillige Ghettoisierung“¹¹, die sich auch im Wirtschaften der Geschäfte niederschlägt, erkennen. Auch für die neue Untersuchung wurde eine kartographische Erfassung durchgeführt (zu den Ergebnissen und Entwicklung zwischen 1997 und 2002 später). Hier wurde insbesondere auf eine vollständige kartographische Erschließung Wert gelegt, um das Ausmaß der ethnischen Segregation und die Struktur der Betriebe zu verdeutlichen. Auf der Keupstraße finden sich 1997 auf über 700 Meter bzw. 0,023km² insgesamt 96 Betriebe. In Ehrenfeld gibt es 72 türkische Betriebe, die sich auf über 1750 m erstrecken bzw. 1,3 km² (s. Anlage: Kartographische Übersichtskarten).

Eine allgemeine Übersicht der Betriebe für 1997 in den oben genannten Stadtteilen (detaillierte Auflistung der Betriebe in den Stadtteilen siehe Anhang Karte zu Köln-Mülheim (Keupstraße) und Köln-Ehrenfeld gibt die unten aufgeführte Tabelle (s. Tabelle 6.1). Für Ehrenfeld wurden nur die großen Betriebe ausgewählt (s. Anlage: Übersicht der Einzelbetriebe von Köln-Ehrenfeld und Köln-Mülheim (Keupstraße)).

¹¹ „freiwillige Ghettoisierung“: (gewollte Konzentration auf Wohngebiete mit einem hohen Bevölkerungsanteil an Landsleuten). 1987 bevorzugten nur etwa drei Prozent in Wohngegenden zu leben wo keine bzw. nur eine geringe Anzahl von Deutschen wohnen (Kölner Statistische Nachrichten 1988:7).

Tabelle 6.1: Statistik-Übersicht der Branchen in den Stadtteilen Ehrenfeld und Mülheim (1997).

	Einzelhandel	Gastronomie	Dienstleistungen	Handwerk	Kulturelles	
Ehrenfeld	26	28	9	7	2	72
Keupstraße	35	24	17	2	5	83
Insgesamt	61	52	26	9	7	192

Abk.: t = türkisch, d = deutsch, s = sonstiger Nationalität

Im Gegensatz zu den türkischen Betrieben erwies sich das Auffinden von iranischen Betrieben als etwas schwierig. Konnte für die türkischen Selbständigen noch auf Erfahrungen aus der eigenen Studie und auf spezielle Branchenbücher zurückgegriffen werden, so war für die Iraner der erste Ansatz iranische Läden und Betriebe, die sich in Lindenthal im Bereich der Kölner Universität angesiedelt hatten (Copy Shops, Kioske, Restaurants usw.) aufsuchen und sich im Schneeballsystem weiterempfehlen zu lassen. Des weiteren konnte aus den Angaben der IHK zu den Namen der Inhaber auf mögliche iranische Inhaber geschlossen werden. Außerdem konnte aus persönlichen Erfahrungen geschlossen werden, dass sich Iraner u.a. auf bestimmte Branchen spezialisiert hatten (Teppiche, Pizzerien usw.). Des weiteren konnten aufgrund von Expertengesprächen und Insiderinformationen Kontakte zu iranischen Selbständigen geknüpft werden. Weil Iraner in Köln sich nicht in bestimmten Stadtteilen konzentrieren, war es wichtig möglichst viele in unterschiedlichen Stadtteilen zu interviewen (s. Kapitel 4.4)

6.2 Ausländer im Untersuchungsgebiet

Ende 2000 lebten in Köln 191.847 Ausländer, was in Relation zur gesamten Bevölkerung einen Anteil von 18,9% darstellt. Die größte Gruppe der ausländischen Bevölkerung stellen die Türken mit 75.567 Personen dar; sie machen 39,5% der ausländischen Bevölkerung aus. Zählt man die Personen, die sich seit 1993 einbürgern ließen, ergibt sich für Köln eine türkischstämmige Population von rd. 85.000. Ende 2001 lebten 5331 Iraner im Kölner Stadtgebiet. Der Anteil der Männer betrug 55,9%.. Des weiteren haben 1166 iranischstämmige Personen seit 1995 die deutsche Staatsbürgerschaft angenommen. Hierdurch erhöht sich die iranische Population in Köln auf rd. 6500.

Seit Jahren ist der prozentuale Anteil der ausländischen Bevölkerung steigend: waren es 1991 16,3%, sind es 1993 17,0% und 1996 rund 18,6% (Kölner Statistische Nachrichten 1991, 1993; Amt für Statistik K7öln 1997). Die räumliche Konzentration der ausländischen

Bevölkerung hielt auch in den 90ern an. Mit Ausnahme vom Stadtteil Altstadt Nord verstärkte sich die Konzentration der ausländischen Bevölkerung auch innerhalb der Stadtteile bzw. erhöhte sich der Anteil der Ausländer in diesen Stadtteilen; waren z.B. 1991 rund 41,0% der Bevölkerung von Meschenich Ausländer, so sind es 1996 ca. 47%, ähnliche Entwicklungen traten auch in Gremberghoven und Kalk ein (1991: 33,2%, 1996:36,% bzw. 1991:34,6%, 1996:36,%)) (Amt für Statistik Köln 1997). Auch in Ehrenfeld und Mülheim schritt die „Ethnisierung“ dieser Stadtteile weiter voran; waren 1991 rund 30% der Bevölkerung von Ehrenfeld Ausländer, so sind es 1996 fast 32%; in Köln-Mülheim waren es 1991 rund 26%, im Jahre 1996 beträgt der Ausländeranteil 30,2%.

Tabelle 4.2: Einwohner nach Haupteinreiseländern in bestimmten Stadtteilen am 31.12.1996

	Stadt Köln		Ehrenfeld		Mülheim		Neustadt Nord		Meschenich		Kalk	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Einwohner insgesamt	1011504		33859		41155		31394		7880		21168	
Deutsche	824354		23142		28718		24161		4156		13025	
Ausländer insgesamt	187150	18,5	10717	31,65	12437	30,22	7233	23,04	3724	47,26	8143	38,

Tabelle 4.3: Anteile nach Nationalitäten unter Ausländern insgesamt und nach ausgewählten Stadtteilen

Griechen	7824	4,2	644	6,01	404	3,25	392	5,42	25	0,67	134	1,65
Italiener	21438	11,5	1837	17,14	1122	9,02	976	13,49	76	2,04	1617	19,86
ehem. Jugoslawen	17978	9,6	1169	10,91	1350	10,85	724	10,01	359	9,64	789	9,69
Portugiesen	3490	1,9	308	2,87	90	8,02	311	4,30	48	1,29	88	1,08
Rest EU	14268	7,6	445	4,15	428	3,44	863	11,93	77	2,07	157	1,93
Sonstige	40956	21,9	1351	12,61	1601	12,87	1513	20,92	1622	43,56	931	11,43
Spanier	2931	1,6	174	1,62	153	1,23	177	2,45	7	0,19	71	0,87
Türken	78215	41,8	4789	44,69	7289	58,61	2277	31,48	1510	40,55	4356	53,49

Quelle: Amt für Statistik und Europaangelegenheiten - Strategisches Informationssystem Köln

Auch wenn keine statistischen Zahlen auf Stadtteilebene für Iraner zu ermitteln sind, lässt sich eine Konzentration der iranischen Population auf bestimmte Stadtbezirke erkennen: Fast die Hälfte der iranischen Bevölkerung lebte in drei Stadtbezirken Kölns: 22,5% im Stadtbezirk

Lindenthal, 13,7% in Porz und 12,4% in Rodenkirchen¹² Diese zählen zu den Stadtbezirken in Köln, wo der Ausländeranteil relativ gering ist (Kölner Statistische Nachrichten 1993:14).

Zu bedenken ist, dass die demographische Struktur der ausländischen Bevölkerung in Köln sich derer der Deutschen annähert: die Zahl der geborenen ausländischen Kinder (1992: 2.557) ist über die Jahre konstant und der Altersaufbau (starke Zunahme der 55 - 69-jährigen) gleicht sich allmählich dem der Deutschen an (Kölner Statistische Nachrichten 1993). Auch der Geburtsort der jungen ausländischen Bevölkerung unterscheidet sich nicht mehr von dem der Deutschen: 70% der ausländischen und deutschen Kölner unter 18 Jahren sind in Köln geboren (Kölner Statistische Nachrichten 1993).

Auf dem Arbeitsmarkt ist eine ähnliche Entwicklung eingetreten. Verstärkt fassen auch Frauen auf dem Arbeitsmarkt Fuß und die 2. Generation drängt auf den Arbeitsmarkt.

Als problematisch z.T. gravierend erweist sich in Köln die allgemeine Arbeitsmarktlage der Ausländer. 56.408 Arbeitslose gab es in Köln Ende 1996. Die Arbeitslosenquote betrug 12,4% (Arbeitsamt Köln 1997). Insbesondere in den Stadtteilen, wo die Arbeitslosenquote über dem Durchschnitt der Stadt liegt, ist auch der Anteil der ausländischen Bevölkerung hoch bzw. über der Durchschnitt im Stadtgebiet (s. Tabelle unten).

¹² Angaben des Amtes für Stadtentwicklung und Statistik (2002) auf persönliches Anfragen des Autors.

Tabelle 4.4: Arbeitslosigkeit in Kölner Stadtbezirken am 31.12. 1996

Stadtbezirke	Arbeitslose			Ausländeranteil a
	insgesamt	(abhängig zivile Erwerbstätige)	Quote	Einwohnerzahlen
Innenstadt	8 556	67 762	12,6	23,3
Rodenkirchen	4 191	41 806	10,0	14,8
Lindenthal	4 697	59 359	7,9	11,4
Ehrenfeld	6 451	43 689	14,8	21,5
Nippes	5 881	49 437	11,9	20,3
Chorweiler	4 378	33 956	12,9	19,1
Porz	5 167	49 729	10,4	14,9
Kalk	7 737	47 322	16,3	23,0
Mülheim	8 959	62 313	14,4	18,6
Stadt Köln	56 408	455 372	12,4	18,5

Quelle: Amt für Statistik, Einwohnerwesen und Europaangelegenheiten - Strategisches Informationssystem (1996) und eigene Berechnungen

Auch wenn sich die allgemeine Arbeitsmarktlage in Köln Ende der 90er entspannt hat, sind immer noch durchschnittlich viel mehr Ausländer von Arbeitslosigkeit betroffen als Deutsche: Die allgemeine Arbeitslosenquote betrug Ende 2000 11,7%. Bei den Deutschen lag sie bei 9,7%, aber bei den Ausländern bei 21,8% (Arbeitsamt Köln 2002). Stellenweise liegt die Arbeitslosenquote der Ausländer in den verschiedenen (benachteiligten) Stadtbezirken im Vergleich zu den Deutschen um ein dreifaches höher: Innenstadt für Deutsche 10,4%, Ausländer bei 17,4%; Ehrenfeld 11,3% für Deutsche, Ausländer bei 23,2%; Chorweiler für Deutsche 8,9%, Ausländer bei 24,9% und Porz für Deutsche 8,8%, Ausländer 25,2% (ebd.). Das Wohnen in benachteiligten Wohngebieten (Arbeitslosigkeit und steigende Armut) führt dazu, dass die Billigung abweichender Verhaltensweisen, insbesondere solcher, die eine Aggression gegen Personen aufweisen, steigt (Friedrichs, 2000:195).

Trotz steigender Sprachkenntnis, besserer Ausbildung, allgemein gesprochen geleisteter Integrationsleistungen besteht oftmals in der (vor allem politischen) Öffentlichkeit der Eindruck, dass Ausländer, insbesondere Türken in Deutschland wenig integriert sein. Dem liegt zum Teil ein falsches Verständnis von Integration vor, das Integration mit Assimilierung gleichsetzt. Zum anderen aber werden bestimmte strukturelle Probleme übersehen. Wie in diesem Kapitel ausführlich dargestellt wurde, sind insbesondere Ausländer der 1. Generation von den wirtschaftlichen Umwälzungen der letzten Jahrzehnte am schwersten betroffen gewesen. Die zweite Generation hat zwar erhebliche Lücken in Ausbildung und Sprachkenntnissen

der Vätergeneration schließen können, leidet zum einen unter Diskriminierungen, allgemeinen wirtschaftlichen Problemen, aber auch unter der Segregation und Konzentration der eigenen Ethnie in bestimmten Stadtvierteln deutscher Großstädte (z.B. Berlin-Kreuzberg, Duisburg-Marxloh, Köln-Mülheim usw.), die oftmals durch Arbeitslosigkeit und steigende Armut gekennzeichnet sind.



6.3 Operationalisierung der Annahmen über ethnische Betriebe bzw. ethnischer Arbeitsmarkt

Nach Light beinhaltet die ethnische Ökonomie ethnische Selbständige und ihre co-ethnischen Beschäftigten (Light 1993:581). Somit ist ein Ausgangspunkt der Untersuchung die Nationalität der Betriebsinhaber, wobei auch Personen mit einbezogen wurden, die später die deutsche Staatsangehörigkeit übernommen haben und Mitarbeiter, die Nicht-Türken sind. Der Arbeitsmarktaspekt stand unter der Frage „ob bestimmte ethnische Netzwerke bestehen und wie sie beschaffen sind.“ Hierbei war wichtig, wie Geschäftsinhaber zu Mitarbeitern kommen bzw. umgekehrt, wie z.B. Türken zu einer Arbeit in einem ethnischen Betrieb gelangen: ob es bestimmte Personen oder Institutionen gibt, die Arbeitskräfte vermitteln oder Anbieter und Nachfragende zusammenbringen.

Wichtig war auch zu erfahren, inwieweit die ausländischen Selbständigen und Mitarbeiter an eine Rückkehr denken; auch unter dem Aspekt der „Sojourner“-These von Bonacich (1973 und 1980) (s. Kapitel: 3) aber auch, um den möglichen Werdegang dieser Betriebe zu beurteilen.

6.4 Die Umfrage und das Datenmaterial

Insgesamt wurden 206 türkische und 108 iranische Betriebsinhaber anhand des standardisierten Fragebogens befragt. Ausgesprochen hoch war die Bereitschaft der Selbständigen, die Fragen zu beantworten. Als außerordentlich nützlich erwies sich das Anschreiben des Betreuers dieser Arbeit (Prof. Dr. Jürgen Friedrichs), das ins Türkische übersetzt wurde (s. Anlage: Anschreiben Deutsch und Türkisch) und als Grundlage für etwaige Informationen und mögliche Nachfragen diente. Des weiteren wurden alle Interviewer mit Interviewerausweisen ausgestattet. Telefonische Nachfragen ergaben sich kaum. Anfängliche Unsicherheiten entstanden aufgrund des Eindrucks, evtl. das Finanzamt oder die Gewerbeaufsichtsbehörde wolle sich informieren. In der Schulung wurden die Interviewer auf dieses Problem aufmerksam gemacht. Strategien wurden entwickelt um möglichen Problemen zu begegnen. Auch war von großem Nutzen, dass die Interviews (bei den türkischen Inhabern) von einem Muttersprachler bzw. Türken durchgeführt wurden. Sobald deutsche Interviewer bzw. in Deutschland akkulturierte Interviewer eingesetzt wurden, ergaben sich Probleme in der Kommunikation.

6.5. Entwicklungen und Veränderungen zwischen 1997 und 2002

Für die Studie aus dem Jahre 1997 wurden die türkischen Betriebe für die Stadtteile Köln-Ehrenfeld und Köln-Mülheim (Keupstrasse) kartographisch erfasst (s. Tabelle 6.2). Auch für diese Studie schien es nützlich, diese noch einmal zu erfassen, um evtl. Veränderungen dokumentieren zu können (s. Tabelle 6.3).

Betrachtet man beide Tabellen näher ergeben sich erhebliche Veränderungen und Verschiebungen. Waren noch 1997 auf der Keupstraße noch 7 deutsche Geschäfte, die zum Einzelhandel zu zählen sind, so ist 2002 kein deutsches Geschäft in diesem Bereich tätig. Waren noch vier gastronomische Betriebe in deutscher Hand, so die 2002 nur noch eine deutsche Kneipe, die von einem deutschen geführt wird. Hat sich der Dienstleistungsbereich 2002 unter den türkischen Geschäften expandiert, was vor allem auf die Neugründungen von Reisebüros zurückzuführen ist, hat dies den deutschen Bestand kaum verändert; waren 1997 fünf deutsche Betriebe in diesem Bereich tätig, so sind es 2002 vier Betriebe. Leicht expandiert hat der Handwerksbereich. Fast Konstant ist der Bereich „Kulturelles“ geblieben. Noch immer haben die religiösen Zentren ihren Platz in der ethnischen Enklave. Auf den ersten Blick scheint sich der Bestand insgesamt nur um einen auf 108 Betriebe erhöht zu haben. Doch ist ein etwas mehr an leeren Geschäftsräumen zu verzeichnen. Dieser scheinbare Widerspruch löst sich dadurch auf, dass einige neue Geschäftsräume neu erschlossen wurden (insbesondere in einem Hinterhof existieren jetzt drei weitere Geschäfte) und andere Ladenlokale wurden geteilt, so dass sich jetzt zwei Kleinbetriebe dort befinden. Der Bestand an sich könnte sich weiterhin vergrößern, weil in einigen Geschäftslokalen Umbau arbeiten durchgeführt werden. Von 21 deutschen Betrieben sind 2002 nur noch sieben übriggeblieben. Vier Betriebe, die anderen Nationalitäten gehörten, sind gänzlich verschwunden bzw. sind ganz in türkische Hand übergegangen. Die Verteilung nach Branchen, spiegelt weitestgehend die Struktur türkischer Kleinbetriebe wieder: 43% Einzelhandel, 25% Gastronomie, 5% Handwerk und 4% Kulturelles (2002).

Durch den Wegzug deutscher Kleinbetriebe scheint vor allem der Einzelhandel profitiert zu haben, waren 1997 35 türkische Betriebe im Einzelhandel beschäftigt, so sind es jetzt 43. Wobei in dieser Branche vor allem die Juweliere zahlenmäßig zugenommen. Aber auch der Dienstleistungsbereich hat 17 auf 23 Betriebe expandiert. Hier konnten vor allem Reisebüros zulegen. Auch wenn die Branche der Gastronomie zahlenmäßig gleichgeblieben zu sein scheint, ist dieser Bereich vor allem Schwankungen ausgesetzt gewesen. Hier haben vor allem die Restaurants ausbauen können.



Tabelle 6.2: Tabelle zur Darstellung „Keupstraße (1997)“

Einzelhandel	t	d	a	Gastronomie	t	d	a	Dienstleistung	t	d	A
Musikgeschäft	3	-	-	Türkische Pizzeria	2	-	-	Reisebüro	7	-	-
Elektrogeschäft	3	-	-	Restaurant	1	-	-	Übersetzungsbüro	2	-	-
Kiosk	3	3	-	Steh-Imbiß	3	-	-	Lohnsteuer-/ Buchhaltungs-/ Sachbearbeiterbüro	3	-	-
Getränk Laden	-	1	-	Imbiß & Cafe	1	-	-	Asiatischer Kampfsportverein	1	-	-
Lebensmittelgeschäft	5	-	-	Türkisches Cafe	8	-	-	Immobilien- / Makler- / Werbeagentur	4	-	-
Textilgeschäft/Boutik	8	-	-	Bäckerei/Konditorei	3	1	-	Info-Büro	-	1	-
Juwelier	5	-	-	Kneipe	4	3	-	Druckerei	-	1	-
Export-Import-Geschäft	6	-	-	Gaststätte	1	-	-	Zahnarztpraxis	-	-	1
Buch- u. Schreibwarengeschäft	1	-	-	Supermarkt	1	-	-	Fahrschule / Kfz-Zulassung / Kfz-Sachverständiger	-	1	-
Ledergeschäft	-	1	-					Vereinslokal	-	-	-
An- und Verkauf	-	-	1					Versicherungsbüro	-	1	-
Apotheke	-	1	-					Anwaltskanzlei	-	-	-
Computergeschäft	-	-	-					Städt.-Karitat. Einrichtung	-	-	-
Handy-/Telefonladen	-	-	-					Hausaufgabenhilfe	-	-	-
Dekoration und Porzellan	-	-	-								
Blumengeschäft	-	1	-								
Brautausstattung	-	-	-								
Gebrauchtmöbel	1	-	-								
Gesamt	35	7	1	Gesamt	24	4	2	Gesamt	17	4	1

Handwerk	t	d	a	Kulturelles	t	d	a	Alle Branchen	t	d	a	Total
Schneiderei	1	-	-	Moschee	4	-	-	Einzelhandel	35	7	1	43
Friseur	1	-	-	Verein	1	-	-	Gastronomie	24	4	2	30
Kfz-Werkstatt	-	2	-					Dienstleistung	17	4	1	22
Fenster	-	1	-					Handwerk	2	5	0	7
Schuster	-	1	-					Kulturelles	5	1	0	5
Schreiner	-	1	-					Leere Geschäftsräume				3
Gesamt	2	5	0	Gesamt	5	0	0	Gesamt	83	21	4	111

Tabelle 6.3: Tabelle zur Darstellung „Keupstraße (2002)“

Einzelhandel	t	d	a	Gastronomie	t	d	a	Dienstleistung	t	d	a
Musikgeschäft	2	-	-	Türkische Pizzeria	1	-	-	Reisebüro	11	-	-
Elektrogeschäft	2	-	-	Restaurant	5	-	-	Übersetzungsbüro	2	-	-
Kiosk	4	-	-	Steh-Imbiß	3	-	-	Lohnsteuer-/ Buchhaltungs-/ Sachbearbeiterbüro	2	-	-
Getränk Laden	1	-	-	Imbiß & Cafe	-	-	-	Asiatischer Kampfsportverein	-	-	-
Lebensmittelgeschäft	4	-	-	Türkisches Cafe	6	-	-	Immobilien- / Makler- / Werbeagentur	1	-	-
Textilgeschäft/Boutik	7	-	-	Bäckerei/Konditorei	3	-	-	Info-Büro	-	-	-
Juwelier	8	-	-	Kneipe	5	1	-	Druckerei	-	1	-
Export-Import-Geschäft	5	-	-	Gaststätte	-	-	-	Zahnarztpraxis	-	1	-
<i>Buch- u. Schreibwarengeschäft</i>	-	-	-	Supermarkt	2	-	-	Fahrschule / Kfz-Zulassung / Kfz-Sachverständiger	3	1	-
<i>Ledergeschäft</i>	-	-	-					<i>Vereinslokal</i>	1	-	-
<i>An- und Verkauf</i>	-	-	-					Versicherungsbüro	1	1	-
<i>Apotheke</i>	-	-	-					<i>Anwaltskanzlei</i>	1	-	-
Computergeschäft	1	-	-					<i>Städt.-Karitat. Einrichtung</i>	-	1	-
Handy-/Telefonladen	3	-	-					Hausaufgabenhilfe	1	-	-
Dekoration und Porzellan	1	-	-								
Blumengeschäft	1	-	-								
<i>Brautausstattung</i>	2	-	-								
Gebrauchtmöbel	1	-	-								
Gesamt	43	0	0	Gesamt	25	1	0	Gesamt	23	5	0

Handwerk	t	d	a	Kulturelles	t	d	a	Alle Branchen	t	d	a	Total
Schneiderei	1	-	-	Moschee	3	-	-	Einzelhandel	43	0	0	43
Friseur	2	-	-	Verein	1	-	-	Gastronomie	25	1	0	26
Kfz-Werkstatt	1	-	-					Dienstleistung	23	5	0	28
Fenster	1	-	-					Handwerk	5	1	0	6
Schuster	-	1	-					Kulturelles	4	0	0	4
Schreiner	-	-	-					Leere Geschäftsräume				9
Gesamt	5	1	0	Gesamt	4	0	0	Gesamt	100	7	0	116

Anmerkungen:

Branchenzweige, die in einem Jahr nicht vertreten sind, wurden kursiv gesetzt.

Die in „Alle Branchen“ in Gegenfärbung herausgehobenen Zahlen berücksichtigen nur die belegten Geschäfte, ergeben also die Gesamtsumme aller Geschäfte ohne die leerstehenden Geschäftsräume.

7. Determinanten ausländischer Selbständigkeit

Im Mittelpunkt dieses Kapitels steht die Analyse einiger sozio-demographischer Korrelate mit der Selbständigkeit von ausländischen Migranten. Bei den betrachteten sozio-demographischen Merkmalen handelt es sich um das Geschlecht, das Alter, die Bildung, religiöse und ethnische Zugehörigkeit. Ziel dieses Abschnittes kann es nicht sein, eine Theorie für die unterschiedliche Ausformung an ethnischem Unternehmertum zwischen den betrachteten Gruppen zu liefern. Es soll lediglich deskriptiv der Frage nachgegangen werden, wie die Sozialstruktur der zwei Ethnien beschaffen ist und wie weit sie sich voneinander unterscheiden. Da dies hinsichtlich unterschiedlicher Dimensionen des Unternehmertums geschieht, die in dieser Form im deutschsprachigen Raum bisher nicht verwendet wurden, wird dabei besonderen Wert auf den Vergleich mit anderen bisher allgemein akzeptierten Korrelaten des Unternehmertums gelegt. Einige Ergebnisse scheinen hierbei recht bemerkenswert. Zum Abschluss dieses Abschnitts soll auf individuelle Präferenzen bei der Gründung eines Betriebes.

Die allgemeinen Angaben zu der Zusammensetzung der Stichprobe – entsprechend Geschlecht, Alter, Schul- und Ausbildung, beruflicher Stellung des Vaters im interethnischen Vergleich – dienen als Vorbereitung auf die folgenden empirischen Analysen.

7.1 Sozio-demographische Merkmale

Unter den 314 befragten Personen liegt der Anteil der Frauen bei 15,6%. Wie Tabelle 7.1. zeigt, variiert dieser Anteil allerdings bei den zwei Unternehmergruppen. Während er bei den Türken unter dem Durchschnitt liegt, liegt er bei den Iranern über diesem. Auch im Bezug auf das Alter können signifikante Unterschiede zwischen den beiden Gruppen beobachtet werden.

Ein Vergleich der Altersstruktur unserer zwei Gruppen zeigt, dass sich die Iraner gegenüber den Türken vor allem durch einen sehr hohen Anteil 35-49-jähriger und einen geringen Anteil an 18-34-jährigen auszeichnen. Dementsprechend liegt auch der Mittelwert bei den iranischen Selbständigen beim Geburtsjahr 1957; bei den Türken bei 1963. Demnach ist die türkische Untersuchungsgruppe wesentlich jünger als die iranische. Dies könnte damit zusammenhängen, dass die Hauptmigrationswelle aus Iran Anfang der 80er lag; Türken aber migrierten schon seit Anfang der 60er als Arbeitsmigranten nach Deutschland. Somit steht schon die 2. Generation als Selbständige auf dem Arbeitsmarkt.

Tabelle 7.1: Geschlecht und Alter nach ethnischer Zugehörigkeit, in Prozent

	Ethnische Zugehörigkeiten			
	Türken		Iraner	
Geschlecht				
Frauen	31	15,0	18	16,7
Männer	175	85,0	90	83,3
Insgesamt	206		108	
Alter				
18-34	98	47,6	16	15,4
35-49	76	36,9	66	63,5
50-64	28	13,6	19	18,3
65 und älter	4	1,9	3	2,8
Insgesamt	206		104	

Türkische weibliche Selbständige finden sich vor allem in den beiden ersten Kohorten. Keine der Befragten war über 65 Jahre alt. Bei den iranischen weiblichen Selbständigen ist – entsprechend der männlichen Population – ein Überhang in der Gruppe der 35jährigen festzustellen.

7.1.1 Geschlecht und Teilhaber

Betrachtet man die Geschlechter in und zwischen den Ethnien etwas genauer, stellen sich weitere signifikante Unterschiede heraus (s. Tabelle 7.2): Gefragt, ob sie noch weitere Teilhaber haben, ergab sich, dass 82% der türkischen Selbständigen keine weiteren Teilhaber hatten. Bei den iranischen Selbständigen lag dieser Anteil bei 70,4%.

Entscheidend ist aber auch, inwieweit es auch geschlechtsspezifische Unterschiede innerhalb der Ethnien gibt.

Tabelle 7.2: Teilhaber, nach Geschlecht für Türken und Iraner, in Prozent

Teilhaber	Türken		Iraner	
	Ja	Nein	Ja	Nein
Geschlecht				
Frauen	5,3	17,3	15,6	17,1
Männer	94,7	82,7	84,4	82,8
Insgesamt	38	168	32	76

Wesentlich mehr Iranerinnen haben einen Teilhaber als türkische Unternehmerinnen (15,6% bzw. 5,3%). Auch neuere deutsche empirische Untersuchungen zeigen demographisch ein Übergewicht der männlichen Bevölkerung unter den Unternehmensgründern (Brüderl u.a., 1996:83; Lorenzen 1996:20f.). Das Durchschnittsalter für beide Geschlechter liegt bei Mitte 30 (Brüderl u.a., 1996:83; Lorenzen 1996:20). Die Gründer kommen eher aus der Mittel- bzw. Oberschicht (Brüderl u.a., 1996:85). Bei Frauen werden aber Unterschiede ausgemacht: die männlichen „Unternehmer verfügen über eine höhere und länger andauernde Ausbildung als ihre weiblichen Kolleginnen“ (Lorenzen 1996:21). Aber generell ist der allgemeine Bildungsgrad der Betriebsgründer hoch (Brüderl u.a., 1996:85ff).

7.1.2 Schulabschluss und Selbständigkeit

Zuerst sollen die Werte für die türkischen Selbständigen wiedergegeben werden (s. Tabelle 7.3). Von den türkischen Selbständigen haben 29,9% nur eine Grundschule in der Türkei besucht bzw. waren 58,3% auf keiner deutschen Schule. Weitere 19,1% haben lediglich einen Volks- / Hauptschulabschluss. Ein deutsches (Fach-) Abitur haben nur 13,2% der Befragten. Aber über ein türkisches Abitur verfügen 24,5% der türkischen Befragten. Der deutsche Abschluss dürfte auf dem deutschen Arbeitsmarkt ein höheres Gewicht haben, als der heimische Abschluss, weil er neben einer adäquaten Ausbildung auch Sprachkenntnisse vermittelt.

Tabelle 7.3: Schulabschluss Deutschland, nach Schulausbildung Türkei, in Prozent

Schulabschluss Deutschland	Schulausbildung Türkei			Gesamt	N
	keinen Schulabschluss	Volks- Hauptschulabschluss	(Fach-) Abitur		
Keinen Schulabschluss	3,9	29,9	24,5	58,3	119
Volks- /Hauptschulabschluss	7,4	11,3	0,5	19,1	39
Mittlere Reife	6,9	2,5	0,0	9,3	19
(Fach-) Abitur	7,4	2,5	3,4	13,2	27
Insgesamt	52	94	58	100	204

Betrachtet man Tabelle 7.4, zeigt sich ein deutlicher Unterschied im Vergleich zu den türkischen Selbständigen. Nur 9,3% haben im Iran die Grundschule besucht bzw. gar keine Schulbildung in Deutschland genossen, bei den Türken sind es 29,9%. 18,5% der Befragten hat in Deutschland ein Abitur gemacht bzw. ein Studienkolleg gemacht, um das Reifezeugnis für eine deutsche Universität zu erwerben, bei den Türken sind es lediglich 13,2%.

Vor allem der allgemeine Bildungsgrad, der im Heimatland erworben wurde, ist bei den Iranern hoch: 75,9% haben zumindestens das Abitur im Iran gemacht. Nur 28,4% der Türken haben das Abitur in ihrem Heimatland erworben. Fügt man unter der Annahme, dass viele Türken zur 2. Generation zu zählen sind und deswegen keine Möglichkeit hatten, ein türkisches Abitur zu machen, auch diejenigen hinzu, die dieses in Deutschland erworben haben, steigt dieser Wert auf 37,8%. Macht man das gleiche bei den Iranern (wobei nur noch diejenigen mit hinzugefügt werden, die nur ein Abitur in Deutschland erworben haben) auf 87,9%. Hier lässt sich ein erheblicher Unterschied in der Allgemeinbildung von türkischen und iranischen Selbständigen aufzeigen.

Tabelle 7.4: Schulbildung in BRD, nach Schulbildung in Iran, in Prozent

	Schulbildung in Iran			Gesamt	N
Schulbildung in BRD	keine Schulbildung	Volks- / Hauptschulabschluss	(Fach-) Abitur		
Keine Schulbildung	0,9	9,3	69,4	79,6	86
Volks- /Hauptschulabschluss	0,9	0,9	0,0	1,9	22
(Fach-) Abitur	10,2	1,9	6,5	18,5	20
Anzahl	13	13	82	100	108

7.1.3 Berufsausbildung und Selbständigkeit

Zuerst sollen die Ergebnisse zu den türkischen Selbständigen allgemein wiedergegeben werden. Im weiteren Verlauf folgt die Untergliederung nach Geschlecht. Etwa die Hälfte der türkischen Befragten hat weder eine Ausbildung in der Türkei noch in Deutschland gemacht (50,2%) (s. Tabelle 5). 29,4% hat zumindestens eine Ausbildung gemacht; lediglich 3 haben diese in der Türkei gemacht; der Rest in Deutschland. Eine umgekehrtes Bild stellt sich bei den (Fach-) Hochschulabsolventen: etwas über 10% haben ein (Fach-) Hochschulstudium absolviert. Aber lediglich 8 von ihnen haben dieses in Deutschland abgeschlossen.

Tabelle 7.5: Berufsbildung in BRD, nach Berufsbildung in der Türkei, in Prozent

	Berufsbildung in TR			Gesamt	N
	Berufsausbildung	keine Berufsausbildung	Ausbildung (Fach-) Hochschulstudium		
Keine Berufsausbildung	50,2	10,0	6,5	66,7	134
Ausbildung	27,3	1,5	0,5	29,2	59
(Fach-) Hochschulstudium	2,5	0,5	1,0	4,0	8
Anzahl	80	12	8	100	201

Obwohl iranische Selbständige im Durchschnitt älter sind, verfügen sie über eine bessere Aus- und Schulbildung als ihre türkischen Kollegen. Entsprechend Tabelle 7.6 haben lediglich 22,5% der iranischen Selbständigen keine Berufsausbildung im Iran oder in Deutschland gemacht (bei den Türken sind es über 50%). 38,6% haben ein (Fach-) Hochschulstudium im Iran oder in Deutschland absolviert. 27,5% der iranischen Selbständigen hat eine Ausbildung in Deutschland gemacht. Zählt man diejenigen, die nicht in Deutschland Iran, aber in Deutschland eine Ausbildung gemacht haben (inkl. Umschulungen, Weiterbildungen) erhöht sich dieser Wert auf 37,7%.

Tabelle 7.6: Berufsbildung in BRD, nach Berufsbildung in Iran, in Prozent

	Berufsausbildung in Iran			Gesamt	N
	keine Ausbildung	Ausbildung	(Fach-) Hochschulstudium		
Berufsausbildung in Deutschland					
Keine Berufsausbildung	22,5	14,7	12,7	50,0	51
Ausbildung	17,6	4,9	4,9	27,5	28
(Fach-) Hochschulstudium	17,6	1,0	3,9	22,5	23
Anzahl	57,7	20,6	21,5	100	102

Der hohe Ausbildungsgrad der Iraner schlägt sich auch in anderen gesellschaftlich relevanten Berufen nieder. In Deutschland gab es 1999 rund 11000 ausländische Ärztinnen und Ärzte. 25% von ihnen kamen aus Asien. „Mit 10,6% ist der Iran das Herkunftsland Nr. 1 der

ausländischen Ärztinnen und Ärzte, gefolgt von Griechenland (6,8%) und der Türkei (5,1%)“ (Statistisches Bundesamt, 2001, S.77).

Schul- und Ausbildung sind wichtige Bestandteile des Humankapitals und wirken sich entscheidend auf den Erfolg bzw. Misserfolg in der Platzierung am Arbeitsmarkt aus. Entsprechend der Humankapitaltheorie ist das Humankapital die Summe von Erfahrungen, Kenntnissen und Fähigkeiten einer Einzelperson, die sie in Bezug auf den Produktionsprozess einsetzen kann. Somit stellen „Bildungs- und Ausbildungsprozesse **Investitionen in die Arbeitskraft** dar und führen zu bestimmten Opportunitätskosten und Erträgen, die ihrerseits von den Individuen kalkuliert werden, da diese ihre Nutzen bzw. ihre Einkommen zu maximieren suchen“ (Schmid und von Dosky 1990: 43,47f.). Somit lassen sich Einkommensunterschiede aufgrund der Dauer und der Kosten der Ausbildung erklären. Die Humankapitaltheorie wird zu den individualistischen (neoklassischen) Paradigma gezählt, wobei sie eine Erweiterung des neoklassischen Modells darstellt (Sesselmeier und Blauermel, 1990:57; Szydlik 1993:58). Ihr Hauptmerkmal ist, dass sie davon ausgeht, „dass Arbeitnehmer ausschließlich aufgrund ihrer Produktivität entlohnt werden“ (Szydlik 1993:18).

Hauptanliegen auch dieser Theorie ist es, Einkommensungleichheiten zu erklären, wobei von einer „konstanten Umwelt“ ausgegangen wird, in der die Marktkräfte Angebot und Nachfrage unumschränkt bestimmen können (Szydlik 1990:18f.). Somit sind Einkommensunterschiede durch die Dauer und die Kosten der Ausbildung bestimmt (Sesselmeier und Blauermel, 1990:58). In Frage gestellt wird diese Theorie insbesondere, weil die theoretische Prämisse von der strikten Verknüpfung von Ausbildung, Produktivität und Einkommen nicht haltbar ist (Szydlik 1993:19). Auch für die iranischen Selbständigen scheint dies sich zu bestätigen, trotz einem Ausbildungsniveau, scheint es ihnen schwer zu fallen, sich auf dem deutschen Arbeitsmarkt zu behaupten.

7.1.4 Geschlecht und Schulbildung

Ein Vergleich der Geschlechter im interethnischen und intraethnischen Vergleich weist signifikante Unterschiede zwischen den Ethnien auf. Türkische männliche Selbständige haben im Durchschnitt eine höhere Schulbildung als ihre weiblichen Kollegen (s. Tabelle 7.7)

Tabelle 7.7: Schulbildung Heimat, nach Geschlecht für Türken und Iraner, in Prozent

	Türken		Iraner	
	Männlich	Weiblich	Männlich	Weiblich
Kein Schulabschluss	24,3	32,3	12,2	11,1
Volks- / Hauptschulabschluss	45,7	48,4	11,1	16,7
(Fach-) Abitur	30,1	19,4	76,7	72,2

Die unterschiedliche Migrationsbiographie der beiden Ethnien untereinander schlägt sich auch in der Schul- und Berufsausbildung nieder (s. Tabelle 7.8). Mehr türkische Gründerinnen haben eine Schule in Deutschland besucht (51,6%), als ihre iranischen Kolleginnen (22,2%). Ein ähnlicher Tatbestand ist auch bei den männlichen Selbständigen abzulesen: 60% der türkischen Selbständigen hat keine Schulbildung in Deutschland genossen, bei den iranischen sind es 80%.

Tabelle 7.8: Schulbildung in BRD, nach Geschlecht für Türken und Iraner, in Prozent

	Türken		Iraner	
	Männlich	Weiblich	Männlich	Weiblich
Kein Schulabschluss	60,0	48,4	80,0	77,8
Volks- / Hauptschulabschluss	17,7	25,8	1,1	5,6
(Fach-) Abitur	22,3	25,8	18,9	16,7

7.1.5 Geschlecht und Ausbildung

Iranische Gründerinnen verfügen über mehr Ausbildung und universitäre Bildung als türkische Gründerinnen. Iranische männliche Selbständige haben zu 60,2% keine Berufsausbildung in ihrem Heimatland gemacht; bzw. 20,5% der männlichen Selbständigen haben ein Unistudium absolviert und 19,3% haben eine Ausbildung gemacht. Aber lediglich 38,9% der weiblichen iranischen Selbständigen haben keine Ausbildung in ihrem Heimatland gemacht. Dafür haben iranische weibliche Selbständige zu 27,8% bzw. zu 33,3% eine Ausbildung bzw. ein Hochschulstudium absolviert.

Tabelle 7.9: Berufsbildung in Heimatland, nach Ethnie und Geschlecht, in Prozent

	Türken		Iraner	
	Männlich	Weiblich	Männlich	Weiblich
keine Berufsausbildung	80,2	80,6	60,2	38,9
Ausbildung	11,0	16,1	19,3	27,8
(Fach-) Hochschulstudium	8,7	3,2	20,5	33,3

Überraschend sind die Ergebnisse für die männlichen Selbständigen: nur 32,3 der Türken haben eine Berufsausbildung (Lehre oder Hochschulstudium) in Deutschland gemacht, bei den Iranern sind es hingegen 51,7% (s. Tabelle 7.9). Für die Berufsausbildung im Heimat-

Tabelle 7.10: Berufsausbildung in Deutschland, nach Ethnie, in Prozent

	Türken		Iraner	
	Männlich	Weiblich	Männlich	Weiblich
Keine Berufsaus- bildung	67,6	64,5	48,3	58,8
Ausbildung	27,7	35,5	24,1	41,2
(Fach-) Hoch- schulstudium	4,6	0,0	27,6	0,0

land wiederum zeichnet sich ein ähnliches Bild für die männlichen Gründer ab.

Während die türkischen Gründer kaum eine Ausbildung vorweisen können (lediglich 19,8%), haben 29,3% der iranischen Gründer eine Ausbildung in ihrem Heimatland gemacht. Insbesondere fällt die hohe Rate der Hochschulabsolventen bei den Iranern auf (20,5%; lediglich 8,7% der Türken haben ein Hochschulstudium absolviert). Während keine der befragten iranischen weiblichen Selbständigen ein Hochschulstudium in Deutschland absolviert hat, haben 27,6% der männlichen iranischen Selbständigen ein Studium in Deutschland absolviert. Während auch die türkischen Gründerinnen kein Hochschulstudium nachweisen können, haben 4,6% ihrer männlichen türkischen Kollegen ein (Fach-) Hochschulstudium in Deutschland absolviert.

7.1.6 Aufenthaltsdauer der beiden Ethnien in Deutschland

Über 55,8% der türkischen Selbständigen befindet sich seit 20 und mehr Jahren in Deutschland, bei den Iranern sind es hingegen nur 31,1% (s. Tabelle 7.11). Nur ein iranischer Selbständiger ist in Deutschland geboren, bei den Türken sind hingegen 8,7% in Deutschland geboren. Dies kann damit erklärt werden, dass eine verstärkte Zuwanderung von Iranern nach Deutschland erst in den 80ern stattfand.

Bemerkenswert ist aber, dass 35,5% der Türken erst in den 80ern bzw. 90ern nach Deutschland eingereist ist, also erst erhebliche Zeit nach dem Anwerbestop von 1972. Hierunter befinden sich oftmals Personen, die zwecks Studium oder Familienzusammenführung nach Deutschland gekommen sind und sich im Laufe der Jahre für eine unabhängige Tätigkeit entschieden haben.

Tabelle 7.11: Einreise, nach Nationalität, in Prozent

	Türken		Iraner	
In Deutschland geboren	18	8,7	1	1,0
vor 1-5 Jahren	6	2,9	1	1,0
vor 6-10 Jahren	24	11,7	7	6,8
vor 11-15 Jahren	21	10,2	38	36,9
vor 16-20 Jahren	22	10,7	24	23,3
vor 20 und mehr Jahren	115	55,8	32	31,1
Insgesamt	206	100	103	100

7.1.7 Berufliche Stellung des Vaters

Ein wichtiges Kriterium für den sozialen Aufstieg bzw. die berufliche Platzierung in der Gesellschaft ist – vor allem in industriell wenig entwickelten Ländern – die berufliche Stellung der Eltern, insbesondere die des Vaters. Entsprechend den vorangegangenen Analysen (s.o.) kann festgestellt werden, dass die bessere berufliche und schulische Bildung der iranischen Selbständigen (höheres Humankapital) signifikant mit der beruflichen Stellung der Väter korreliert.

Tabelle 7.12: Beruf des Vaters, nach Nationalität, in Prozent

	Iraner		Türken	
Arbeiter	6	5,8	90	49,2
Bauer	4	3,9	31	16,9
Beamter	19	18,4	7	3,8
Selbständig	34	33,0	21	11,5
Angestellter	22	21,4	8	4,4
Handwerker	10	9,7	26	14,2
gehobene Berufe	8	7,8		
Insgesamt	103	95,4%	183	100%

Etwa 49,2% der Väter von türkischen Selbständigen sind Arbeiter, bei den Iranern sind es hingegen nur 5,8% (s. Tabelle 12). Bauern sind nur 3,9% der iranischen Väter, bei den Türken sind es hingegen 16,9%. Angestellte und Beamte machen 39,8% der Väter aus, einer selbständigen Tätigkeit gehen 33% der iranischen Väter nach; bei den Türken sind es nur 8,2% bzw. 11,5%. Etwas besser sieht es bei den Handwerkern aus: bei den Türken sind 14,2% väterlicherseits Handwerker, bei den Iranern hingegen 9,7%. Die Kategorie „gehobene Berufe“, unter die vor allem Ärzte, Rechtsanwälte, Bankdirektoren usw. zusammengefasst wurden, kommt bei den Türken gar nicht vor, bei den Iranern sind es 7,8%.

7.1.8 Staatsangehörigkeit

Bei der Staatsangehörigkeit ergeben sich kaum Unterschiede: 86,8% der Türken haben nur die türkische Staatsbürgerschaft; bei den Iranern sind es 86,0% die nur die iranische Staatsbürgerschaft haben (s. Tabelle 7.13). Eigentlich wäre bei den Türken zu erwarten gewesen, dass die türkischen Selbständigen durch die längere Aufenthaltsdauer in Deutschland prozentual häufiger die deutsche Staatsangehörigkeit übernommen haben müssten als die Iraner. Ein Einflussfaktor kann hierfür sein, dass zwar der türkische Staat die doppelte Staatsbürgerschaft erlauben würde, aber der deutsche wiederum verwehrt dieses. So wollen viele Türken die Annahme der deutschen Staatsangehörigkeit nicht mit dem Verlust der türkischen bezahlen.

Tabelle 7.13: Staatsangehörigkeit, nach Nationalität, in Prozent

	Türken		Iraner	
Türkisch/Iranisch	178	86,8	92	86,0
Später deutsche Staatsbürger- schaft angenommen	27	13,2	15	14,0
Gesamt	205	100	107	100

Der iranische Staat wiederum entlässt prinzipiell seine Staatsbürger nicht aus der Staatsbürgerschaft. Für diejenigen, die sich trotzdem in Deutschland einbürgern lassen wollen, muss auf eine Härtefallregelung zurückgegriffen werden, die es Iranern ermöglicht, doch deutsche Staatsbürger zu werden, und die dann die iranische Staatsangehörigkeit nicht verlieren.

7.2 Gründe für die Selbständigkeit

Wie in Kapitel 2 ausgeführt, können zwei wesentliche Entscheidungsprozesse für die Gründung eines Unternehmens, nämlich die „Ökonomie der Selbstverwirklichung“ und „Ökonomie der Not“ (Bögenhold 1989) bzw. „pull“ und „push“ Faktoren für den Weg in die Selbständigkeit identifiziert werden. Um diese Fragestellung zu operationalisieren, wurden die Selbständigen nach den wichtigsten Gründen für die Selbständigkeit gefragt.

Als Motivationsgründe werden in früheren Studien zu türkischen Selbständigen höheres Einkommen und die Unabhängigkeit als selbständiger Unternehmer genannt, so Sen und Goldberg (1994:38): „Die Selbstverwirklichung, die Arbeit in eigener Verantwortung, war und ist für viele Türken ein starker Anreiz zur Gründung eines eigenen Betriebes Nicht zu unterschätzen ist außerdem der soziale Aufstieg, der ihnen durch den „Rollenwechsel“ gelingt. Er stärkt nicht nur das Selbstbewusstsein der „Aufsteiger“, sondern bedeutet auch einen positiven Impuls für das Selbstverständnis der ganzen türkischen Bevölkerung in Deutschland“ (Sen und Goldberg 1994:38). In der letzten Untersuchung des Zentrums für Türkeistudien fällt auf, dass den arbeitmarktspezifischen Faktoren der Gründung bzw. des „Erfolgs“ der türkischen Unternehmer ein wesentlicher Stellenwert eingeräumt.

Der Bereich der „Ökonomie der Selbstfindung“ bzw. der der intrinsischen Gründe wird ausgespart. Die empirische Erhebung ergab, dass vor allem der Wunsch nach Unabhängigkeit

Tabelle 7.14: Gründe für Selbständigkeit nach Nationalität, in Prozent

	Türken		Iraner	
Familienunternehmen	49	15,0	15	9,7
hohes Einkommen	73	22,4	24	15,6
Prestige	32	9,8	7	4,5
Unabhängigkeit	136	41,7	63	40,9
länger arbeitslos	19	5,8	18	11,7
drohende Arbeitslosigkeit	11	3,4	11	7,1
konnte d. erlernten Beruf nicht ausüben	6	1,8	16	10,4
Insgesamt	326	100	154	100

für beide Ethnien ein wesentlicher Grund für die Gründung darstellt („Pull-Faktor“) (s. Tabelle 7.14). Andere Untersuchungen stellen mehr den Faktor der Arbeitslosigkeit in den Vordergrund und sehen ihn als Hauptmotiv zur Betriebsgründung an. (Bukow 1994:134 ; Sen und Goldberg 1994:34).

Da insbesondere keine weiteren vergleichbaren empirischen Erhebungen für Iraner aus dem deutschsprachigen Raum vorliegen, können auch für diese ethnische Gruppe als Beweggründe vor allem „Unabhängigkeit“ und die Gründung aus der „Arbeitslosigkeit“ heraus angenommen werden.

Die Ergebnisse für die iranischen Selbständigen weisen auf den ersten Blick auf ähnliche Ergebnisse wie bei den türkischen Selbständigen hin. Türken gaben mit 41,7% und Iraner mit 40,9%, dass sie als wichtigsten Grund für die Gründung eines Geschäftes oder Unternehmens freibestimmtes Arbeiten (Unabhängigkeit) als wesentlichen Faktor ansehen.

Der Grund der Arbeitslosigkeit operationalisiert mit den Fragen „drohende Arbeitslosigkeit“ und „länger arbeitslos“ hingegen ergibt einen prozentualen Anteil für türkischen Selbständige von insgesamt 9,2% und liegt damit weit hinter den Nennungen „hohes Einkommen“ (22,4%) und „ein Unternehmen für die Familie schaffen“ (15,%). Für Iraner hingegen zeichnet sich ein anderes Bild ab. Arbeitslosigkeit scheint bei dieser ethnischen Gruppe einen stärkeren Einfluss zu haben: 18,8% antworteten, dass sie arbeitslos waren oder von Arbeitslosigkeit bedroht waren. Ein höheres Einkommen als Grund fällt im Vergleich zu der türkischen Gruppe etwas geringer aus (s.o. Tabelle 7.14). Drohende Arbeitslosigkeit bzw. Arbeitslosigkeit an sich scheinen für iranische Selbständige ein wesentlicher Push-Faktor zu sein.

Auffallend ist auch, dass Iraner viel häufiger angeben, dass sie ihren erlernten Beruf nicht ausüben konnten und sich deshalb selbständig gemacht haben (s. Tabelle 7.14).

Um etwas Klarheit in den Entscheidungsprozess zu bringen, wurden die Selbständigen gebeten, den wichtigsten Grund anzugeben (s. Tabelle 7.15). Demnach ergeben sich wesentliche Unterschiede zwischen den beiden Ethnien: für türkische Selbständige verstärkt sich der Eindruck, der aus den Mehrfachnennungen sich ergeben hatte (s. Tabelle 7.14). Vor allem die

eigene Unabhängigkeit bzw. selbstbestimmtes Arbeiten wird als wichtigster Grund genannt. Bei den iranischen Gründern tritt das Merkmal der Unabhängigkeit etwas in den Hintergrund (32,4%). Bei Personen die gesonderte Gründe (47 Personen) nannten, geben rd. 25,6% an, dass es ihr Beruf ist und sie diesen ausüben wollten.

Tabelle 7.15: Wichtigste Grund der Selbständigkeit

Türken		Iraner	
Unabhängigkeit	48,7%	Unabhängigkeit	32,4%
höheres Einkommen	15,2%	(Drohende/langjährige) Arbeitslosigkeit	11,1%
Unternehmen für die Familie	9,1%	Konnte den erlernten Beruf nicht ausüben	8,3%
		Höheres Einkommen	8,3%
		Unternehmen für die Familie schaffen	5,6%
		Auf Sozialhilfe verzichten	3,7%

Als Kontrollvariable wurde eine Frage nach der letzten Tätigkeit vor der Eröffnung des Geschäftes/Unternehmens bzw. gefragt, ob Arbeitslosigkeit vorlag oder nicht. Auch wenn die Frage nicht durchweg bei allen Interviewten gestellt werden konnte, ergab sich bei denen, die diese Frage beantworteten, dass 36,4% der türkischen Selbständigen und 52,8% der iranischen Selbständigen vor der Eröffnung des Geschäftes arbeitslos waren (s. Tabelle 7.16).

Tabelle 7.16: Arbeitslosigkeit

Türken			Iraner	
Ja	56	36,8	47	52,8%
Nein	96	63,2	42	47,2%
Gesamt	152	100,0	89	100%

Kreuzt man die Variablen Arbeitslosigkeit und die Angaben zum wichtigsten Grund für die Selbständigkeit, ergibt sich ein klares Bild für diejenigen iranischen Selbständigen, die vorher arbeitslos waren: 19,0% wurden selbständig, weil sie unabhängig sein wollten, wiederum 19,0%, weil sie länger arbeitslos waren und 14,3%, weil sie den erlernten Beruf nicht

ausüben können. Alle diejenigen, die nicht mehr auf Sozialhilfe angewiesen sein wollten und deswegen ein Geschäft eröffnet haben, waren vorher arbeitslos!

„Ich wollte endlich von der Sozialhilfe wegkommen. Es war für mich wichtig, dieses Abhängigkeitsverhältnis zu beenden, um meine Würde zu bewahren. Darum entschloss ich mich, selbständig zu werden “ (Iranischer Restaurantbesitzer).

Zumindest für die iranische Population in Deutschland scheint die Ansicht vieler Politiker, dass Sozialhilfe bzw. Arbeitslosigkeit gleich bedeutend sei mit sozialem Schmarotzertum, sich nicht zu bewahrheiten. Hier versuchen Menschen, sich aus der gesellschaftlichen Randlage – die sie augenscheinlich nicht selbst verschuldet haben – mit allen Kräften zu befreien.

Auch Theorien, wie die Humankapitaltheorie können diesen Sachstand nicht ganz aufgreifen: Menschen, die über ein hohes Ausbildungsniveau verfügen, haben es schwer, sich auf dem Arbeitsmarkt zu etablieren. Kernkritikpunkt an der Humankapitaltheorie bleibt, dass Arbeitslosigkeit „stets freiwillig, als (...) Ergebnis einer individuellen Fehlinvestition in das Humankapital“ gesehen wird (Abb, Auer und Mirz 1992:970).

Daran ist zu erkennen, dass auch Iraner – trotz eines höheren Bildungsgrades als Türken – Schwierigkeiten haben, sich auf dem deutschen Arbeitsmarkt zu positionieren. Der Unterschied zu der Beantwortung der Frage nach dem wichtigsten Grund kann zum einen daher rühren, dass trotz vorhandener Arbeitslosigkeit die Befragten für sich noch eine Chance sehen, wieder eine abhängige Tätigkeit anzunehmen, eine selbstbestimmte Arbeit dieser aber vorziehen. Ein weiterer Grund kann darin liegen, dass der Status der „Arbeitslosigkeit“ sozial nicht angesehen ist und dieser als Beweggrund nicht gern genannt wird.

7.3 Zusammenfassung

Den türkischen und iranischen Selbständigen ist gemeinsam, dass viele ein Geschäft eröffnet haben, weil sie viel Wert auf selbstbestimmte Arbeit legen. Doch beeinflussen auch migrationsspezifische Umstände unternehmerische Selbständigkeit. Ein hohes Humankapital, das die Iraner aus ihrem Heimatland bringen bzw. in Deutschland erwerben, bringt ihnen anscheinend auf dem hiesigen Arbeitsmarkt nicht viel ein. Der Grund hierfür könnte sein, dass bestimmte strukturelle Diskriminierungsmechanismen bestehen (wie z.B. die Bevorzugung von Einheimischen und EU-Ausländern), aber auch die allgemeine wirtschaftliche Stagnation. Des weiteren scheinen Iraner im Durchschnitt etwas älter zu sein als ihre türkischen Kollegen, was ihnen die Eingliederung in den deutschen Arbeitsmarkt erschwert.

Eine sehr untergeordnete Rolle für Türken spielt der Bereich „konnte den erlernten Beruf nicht ausüben“. Bei den Iranern ist dies ein relativ wichtiger Grund: 10,4% antworteten hierauf positiv. Der Grund hierfür liegt darin, dass Türken entweder keine Ausbildung haben, also weder eine in der Türkei noch in Deutschland gemacht haben. Wenn sie eine haben, haben sie diese in Deutschland gemacht und es gibt keine Probleme bei der Anerkennung der Berufe. Bei den Iranern liegt das Phänomen etwas anders, nur wenige Iraner haben einen Beruf in Deutschland erlernt. Daher befinden sich unter ihnen hochqualifizierte Fachkräfte, wie Bauingenieure, Dipl. Physiker, Zahntechniker, Programmierer usw., die jetzt eine Boutique betreiben, Inhaber eines Restaurants sind, Taxi fahren oder ein Kiosk leiten.

Generell – auch für die türkischen Selbständigen gilt, dass „sowohl deutsche als auch ausländische Selbständige häufiger über eine Hochschulreife als abhängig Beschäftigte der jeweiligen Gruppe (verfügen). Bei den Ausländern aus den ehemaligen Anwerbestaaten ist der Gegensatz am deutlichsten ausgeprägt: Der Anteil der Selbständigen mit Abitur ist im Vergleich zu abhängig Beschäftigten mehr als doppelt so hoch“ (Özcan und Seifert 2000:293).

Das fehlende Humankapital könnte evtl. auch der Grund dafür sein, dass sich die relativ hohe Selbständigkeitsquote der Türken in ihrem Heimatland, nicht in Deutschland wieder spiegelt (s. Tabelle 7.17).

Tabelle 7.17: Employment Composition by Gender and Region, Turkey, 1998, in Prozent

Employment Status	Urban		Rural	
	Men	Women	Men	Women
Wage and Salary Earner	56.0	73.2	20.7	5.9
Casual Employee	11.1	5.9	7.6	1.9
Employer	12.3	2.3	3.1	0.2
Self Employed	17.1	7.7	47.9	9.2
Unpaid Family Workers	3.5	11.1	20.7	83.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Quelle: State Institute of Statistics Turkey, zitiert nach Aysit Tansel (1998: 126 und 184).

8. Soziale Netzwerke

Stellen die Dimensionen des ethnischen Unternehmertums die abhängigen Variablen dar, sind Eigenschaften des sozialen Netzwerkes die zentralen unabhängigen Variablen. Daher sind die Definition, Konzeptspezifikation und Operationalisierung von sozialen Netzwerken in dieser Studie von ebenso zentraler Bedeutung. Der Unterschied und gleichzeitige Vorteil im Vergleich zur Messung von ethnischem Unternehmertum besteht darin, dass für die Ermittlung sozialer Netzwerke schon bewährte Messinstrumente vorliegen, diese „nur noch“ in adäquater Weise auf unsere Fragestellung bezogen werden müssen.

8.1 Formale Grundlagen sozialer Netzwerke

Formal wird ein Netzwerk definiert als ein Graph aus einer endlichen Menge Knoten und den Kanten zwischen ihnen. Ein soziales Netzwerk ist dann ein Netzwerk, dessen Knoten soziale Akteure (Personen, Gruppen) sind und dessen Kanten die Verhältnisse der Akteure zueinander bilden.¹³ Untersuchungseinheiten von Netzanalysen stellen folglich nie einzelne Personen dar, sondern immer mindestens zwei Personen und ihre Beziehungen(en). Im einfachsten Fall handelt es sich um eine Dyade, d.h. zwei Personen und ihre Beziehung. Untersuchungseinheiten können aber auch Triaden, Cliques oder ganze Netzwerke sein. Es hängt jeweils von der Fragestellung, aber auch von der Art der Erhebung sowie den finanziellen und personellen Ressourcen ab, welche Analyseeinheiten untersucht werden sollen bzw. untersucht werden können.

Daher ist es wichtig, vor einer empirischen Erhebung sozialer Netzwerke explizit festzulegen, welche Art von Netzwerk erhoben werden soll. In Anlehnung an Barnes (1972) unterscheidet Pappi (1987:13) zunächst partielle von totalen Netzwerken. Während bei totalen Netzwerken alle möglichen Beziehungen zwischen den sozialen Einheiten betrachtet werden, werden bei partiellen Netzwerken die Beziehungen immer auf einen bestimmten Typ eingeschränkt. Ein partielles Netzwerk stellt demnach nur einen bestimmten Abschnitt des totalen Netzwerkes dar. Zur Unterscheidung dient außerdem noch, ob das Netzwerk aus der Perspektive der Befragungsperson (ego) untersucht wird, dann handelt es sich um ein ego-zentriertes Netzwerk, oder ob die Beziehungen zwischen mehreren Einheiten betrachtet werden, dann wird von einem Gesamtnetzwerk gesprochen. Im ersten Fall ersten Fall befragt man nur ego

¹³ Siehe zu dieser Definition u.a. (Hg.). 1978: Lexikon zur Soziologie, 2, verbesserte und erweiterte Auflage.

nach Personen seines Netzwerkes (alteri) und deren Eigenschaften, im letzteren Fall werden hingegen alle Personen des Netzwerkes nach ihren alteri befragt.

Ein Gesamtnetzwerk zu ermitteln ist sehr aufwendig, „da hierzu entweder Vollerhebungen notwendig sind, z.B. wenn es um das Gesamtnetzwerk eines bestimmten Stadtteils geht, oder ein Schneeballverfahren angewandt werden muss, z.B. wenn es um die soziale und/oder räumliche Reichweite von Netzwerken geht. Aus diesem Grund werden in Netzwerkstudien, die thematisch über die Untersuchung von Kleingruppen hinausgehen, in der Regel ego-zentrierte Netzwerke und nicht Gesamtnetzwerke erhoben.“¹⁴ Hierbei werden alle Informationen bezüglich des genannten Netzwerkes über die Befragungsperson ermittelt. Auch wenn dieses Verfahren einige Risiken, wie mögliche Falschwahrnehmungen egos bezüglich der Eigenschaften alters oder aber auch häufiges Nichtwissen von Merkmalen der alteri bedacht werden müssen, hat sich diese Methode in der Netzwerkforschung als sinnvoll erwiesen. Deswegen wurde auch in dieser Arbeit die Erhebung von ego-zentrierten Netzwerken vorgezogen, wobei alle Informationen über die von ego genannten Personen durch ego ermittelt werden.

Nach der Entscheidung für ein ego-zentriertes Netzwerke muss noch die Frage geklärt werden, ob ein partielles oder ein totales Netzwerk erhoben werden soll. Da ein totales Netzwerk nicht erhoben werden kann, muss man sich folglich auf die Erhebung eines partiellen Netzwerkes beschränken (Schenk 1983:89). Es besteht aber die Möglichkeit, viele Arten von Beziehungen zu erheben. Hierfür bedarf es aber Informationen, welche Arten von Beziehungen unterschieden werden sollen. Entsprechend der Klassifizierung von Schenk (1983:89) lassen sich drei Typen von sozialen Beziehungen unterscheiden (s. Abb. 1). Folglich beschränken wir uns nur auf persönliche oder soziale Beziehungen, d.h. es sollen nur persönliche oder soziale Beziehungen erhoben werden. In einem Bereich, nämlich bei der Erhebung der Mitarbeiter im eigenen Betrieb, werden auch Beziehungen aufgrund der strukturellen Zugehörigkeit (hier im Betrieb) erhoben. Dies ist deswegen erforderlich, weil die soziale Zugehörigkeit im Kontext des Betriebes über den jeweiligen Kontext hinausgeht und eine persönliche Beziehung besteht, z.B. auf Grund von Verwandtschaft, Zugehörigkeit zur gleichen Ethnie, Religion, Region etc.

Auch wenn die Beziehungen auf persönlichen Beziehungen beschränkt werden, stellt sich das Problem, dass eine große Anzahl unterschiedlicher Beziehungsinhalte vorhanden sind, die aber nicht auf einmal in einer Untersuchung erhoben werden können. Diewald (1991: 70ff)

Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 530.

¹⁴ Robert Keskes und Christof Wolf (1996): Konfession, Religion und soziale Netzwerke, Opladen: Leske + Budrich, S. 34-35

unterscheidet 16 Inhalte sozialer Beziehungen, von denen wiederum einige nochmals untergliedert werden. Diese Inhalte fasst er in drei Typen zusammen (vgl. Abbildung 8.1.): Konkrete Interaktionen, Vermittlung von Kognitionen und Vermittlung von Emotionen.

Tabelle 8.1 Inhalt sozialer Beziehungen nach Diewald (1991:71)

Konkrete Interaktionen	Vermittlung von Kognitionen	Vermittlung von Emotionen
Arbeitshilfen	Vermittlung von Anerkennung	Vermittlung von Geborgenheit
personenbezogen	persönliche Wertschätzung	
güterbezogen	Statusvermittlung	Vermittlung von Liebe und Zuneigung
Pflege	Orientierung	
Materielle Unterstützung	Vermittlung eines Zugehörigkeitsbewusstseins	Motivationale Unterstützung
Sachleistungen	Erwartbarkeit von Hilfe	
Geld	Ort für den Erwerb sozialer	
Intervention	Kompetenzen	
Information		
Beratung		
sachbezogene		
persönliche		
Geselligkeit		
Alltagsinteraktion		

Kritisch zur Anwendung der Netzwerktheorie in Bezug auf Ethnic Business haben Light und Karageorgis (1997:2ff) geäußert. Insbesondere kritisierten sie den fehlenden Bezug zu strukturellen Einflüssen und Opportunitätsstrukturen.

8.2 Operationalisierung in dieser Arbeit

In dieser Untersuchung lag die Konzentration auf den konkreten Interaktionen. Damit lässt sich die Art von sozialen Netzwerken konkret festlegen: ego-zentrierte Netzwerke sozialer Beziehungen aufgrund von konkreten Interaktionen zwischen ego und den alteri.

Namenslisten bezüglich selbständiger Unternehmer existieren nicht. Somit ist es nicht möglich, die Interviewpartner zu Hause ungestört aufzusuchen. Interviews können nur in den Betrieben unter Zeitdruck durchgeführt werden, weil zugleich das Geschäft in den Betrieben weitergehen muss.

Ausländische Selbständige weisen einen großen Grad an Zweifel bezüglich Interviews auf. Auch wenn gerne Auskunft gegeben wird, bleiben Ressentiments bestehen: insbesondere die Sorge, Informationen könnten an Finanzämter, Gewerbeämter usw. weitergegeben werden. Somit ist es nur schwer möglich, mit Namensgeneratoren zu arbeiten. Trotzdem konnten (auch ohne Namensgeneratoren) Auskünfte bezüglich der alteri im persönlichen Kontext bezogen werden.

Aufgrund dieser Überlegungen wurden Fragen formuliert, die sich auf personenbezogene tatsächliche Interaktionen beziehen:

Fragen zum Vorbesitzer des Ladenlokals

Fragen 05: Woher wussten Sie, dass dieses Geschäftslokal frei war bzw. einen neuen Besitzer suchte? (Vorbesitzer, Zeitung, Aushang, Verwandte, Bekannte, Freunde)

Frage 06a: Ist Ihnen der vorherige Besitzer bekannt?

Frage 06b: Welche Nationalität hat er/sie?

Frage 06d: In welchem verwandtschaftlichen Verhältnis stehen Sie zueinander?

Fragen zur finanziellen Unterstützung

Frage 10a: Hat Ihnen jemand finanziell bei der Gründung des Geschäftes geholfen?

Frage 10b: In welcher Beziehung stehen Sie zueinander? (Freund, Verwandter, Bekannter)

Frage 10c: In welchem verwandtschaftlichen Verhältnis stehen sie zueinander?

Frage 10d: Welche Nationalität gehört er/sie an?

Fragen zur organisatorischen Unterstützung

Frage 11a: Hat Ihnen jemand organisatorisch bei der Gründung des Geschäftes geholfen?

Frage 11b: In welcher Beziehung stehen Sie zueinander? (Freund, Verwandter, Bekannter)

Frage 11c: In welchem verwandtschaftlichen Verhältnis stehen sie zueinander?

Frage 11d: Welcher Nationalität gehört er/sie an?

Eigene Unterstützung

Frage 11f: Haben Sie selbst jemandem bei der Gründung eines Geschäftes/Unternehmens geholfen?

Frage 11g: War dies finanzielle oder organisatorische Hilfe?

Frage 11h: Welcher Nationalität gehört er/sie an?

Teilhaber

12a: Haben Sie selbst noch weitere Teilhaber?

12b: Wie viele?

12c: Ist er/sie mit Ihnen verwandt bzw. ist er/sie ein Bekannter/Freund?

12d: In welchem verwandtschaftlichen Verhältnis stehen Sie zueinander

12e: Welcher Nationalität gehört er/sie an?

Akquirierung von Mitarbeitern

Frage 22e: Wie kommen Sie zu neuen Mitarbeitern bzw. wie würden Sie nach Mitarbeitern suchen? (Aushang, eigene Anzeige, andere Geschäftsleute, Verwandte, Bekannte/Freunde, Arbeitsamt, direkte Anfrage)

Bewerbungen

Frage 23: Gibt es Bewerbungen von Deutschen?

Frage 24: Gibt es Bewerbungen von anderen Ausländern, also Nicht-Iranern/Nicht-Türken?

Frage 25a: Welchen Mitarbeiter würden Sie vorziehen? (Landsmann, Ausländer oder Deutscher)

Eigene Mitarbeiter?

Frage 26: Welche berufliche Tätigkeit übt der Mitarbeiter/die Mitarbeiterin in Ihrem Betrieb aus?

Frage 27: Welche Nationalität hat der Mitarbeiter/ die Mitarbeiterin?

Frage 27a: Welches Geschlecht hat der Mitarbeiter

Frage 29a: Ist er/sie mit Ihnen verwandt?

Frage 29b: In welchem verwandtschaftlichen Verhältnis stehen Sie zueinander?

Frage 30: Wie sind Sie zu dem Mitarbeiter/in gekommen?

Frage 31: In welcher Beziehung stehen Sie zu dieser Person (Freund/Bekannter, Verwandter, andere Geschäftsleute)

Frage 32: Welche Nationalität hat die Person, die Ihnen den Mitarbeiter/die Mitarbeiterin vermittelt hat?

Zusammengefasst kann gesagt werden, dass bei Verwandten folgende Merkmale erhoben wurden:

Verwandte

- ♦ Art der Verwandtschaft
- ♦ Nationalität

Vermittler

- ♦ Beziehung zum Vermittler des Mitarbeiters
- ♦ Nationalität des Vermittlers

Mitarbeiter

- ♦ Art der Tätigkeit
- ♦ Nationalität
- ♦ Geschlecht
- ♦ Alter
- ♦ Region
- ♦ Verwandtschaft bzw. Verwandtschaftsverhältnis

8.3 Ethnisches Unternehmertum und soziale Netzwerke

Eine wichtige Dimension für die Integration der ausländischen Bevölkerung sind die inter-ethnischen Kontakte. Trotz anhaltender beruflicher Integration scheint sich die gesellschaftliche Integration nicht vollzogen zu haben; während 1990 etwa 54% keine deutsche Kontaktperson angaben, stieg dieser Anteil im Jahre 1994 auf 57%; bei der zweiten Generation waren es 1990 31%, 1994 waren es hingegen 43%. Stärker ausgeprägt scheint dies bei den Türken zu sein: 1989 befanden sich bei den genannten drei besten Freunden zu 65% keine deutsche Bezugspersonen; 1994 waren es 71%. Der Grund hierfür dürfte vielleicht in der gestiegenen Anzahl ausländer- bzw. fremdenfeindlicher Gewaltakte liegen (Seifert 1996a:427).

Für das Untersuchungsgebiet Köln ergibt sich ein anderes Bild. Hatten 1981 etwa ein Viertel der deutschen Erwachsenen auch Ausländer in ihrem Freundes- und Bekanntenkreis, so trifft dies 1987 bereits auf etwa jeden Dritten Kölner (31%) zu (Kölner Statistische Nachrichten 1988:6).

Insbesondere in Gebieten wo die Zahl der Ausländer höher liegt, sind die Kontakte stärker verbreitet (35%) (Kölner Statistische Nachrichten 1988:6). Als normal gilt die nachbarschaft-

liche Beziehung für 63% der Ausländer und 68% der Deutschen, somit hat sich der nachbarschaftliche Annäherungsprozess positiv entwickelt (Kölner Statistische Nachrichten 1988:6). Dies lässt sich nicht nur für Köln feststellen, sondern ist ein allgemeiner Trend in bundesdeutschen Großstädten. In einer Studie, die im Auftrag der Berliner Ausländerbeauftragten durchgeführt wurde, gaben 81% der türkischen Befragten an, dass sie deutsche Freunde haben (Türkische Berliner 2001, 2002:13). Es gibt auch widersprüchliche Untersuchungen: je stärker Deutsche die Unterschiede in den Lebensstilen zu den Türken wahrnehmen, um so stärker lehnen sie Ausländer als Nachbarn ab (Böltken, 2000:167). Dies führt wiederum zur ethnischen Segregation und verhindert die soziale Assimilation der ausländischen Bevölkerung (Esser, 1980). Dies wird auch in neueren Untersuchungen bestätigt (Friedrichs und Blasius, 2000:73).

Die Konzentration auf bestimmte Wohnungsgebiete scheint aber weniger ein Ausdruck der Selbstsegregation, als durch die angespannten Wohnungsmarktlage bestimmt zu sein. 95% der ausländischen Bevölkerung lebte nach einer Untersuchung in Mietwohnungen, bei der deutschen Bevölkerung waren es lediglich 75% (Keßler und Ross 1991:429).

Auch lebten viele in kleineren Wohnungen: 84% der Ausländer hatten bis zu drei Räume zur Verfügung, bei den Deutschen waren es 68%, der Rest verfügte über mehr Wohnraum. Auch ist die Haushaltgröße der Ausländer größer: 2,7 Personen, bei den Deutschen sind es hingegen 1,6 Personen, was natürlich die Aussicht der Ausländer, eine Wohnung zu finden, verschlechtert (Keßler und Ross 1991:434). Daraus wird - wenn man bedenkt, dass die Ausländer eine höhere Geburtenrate haben - verständlich, warum die Konzentration von Ausländern in bestimmten Stadtteilen zunimmt (s. o.).

Im Durchschnitt verfügen deutsche Haushalte über 88m² Wohnfläche, ausländische nur über knapp 72 m². Auch sind Ausländer höheren Mietbelastungen ausgesetzt und verfügen viel seltener über Wohneigentum als Deutsche (Statistisches Bundesamt 2001:50ff.)

Das Kölner Amt für Statistik stellt hierzu fest: die „Konzentration auf bestimmte Wohnstandorte muss wohl vorrangig auf derzeitige Wohnungsmarktbedingungen bzw. die erheblichen Schwierigkeiten der Ausländer, überhaupt eine Wohnung zu finden, zurückgeführt werden“ und nicht auf den Wunsch der Ausländer, unbedingt in der Nähe ihrer Landsleute zu wohnen, begründet zu liegen (Statistische Nachrichten 1988:7). Die „freiwillige Gettoisierung“, als Ausdruck der „gewollten Konzentration auf Wohngebiete mit einem hohen Bevölkerungsanteil an Landsleuten“ scheint nicht für die Mehrheit der ausländischen Bevölkerung

zu gelten. 1987 bevorzugten lediglich drei Prozent ausschließlich in Wohngegenden ohne Deutsche zu leben (Kölner Statistische Nachrichten 1988:7).

Ein wichtiger Aspekt dieser Arbeit ist es zu untersuchen, inwieweit die Unternehmer in bestimmte soziale Netzwerke eingebunden sind, die es ihnen ermöglichen bzw. erleichtern, eine selbständige Tätigkeit aufzunehmen.

Ein Anzeichen hierfür ist die empfangene Hilfe bei der Gründung eines Unternehmens. Dies drückt sich in finanziellen, aber auch organisatorischen Hilfestellungen aus. Hierbei ist auch ein Schritt weitergegangen worden, und zwar wurde auch gefragt, inwieweit die Selbständigen selbst anderen potentiellen Selbständigen geholfen haben, ein Unternehmen zu gründen oder ein Geschäft aufzumachen.

Ein weiterer Faktor ist die Beschäftigung von Mitarbeitern. Können Familienangehörige bzw. Verwandte als Mitarbeiter gewonnen werden, können Synergien gebündelt und Kosten gespart werden. Dies drückt sich vor allem darin aus, dass Verwandte eher bereit sind Überstunden zu leisten und bei der Entlohnung Abstriche zu machen. Dieser Teil wird im Kapitel 10 behandelt werden.

8.4 Finanzielle Hilfe

Entsprechend Tab 8.1. haben 42,3% der türkischen Gründer finanzielle Hilfe beim Aufbau ihrer Existenz bekommen: 36% der Betriebe haben direkte persönliche Hilfe erhalten, bei den Iranern sind es 38,9% (Personen bzw. Personen und Bank). Ein leichter Überhang ist im Vergleich zu den Türken bei den iranischen Geschäftsleuten zu verzeichnen, die nur ein Kredit bei der Bank aufgenommen haben (8,3% bzw. 5,8).

Tabelle 8.2: Finanzielle Hilfe bei der Gründung eines Unternehmens:

	Türken		Iraner	
	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Ja	72	35,0	38	35,2
Nein	116	56,3	56	51,9
Nein, aber ein Kredit von der Bank	12	5,8	9	8,3
Person und Bank	2	1,0	4	3,7
Arbeitsamt (Überbrückungsgeld)	1	,5		
k.A.	3	1,5	1	0,9
Gesamt	206	100	108	100

Sieht man sich die Ergebnisse bezüglich der einzelnen Branchen an, so sind einige überraschende Ergebnisse zu verzeichnen. Überraschend ist das Ergebnis deshalb, weil insbesondere der Einzelhandel (Kioske, Lebensmittelgeschäfte etc.) vor allem finanzielle Hilfe beansprucht hat, zumal für diese Branchen die Einstiegskosten als eher gering eingestuft werden (45,8%). Die Art der Geschäfte im Einzelhandel deutet darauf hin, dass es vor allem um die Finanzierung von Warenbeständen (Erstbeschaffung), aber auch um die Unkosten bei der Übernahme handelt (im Türkischen als „Hava Parasi“ bezeichnet). Ähnlich sind die Angaben der Betriebsinhaber im Bereich „Dienstleistung“ und „Handwerk“, mehrheitlich geben sie an, keine finanzielle Hilfe bezogen zu haben (76,3% bzw. 65,5%). Wenn keine Unstimmigkeiten bei der Erfassung vorliegen sollten, ist zu vermuten, dass zum einen Hilfen aus der Familie (Eltern, Ehepartner, Kinder usw.) als Selbstverständlichkeiten aufgefasst werden, zum anderen aber es eventuell damit zusammenhängen könnte, dass man über finanzielle Dinge in der Öffentlichkeit nicht gerne spricht bzw. es einem peinlich sein könnte, zuzugeben, dass man finanzielle Hilfe beansprucht hat.

Tabelle 8.3: Branchenstruktur, nach Finanzielle Hilfe (Erste Zeile zeilenweise. In kursiv Spaltenweise), in Prozent

		Finanzielle Hilfe				Gesamt
		Ja	Nein	Kredit von der Bank	Person und Bank	
Einzelhandel	% von Branchenstruktur	45,8	46,9	5,2	2,1	100
	% von Finanzielle Hilfe	61,1	38,8	41,7	100	47,5
Großhandel	% von Branchenstruktur	28,6	71,4	0,0	0,0	100
	% von Finanzielle Hilfe	2,8	4,3	0,0	0,0	3,5
Dienstleistung	% von Branchenstruktur	15,8	76,3	7,9	0,0	100
	% von Finanzielle Hilfe	8,3	25,0	25,0	0,0	18,8
Handwerk	% von Branchenstruktur	27,6	65,5	6,9	0,0	100
	% von Finanzielle Hilfe	11,1	16,4	16,7	0,0	14,4
Gastronomie	% von Branchenstruktur	37,5	56,3	6,3	0,0	100
	% von Finanzielle Hilfe	16,7	15,5	16,7	0,0	15,8
	% von Branchenstruktur	35,6	57,4	5,9	1,0	100
	% von Finanzielle Hilfe	100	100	100	100	100,

8.5 Beziehung zur finanziellen Unterstützung

Bei den türkischen Gründern sind es in 77,3% Verwandte, die finanziell geholfen haben, das Geschäft zu eröffnen; von diesen sind wiederum 69,0% Eltern und Geschwister und haben zu 90,1% die türkische Staatsangehörigkeit. Damit zeichnet sich für die türkischen Befragten ein klares Bild ab: wenn finanzielle Hilfe in Anspruch genommen wird, so sind es vor allem Personen aus der eigenen Familie bzw. Ethnie. Familiäre Kredite zeichnen sich durch bestimmtes

Vertrauensverhältnis zwischen Geber und Nehmer aus haben den Vorteil, dass sie auf Vertrauen aufbauen („enforceable trust“). Die Nachteile bei diesen Transaktionen sind aber, dass hierbei auch Verpflichtungen eingegangen werden und ein scheitern evtl. viel stärkere auch emotionale Implikationen haben kann, als ein anonymer Bankkredit.

Iraner, die zu 35,2% finanzielle Hilfe angenommen haben, haben auch vor allem aus der Verwandtschaft finanzielle Unterstützung erhalten. Es sind aber weniger die Eltern, als mehr andere Verwandte. Auffallend ist bei Iranern, dass sie im Vergleich zu den türkischen Gründern weniger Hilfe aus der eigenen Ethnie bezogen haben, als von Deutschen und anderen Nationalitäten. Dies lässt sich zum Teil dadurch erklären, dass durch geringe Anzahl von Iranern Selbständige eher auf die Hilfe von Einheimischen und anderen Nationalitäten angewie-

Tabelle 8.4 Beziehung zum Finanzier, nach Ethnie, in Prozent

	Türken		Iraner	
	Häufigkeit	Prozente	Häufigkeit	Prozente
Verwandter	58	77,3	30	66,7
Freund	10	13,3	4	8,9
Bekannter	5	6,7	4	8,9
Teilhaber	2	2,7	7	15,6
Gesamt	75	100%	45	100%
Verwandschaftliches Verhältnis				
Vater/Mutter	27	46,6	10	33,3
Schwester/Bruder	13	22,4	10	33,3
Ehemann/Ehefrau	4	6,9	2	6,7
Sohn/Tochter	1	1,7		
Onkel/Tante	4	6,9		
Schwiegereltern	2	3,4	1	3,3
Cousin/e	2	3,4	2	6,7
Schwager/ Schwägerin	2	3,4	3	10,0
Sonstige	3	5,2	2	6,7
Nationalität d. Finanziers				
Türkisch/Iranisch	64	90,3	29	70,7
Deutsch	4	5,6	5	12,2
Andere	1	1,4	5	12,2
Deutsch und türkisch	2	2,8		
w.n.			2	4,9

sen sind.

8.6 Organisatorische Hilfe

Unter organisatorischer Hilfe waren insbesondere Hilfeleistungen wie Behördengänge, Vermittlung eines Steuerberaters, Ausgestaltung der Verkaufsräume, Marketingideen usw. gemeint.

Die organisatorische Hilfe spielt für viele türkische Gewerbetreibende eine eher untergeordnete Rolle: 82% haben keine Hilfe dieser Art angenommen (s. Tabelle 8.4). Auch die iranischen Selbständigen haben kaum organisatorische Hilfe angenommen (lediglich 17,6%).

Dies kann zum einen damit zusammenhängen, dass man sowieso davon ausgeht, alles selber zu können, oder Hilfen dieser Art, z.B. wie das Auffinden eines Steuerberaters, Werbekampagnen, Design des Betriebes usw. als Selbstverständlichkeiten registriert werden und nicht als konkrete Hilfeleistungen.

Unterschiede zwischen den beiden Ethnien lassen sich – wie bei der finanziellen Unterstützung – im Bereich der Verwandtschaftsverhältnisse und der Nationalität ersehen. Auch hier wirkt sich das weitverzweigte und quantitativ weitere Verwandtschaftsnetzwerk der Türken (Eltern, Geschwister, Onkel/Tanten usw.) aus; Iraner wiederum haben mehr deutsche Unterstützung als Türken (6,3% bzw. 2,5% bei den Türken). Dies mag damit zusammenhängen, dass während der türkischen Arbeitsmigration nach Deutschland ganze Clans, Dörfer und Personen aus dem gleichen Umfeld ausgewandert bzw. nachgezogen sind. Oftmals ist auch in Deutschland festzustellen, dass eine Restrukturierung innerhalb der türkischen Community nach landsmännischen Gesichtspunkten geschieht, wie z.B. Karadeniz-Kahvesi (Cafe der Leute aus dem Schwarzmeerraum), Antep-Firini (Antep (Südostanatolische Stadt) Bäckerei) usw. Hingegen mussten die Iraner im Zuge der Revolution eher hastig auswandern, und es waren vor allem Angehörige der städtischen Mittelschicht, die ausgewandert sind (Ghasemian 1996:146f.). Hier sind wieder eher Zusammenschlüsse entsprechend den politischen Orientierungen zu verzeichnen.

Tabelle 8.5: Organisatorische Hilfe, nach Ethnie in Prozent

	Türken		Iraner	
	Häufigkeit	Prozente	Häufigkeit	Prozente
Ja	37	18,0	19	17,6
Nein	169	82,0	89	82,4
Gesamt	206	100	108	100
Organ. gleiche Person wie Finanzier				
Ja	6	18,8	5	4,6
Nein	26	81,3	8	7,4
Gesamt	32	100	13	12,0
Beziehung zur organisatorischen Hilfe				
Verwandter	16	44,4	8	44,4
Freund	13	36,1	5	27,8
Bekannter	3	8,3	2	11,1
Weder noch	4	11,1	3	16,7
Verwandtschaftsverhältnis zur organisatorischen Hilfe				
Vater/Mutter	3	20,0	3	37,5
Schwester/Bruder	2	13,3	1	12,5
Ehemann/Ehefrau	5	33,3	3	37,5
Onkel/Tante	1	6,7		
Cousin/e	3	20,0	1	12,5
Schwager/Schwägerin	1	6,7		
Nationalität				
Türkisch/Iranisch	35	97,2	14	87,4
Deutsch	1	2,8	1	6,3
Andere			1	6,3

Hierdurch ähneln sich die Iraner, den Exil-Kubanern in den USA. Zunächst wanderte nach der Machtübernahme Fidel Castro's im Januar 1959 die besser ausgebildete und wohlhabende Oberschicht aus, dann aber wanderten verstärkt Mitglieder der Mittelschicht und der urbanen Arbeiterklasse aus. Ende 1976 erreichten die Kubaner eine Gesamtzahl von 660.000 Personen, von denen sich der größte Teil in Miami und der Umgebung ansiedelte. 1976 machten die Kubaner 25% der Gesamtbevölkerung in Miami aus. Anfang der 80'er waren es schon 900.000 (dies macht 10% der Inselbevölkerung aus). 800.000 von den Flüchtlingen leben in Süd-Florida und New York (Wilson und Portes 1980:303; Portes und Manning 1986:60). Zur ökonomischen Situation der selbständigen Exil-Kubaner stellen Portes und Manning folgendes fest: „Self-employment in the enclave is the most remunerative occupation on the average. In 1979, the medium monthly earnings of employees in this sample was \$974, in comparison

with \$1194 for the self-employed without workers, and \$1924 for the self-employed with at least one salaried worker. Although the number of the latter is small, there is very indication that it is likely to increase in the future (Portes und Manning, 1986:61).

8.7 Reziproke Hilfe: Hilfen gegenüber anderen

Natürlich war es wichtig, zu erfahren, ob die empfangene Hilfe (finanzieller, aber auch organisatorischer Art) an andere und insbesondere an die eigene Ethnie wiedergegeben wird. Wie aus Tabelle 8.5 zu ersehen, leisteten 39,1% der türkischen und 48,0% der iranischen Geschäftsleute Hilfen dieser Art an Personen aus ihrem Umfeld. Interessant ist, dass von den 69 Personen, die selbst finanzielle Hilfe bekommen haben, lediglich 39,1% selbst anderen bei der Gründung eines Unternehmens oder der Eröffnung eines Geschäftes (sei es finanziell oder organisatorisch geholfen) haben bzw. lediglich 13,6% der Betriebsinhaber jemals einem potentiellen Gründer (sei er oder sie aus der eigenen Ethnie oder sei es andere Personen) geholfen haben. Dieser Eindruck wird durch die Tatsache relativiert, dass rd. 25% der Geschäfte erst seit max. 3 Jahren bestehen und somit sich evtl. noch keine Möglichkeit ergeben hat.

Iraner scheinen eher unterstützend tätig zu sein als Türken (48,0% bzw. 39,1%). Auffallend ist, dass iranische Selbständige nur organisatorische, aber keine finanzielle Hilfe geleistet haben. Iraner zeichnen sich aber auch dadurch aus, dass sie potentiellen Gründern verschiedenster Nationalitäten (organisatorisch) geholfen haben. Auch für die türkischen Geschäftsleute ist nachweisbar, dass nicht alle, die eine finanzielle Hilfe bekommen haben, aus altruistischen Gründen anderen helfen. Besser sieht es bei den iranischen Geschäftsleuten aus, hier haben 50% selbst geholfen – ohne selbst eine Unterstützung erhalten zu haben. Wobei nicht vergessen werden darf – wie oben erwähnt – dass iranische Geschäftsleute keine finanzielle und nur organisatorische Hilfe geleistet haben.

Tabelle 8.6: Selbst geholfen, nach Ethnie, in Prozent

	Türken		Iraner	
	Häufigkeit	Prozente	Häufigkeit	Prozente
Ja	79	39,1	48	48,0
Nein	123	60,9	52	52,0
Gesamt	202	100	100	100
finanzielle oder organisatorische Hilfe				
Finanzielle	9	11,4		
organisatorische	39	49,4	35	74,5
Beides	31	39,2	12	25,5
	69	100	47	100
welche Nationalität				
Türkisch/Iranisch	61	82,4	31	66,0
Deutsch	3	4,1	2	4,3
Andere	1	1,4	2	4,3
Leuten verschiedener Nationen	4	5,4	3	6,4
Iraner/Türken wie Deutsche	3	4,1	3	6,4
Iraner/Türken und andere Nationalitäten	2	2,7	4	8,5
Türkisch			2	4,3
Gesamt	74	100	47	100

Nur 39,1% derjenigen (türkischen) Gründer, die selbst finanzielle Hilfe bekommen haben, haben auch anderen geholfen (Tabelle 8.6). Dem gegenüber stehen die, die selbst keine finanzielle Hilfe bekommen, aber selbst geholfen haben (22,7%), bei den iranischen Selbständigen beträgt der Anteil derjenigen, die finanzielle Hilfe erhalten haben und (nur) organisatorische Hilfe weitergeleitet haben, 22%.

8.8 Beziehung zum Vorbesitzer

Entsprechend Tabelle 8.6 dienen für türkische Gründer die Vorbesitzer (37,9%) als wichtigste Bezugsquelle für Informationen bei der möglichen Übernahme eines Geschäftes und der persönliche Bekannten- und Freundeskreis (23,3%). Des weiteren spielen Aushänge an den Geschäften eine wichtige Rolle (17%). Dies ist aber eher eine formelle Art und Weise, nach Nachfolgern zu suchen. Für iranische Gründer sind solche formellen Zugänge entscheidender:

vor allem Zeitungen sind ausschlaggebend bei der Suche nach freien Geschäftsräumen (28,7%), des weiteren die Vorbesitzer (25%) und Aushänge an den Geschäften (13,9%).

Dementsprechend ist auch die Zahl derjenigen, die den Eigentümer kennen bei den türkischen und iranischen Selbständigen recht groß (61,4% bzw. 68,3%). Der Grund dafür dürfte u.a. auch sein, dass die türkischen Selbständigen in dem Stadtteil, wo sie das Geschäft haben, auch wohnen (s. Kapitel 9) und sich dementsprechend orientieren. Entsprechend der Annahme, dass das Netzwerk der Türken eher auf ihr eigen-ethnisches Bezugsfeld konzentriert ist, stammen rd. $\frac{3}{4}$ der Vorbesitzer auch aus der Türkei (76,6%) und lediglich 20,2% sind Deutsche. Dies zeigt zum einen, wie fluktuierend dieses Marktsegment ist: Türken übergeben an Türken Geschäfte weiter, weil diese oftmals nicht florieren bzw. der Markt durch Konkurrenz soweit abgesteckt ist, dass die Gewinnchancen recht gering ausfallen. Immer mehr Deutsche geben die Geschäfte, die oftmals in der ethnischen Enklave liegen (s. Kapitel 9) auf, weil die Kundschaft eigenethnische Produkte wünscht oder andere Ansprüche an Service und Dienstleistung stellt, aber auch die Preise nicht den Erwartungen entsprechen. Dies hat aber dann zur Folge, dass Einheimische stärker aus diesen Wohn- und Stadtgebieten wegziehen und sich ethnische Enklaven bilden - und diese für deutsche Anbieter kaum attraktiv sind. Iranische Geschäftsleute kennen neben iranischen Vorbesitzern aber auch in einem nicht unerheblichen Ausmaß deutsche Vorbesitzer bzw. sind über diese an die Geschäftsräume gekommen. Auffallend ist, dass sich unter den Vorbesitzern der Läden auch Türken befinden. Es scheint, dass Betriebe, die für Türken unattraktiv geworden sind, für andere Ethnien (hier Iraner) an Attraktivität gewonnen haben. Daraus kann vermutet werden, dass es zwischen Iranern und Türken zu einem intra-ethnischen Austausch an Wissen und Informationen bezüglich dieses Marktsegmentes kommt. Weil die iranischen Geschäftsleute aber stärker auch in nicht-ethnisch geprägten Stadtteilen operieren, befinden sich folglich auch mehr Personen in ihrem Netzwerk, die zum einen Nicht-Iraner sind und zum anderen nicht zum Verwandtschafts- und Freundeskreis gehören (37,1% Deutsche Vorbesitzer/Vormieter und 49,2% Personen, die nicht zum Verwandtschafts- und Freundeskreis zählen).

Tabelle 8.7: Woher wussten Sie, dass das Geschäftslokal frei ist bzw. wird, nach Ethnie, in Prozent

	Türken		Iraner	
	Häufigkeit	Prozente	Häufigkeit	Prozente
Vorbesitzer	78	37,9	27	25,0
Zeitung	13	6,3	31	28,7
Aushang	35	17,0	15	13,9
Verwandte	8	3,9	1	0,9
Bekannte	41	19,9	10	9,3
Freunde	7	3,4	9	8,3
Sonstiges	8	4,0	1	0,9
Zufall/stand leer	9	4,4	5	4,6
Immobilienmakler			8	7,4
Selbst gesucht	7	3,4	1	0,9
Gesamt	206	100%	108	100%

Der hohe Bekanntschaftsgrad der Vorbesitzer bei iranischen Übernahmen könnte daraus resultieren, dass viele Iraner über Zeitungsanzeigen oder Aushänge (die vermutlich von den Vorbesitzern/Inhabern der Geschäfte aufgegeben werden) von potentiellen Geschäftsübernahmen erfahren. Bei den Türken sind 76,6% türkische Vorbesitzer/Vormieter bzw. lediglich 37,9%, die nicht zum engen Netzwerk (keine Verwandte, Bekannte oder Freunde) gehören.

Tabelle 8.8: Beziehung zum Vorbesitzer,

Besitzer bekannt?				
	Türken		Iraner	
	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Ja	124	61,4	71	68,3
Nein	78	38,6	33	31,7
Nationalität des Vorbesitzers				
Türkisch/Iranisch	95	76,6	30	42,9
Deutsch	25	20,2	26	37,1
Andere	2	1,6	5	7,1
Deutsch-Türkisch	1	,8		
Türkisch			7	10,0
w.n.			2	2,9
Gesamt	124	100%	70	100%
Beziehung zum Vorbesitzer				
Verwandter	11	8,9	6	9,2
Freund	31	25,0	12	18,5
Bekannter	35	28,2	15	23,1
Weder noch	47	37,9	32	49,2
Gesamt	124	100%	64	100%
Verwandtschaftsverhältnis zum Vorbesitzer				
Vater/Mutter	5	45,5	2	33,3
Ehemann/Ehefrau			1	16,7
Bruder/Schwester	2	18,2		
Sohn/Tochter	1	9,1		
Onkel/Tante	1	9,1		
Cousin/e	1	9,1		
Schwager/Schwägerin	1	9,1	2	33,3
Sonstiges			1	16,7
Gesamt	11	100%		100%

8.9 Beratung

Eine Geschäftseröffnung birgt einige Risiken für potentielle Gründer und folglich dürfte zu erwarten sein, dass potentielle Gründer (unabhängig ihrer Herkunft) sich bei professionellen Institutionen, wie den Industrie und Handelskammern, bei den Banken oder bei Unternehmensberatern bzw. Steuerberatern vor diesem riskanten Schritt beraten lassen würden. Tendenziell ähnlich sind die Ergebnisse bei beiden Ethnien bezüglich Banken, Steuerberatern und Unternehmensberatern (s. Tabelle). Nur 12% der Iraner bzw. 11,8% der Türken haben sich von Banken beraten lassen. Bei Unternehmens- bzw. Steuerberatern waren lediglich 14,8% der Iraner und 13,7% der Türken.

Auffallend gering sind auch die Ergebnisse für die Beratung durch die Industrie- und Handelskammer: lediglich 7,8% der Türken und 2,8% der Iraner sind bei der IHK vorstellig geworden, um sich vor der Betriebsgründung beraten zu lassen. In persönlichen Gesprächen mit den Selbständigen war diesbezüglich zu erfahren, dass aber hierzu auch ein großes Unwissen vorherrscht:

„Ich habe nicht gewusst, dass man sich bei der IHK beraten lassen kann. Wenn ich dass gewusst hätte, hätte ich mich beraten lassen. Es fehlen einfach hierzu Informationen. Ich glaube, dass auch andere Geschäftsinhaber gar nicht wissen, dass es diese Möglichkeit gibt.“

(Ali Eren – Einzelhandel)

„Mein Geschäft läuft nicht so gut. Hätte mich besser beraten lassen. Ich wusste aber nicht, dass es diese Möglichkeit bei der IHK gibt.“ (Muhammad Riza – iranischer Boutique-Inhaber)

Doch nicht nur Unwissenheit bei den Gründern besteht, sondern auch die IHK ist kaum daran interessiert, die potentiellen Gründer vor Ort zu erreichen. Sie begnügt sich, für potentielle Gründer, die schon erfahren haben, dass es diese Möglichkeiten gibt, Gründerseminare durchzuführen und Broschüren zu verteilen. Der komplizierte Bürokratismus, der bei der Bewilligung von Geldern zu überwinden ist, schreckt darüber hinaus auch viele Gründer davon ab, vorstellig zu werden. Auch nur ein kleiner Teil der Gründer, die nach ihren Angaben vor der Selbständigkeit arbeitslos gewesen sind, hatte Kenntnis davon, dass es für potentielle Gründer Überbrückungsgeld gibt, das – entsprechend festgelegten Kriterien – den Arbeitslosen den Start in die Selbständigkeit erleichtern soll.

Aber auch die Beratung durch andere und zwar insbesondere die Beratung durch Familienangehörige und Bekannte/Freunde ist eher schwach.

Einer der markantesten Gründe für das Nicht-Aufsuchen von Beratung liegt neben exogenen Faktoren – wie oben beschrieben – in der Person der Selbständigen. Insbesondere türkische Selbständige scheinen dabei ihre eigenen Möglichkeiten zu überschätzen: 71,4% geben an keine Beratung benötigt zu haben (s. Tabelle 8.7). Ein weiterer Grund hierfür ist, dass die türkischen Selbständigen angeben, Erfahrung gehabt zu haben (19,3%) (sei es als Mitarbeiter oder durch eine eigene frühere Selbständigkeit). Doch waren 68,4% der Selbständigen in ihrer letzten Anstellung als Arbeiter beschäftigt, wobei 10,8% der Arbeitgeber auch Türken waren. Vor allem für iranische Selbständige scheint dies ein wichtiger Gesichtspunkt zu sein. Denn nur 17,9% geben an, keine Beratung benötigt zu haben, dafür aber gaben 59,7% an, dass sie schon Erfahrung mit Selbständigkeit oder Arbeit in dieser Branche gehabt hätten. 26,3% der iranischen Selbständigen und 26,4% der türkischen war schon in der Heimat selbständig. Bei den Türken sind vor allem diejenigen, die zur 1. Generation zu zählen sind, die schon in ihrer Heimat selbständig waren: 57,7% der in der Heimat selbständig gewesenen Personen befinden sich seit über 16 Jahren in Deutschland.

Tabelle 8.9 Beraten lassen, nach Ethnie, in Prozent

	Türken		Iraner	
	Häufigkeit	Prozente	Häufigkeit	Prozente
Beratung durch Bank				
Ja	24	11,8	13	12,0
Nein	180	88,2	95	88,0
Gesamt	204	100%	108	100%
Beratung durch IHK				
Ja	16	7,8	3	2,8
Nein	188	92,2	105	97,2
Gesamt	204	100%	108	100%
Beratung durch Steuerberater/Unternehmensberater				
Ja	28	13,7	16	14,8
Nein	176	86,3	92	85,2
Gesamt	204	100%	108	100%
andere Beratung				
Familie, Verwandte	4	36,4	3	25
Freunde, Bekannte	5	45,4	8	66,7
Sonstiges	2	18,2	1	8,3
Gesamt	11	100%	12	100%
keine Beratung, warum?				
Habe Erfahrung ge- habt	27	19,3	40	59,7
nicht nötig	100	71,4	12	17,9
Sonstiges	13	9,1	15	22,4
Gesamt	140	100%	67	100%

8.10 Probleme

Von den Befragten türkischen Gewerbetreibenden antworteten 97 bzw. 47%, dass sie keine Probleme haben, bei den Iranern waren es lediglich 26 bzw. 24,3%. Diejenigen, die Probleme meldeten, beschwerten sich vor allem über allg. Konkurrenz oder durch die der eigenen Landsleute (Türken: 43,6%; Iraner: 29,1%). Auffallend ist der hohe Anteil derer bei den Türken, die sich durch die Konkurrenz der eigenen Landsleute gestört fühlen (17,3%). Dies kann

vermutlich dadurch erklärt werden, dass türkische Betriebe sich vornehmlich in der eigenen ethnischen Enklave befinden und hierdurch der Konkurrenz ihrer Landsleute ausgesetzt sind.

Iraner wiederum sind auf das ganze Stadtgebiet verteilt und bekommen die Konkurrenz durch die eigenen Landsleute nicht direkt zu spüren, zumal viele auf Laufkundschaft angewiesen sind, die der Konkurrenz anderer Geschäfte in der unmittelbaren Umgebung ausgesetzt sind.

Tabelle 8.10: Problemarten türkischer und iranischer Selbständiger, in Prozent				
	Türken		Iraner	
	Häufigkeit	Prozente	Häufigkeit	Prozente
Konkurrenz (allg.)	41	26,3	35	25,5
Konkurrenz durch eigene Landsleute	27	17,3	5	3,6
Finanzamt	17	10,	10	7,3
Geringe Kaufkraft der Kunden	27	17,3	20	14,6
sinkende Zahlungsmoral der Kunden	11	7,0	7	5,1
Finanzen (Kredite, Banken)	11	7,0	18	13,1
Fachkräftemangel	–	–	9	6,6
wenig Kundschaft	–	–	5	3,6
Behörden	–	–	4	2,9
Weitere/andere	37	23,7	24	17,7
Gesamt	156	100%	137	100%

Ein weiteres Problemfeld scheinen die Behörden zu sein, insbesondere das Finanzamt und Behörden stellen einen Problembereich dar (Türken: 10% bzw. 10,2%), wobei Türken nicht Behörden allgemein, sondern eher Finanzämter im speziellen als Problem ansehen. Der Grund hierfür könnte darin liegen, dass Türken – durch die längere Verweildauer in Deutschland - gelernt haben, mit den Behörden umzugehen.

Insbesondere für iranische Geschäftsleute ist der Bereich Finanzen (Kredite, Banken) ein wesentliches Problemfeld. Insgesamt 13,1% der iranischen Beschwerden konzentrieren sich

auf diesen Bereich (Türken 7%). Aber auch kundenspezifische Beschwerden fallen auf. Insbesondere wird die „geringe Kaufkraft der Kunden“ und die „sinkende Zahlungsmoral“ von beiden Ethnien thematisiert (Türken: 24,3; Iraner: 19,7%).

Probleme hat bei beiden Ethnien der Großhandel. Geringe Probleme hat der türkische Einzelhandel (56,1%), gefolgt vom Handwerk (51,7%). Die meisten Probleme hat dementsprechend die türkische Gastronomie und das Dienstleistungsgewerbe.

Insbesondere der iranische Einzelhandel meldet mit 78% Probleme an. Aber auch der Dienstleistungsbereich verzeichnet mit 84,6% erhebliche Problem. Etwas besser steht es um das Handwerk und die Gastronomie. Durchweg Probleme hat der Großhandel.

Tabelle 8.11: Probleme entsprechend Branchenstruktur, nach Ethnie, in Prozent

	Türken		Iraner	
	Probleme	Keine Probleme	Probleme	Keine Probleme
Einzelhandel	43,9	56,1	78	22,0
Großhandel	100	0,0	100	0,0
Dienstleistung	61,6	38,4	84,6	15,4
Handwerk	48,3	51,7	57,1	42,9
Gastronomie	63,6	36,4	60	40

8.11 Zusammenfassung

Entsprechend den Ergebnissen dieses Kapitels kann festgehalten werden, dass die (türkischen und iranischen) Gründer, in der Gründungsphase ihres Betriebes auf die Unterstützung der Familie bzw. Verwandten und Personen aus der eigenen Ethnie Dies bekräftigt die Thesen von „Ethnischen und Klassenressourcen“, die im Kapitel 3 ausführlich diskutiert wurden. Die eigen-ethnischen Netzwerke dienen hierbei als Ressource zur Mobilisierung von Finanzen, Informationen, Unterstützung jeglicher auch moralischer Art und stellen neben dem Humankapital als soziales Kapital eine weitere wichtige Ressource dar. In Anlehnung an Bourdieu (1983) wird hier das soziale Kapital als die Menge, die Art und die Intensität der Kontakte und die Integration in wichtigen Netzwerken verstanden (Friedrichs und Blasius 2000:35).

Türken ziehen hierbei Personen aus dem eigenen ethnischen Netzwerk vor. Iraner hingegen wenden sich auch an andere Ethnien, vor allem auch an Deutsche. Der Grund hierfür kann sein, dass die Netzwerke der Türken geschlossener und von starken Beziehungen geprägt ist

und sie sich mit dem eigenen Netzwerke begnügen. Iraner sind hingegen haben zum einen weniger leben nicht in ethnischen Enklaven und haben hierdurch mehr Kontakt auch zu anderen Ethnien. Des weiteren ergeben Befunden der Netzwerkforschung, dass Personen mit steigendem Bildungsgrad weniger Verwandte in ihrem Netzwerk haben als Personen mit geringerem Bildungsgrad. Die Ergebnisse in Kapitel 7 ergaben, dass türkische Selbständige ein wesentlich geringeres Humankapital (insbesondere Schul- und Ausbildung) vorweisen können als Iraner.

Die organisatorische Hilfe fällt für beide Ethnien kaum ins Gewicht bzw. wird vermutlich so als Selbstverständlich erachtet, dass es kaum zum Gegenstand von Erörterungen wird. Etwas enttäuschend sind die Ergebnisse bei der reziproken Hilfestellung. Hier ging es darum, ob die Geschäftsgründer auch anderen Personen bei der Geschäftsgründung geholfen haben.

Hier sind die Ergebnisse etwas widersprüchlich. Personen, die finanzielle oder organisatorische Hilfe erhalten haben, geben diese nicht unbedingt weiter. Personen, die keine Hilfe in Anspruch genommen haben, scheinen hingegen eher hilfsbereit zu sein. Auch Iraner helfen eher als Türken, beschränken sich aber lediglich organisatorische Hilfe. Eine dänische Studie, in der auch Iraner befragt wurden, ließe den Schluss nahe, dass Iraner, obwohl sie im Heimatland das System des rotierenden Kreditsystems nicht kennen, in der Diaspora es für sich entdecken und anwenden (Bager und Rezaei 1999). Denn durch das rotierende Kreditsystem kommen alle in den Genuss; in dem sie jetzt Geld leihen und später, wenn anderen Geld leihen, damit sie sich z.B. selbständig zu machen. Dieses System scheint unter den Iranern in Deutschland nicht bekannt zu sein. Zumal kann dies aus den Daten und den Gesprächen mit iranischen Selbständigen nicht ermittelt werden.

Vergessen werden dabei aber auch nicht, dass auch bei einheimischen Unternehmensgründungen, der Einsatz von sozialem Kapital wesentlich zum überleben der Betriebe beisteuert, wie dies auch in einer Studie aus Rostock nachgewiesen wurde: „Dies gilt zum einen dort, wo auf die Hilfe von Ehepartnern und Kindern zurückgegriffen werden kann (siehe Familienstand). Zum anderen ist aber auch Unterstützung aus dem weiteren Verwandten- und Bekanntenkreis sehr hilfreich. Moralische Unterstützung hatten fast alle Existenzgründer, ebenso wurden sie oft von Freunden etc. beraten. Einen positiven Einfluss hatten aber hauptsächlich „handfeste“ Hilfen in Form von Mitarbeit bei der Gründung (und auch später) sowie Sachleistungen und finanzielle Hilfen. Dies hat die Überlebenswahrscheinlichkeit der Unternehmen erkennbar verbessert“ (Becker, Breitzke u.a. 1999:78).

Problematisch ist aber der Bereich der Beratung. Obwohl anzunehmen war, dass sich potentielle Gründer vor einem risikoreichen Schritt beraten lassen würden, ergeben die Befunde, dass solche Möglichkeiten nicht aufgegriffen werden. Vor allem die IHK schneidet hierbei relativ schlecht ab. Die Gründe in der Nicht-Beratung liegen zum einen in der Selbstüberschätzung („brauchte nicht“) und zum anderen, in der übersteigertem Vertrauen in die eigenen Kenntnisse („Habe Erfahrung gehabt“), die aber nur bei einer Minderheit aus Erfahrungen von früheren Selbstständigkeitsphasen stammen. Dies ist wohl auch ein wesentlicher Grund für die hohe Insolvenzrate von Ausländern, zumal wesentliche betriebswirtschaftliche Kenntnis fehlen (Brüderl u.a., 1991:507; Sen und Goldberg 1991:507). Ähnliche Phänomene sind unter türkischen Selbständigen in Belgien zu beobachten: geringes Managementwissen, fehlende Sprachkenntnisse, kein Zugang zu Krediten und kommunaler Unterstützung führt zu Insolvenzen (Bayar 1996).

Auffallend ist der Bereich der Probleme. Insbesondere Iraner melden generell Probleme an. Die Unternehmen der Türken scheinen sich eher gefestigt zu haben bzw. stehen in der Konsolidierungsphase. Problematisch bei den iranischen Selbständigen ist weiterhin der Bereich der Finanzen und der Fachkräftemangel: es scheint, dass hier die iranische Ökonomie an ihre Grenzen stößt. Zum einen mangelt es an Kapital, um evtl. Investitionen zu tätigen oder Innovationen durchzuführen, zum anderen aber auch an Personal. Offenbar haben die iranischen Betriebe die Konsolidierungsphase noch nicht überwunden: 65% bestehen kaum seit fünf Jahren bzw. 44,3% seit drei Jahren. Bei den befragten türkischen Betriebe bestanden lediglich rd. 25% seit kaum drei Jahren (s. Kapitel 9.2).

Beide Ethnien sehen die Konkurrenz als wesentliches Problem an. Die türkische Ökonomie wiederum, ringt mit der Konkurrenz der eigenen Ethnie. Auch hier zeigen sich Sättigungseffekte der Nischenökonomie.

9. Standortwahl

Einen wichtigen Erklärungsansatz zur ethnischen Ökonomie bildet das Nischenmodell. Danach besteht eine ethnische Enklave, sprich eine räumliche Konzentration einer Ethnie bzw. von Ausländern, einer Nationalität mit spezifischen Konsumbedürfnissen. Diese Konsumbedürfnisse und die daraus resultierende Nachfrage der Ethnie können nicht hinreichend durch das einheimische Warenangebot befriedigt werden; daher bietet diese Marktnische Angehörigen der jeweiligen Ethnie wegen der zu erwartenden Umsatzchancen den Einstieg in die Selbständigkeit (Wiebe 1984:319ff.; Goldberg 1996:57; Caliskan 1989:16).

Die Betriebe liegen - nach dem Nischenmodell - regional in Gebieten mit hoher Konzentration einer bestimmten ausländischen Wohnbevölkerung. Somit ist die Tätigkeit dieser Betriebe, zumindest für die Anfangsphase der Migrationsgeschichte einer Ethnie, determiniert durch die Nachfragestruktur der eigenen Ethnie, wobei das Kundenpotential durch die ausschließliche Orientierung an der eigenen Kundschaft limitiert ist und somit die wirtschaftliche Erfolgsaussicht ausländischer Unternehmer infolge begrenzter Nachfrage der ausländischen Konsumenten eingeschränkt ist (Wiebe 1984). Nicht zu vergessen ist, dass diese Betriebe nicht der Konkurrenz einheimischer Betriebe ausgesetzt sind (Goldberg 1996:57).

Es werden im Folgenden nur die Ergebnisse für die türkischen Selbständigen wiedergegeben, die sich kritisch mit der oben genannten Hypothese auseinandersetzen, weil die Konzentration von Iranern in bestimmten Stadtbezirken oder Stadtteilen nicht vorhanden ist.

9.1 Platzierung im Gebiet

Anzunehmen ist, dass die Verortung im Geschäftsgebiet eher ökonomischen Überlegungen folgt als emotionalen Gründen oder gar persönlichen Befindlichkeiten oder Bequemlichkeiten. Die Ergebnisse der Befragung weisen einen anderen Trend nach: den ersten Platz in der Rangfolge der Gründe nimmt die eigene Wohnung mit 24,6% ein (s. Tabelle 9.1.). Der Hauptgrund, um ein Geschäft in einem bestimmten Viertel zu eröffnen, ist für Türken, dass man selbst dort wohnt. Ein weiterer – und in Relation mit dem ersten stehender – ist mit 19,7%, dass das Viertel ein „türkisches Viertel“ ist bzw. über eine „türkische Kundschaft“ verfügt. Diesem kann noch die Aussage „Habe Bekannte hier“ hinzugezählt werden, denn aus anderen Forschungen ist bekannt, dass türkische Migranten eher in ihrer eigenen Ethnie verkehren (vgl. Esser Gutachten... ; Friedrichs 2001). Ein weiterer Grund ist, dass man keinen bestimm-

ten Grund hat (8,8%). Das heißt: eine Geschäftseröffnung, die mit erheblichen Risiken und Kosten verbunden ist, wird dem Zufall überlassen. Explizit ökonomische Gründe werden nur selten angegeben: Gute Geschäftsgegend (3,9%), Zentral gelegen (5,3%), Geschäft dieser Art gab es noch nicht (6,2%) und Miete günstig (1,4%).

Tabelle 9.1: Gründe für diesen Standort (Mehrfachantworten, bis zu drei Nennungen), Türken, in Prozent

Persönliche und ethnische Gründe	
Wohne hier	25,1
Türkisches Viertel/Umgebung/Kundschaft	20,1
Habe Bekannte hier	7,8
Ökonomische Gründe	
Gute Geschäftsgegend	3,9
Zentral gelegen (z.B. Uni)	5,3
Wochenmarkt hier	1,8
Arbeitersiedlung	0,4
D. Geschäft lief früher gut	2,1
G. dieser Art gab es noch nicht	6,2
Lebendige Straße/viel Laufkundschaft	4,6
Geschäft war günstig	0,7
Empfehlung von Vorbesitzer	1,1
Miete günstig	1,4
viel Kundschaft	0,7
wenige türk. Geschäfte in der Gegend	0,4
viele deutsche Kunden	0,4
stille Gegend	0,4
Verkehrsgünstig	0,4
Sonstiges	
Sonstiges	2,1
Zufall/kein bestimmter Grund	8,8
keine anderes Angebot	0,7
stand frei	1,1
Hatte schon mal Geschäft in diesem Viertel	1,4
gemischte Gegend (D, TR, I, Araber)	0,4
gehört Teilhaber	0,4
kannte Stadtviertel sehr gut	2,1
Angesehene Bewohner	0,4
Insgesamt (N=283)	100%

Zu prüfen war nun, ob die Beweggründe für die Präferenzierung eines bestimmten Stadtteils auch mit den tatsächlichen Gegebenheiten übereinstimmen. Hierzu wurden die einzelnen Gebiete entsprechend den Anteilen von ausländischer bzw. türkischer Bevölkerung und nach persönlicher Begehung und Beobachtung der Verhältnisse in drei Gruppen aufgeteilt: Ethnisch dominante Teilgebiete und Straßenzüge waren gekennzeichnet durch einen hohen Ausländeranteil und ein hohes Aufkommen an türkischen Geschäften (z.B. die Keupstrasse, Weidengasse, Gebiet zwischen Vogelsanger und Subbelratherstr) (s. Tabelle 9.2). Von Einheimi-

schen geprägte Stadtteile beinhalten einen geringen Anteil an Ausländern bzw. geringes Aufkommen an türkischen Läden (wie z.B. die Stadtteile Rodenkirchen, Sülz usw.). Gemischte Stadtteile sind Stadtteile, wo nicht nur die türkische Bevölkerung stark präsent ist, sondern auch andere Ethnien, wie z.B. Aussiedler (in Porz oder Chorweiler) sich konzentrieren.

Tab 9.2 Gründe für die Standortwahl, nach Standort, zeilenweise, Türken, in Prozent			
	Stadtviertel		
	Ethnisch	Deutsch	Gemischt
Ethnische Gründe			
Wohne hier	70,4	23,9	5,6
Türkisches Viertel/Umgebung/Kundschaft	93,0	5,3	1,8
Habe Bekannte hier	72,7	18,2	9,1
Ökonomische Gründe			
Zentral gelegen (z.B. Uni)	46,7	53,3	0,0
Gute Geschäftsgegend	45,5	45,5	9,1
Wochenmarkt hier	80,0	20,0	0,0
Arbeitersiedlung	100	0,0	0,0
D. Geschäft lief früher gut	33,3	50,0	16,7
G. dieser Art gab es noch nicht	50,0	22,2	27,8
Lebendige Straße/viel Laufkundschaft	61,5	38,5	
Geschäft war günstig	100		
Empfehlung von Vorbesitzer	66,7	33,3	
Miete günstig	75,0	25,0	
viel Kundschaft	50,0	50,0	
verkehrsgünstig		100	
Angesehene Bewohner		100	
stille Gegend		100	
Viele Deutsche Kunden			100
wenige türk. Geschäfte in der Gegend		100,0	
Sonstiges			
Zufall/kein bestimmter Grund	44,0	52,0	4,0
Hatte schon mal Geschäft in diesem Viertel	50,0	50,0	
Sonstiges	16,7	83,3	
stand frei	66,7	33,3	
kannte Stadtviertel sehr gut	16,7	83,3	
keine anderes Angebot	100		
gehört Teilhaber		100	
gemischte Gegend (D,TR,I,Araber)		100	

Aus der Tabelle 9.2 ist zu erkennen, dass der Wohnort, das Vorhandensein von Personen aus dem eigenen Netzwerk und die Wahrnehmung des Stadtviertels als eigenethnisch dominiert, trägt entscheidend zur Platzierung des Betriebes in der ethnischen Enklave bei. Auch anderen bundesdeutsche Studien weisen darauf hin: die lässt sich z.B. sehr gut in Berlin (Hillmann 2001:201) oder im Rhein-Main-Gebiet nachvollziehen (Pütz 2000:29). Nach einem

einfachen Rational-Choice-Verfahren, in dem die Kosten und Risiken gegen die Vorteile abgewogen werden, entscheiden sich die türkischen Selbständigen, die Betriebe in der Nähe ihrer Kundschaft zu eröffnen bzw. zu gründen. Weitere ökonomische Faktoren, wie das Vorhandensein eines Wochenmarktes oder dass die Ladenmiete günstig war oder die Übernahme vom Vorbesitzer empfohlen wurde, wirken sich als Push-Faktoren aus, zumal Wochenmärkte sehr gerne von ausländischen Mitbürgern frequentiert werden und die Läden, welche sich nicht in Neubauten sondern oftmals in Altbauten aus den Gründerzeiten befinden, im Mietverhältnis günstiger sind.

9.2 Strukturelle Merkmale und Standortwahl

Es wäre auch möglich, dass der Vorzug der ethnischen Enklave nur bedingt aus der zahlenmäßigen Präsenz der eigenen Ethnie zu erklären ist und dieser Umstand durch den Ausschluß von Kontextvariablen sich relativieren würde. Daraus könnte folgende Hypothese abgeleitet werden:

Mit steigendem

- Humankapital (Deutschkenntnisse, Schulbildung- und Ausbildung in Deutschland, Verweildauer in Deutschland),
- nicht-eigenethnischen Netzwerken (finanzieller und organisatorischer Hilfe durch Deutsche und andere Ausländer) und
- innerethnischer Differenz (religiöser und ethnischer Andersartigkeit , hinsichtlich der Hauptmasse)

steigt die Wahrscheinlichkeit, den Betrieb in einem Stadtteil bzw. in einer Geschäftsgegend zu eröffnen, welches nicht im Straßenbild von Ausländern (hier: Türken) dominiert ist.

Die Ergebnisse für die verschiedenen Variablen zur Messung des Humankapitals sind in Tabelle 9.3 aufgeführt. Die durchschnittlichen Sprachkenntnisse der türkischen Inhaber entsprechend den verschiedenen Stadtteilen unterscheiden sich nicht wesentlich. Die Werte zu den Sprachkenntnissen beruhen auf den Aussagen der Interviewer, die zumeist selber die deutsche Sprache im nachhinein erworben haben und strikt angewiesen wurden, die Interviews auf Deutsch zu führen. Bei der Beurteilung müssen diesbezügliche Verzerrungen mitbedacht werden.

Der größte Unterschied besteht zwischen den gemisch-ethnischen Gebieten und den ethnisch bzw. türkisch dominierten Geschäftsgegenden. In den gemischt-ethnischen Gebieten sprechen die Inhaber etwas besser Deutsch als in den ethnischen Gebieten. Überraschend ist, dass die Sprachkenntnisse in den Gebieten, wo Ausländer bzw. Türken eher unterdurchschnittlich vertreten sind, geringer ausfallen als in den beiden anderen Gebieten.

Türkische Inhaber mit guten bis sehr guten Sprachkenntnissen stellen 52% der Betriebsinhaber im ethnischen Quartier dar. Aber nur knapp 46% der Betriebsinhaber, die in deutschen Stadtteilen tätig sind, haben gute bis sehr gute Deutschkenntnisse. Die guten bzw. sehr guten Sprachkenntnisse sind offensichtlich Produkt deutscher Bildung. Dies läßt die Vermutung nahe, dass der (geschäftliche) Kontakt mit Deutschen nicht unbedingt die Sprachkompetenz fördert. Ein Grund hierfür könnte sein, dass im geschäftlichen Bereich – insbesondere im Einzelhandel und Gastronomiebereich – keine intensiven Kontakte, sondern eher flüchtige Kontakte gepflegt werden und somit eine rudimentäre Sprachkompetenz ausreichend ist. Des weiteren darf nicht vergessen werden, dass einige der Betriebe, die zum Großhandel zu zählen sind, sich in einem deutschen Umfeld befinden, aber die Kundschaft zu 90% aus der eigenen Ethnie frequentiert wird.

Es sind vor allem aber auch die männlichen Gründer, die das Wagnis eingehen, die Betriebe in Stadtteilen zu eröffnen, deren Kundschaft nicht unbedingt aus der eigenen Ethnie kommt: 36,6% konzentrieren sich auf die einheimisches Klientel. Bei den Frauen sind es lediglich 19,4%. Dies steht z.T. in Widerspruch zu anderen Forschungen. Felicata Hillmann hat in einer qualitativ ausgelegten empirischen Studie für Berlin ermittelt, dass es vor allem die

Tabelle 9.3: Sozio-demographische Merkmale, nach Verortung, in Prozent			
	Ethnisch	Deutsch	Gemischt
Sprachkenntnisse (1=sehr gut...6=ungenügend)	2,52	2,74	2,18
Geschlecht			
Männer	58,9	36,6	4,6
Frauen	71,0	19,4	9,7
Alter			
18-34	64,0	30,2	5,8
35-49	53,4	40,9	5,7
50-64	71,4	25,0	3,6
65 und mehr	75,0	25,0	0,0
Aufenthalt in Deutschland			
0 (in Deutschland geboren)	50,0	27,8	22,2
1-5 Jahre	83,3	16,7	0,0
6-10 Jahre	41,7	54,2	4,2
11-15 Jahre	57,1	42,0	0,0
16-19 Jahre	86,4	9,1	4,5
20 und mehr	60,9	34,8	4,3
Ethnische Zugehörigkeit			
Türken	63,5	31,1	5,4
Kurden	50,0	45,0	5,0
Araber	100	0,0	0,0
Andere	80	20	0,0
Religiöse Zugehörigkeit			
Moslems	64,3	30,9	4,8
Aleviten	41,7	45,8	0,0
Andere	62,5	37,5	0,0

Frauen seien, die sich von dem Image der „Ethnischen Ökonomie“ bewusst distanzieren wür-

den (Hillmann 2001:203; Hilmann 1998). Dies kann mit den vorliegenden Daten nicht verifiziert werden.

Der Grund für die Bevorzugung der ethnischen Enklaven vor allem durch Frauen könnte daran liegen, dass prinzipiell die Selbständigkeit von Migrantenfrauen, aber auch von einheimischen Frauen eher gering ist und Frauen - wenn sie selbständig werden – „sich zum größten Teil in den frauentypischen Branchen, wie zum Beispiel im Dienstleistungsbereich niederlassen“ (Becker, Breitzke 1999:78). Brüderl u.a. weisen aber darauf hin, dass Frauen in von Männern dominierten Branchen ebenso erfolgreich sind (Brüderl u.a. 1996, S. 149ff.).

Der Grund dafür, dass Frauen als Selbständige eher scheitern liegt auch am Sozialkapital (s. a. Kapitel 8.3). Frauen nehmen weniger am Vereinsleben teil, haben weniger Mitgliedschaften, die Zahl der Alteri-Personen im Netzwerk ist geringer, Zahl der Mitgründer ist geringer und Frauen haben deutlich Frauen im Netzwerk (Jansen 2001:8f). Dies führt natürlich zur Einengung ihres Sozialkapitals und belastete diese in ökonomischen Krisenzeiten. „Hinzu kommt bei einigen Frauen, dass ihre private Belastung besonders hoch ist, weil sie als Geschiedene, Ledige oder Verwitwete allein für ihre Kinder sorgen müssen. Bei der Betrachtung des Familienstandes zeigt sich, dass Existenzgründer, die aufgrund von Trennung keinen festen Partner mehr haben, ein deutlich höheres Risiko tragen. Während sich Ledige und Verheiratete relativ gut am Markt behaupten konnten, haben ein Drittel der Geschiedenen, getrennt Lebenden oder Verwitweten ihr Unternehmen wieder schließen müssen.“ (Becker Breitzke 1999:78). Diese Befunde können z.T. mit dieser und anderen Studien bekräftigt werden: Türken verfügen z.B. über ein kleineres Netzwerk als Deutsche (Friedrichs und Blasius 2000) und speziell türkische Frauen haben weniger Teilhaber als türkische Männer, aber auch als die besser ausgebildeten iranischen weiblichen Selbständigen.

Auch neuere empirische Untersuchungen zeigen demographisch ein Übergewicht der männlichen Bevölkerung unter den Unternehmensgründern (Brüderl u.a., 1996:83; Lorenzen 1996:20f.; Sternberg 2000:61). Frauen neigen allgemein (unabhängig von der ethnischen Zugehörigkeit) zu Branchen mit niedrigen Markteintrittsbarrieren, geringeren Expansionswahrscheinlichkeiten, einem niedrigen Kapitaleinsatz und geringen Verdienstmöglichkeiten, aber auch mit einem relativ hohen Ausfallrisiko“ (Sternberg 2000:61).

Wie Tabelle 9.4. zeigt, gibt es nur kleine Unterschiede in der Verteilung von Männern und Frauen bezüglich Branchen. Frauen sind stärker im Einzelhandel und etwas mehr im Handwerk (vor allem Schneidereien) vertreten.

Tabelle 9.4: Geschlecht, nach Branchenstruktur, Türken, in Prozent						
	Branchenstruktur					Gesamt
	Einzelhandel	Großhandel	Dienstleistung	Handwerk	Gastronomie	
Männlich	46,3	3,4	20,6	13,7	16,0	100
Weiblich	54,8	3,2	9,7	16,1	16,1	100
Gesamt	47,6	3,4	18,9	14,1	16,0	100

Auffallend ist auch, dass die Aufenthaltsdauer in Deutschland sehr unterschiedliche Auswirkungen auf die Platzierung im Stadtteil hat. In Deutschland Geborene neigen eher dazu, ihr Geschäft außerhalb des ethnischen Quartiers zu eröffnen (27,8%).

Einen sicheren Halt bietet die eigenen Ethnie aber auch für Neuankömmlinge: Inhaber, die erst seit 1-5 Jahren in Deutschland sind, geringe Sprachkenntnisse haben, oftmals im Wege der Familienzusammenführung nach Deutschland gekommen sind, präferieren mit über 83% die ethnische Enklave. Auffallend ist aber auch, dass Personen, die sich schon relativ lange in Deutschland befinden, sich im türkischen Viertel etabliert haben: bei denen, die schon 16-19 Jahre in Deutschland wohnen, befinden sich rd. 86,5% der Betriebe in den türkischen Stadtvierteln; bei denen, die schon über 20 Jahre sich hier aufhalten, sind es immerhin rd. 61%. Eine starke Ausrichtung auf die deutsche Gesellschaft verzeichnen diejenigen, die 6-10 Jahre in Deutschland sind (54,2% befinden sich in deutschen Wohn- und Geschäftsgegenden).

Wichtig sind auch die Ergebnisse zu den Verteilungen bezüglich den ethnischen und religiösen Minderheiten innerhalb der türkischen Community in Deutschland. Dies ist vor allem auch deswegen wichtig, weil die Türken in der breiten Öffentlichkeit oftmals als eine homogene Gemeinschaft aufgefasst werden. Unter den ethnischen Gruppen sind vor allem die Kurden sehr stark vertreten und unterscheiden sich auch in ihren Absatzstrategien von der türkischen Mehrheit: haben 63,5% der türkischen Inhaber ihre Geschäfte innerhalb des ethnischen Quartiers, sind es lediglich 50% der Kurden.

Bei den Aleviten (einer häretischen Religionsgemeinschaft innerhalb des türkisch-islamischen Spektrums) zeigen sich deutliche Unterschiede: 45,8% der alevitischen Türken haben ihre Geschäfte in den deutschen Stadtgebieten, 64,3 % der sunnitischen Geschäftsleuten in türkisch-ethnischen Enklaven.

Insbesondere Neugründungen scheinen stärker in nicht-eigenethnischen Enklaven angesiedelt zu sein: lediglich 58,5% der Geschäfte, die seit 1-5 Jahren tätig sind, haben ihren Standort in den türkischen Stadtvierteln. Je länger aber die Betriebe bestehen, desto öfter sind sie in den ethnischen Quartieren vorzufinden. Dies bestätigt zum einen, dass der Nischenmarkt für die türkische Ökonomie als Ausgangspunkt des wirtschaftlichen Handelns entscheidend ist, zeigt aber auch, dass zum einen dieser auch nach jahrzehntelanger Anwesenheit in Deutschland ein Kontinuum darstellt, zum einen aber auch kaum Stabilität für die Betriebe bietet. Denn zum Zeitpunkt der Interviews (Frühjahr 2001) bestanden 51 (rd. 25%) der interviewten türkischen Geschäfte seit kaum drei Jahren (nur rd. 37% der Betriebe können auf eine Gründungs-geschichte von mehr als 6 Jahren verweisen).

49% der befragten türkischen Unternehmer haben keine Berufsausbildung, weder aus der Türkei, noch in Deutschland (im Vergleich: lediglich 24% der Iraner haben weder eine Berufsausbildung in Deutschland noch in der Türkei gemacht) (s. Tabelle 9.4). Von den 21 (Fach-) Hochschulabsolventen haben 15 ihr Studium in der Türkei abgeschlossen und orientieren sich zu 43,8% am einheimischen Markt.

Dies kann für diejenigen, die ihr Studium in Deutschland absolviert haben nicht gesagt werden – wenn die geringe Anzahl von 6 Absolventen eine eindeutige Zuordnung zulässt. Denn diese haben zu über 62% ihre Betriebe in den türkischen Vierteln eröffnet. Eine ähnliche Tendenz gibt es auch bei denjenigen, die eine Ausbildung gemacht, die Höhere Handelsschule besucht oder gar ihren Meister gemacht haben: 61% derjenigen, die diese Ausbildung aus der Türkei mitbrachten, haben den Standort ihres Betriebes in von Einheimischen bewohnte bzw. gemischte Gebiete gelegt. Bei denjenigen, die ihre Ausbildung in Deutschland absolviert haben, sind es lediglich 43,6% .

Tabelle 9.5: Schul- und Ausbildung und Verortung, Türken, in Prozent (*zeilenweise zu lesen*)

	Ethnisch	Deutsch	Gemischt
Schulbildung Deutschland			
Kein Schulabschluss	60,0	35,8	4,2
Hauptschulabschluss	64,1	30,8	5,1
Mittlere Reife	60,0	25,0	15,0
(Fach-) Abitur	59,3	37,0	3,7
Schulbildung Türkei			
Kein Schulabschluss	48,1	40,4	11,5
Hauptschulabschluss	70,8	25,8	3,4
Mittlere Reife	60,0	40,0	0,0
(Fach-) Abitur	56,9	39,7	3,4
Berufsbildung Deutschland			
Keine Berufsausbildung	63,5	31,4	5,1
Lehre / Höhere Handelsschule	56,4	38,1	5,5
Meister/Fachakademie	50	50,0	0,0
Hochschulabschluss	62,5	25,0	12,5
Berufsbildung Türkei			
Keine Berufsausbildung	65,0	29,4	5,5
Lehre / Höhere Handelsschule	38,0	57,2	4,8
Meister/Fachakademie	33,3	66,7	0,0
Hochschulabschluss	50,0	43,8	6,3

Daraus lässt sich ableiten, dass diejenigen, die keine Ausbildung haben, es vorziehen, mit ihrem ethnischen Klientel zu wirtschaften. Unternehmer aber, die eine relativ hohe Ausbildung in der Türkei genossen haben, ziehen einheimische bzw. nicht-türkische Konsumenten und Absatzmärkte vor. Der Grund dafür, dass diejenigen, die eine bessere Ausgangssituation hätten, wie diejenigen, die in Deutschland eine Ausbildung usw. gemacht haben, scheint zu sein, dass sie wohl nach entsprechenden negativen Erfahrungen (Diskriminierung, Arbeitslosigkeit, vergebliche Suche nach Arbeit usw.) resigniert haben und das Wirtschaften mit ihren Landsleuten vorziehen. Dies ist eine Vermutung und müsste anhand von weiteren Forschungen verifiziert werden: ein Wert scheint diese Vermutung zu untermauern, nämlich 60,7% derjenigen, die vor der Geschäftsgründung arbeitslos waren, sind im türkischen Quartier tätig.

Offensichtlich ist auch die Art der Geschäftstätigkeit richtungsweisend dafür, wo ein Geschäft eröffnet wird (s. Tabelle 9.6). Großunternehmen orientieren sich stärker an den Markt-

verhältnissen und platzieren ihre Betriebe in einem einheimischen Umfeld, das ihnen logistische Vorteile bietet: 85,7% dieser Betriebe befinden sich in einem nicht-ethnischen Quartier. Ähnliche Verhältnisse lassen sich für die Gastronomie nachweisen: 45,5% befinden sich in einem deutschen Umfeld. Hier hat eine Bewegung der Produkte zu den Konsumenten hin stattgefunden. Hierbei spielt wohl eine Rolle, dass die türkische Küche (z.B. aus dem Urlaub vieler Deutscher) bekannt ist und somit für geschäftstüchtige Gastronomen sich die Gelegenheit bietet, nicht-türkische Konsumenten als Abnehmer zu gewinnen. Dieser Bereich ist wohl derjenige, der einem starken Konkurrenzkampf ausgesetzt ist

Tabelle 9.6: Bestand und Branchenstruktur, nach Verortung (*zeilenweise zu lesen*), in Prozent

	Ethnisch	Deutsch	Gemischt
Bestand der Geschäfte			
1-5 Jahre	58,5	35,4	6,2
6-10 Jahre	61,4	31,8	6,8
11-15 Jahre	60,0	40,0	0,0
16-19 Jahre	75,0	25,0	0,0
20 und mehr	80,0	20,0	0,0
Branchenstruktur			
Einzelhandel	62,3	31,6	6,1
Großhandel	14,3	85,7	0,0
Dienstleistung	69,2	28,2	2,6
Handwerk	69,0	24,2	6,9
Gastronomie	48,5	45,5	6,1

Zum einen konkurrieren türkische Gastronomen untereinander, zum anderen stehen sie in Konkurrenz zu anderen nicht-deutschen Gastronomen (z.B. italienischen Pizzerien), aber auch Anbietern, die ähnliche Produkte anbieten (wie z.B. griechischen Gyros-Verkäufern). Am augenscheinlichsten ist dieser Konkurrenzkampf bei Schnellimbissen zu verzeichnen. Viele italienischen Pizzerien wurden mit der Zeit von iranischen und türkischen Geschäftsleuten übernommen, so dass kaum noch Schnell- und Auslieferdienste für Pizzerien von Italienern geführt werden. Die neuen Inhaber mussten sich wiederum den Konsumwünschen ihrer Kun-

den beugen, und bieten Waren an, die nicht unbedingt landesüblich sind (z.B. mexikanische, koreanische, italienische Gerichte). Des weiteren haben sich auch die ethnischen Produkte verändert: der „türkische“ Tee kommt aus Ceylon und die türkische Pizza mit Döner ist eine deutsch-türkische Erfindung und in dieser Art in der Türkei weitestgehend unbekannt. Dementsprechend beklagen sich bei den Gastronomen 45,4% über allgemeine und türkische Konkurrenz.

Der Einzelhandel, der hauptsächlich Kioske, Lebensmittelgeschäfte, Boutiquen und Export-Import-Geschäfte beinhaltet, bietet wegen der geringen Einstiegsbarrieren eine wichtige Einstiegsmöglichkeit in unternehmerisches Handeln. Die Kundenorientierung ist aber umso differenzierter: während Kioske und Boutiquen vornehmlich nicht-türkische Kundschaft bedienen, scheinen sich die Lebensmittelgeschäfte und Export-Import-Geschäfte auf eigenethnische Klientel konzentriert zu haben (z.B. gaben nur 4 von 25 türkischen Lebensmittelgeschäften an, dass sie über 80% deutsche Kundschaft hätten, bei den Kiosken waren es 48%, die angaben, dass sie über 80% deutsche Kundschaft hätten). Dementsprechend befinden sich 31,5% des befragten Einzelhandels in deutschen Wohn- und Geschäftsgegenden (s. Tabelle 9.6).

Das Handwerk, bestehend aus Juwelieren (Schmuckgeschäften), Schneidereien, Kfz-Betrieben und Friseuren, weist ähnliche Strukturen auf.

Hierbei liegen die Einstiegshürden wesentlich höher, zum einen bedarf es einer handwerklichen Ausbildung, zum anderen gibt es erhebliche Reglementierungen durch deutsche Handwerksbestimmungen, wie z.B. bei Schneidereien. Schneidermeister aus der Türkei können nur eine Änderungschneiderei eröffnen, weil ihre in der Heimat erworbene Ausbildung nicht anerkannt wird und eine Prüfung bei der Handwerkskammer mit erheblichen Kosten verbunden wäre. Somit bleibt ihnen nur der Ausweg, eine Änderungschneiderei zu eröffnen, die es ihnen aber nicht gestattet z.B. Maßanzüge anzufertigen. Schneidereien haben über 70% deutsche Kunden. Nur in Deutschland ausgebildete Friseure können Friseurläden eröffnen, die anderen müssen sich ihr Geld in Vereinslokalen und Hinterzimmern von türkischen Cafés verdienen. Dementsprechend haben die „offiziellen“ türkischen Friseure über 70% deutsche Kundschaft und sind folglich auch in von Einheimischen frequentierten Stadtteilen und Geschäftsstraßen vorzufinden, wohingegen die anderen ausschließlich für die ethnische Community arbeiten. Türkische Juweliere und Kfz-Betriebe arbeiten wiederum für die eigene Community, aber auch für die einheimische Bevölkerung. Dabei stehen Kfz-Betriebe vor ähnlichen Problemen: neben den offiziellen, von türkischen Kfz-Meistern mit deutschem Meist-

Tab 9.8: Deskriptive Statistik (Türkische Betriebe)

Mittelwert		
Wie viel Prozent der Kundschaft Landsleute (Türken)	45,85	14,9
Wie viel Prozent der Kundschaft Deutsche	42,60	70,5
Wie viel Prozent der Kundschaft andere Auslän- der	11,26	14,0
Gesamt	100%	
N=202		

erbrief geführte Werkstätten, gibt es eine Reihe von Hinterhofwerkstätten, die von türkischen Automechanikern geführt werden, die ihre Ausbildung in der Heimat abgeschlossen haben, aber aus den unterschiedlichsten Gründen (Sprachprobleme, fehlende Diplome, bürokratische Hürden etc.) nicht die Möglichkeit haben, eine legale Werkstatt zu führen.

Der Dienstleistungsbereich besteht vor allem aus türkischen Reisebüros, Versicherungsmaklern, Übersetzungsbüros, aber auch verstärkt Internet- und Softwarefirmen. Weil die Türkei verstärkt in den 90ern zum Urlaubsland avanciert ist und auch ein großer Bedarf an Heimatflügen vorhaben ist, expandiert dieser Bereich der türkischen Ökonomie und bedient neben der eigenen Klientel auch einheimische Interessenten: 68% der türkischen Reisebüros befinden sich in den traditionellen türkischen Wohn- und Geschäftsgegenden. Internet- und Softwarefirmen wiederum platzieren sich oftmals in gehobenen Geschäftsgegenden und sind nicht auf den ersten Blick als „türkische“ oder gar ethnische Firmen zu identifizieren.

9.3 Kundschaft

Einige Forscher sprechen bei der Kundenstruktur von einer „Ethnisierung“ (Bukow 1994). Entgegen den Ergebnissen anderer Studien - wie Duymaz 1990, Zentrum für Türkeistudien 1989, 1991, Caliskan 1989 - stellt Bukow fest: „Hinsichtlich der Kundschaft gibt es eine generelle Tendenz zurück zur eigenen Ethnie bzw. die andauernde Beschränkung auf die eigenen Leute“ (1994:142). Auch wird bei den einheimischen Geschäftsleuten beobachtet, dass diese die ausländischen Geschäftsinhaber „ignorieren“ würden (1994:140).

Ein wichtiges Anzeichen dafür, dass die ethnische Ökonomie die Grenzen einer Nischenökonomie überschritten hat, ist der Anteil der deutschen Kundschaft.

Gemäß der Selbstauskunft der Selbständigen haben die türkischen Geschäfte im Durchschnitt 45,85% türkische Kundschaft, 42,60% der Kunden sind Deutsche und weitere 11,26%

sind andere Ausländer (s. Tabelle 9). Der hohe Anteil an eigenethnischer Kundschaft resultiert bei den türkischen Betrieben vor allem aus der Verortung dieser in der ethnischen Community. 49,1% der türkischen Betriebe haben über 50 bis 100% Kundschaft aus der eigenen Ethnie.

Ein anderes Bild zeigt sich bei den iranischen Geschäften. Hier sind es lediglich 14,9% der Kundschaft Iraner, während diese Geschäfte zu 70,5% deutsche Kunden haben, der Rest Kundschaft sich aus anderen Nationalitäten zusammensetzt. Bei den Iranern hat vor allem der Einzelhandel geringe Anteile an eigenethnischer Kundschaft, die Gastronomie und der Großhandel eher mehr. Vor allem aber zeichnet sich für die iranischen Geschäfte ab, dass sie, weil sie nicht auf eine örtliche Konzentration von eigenethnischen Personen zurückgreifen können, sie sich auf viele Stadtbezirke und Stadtteile von Köln verteilen und somit auch sehr unterschiedliche Nationalitäten erreichen.

9.4 Branchenstruktur

Einige türkische Verlage geben in bestimmten Abständen türkische Branchenbücher heraus. Es gibt hierfür regionale sowie überregionale Ausgaben (z.B. für Köln, Duisburg, Essen oder NRW). Für diese Untersuchung wurde die Ausgabe 1996 untersucht, um einen Überblick über die Branchenstruktur zu gewinnen. Das Ergebnis der statistischen Auswertung ergab folgendes Bild (s. Tabelle 9.9):

Insgesamt fanden sich 780 türkische Betriebe und Einrichtungen (türkische Ärzte und Organisationen wurden auch mit einbezogen, da diese auch in einem nicht unerheblichen Ausmaß Arbeitsplätze zur Verfügung stellen). Rund 37% der Betriebe sind dem Einzelhandel zuzurechnen; darunter sind Lebensmittelgeschäfte mit 31% vertreten. Der Großhandel mit Lebensmitteln, Fleisch, Getränken und Textil hat einen Anteil von rund 10% der Betriebe. Zum Handwerk (Kfz-Mechaniker, Bäcker, Metzger, Änderungsschneidereien usw.) zählen 6% der Betriebe. 10% der Betriebe sind dem Gastronomiebereich zuzurechnen. Die Sparte „Kulturelles“ umfasst alle türkischen Organisationen, Festsäle, Sportvereine, Discos und ähnliches. Sie machen 14% der Einrichtungen aus.

Tabelle 9.9: Anzahl und Anteil der Geschäfte, nach Branche in Köln

		Lebensmittel	Import- Export	Textil Ein- zelhandel	Juweliere	Andere	Summe	
Einzelhandel	Anzahl	92	41	19	39	67	258	33%
	%	31,34	15,89	7,36	15,12	25,97		
Großhandel	Anzahl	Lebensmittel	Fleisch	Getränke	Textil		63	8%
	%	63,32	6,35	17,46	15,87			
Dienstleistung	Anzahl	Reisebüro	Ärzte	Versiche- rung	Finanz	Andere		
	%	76	29	12	19	104	240	31%
Handwerk	Anzahl	Kfz- Mechaniker	Bäcker	Metzger	Ände- rungs- schneider	Andere		
	%	31,67	12,08	5,00	7,92	43,33		
Kulturelles	Anzahl	Organisatio- nen	Festsäle	Sportverei- ne	Discos	Andere		
	%	11,63	37,21	23,26	9,30	18,60		
Gastronomie	Anzahl	Restaurant	Imbisse	Konditoren	Bistro		98	12,5%
	%	50,00	8,16	23,47	8,16	10,20		
	Anzahl						78	10%
	%	48,72	34,62	8,97	7,69			
Betriebe gesamt							780	100%

Wie labil aber Branchen sein können, zeigen z.B. Entwicklungen in Holland. Vor allem in Amsterdam besaß die türkische Ökonomie bis Anfang der 90er eine Pionierstellung. Doch durch staatlicher Maßnahmen gegen illegale Beschäftigung, der Öffnung nach Ost-Europa im Zuge der Wende und einem allgemeinen Trend zur ökonomischen Internationalisierung bzw. Globalisierung bewirkte einen Niedergang des türkischen Textilsektors in Holland (s. Kapitel 3.3).

Ein wesentlicher Unterschied in der Branchenstruktur zwischen Türken und Iranern ist, dass 63% der Iraner im Einzelhandel tätig sind, bei den Türken hat dieser nur einen Anteil von 47,6% (s. Tabelle 9.9). Auffällig ist auch, dass die türkischen Selbständigen in den Bereichen Handwerk, Dienstleistung und Gastronomie stärker vertreten sind.

Tabelle 9.10 Branchenstruktur, nach ethnischer Zugehörigkeit, in Prozent

	Türken		Iraner	
	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Einzelhandel	98	47,6	68	63,0
Großhandel	7	3,4	5	4,6
Dienstleistung	39	18,9	13	12,0
Handwerk	29	14,1	7	6,5
Gastronomie	33	16,0	15	13,9
Insgesamt	206	100	108	100

Dies kann zum einen damit zusammenhängen, dass die Iraner weniger handwerkliche Berufe erlernt haben als die Türken und dass in der Gastronomie der Absatz durch die Quantität der türkischen Mitbürger leichter ist und weil die türkische Küche bekannter ist, als die iranische.

Übersehen werden darf aber auch nicht, dass die Angebotsstruktur der iranischen Betriebe anders strukturiert ist: es gibt z.B. 9 iranische Teppichhändler (Einzel,- und Großhandel; Teppich-Wäschereien/Reparaturen); 6 Inhaber dieser Betriebe befinden sich seit über 20 Jahren in Deutschland. Hinzu kommen Iraner, die 24 Kioske, 9 Copyshops bzw. Druckereien sowie 6 Restaurants betreiben. Ähnliche Strukturen sind auch unter iranischen Selbständigen in Dänemark zu beobachten: auch in Dänemark konzentrieren sie sich stärker auf den Einzelhandel als z.B. auf Restaurants (Barger und Rezae 1999). Der Grund hierfür ist augenscheinlich, zum einen fehlt die ethnische Kundschaft und zum anderen ist die iranische Küche weit weniger bekannt als z.B. die chinesische, italienische oder türkische, so dass kaum Einheimische diese Restaurants aufsuchen.

Vergessen darf aber nicht, dass viele Firmen lokal agieren, aber international aktiv sind. Dies zeigt sich z.B. bei Chinesen auf der ganzen Welt, aber auch bei Türken in Deutschland, die Güter aus der Türkei importieren und diese europaweit vertreiben oder Güter aus Deutschland werden von Türken in Türkei oder andere außereuropäische Länder exportiert. Aber auch die Iraner sind z.B. am internationalen Handel rege beteiligt: „Immigrant businesses often distribute and sell ethnic goods imported from countries of origin, supported by ethnic trade

networks and international import-export centres. This is, for example, the case for Persian carpets which are imported to Hamburg by Iranian import-export dealers located in the Free Harbour area” (Barger und Rezae 1999:33).

9.5 Zusammenfassung

Die ethnische Enklave bietet eine leichte Zugangsmöglichkeit für potentielle ethnische Gründer. Zum einen gibt es ein bestimmtes Kundenpotential mit bestimmten kulturellen Bedürfnissen, die in der Nische befriedigt werden können. Auch die Branchen bzw. Betriebsgrößen ermöglichen es den Einsteigern leicht Fußzufassen in der Nische. Folglich haben türkische Geschäfte auch mehr Kundschaft aus der eigenen Klientel als iranische Geschäfte. Wobei auch die türkischen Geschäfte nicht nur türkische Kundschaft bedienen, sondern auch in einem nicht unerheblichen Maße geschafft haben, deutsche und andere Kundschaft zu gewinnen und damit den Weg von der Nische zum Markt eingeschlagen haben. Ein wichtiger Einflussfaktor hierbei ist, dass sich auch die Konsumverhalten der deutschen insbesondere jungen Generation sich verändert hat und viele „ethnische Produkte“ auch von Einheimischen konsumiert werden (s. Kapitel 3.5.2). So ist auch der Bereich der Gastronomie in den unterschiedlichsten Stadtteilen (ethnisch, deutsch oder gemischt dominiert) vorzufinden.

Auffällig ist aber unter welchen kaum rationalen Gesichtspunkten die Geschäftswahl oder der Ort letztendlich ausgemacht wird. Zum einen spielt die Wohnungsnähe, zum anderen der Bekanntenkreis und das ethnische Netzwerk eine entscheidende Rolle. Diese Grundlagen werden als genügend erachtet um ein Geschäft erfolgreich zu führen.

Die Auswertungen dieses Kapitels haben aber auch erkennen lassen, dass Merkmale wie Sprachkenntnisse oder Bildung sich kaum auf die Entscheidungsfindung auswirken. Personen mit guten Deutschkenntnissen bzw. einer Ausbildung in Deutschland sind genauso in der Nische zu finden wie im offenen nicht-ethnischen Markt. Lediglich im Alter und Geschlecht lassen sich leichte Veränderungen feststellen. Junge männliche Gründer tendieren eher dahin, ihr Geschäft in Gegend mit deutscher oder gemischter Kundschaft zu eröffnen, als ältere Gründer oder auch Frauen. Dies kann damit zusammenhängen, dass die jüngeren Kohorten risikobereiter und offener für Experimente sind. Lediglich Großunternehmen zeigen offen die Tendenz ihr Betrieb nicht nach ethnischen Gesichtspunkten zu etablieren, sondern richten sich nach ökonomischen Größen.

Werden auch die Ergebnisse des Kapitels 8 und persönliche Beobachtungen mit in die Bewertung eingeschlossen, kann festgehalten werden, dass die Nischenökonomie bald auf ihre

Grenzen stößt. Denn weil der Kundenkreis beschränkt ist und immer mehr ethnische Anbieter sich auf diesen Markt drängen (s. Kapitel 6 zu den Veränderungen in einem Stadtteil binnen fünf Jahren) und sich damit ein harter Konkurrenzkampf zwischen den (türkischen) Anbietern entfacht, können nur wenige Betriebe sich auf diesem Marktsegment halten. Schon werden müssen z.B. türkische Einzelhändler türkischen Supermärkten platzmachen. Des weiteren melden immer mehr Inhaber Konkurs an, so dass die Läden ständig den Besitzer wechseln und wieder neue Inhaber mit geringer Bildung, starker innerethnischer Orientierung und traditionellen Absatzmarktstrategien ihr Glück versuchen.



10. Beschäftigte in der ethnischen Ökonomie

Folgt man Ivan Light, so kann gesagt werden, dass die ethnische Ökonomie aus ethnischen Selbständigen, ihre co-ethnischen Beschäftigten und ihren unbezahlten Familienangehörigen besteht (Light 1993:581; Light und Karageorgis 1994:663). Nach Angaben des Zentrums für Türkeistudien ist die Zahl der Beschäftigten in den türkischen Betrieben auf 327.000 gestiegen - während diese 1997 noch mit 162.000 beziffert wurde. Den starken Anstieg der Beschäftigtenzahlen sieht das ZfT in dem hohen Zuwachs der Selbständigen (1998 waren es noch 51.000; 2000 sind es schon 59.500 und den Herausforderungen des Marktes – insbesondere dem Konkurrenzdruck (Zentrum für Türkeistudien 2001).

Inwieweit diese aber einen strukturellen Arbeitsplatzgewinn bedeuten oder aber eher für Randgruppen der eigenen Ethnie und für Familienangehörige ein Potential darstellen, soll in diesem Abschnitt geprüft werden. Hierzu dient neben der aktuellen Studie, eine eigene Studie, die im Rahmen einer empirischen Arbeit durchgeführt wurde (Yavuzcan 1997).

Des weiteren sollen Annahmen, die von Wiley zu Beschäftigten in der ethnischen Ökonomie entwickelt wurden, evaluiert werden (s. Kapitel 3). Wiley weist darauf hin, dass die ethnische Ökonomie auch eine Mobilitätsbarriere für die Beschäftigten darstellen kann („mobility trap“) (Wiley 1973), dies auch wenn die Betriebe für qualifiziertes Personal Arbeitsmöglichkeiten bieten sollten. In der einheimischen Ökonomie – so Wiley - ist es möglich sich von einem Ast auf den anderen aber auch von einem Stamm auf den anderen zu bewegen bzw. von einer (sozialen) Schicht auf die andere zu wandern. Auch in der ethnischen Ökonomie ist es möglich beruflich aufzusteigen, aber nur in einem begrenzten Rahmen. Die Möglichkeit von einem Ast auf den nächsten höheren oder von einer Schicht auf die andere ist nur begrenzt möglich.

Nee, Sanders und Sernau (1994) haben diese Annahmen in den USA diese Annahmen geprüft und finden Hinweise darauf, dass die Mitarbeiter der Ethnien es nicht längerfristig vorziehen in einem ethnischen Betrieb zu arbeiten, weil auf dem generellen Arbeitsmarkt die Arbeitsbedingungen und die Entlohnung besser ist. Auffallend ist das auch hier die Mitarbeiter nicht nach ihren persönlichen Präferenzen gefragt wurden. Leider gibt es in Deutschland kaum Untersuchungen diesbezüglich. Da die meisten in Deutschland gemachten Untersuchungen Querschnittsanalysen sind, die sich nicht mit dem beruflichen Werdegang der Mitarbeiter im Betrieb, aber auch nach dem Ausscheiden der Mitarbeiter aus dem Betrieb befassen. Eine Studie von Schultz deutet an, dass Bewegungen in bzw. aus der ethnischen Ökonomie mög-

lich sind (Schultze 1991a). Ziel dieses Abschnittes ist es zumindest den Status Quo in der ethnischen Ökonomie festzuhalten. Zu den Erläuterungen zur Situation der Beschäftigten in der ethnischen Ökonomie wurden theoretische und empirische Annahmen zur Arbeitsmarktheorie vorangestellt.

Somit ist ein Ausgangspunkt der Untersuchung die Nationalität der Betriebsinhaber, wobei auch Personen mit einbezogen wurden, die später die deutsche Staatsangehörigkeit übernommen haben und Mitarbeiter, die Nicht-Türken sind. Der Arbeitsmarktaspekt stand unter der Frage „ob bestimmte ethnische Netzwerke bestehen und wie sie beschaffen sind.“ Hierbei war wichtig, wie Geschäftsinhaber zu Mitarbeitern kommen bzw. umgekehrt, wie z.B. Türken oder Iraner zu einer Arbeit in einem ethnischen Betrieb gelangen: ob es bestimmte Personen oder Institutionen gibt, die Arbeitskräfte vermitteln oder Anbieter und Nachfragende zusammenbringen.

10.1 Mitarbeiter

Um die Mitarbeiter zu erfassen, wurden die Betriebsinhaber gebeten, Angaben zu ihren Mitarbeitern zu machen. Mit der ersten Frage (Frage 21c) wurde die Anzahl aller Mitarbeiter (Fest- und Teilzeitkräfte; Familienangehörige; Auszubildende; Aushilfen) erfasst. Die Ergebnisse hierzu sind in Tabelle 10.1 wiedergegeben. Insgesamt beschäftigen die türkischen Befragten 423 Personen; damit beschäftigen die türkischen Selbständigen im Durchschnitt ca. 2 Mitarbeiter. Die iranischen Selbständigen haben insgesamt 204 Mitarbeiter; im Durchschnitt 1,8 Mitarbeiter. Die Interviewer wurden angewiesen, auch Personen aufzuführen, die nicht genannt wurden, aber augenscheinlich im Betrieb tätig waren. Tendenziell ergeben sich ähnliche Ergebnisse in der Anzahl der Beschäftigten zwischen den beiden Ethnien.

Daten konnten bei den türkischen Betrieben von 359 Beschäftigten erhoben werden, bei den Iranern waren es 66. Von den erfassten Mitarbeitern bei den türkischen Selbständigen waren 68,5% Männer und 31,5% Frauen. Bei den iranischen Selbständigen hingegen waren es 53% Männer und 47% Frauen. Bei den Iranern ist eine Tendenz zu „keine“ bzw. nur 1-2 Beschäftigte zu verzeichnen. Dementsprechend fallen die Zahlen bis 10 Beschäftigte geringer aus. Vergessen werden darf hierbei nicht, dass viele der Interviewten davor zurückschrecken, genaue Angaben über die Zahlen der Beschäftigten zu machen.

Tabelle 10.1: Beschäftigte in der ethnischen Ökonomie, nach Ethnie, in Prozent

	Türken		Iraner	
Keine	46	22,3	29	26,9
1-2	111	53,9	61	56,5
3-5	33	16,0	15	13,9
6-10	12	5,8	0	0,0
10 und mehr	4	2,0	3	2,7%
Insgesamt	206		108	

Dies resultiert oft daraus, dass die Vermutung besteht, evtl. Angaben könnten an das Finanzamt oder das Gewerbeamt weitergeleitet werden. Vor allem, wenn Betriebe neu gegründet werden, besteht die Tendenz, Arbeitnehmer illegal zu beschäftigen oder aus familiären Gründen oder aus Solidarität mit der eigenen Ethnie Personen zu beschäftigen, die keine Arbeitserlaubnis haben. Die Mitarbeiter in den türkischen Betrieben sind durchschnittlich 1970, die der iranischen 1969 geboren.

Vergessen werden darf nicht, dass vor allem der Einzelhandel und Teile des Dienstleistungsbereiches vorherrschen. Dies hängt auch mit einem generellen Trend zur Tertiarisierung zusammen, der sich auch in den ethnischen Kleinbetrieben zeigt, der aber allgemein typisch ist für diese Branche und mit niedrigem Beschäftigungspotenzial verbunden ist (Semlinger 1995:20). Hier passen auch die Annahmen von Sassen. Durch die Entwicklung der Städte zu „global cities“, die durch niedrige Anteile des produzierenden Gewerbes, hohe Anteile von produktionsbezogenen Dienstleistungen, hohe Anteile von Finanzdienstleistungen gekennzeichnet sind, entsteht auch ein „new employment regime“, welches den Bedarf an „low-wage jobs“ hervorbringt, die geringe Ansprüche an die Ausbildung stellen. Der Bedarf an Dienstleistungsfirmen für die neue Ökonomie verstärken die Arbeitsnachfrage und das „new employment regime“ (Sassen, 1996:581) Hier drängen vor allem Migranten, die oftmals aus Ländern kommen, deren ökonomischen Situation von Arbeitslosigkeit, Inflation oder politischer Instabilität gekennzeichnet ist (s. Kapitel 3).

10.2 Nationalität der Mitarbeiter

Auch wenn die ethnische Ökonomie nicht nur Arbeitsplätze für die eigene Ethnie bietet, bleiben doch Deutsche als Angestellte bzw. Arbeiter in ethnischen Betrieben weiterhin Exoten. Leider können bei dieser Studie die Eindrücke des ZfT, dass „auch im Hinblick auf die Struktur der Mitarbeiter ... sich die türkischen Unternehmen allmählich aus der ethnischen Nische (lösen), so dass der deutsche Angestellte bei einem türkischen Unternehmen keine exotische

Erscheinung mehr ist“ nicht bestätigt werden (ZfT 2001). Nur 3% der Beschäftigten sind Deutsche. Interessanter als die Kategorie der deutschen Beschäftigten sind die der anderen; 6,9% gehören dieser Kategorie an bei den Iranern sind es 11,0% (s. Tabelle 10.2).

Tabelle 10.2: Nationalität der Mitarbeiter, nach Ethnie, in Prozent

Türken			Iraner		
	Anzahl	Prozente		Anzahl	Prozente
türkisch	301	82,9	Iranisch	89	57,8
deutsch	11	3	Deutsch	48	31,2
andere	25	6,9	andere	17	11,0
Kurde	25	6,9			
w.n.	1	0,3			

Bei den Türken wurden insgesamt 363 Personen erfasst Bei den Iranern wurden 154 Beschäftigte erfasst

Unter der Kategorie „Kurde“ darf keine Staatsbürgerschaft verstanden werden. Vor allem einige der kurdischen Selbständigen, die bewusst ihre kurdische Abstammung als eine Abgrenzung zum Türkensein verstehen, beharrten darauf, dass einige ihrer Beschäftigten „Kurden“ sind – obwohl sie de facto die türkische, irakische oder iranische Staatsbürgerschaft haben.

37,8% der beschäftigten türkischen Mitarbeiter stammen aus der gleichen Region wie der Inhaber. 38,8 der türkischen Mitarbeiter sind verwandt mit dem Inhaber. Unter den Verwandten befinden sich vor allem Geschwister (35,7%), Ehepartner (19,7% / Anzahl 31), Kinder (10,2% / Anzahl 16) und Eltern (7,6% bzw. 16). 31,5% der Mitarbeiter bei den iranischen Geschäftsleuten stammen aus der gleichen Region. 29% sind nicht mit dem iranischen Inhaber verwandt. Auch bei den iranischen Geschäften befinden sich unter den Verwandten vor allem Geschwister (31,1% / Anzahl 14), Ehepartner (26,7% / Anzahl 12), Eltern (11,0% / Anzahl 5). Vor allem zeichnen sich die iranischen Geschäft mit einem höheren Anteil an Deutschen Mitarbeitern aus (31,2%). Türken hingegen beschäftigen nur einen geringen Anteil an deutschen Mitarbeitern (3%).

10.3 Mitarbeitertätigkeit

Den empirischen Auswertungen zur Situation der Beschäftigten seien einige Erläuterungen zur Arbeitsmarkttheorie vorangeschickt, um die Lage der Beschäftigten in diesen Betrieben, aber auch um dieses spezielle Segment des Arbeitsmarktes etwas besser in den gesamtwirtschaftlichen Kontext einordnen zu können.

In der Arbeitsmarkttheorie gibt es den Ansatz der Segmentationstheorie, in der von zwei Teilbereichen des Arbeitsmarktes ausgegangen wird: zum einen in den primären Arbeitsmarkt und zum anderen in den sekundären Arbeitsmarkt.¹⁵ Die verschiedenen Ansätze dieser Theorie stellen im Grunde ein alternatives Erklärungsmodell zur neoklassischen Arbeitsmarkttheorie dar. Ein gemeinsames Charakteristikum dieser Ansätze ist es, dass sie nicht nur auf ökonomische Prinzipien zurückgreifen, um Diskrepanzen zwischen neoklassischen, theoretisch vollkommenen Arbeitsmarktmodellen und der zu beobachtenden gesellschaftlichen sowie wirtschaftlichen Realität zu erklären. Sie ist eher sozialwissenschaftlich orientiert.

„Die Grundprämisse, aus der der zunächst einmal duale Arbeitsmarkt abgeleitet wird, ist die eines güterwirtschaftlichen Dualismus, nach der die gesamte Wirtschaft in einen monopolisierten, stabilen Kernbereich („Core Economy“) mit konjunkturabhängiger, standardisierter Massenproduktion und einen peripheren Wettbewerbsbereich („Peripheral Economy“) gespalten ist“ (Sesselmeier und Blauermel, 1990:161; s.a. Schmid 1983:213f.). Dementsprechend ist der Kernbereich durch kapitalintensive Güterproduktion und wenige große Firmen gekennzeichnet, der periphere Wettbewerbsbereich grundsätzlich durch „Klein- und Mittelbetriebe mit arbeitsintensiver Produktionen, die weder standardisiert noch massenhaft hergestellt werden können, und sich einer instabilen Güternachfrage gegenüber sehen.“ (Sesselmeier und Blauermel, 1990:161).

„Im wesentlichen entspricht der sekundäre Arbeitsmarkt dem peripheren Wettbereich und der primäre Arbeitsmarkt dem monopolistischen Kernbereich. Dies ergibt sich aus der Tatsache, dass nur der Monopolbereich stabile Beschäftigungsverhältnisse, hohe Entlohnung, gute Arbeitsverhältnisse usw. bieten kann. Dies ist im peripheren Sektor mit seiner instabilen Produktion nicht möglich“ (Sesselmeier und Blauermel 1990:162).

Zwei Charakteristika sind den verschiedenen Segmentationstheorien gemeinsam:

¹⁵ Es lassen sich Ansätze für eine Differenzierung in einen externen und einen internen Arbeitsmarkt finden bzw. werden beide Ansätze integriert in ein Neues. Als Begründer der Theorie gelten Doeringer und Piore (s. Sesselmeier und Blauermel 1990:153f.).

Teilarbeitsmärkte werden, im Gegensatz zu traditionellen Teilarbeitsmarkttheorien, nicht mehr als stets gleichförmig funktionierend, mithin durch Lohndifferenzen gesteuert, angesehen; vielmehr wird davon ausgegangen, dass der Lohnmechanismus seine Allokationsfunktionen nur zum Teil erfüllt und von anderen Allokationsmechanismen ergänzt oder durch sie ersetzt wird.

Die Analyse von Mobilitätsströmen innerhalb bzw. von Mobilitätsbeschränkungen zwischen den Teilmärkten wird zum zentralen Forschungsstand erhoben (Sesselmeier und Blauermel 1990:200).

Wobei der primäre Arbeitsmarkt durch relativ stabile Arbeitsplätze, Aufstiegschancen, festgelegte Karrieremuster, hohes Einkommen, gute Arbeitsbedingungen, geringe Fluktuationen und formelle oder informelle Regelungen für Ausstiegskriterien, Entlassungen usw. gekennzeichnet ist (Schmid und von Dosky, 1990:51; Sesselmeier und Blauermel 1990:155). Den sekundären Arbeitsmarkt kennzeichnen nicht nur instabile Arbeitsplätze, sondern auch instabiles Erwerbsverhalten, häufige Arbeitslosigkeit, hohe Fluktuationen, niedrige Einkommen, keine oder geringe Aufstiegschancen und niedrige Qualifikationsanforderungen (Schmid und von Dosky 1990:51; Doring und Piore in: Szydlík 1990:22; Sesselmeier und Blauermel 1990:155).

Der Ansatz von Doring und Piore, auf den wir weiter eingehen werden, dient vielen U.S. amerikanischen Studien über Teilarbeitsmärkte als Grundlage und ist auch in der ethnic enterprise Diskussion als Grundannahme enthalten (s. Portes und Wilson 1980; Bailey und Wal-dinger 1991). Sie versucht eine empirische Kritik an der neoklassischen Auffassung des Arbeitsmarktes vorzubringen. Sie basiert auf Fallstudien von städtischen Ghetto-Arbeitsmärkten in den USA, wobei Armut und Unterbeschäftigung von schwarzen Arbeitnehmern untersucht wurden (Szydlík 1990:19). Insbesondere Schwarze sind in den USA hauptsächlich im sekundären Segment anzutreffen und eine strikte Dichotomisierung des Arbeitsmarktes ist kennzeichnend und bestimmend für die Akteure im Wirtschaftsgeschehen, „dass für Schwarze auf dem US- Arbeitsmarkt unüberwindbare Barrieren existieren, die sie im sekundären Segment verharren lassen, während für die anderen Problemgruppen zumindest Chancen für eine Überwindung dieser Barrieren existieren.“ (Szydlík 1990:19).

Kritisiert wird dieser Ansatz insbesondere, weil er stark auf amerikanische Verhältnisse beschränkt ist, denn „die Dichotomie-These ist – wie erwähnt – für Schwarze und andere rassische Minderheiten gültig“ (Schmidt und von Dosky 1990:54), denn andere benachteiligte Gruppen – wie Frauen und wenig qualifizierte Weiße – haben günstigere Integrationschancen.

Es wurden Studien auch in Deutschland durchgeführt, um die Gültigkeit und Übertragbarkeit dieser Thesen zu überprüfen (u.a. Szydlík 1990, 1993, Schmid 1983). Zum anderen gibt es in der Realität „sowohl Arbeitsplätze mit niedrigem Einkommen, aber hoher Stabilität und vergleichsweise guten Arbeitsbedingungen als auch Arbeitsplätze mit gutem Einkommen und sehr schlechten Arbeitsbedingungen“ (Schmid und von Dosky 1990:56). Außerdem seien hier institutionelle Besonderheiten amerikanischer Arbeitsmärkte genannt. „Macht und Bedeutung betriebs- und unternehmenszentrierter Gewerkschaftsorganisationen in den USA: Tarifvertragswesen (betriebsweiser Abschluss von Tarifverträgen); hoher Stellenwert formeller und informeller Senioritätsrechte; ausgeprägte regionale Gegensätze; Existenz von Ghetto-Arbeitsmärkten; im Vergleich zu den meisten europäischen Ländern größere Bedeutung betriebsspezifischer Ausbildungsprozesse, d.h. geringer Stellenwert berufsfachlicher Qualifikationen“ (Schmid und von Dosky 1990:56).

Um diese Defizite zu beheben, wurde für die Bundesrepublik vom Institut für Sozialwissenschaftliche Forschung (ISF) ein betriebszentrierter Segmentationsansatz entwickelt, der im Folgenden auch entscheidend für die Diskussion in der Bundesrepublik war.

Gemäß diesem Ansatz wird von der Existenz dreier Teilarbeitsmärkte ausgegangen:

Dem Markt für unspezifische Qualifikationen (auch **Jedermannarbeitsmarkt** genannt).

Dem Markt für fachspezifische Qualifikationen oder **berufsfachlicher Teilarbeitsmarkt**, der dem externen Primärsegment entspricht.

Dem Markt für betriebsspezifische Qualifikationen oder **betrieblicher Teilarbeitsmarkt**, der dem internen Primärsegment entspricht. (Sesselmeier und Blauermel 1990:191; Szydlík 1990:32f; Schmid 1984:214).

Jedermann- (externe) Arbeitsmarkt: Die Arbeiten in diesen Segmenten sind sehr einfach, eine Einarbeitung ist nicht nötig. Investitionen in das Humankapital des Arbeitnehmers ist nicht nötig. Geringe Bindung zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Entlassung des Arbeitnehmers bei Rezensionen ist ohne weiteres möglich, auch besteht für den Arbeitnehmer keine Bindung an einen bestimmten Arbeitgeber bzw. für den Arbeitgeber keine Bindung an einen bestimmten Arbeitnehmer. Bei Arbeitsverlust sind die Verluste für beide Seiten gering. Er umfasst Arbeitsplätze der An- und Ungelernten.

Berufsfachlicher Teilarbeitsmarkt: Die Arbeitsplätze in diesem Bereich können nicht von jedermann besetzt werden. Bestimmte standardisierte Qualifikationen sind unerlässlich. Es gibt eine Bindung zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer, die auf der Qualifikation des Be-

schäftigten beruht, ist aber nicht vom Einzelnen sondern von der Qualifikation anhängig. Er umfasst Facharbeiter-Arbeitsplätze.

Betriebsinterner Teilarbeitsmarkt: Im Mittelpunkt des Verhältnisses zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer steht die besondere Humankapitalausstattung des Beschäftigten. Der Arbeitnehmer ist nicht frei austauschbar, denn er hat sich bestimmte Qualifikationen erworben, die nicht einfach ersetzt werden können. Ein Ausscheiden des Arbeitnehmers kann für beide Seiten problematisch werden. Und eine Einarbeitung eines neuen Arbeitnehmers würde evtl. hohe Kosten verursachen. Der Arbeitnehmer wiederum kann nicht frei über das Humankapital verfügen, da evtl. die angeeigneten Fähigkeiten, Kenntnisse in einem neuen Betrieb nicht brauchbar sein könnten. Der betriebsinterne Teilarbeitsmarkt ist selbst auf ein bestimmtes Unternehmen oder eine Firma beschränkt und ist gegenüber dem externen Arbeitsmarkt relativ abgeschottet. Die Segmentationstheoretiker gehen von einer betrieblichen Hierarchie aus: der Arbeitnehmer fängt unten an und arbeitet sich weiter hoch bzw. tiefer in den Betrieb hinein. In einem neuen Betrieb müsste er evtl. wieder ganz unten anfangen (s. Szydlik 1990:35ff.; Szydlik 1991:244; Schmid 1984:214ff.).

Tabelle 10.3: Die Operationalisierung der Segmentationstheorie ergibt folgendes Modell:
Qualifikationsanforderungen des Arbeitsplatzes

Größe des Betriebes	Niedrig	hoch
klein	Jedermannsarbeitsmarkt in kleinen Betrieben	Fachspezifischer Arbeitsmarkt
groß	Jedermannsarbeitsmarkt in großen Betrieben	Betriebsspezifischer Arbeitsmarkt

Quelle: Blossfeld, Meyer 1988:266 (zitiert nach Szydlik 1993:119).

Zwischen den unterschiedlichen Teilarbeitsmärkten bestehen Barrieren, da die „Mobilität der Arbeitnehmer durch spezifische Humankapitalinvestitionen behindert wird“ (Sesselmeier 1990:193).

Insgesamt wurden zu 364 Mitarbeitern Angaben seitens der türkischen Arbeitgeber gemacht. Die Ergebnisse sind in Tabelle 10.4 wiedergegeben. Vor allem einfache Tätigkeiten werden von den Mitarbeitern ausgeführt: 31,3% sind Verkäufer und lediglich 15,7% sind Angestellte (Buchhalter, Reisekauffrauen usw.). Gastronomische Arbeitskräfte (Kellner, Thekenbedienung usw.) stellen 16,5% der Belegschaft dar. Lediglich 2,5 der Mitarbeiter sind Auszubildende. Handwerkliche Fachkräfte, wie z.B. Friseure, Bäcker, Metzger usw. stellen 15,4%

der Belegschaft dar. Fasst man die Gruppen zu an- und ungelernten Arbeitskräften und Fachkräften zusammen, ergibt sich folgendes Bild: 66,4% bilden die an- und ungelernten Arbeitskräfte und 31,1% die Fachkräfte/Angestellten.

Vergleichsweise sind bei den Iranern entsprechend der iranischen Konzentration im Einzelhandel 33,1% der Beschäftigten Verkäufer/Verkäuferinnen, des weiteren beschäftigen iranische Geschäftsleute zu 21,8% Fachkräfte (Köche, Drucker, Floristen, Friseure usw.). Einen geringeren Anteil nehmen die Angestellten (7,9%) ein. Des weiteren befinden sich keine Auszubildenden in den befragten Geschäften.

Dies kann damit zusammenhängen, dass sich diese Geschäfte noch in der Gründungsphase befinden und die Einstellung von Auszubildenden eher nach einer Stabilisierungsphase stattfinden kann. Des weiteren müssen für die Ausbildung eines Lehrlings Nachweise bei der IHK bzw. Handelskammer eingereicht werden. Im Rahmen dieser Arbeit konnte nicht nachgefragt werden, ob Ausbilderbefähigung vorliegen. 70,3% sind un- und angelernte Arbeitskräfte und 29,7% Fachkräfte/Angestellte.

Tabelle 10.4: Beschäftigte in der ethnischen Ökonomie nach Art der Beschäftigung

	Türken		Iraner	
	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Verkäufer	114	31,3	50	33,1
Gastronomische Arbeitskräfte	60	16,5	24	16,0
Angestellte	57	15,7	12	7,9
Handwerkliche Fachkräfte	56	15,4	33	21,8
Aushilfen	29	7,9	13	8,6
Tätigkeiten wie Arbeitgeber	21	5,8	6	4,0
Arbeiter	18	4,9	13	8,6
Auszubildende	9	2,5	0	0,0
Insgesamt	364	100%	151	100%

10.4 Mitarbeiter einstellen

Ein wichtiger Aspekt dieser Untersuchung war es auch, zu sehen, ob Potentiale für eine wirtschaftliche Prosperität der Betriebe bestehen oder nicht. Gefragt, ob sie denn weitere Mitarbeiter einstellen wollten. Die Antworten hierzu sind in Tabelle 10.5 wiedergegeben.

Tabelle 10.5: Einstellen von neuen Mitarbeitern, nach Ethnie

	Türken		Iraner	
	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Ja	57	27,7	38	35,2
Nein	131	63,6	58	53,7
w.n.	9	4,4	3	2,8
k.A.	9	4,4	9	8,3
Gesamt	206	100	108	100

Weit stärker offensiv antworteten die iranischen Gewerbeinhaber: 35,2% gedenken, weitere Mitarbeiter einzustellen; bei den Türken sind es lediglich 27,7%. Der Grund hierfür mag in der angespannten ökonomischen Situation der türkischen Selbständigen liegen. Denn wenn Probleme beklagt werden, liegen sie hauptsächlich in der Konkurrenz durch Einheimische oder Personen aus der eigenen Ethnie (s. Kapitel 8.8). Des weiteren dürfte die Verortung der türkischen Betriebe in der ethnischen Gemeinde eine wesentliche Rolle spielen. Denn hier sind die Kapazitäten durch die eigene Ethnie begrenzt und Spielräume für Innovationen eher selten. Iranische Betriebe sind stärker auf Öffnung nach außen ausgelegt. Sie orientieren sich hinsichtlich der Kundschaft auf alle Konsumenten und haben natürlich dadurch bessere Möglichkeiten, ihre Betriebe auszubauen, Mitarbeiter einzustellen, Investitionen zu tätigen usw. Wobei auch diese Betriebe unter Engpässe in der Finanzierung anmelden, aber gleichzeitig einen Bedarf an Fachkräften anmelden (s. Kapitel 8.8).

10.5 Eigenethnische Orientierungen und Präferenzen

Es wäre anzunehmen, dass die Entscheidung zur Beschäftigung von Mitarbeitern aus rein marktwirtschaftlichen Gesichtspunkten erfolgt und weniger Faktoren wie familiäre Bindungen oder gar ethnische Präferenzen eine Rolle spielen würden. Um diesen Umstand messen zu

Tabelle 10.7: Ethnische Orientierung bei der Auswahl von Mitarbeitern, nach Ethnie, in Prozent

	Türken	Iraner
Eigeneth-	56,4%	13,1
nisch	11,1%	32,8
Deutsch	31,5%	50,4
Humanistisch	1,0%	3,6
Sonstige		

können, wurden die Inhaber gefragt, welche Mitarbeiter sie bevorzugen würden: Landsleute, Deutsche oder Ausländer, und in welcher Rangfolge.

55,9% der befragten türkischen Selbständigen zieht eigene Landsleute an erste Stelle vor (s. Tabelle 10.5). An zweiter Stelle folgen ihnen die Deutschen (51,7%) und an dritter Stelle andere Ausländer 63,3%. Bei den Iranern ergibt sich ein etwas anderes Bild. Für 57,3% der Iraner macht es keinen Unterschied, ob es Landsleute, Deutsche oder andere Landsleute sind. Erst an zweiter Stellen präferieren sie ihre eigenen Landsleute (35,0%) und andere Ausländer landen mit 64,7% auf dem dritten Platz.

Tabelle 10.6: Ethnische Präferenz, nach Ethnie, Mehrfachnennungen, in Prozent

Türken		Iraner	
1. Stelle		1. Stelle	
Landsleute	55,9	Kein Unterschied	57,3
2. Stelle		2. Stelle	
Deutsche	51,7	Landsleute	35,0
3. Stelle		3. Stelle	
Ausländer	63,3	Ausländer	64,7

Die Angaben zur Tabelle (s.o.) geben auch die Realität wieder. Weit mehr iranische Geschäftsleute beschäftigen Deutsche und andere Ausländer als türkische Geschäftsleute dies tun (31,2%). Um zu klären, ob dies aus eigenethnischer Solidarität geschieht bzw. bestimmte Attribute anderen Ethnien zugeschrieben werden oder gar bestimmte Marktbedingungen dies

vorschreiben, wurde untersucht, in wieweit dies mit den Einstellungen der Selbständigen oder reellen marktwirtschaftlichen Gegebenheiten zusammenhängt.

Zu den eigenethnischen Präferenzen sind vor allem Hinweise/Einstellungen zu zählen, wie z.B. dass die Kundschaft türkisch ist, dass man bestimmte Spezialkenntnisse suchte, kulturelle Eigenarten vorzieht, sich mit Leuten aus der eigenen Ethnie (kulturell bzw. sprachlich besser verstehen würde).

Humanistische Orientierungen sind z.B. Aussagen, „Für mich ist es egal, wer arbeitet. Der Mensch zählt, die Arbeit zählt, Qualifikation ist wichtig, Verständigung/Zuverlässigkeit ist wichtiger als Nationalität usw.“ Anschließend wurde gefragt, wie diese Entscheidung begründet wird. Antwortvorgaben wurden nicht gemacht. Zunächst sollen die Werte wiedergegeben werden:

Tabelle 10.8. Mitarbeiterbevorzugung, nach Standort bei Türken, in Prozent				
Mitarbeiterbevorzugung				
Stadtviertel	Eigenethnisch	Deutsche	Humanistisch	Sonstige
Ethnisch	76,1	43,8	45,1	66,7
Deutsch	21,5	50,0	39,6	33,3
Gemischt	2,5	6,3	15,4	

Bewertungen zu Iranern können nicht gemacht werden, da die iranischen Betriebe nicht in einer ethnischen Enklave verortet sind. Humanistisch orientierte Selbständige arbeiten in der eigenen Ethnie aber auch in von Deutschen und Ausländern dominierten Stadtteilen. Dies gilt auch für Personen, die vornehmlich Deutsche als Mitarbeiter präferieren. Auch sie haben ihre Betriebe unabhängig der ethnischen Komponente verortet. Lediglich die eine strikte eigenethnische Präferenz vorweisen, finden sich hauptsächlich in der ethnischen Enklave (s. Tabelle 10.7). Dies kann zum einen als Selbst-Ethnisierung bewertet werden. Hierbei werden kulturelle Eigenarten wie Sprache, Kultur oder Religion in Relation zur heimischen Bevölkerung

10.6 Mitarbeiterrekrutierung

Insbesondere interessiert die Frage, ob bestimmte (ethnische) Netzwerke vorhanden sind über

die Mitarbeiter bezogen werden und wie die Kriterien hierbei sind. Ziel dieser Frage war es zu erfahren, inwieweit in der eigenen ethnischen Community Strukturen bestehen, die es ermöglichen, mit wenig Aufwand und Kosten an Mitarbeiter zu gelangen bzw. zu untersuchen, welche Strategien ausländische Unternehmer verfolgen, wenn sie ihren Mitarbeiterstab erweitern wollen.

Tabelle 10.9: Mittel zur Mitarbeiterrekrutierung bei Türken und Iranern, in Prozent

	Türken		Iraner	
	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Bekannte/Freunde	81	30,3	53	34,2
Eigene Anzeige	28	10,5	26	16,8
Aushang	16	6,0	20	12,9
Arbeitsamt	43	16,1	17	11,0
Verwandte	61	22,8	11	7,1
Direkte Anfrage	24	9,0	10	6,5
Andere Geschäftsleute	9	3,4	8	5,2
Sonstiges	5	1,9	10	6,3
Gesamtnennungen	267		155	

Beide Gruppen präferieren den eigenen Freundes- und Bekanntenkreis bei der Suche nach neuen Mitarbeitern. Ein Unterschied zeigt sich bei den Verwandten: Türken nennen an zweiter Stelle Verwandte als Bezugspunkt von Mitarbeitern, Iraner ziehen eine Anzeige vor. Der Grund hierfür liegt wohl darin, dass entsprechend der Arbeitsmigration aus der Türkei ganze Familien und Verwandtschaftsnetzwerke nach Deutschland emigriert sind. Vielerorts befinden sich Personen aus der weitläufigen Verwandtschaft, dem Dorf oder der Heimatregion bzw. der Provinz bereits hier, auf die im Falle von Hilfeleistungen usw. zurückgegriffen werden kann.

Die Iraner, insbesondere diejenigen, die kurz nach der Revolution bzw. Anfang der 80er Jahre emigriert sind, kamen alleine ohne ihre Familien. Auch bei der Migration in den 90ern wurden Kinder oder Jugendliche ins Ausland entsandt. Somit fehlt den iranischen Selbständigen oftmals das verwandtschaftliche Netzwerk, aus dem sie Arbeitskräfte rekrutieren könnten.

Weitere Gründe ergeben sich aus der speziellen Migrationsgeschichte der Iraner, wie dies aus einem Expertengespräch zu erfahren war:

„Noch immer herrscht unter den Exil-Iranern eine bestimmte politische Polarisierung, die es verhindert, dass Iraner zusammenrücken. Vielerorts werden Kontakte entlang der politischen Gesinnung gepflegt.“ (Dr. Aziz)

Dies verhindert weithin das Zugreifen auf Arbeitskräfte aus der eigenen Ethnie. Dementsprechend geben auch Iraner öfter als Türken an, dass ein Fachkräftemangel bestünde (s. Tabelle 8.8)

Doch aus anderen empirischen Studien ergibt sich, dass Ausländer und insbesondere Türken in der eigenen Ethnie verkehren (vgl. Schultze 1991; Friedrichs 2000). Nur bei der 2. Generation kann man Tendenzen erkennen, die ein Aufweichen dieses Sachverhaltes andeuten und die die Annahme erlauben, dass hier eher ein Generationsproblem vorliegt. Nach einer Untersuchung hatten Anfang der 90er 65% der Söhne, aber nur 26% der Väter Kontakt mit Deutschen außerhalb der Arbeit (Schultze 1991a:424/1991b). Eine neuere Untersuchung – aufgegeben von der Ausländerbefragten des Berliner Senats – unterstreicht diese Tendenz: 81% der Befragten haben deutsche Freunde (Türkische Berliner 2001:13). Neuere Untersuchungen weisen darauf hin, dass aber die Netzwerkgröße der türkischen Migranten kleiner ist, als bei Deutschen. Dies führt zu der Annahme, „dass die türkischen Bewohner isolierter sind als die deutschen“ (Friedrichs und Blasius 2000:71)

Die iranischen Geschäftsleute, wenn sie auf die Vermittlung von anderen Personen zurückgreifen, haben zu 41,2% auf deutsche Vermittler zurückgegriffen. Bei den türkischen Geschäftsleuten hingegen waren es 84,3% Türken, die bei der Vermittlung eines Mitarbeiters geholfen haben.

10.7 Anziehungspunkt für eigene und deutsche Arbeitskräfte

Wichtig war auch zu erfahren, inwieweit die ausländischen Betriebe vom hiesigen Arbeitskräftemarkt als potentielle Arbeitgeber registriert werden oder nicht. Hierzu wurden die Arbeitgeber gefragt, inwieweit deutsche bzw. ausländische Arbeitskräfte um Arbeit nachfragen.

10.8 Bewerbungen von Deutschen

Tendenziell ist zu erkennen, dass iranische Geschäfte häufiger Ziel von Anfragen von deutschen Arbeitssuchenden werden, als türkische Geschäfte (34,3% bzw. 15%). Der Grund hierfür mag darin liegen, dass viele persische Geschäfte auf den ersten Blick nicht als solche zu erkennen sind. Damit erleichtern sie den deutschen Arbeitssuchenden die Anfrage um eine Beschäftigung. Im Vergleich zu den türkischen Betrieben befinden diese sich auch nicht unbedingt in Stadtvierteln mit starker ausländischer Bewohnerschaft.

Tabelle 10.10: Bewerbungen um einen Arbeitsplatz, nach Ethnie, in Prozent

	Türken		Iraner	
	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Häufig	31	15,0	37	34,3
Selten	76	36,9	39	36,1
Nein	92	44,7	32	29,6
k.A.	7	3,4		
Insgesamt	206	100,0	108	100,0

10.9 Bewerbungen von Ausländern (Nicht-Iranern bzw. Nicht-Türken)

Aber auch andere Ausländer, also Migranten, die nicht zur eigenen Ethnie zählen, wenden sich häufiger an iranische Geschäften, als an türkische (23,1% bzw. 14,6%). Dies mag damit zusammenhängen, dass türkische Geschäfte oftmals als solche erkennbar sind bzw. sich in der ethnischen Enklave befinden und hierdurch der Anreiz für Arbeitssuchende gering bzw. die Hemmschwelle höher ist als bei iranischen. Dies kann neben den fehlenden Sprachkenntnissen auf beiden Seiten auch in einer bestimmten kulturellen Distanz der Arbeitssuchenden zur türkischen Kultur gesehen werden.

Tabelle 10.11: Bewerbungen von Nicht-Iraner bzw. Nicht-Türken, nach Ethnie, in Prozent

	Türken		Iraner	
	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Häufig	30	14,6	25	23,1
Selten	75	36,4	38	35,2
Nein	93	45,1	44	40,7
k.A.	8	3,9	1	0,9
Insgesamt	206	100,0	108	100,0

10.10 Arbeitsbedingungen in der ethnischen Ökonomie

Um diesen Sachstand etwas genauer zu erforschen, wurden die Mitarbeiter – in der Studie von Yavuzcan (1997) – nach den Arbeitsbedingungen in der ethnischen Ökonomie gefragt.

Durch die Arbeiten von Sanders und Nee über die ethnische Ökonomie in den USA ergab sich, dass sich das Humankapital für die Mitarbeiter nicht auszahlt und sie weniger verdienen als im primären Sektor.

Hieraus ergab sich folgende Arbeitshypothese:

Es ist zu erwarten, dass die Mitarbeiter in ethnischen Betrieben weniger verdienen. Insbesondere Frauen dürften weniger verdienen als Männer.

Die Mitarbeiter wurden gebeten, anhand einer Liste anzugeben, wieviel sie verdienen.

Tabelle 10.12: Lohn und Einkommen der Mitarbeiter in den türkischen Betrieben			
	Anzahl	Prozent	Kumulierte Prozente
Familienangehöriger	10	15,6	15,6
-1000	15	23,4	39,1
1001-1500	17	26,6	65,6
1501-2000	11	17,2	82,8
2001-2500	2	3,1	85,9
2501-3000	1	1,6	87,5
3001-4000	2	3,1	90,6
4001-	1	1,6	92,2
k.A.	5	7,8	100,0
Total	64		100,0

Rund 83,% der Mitarbeiter verdienen weniger als 2.000 DM. Der allgemeine Durchschnittslohn beträgt 1.092 DM (s. Tabelle 10.10). Die durchschnittliche Arbeitszeit beträgt 45 Stunden. Wenn die Ergebnisse nach Geschlechtern differenziert werden, ergibt sich folgendes Bild:

Der durchschnittliche Nettolohn für Männer beträgt 1.210 DM. Die durchschnittliche Arbeitszeit beträgt 43 Stunden für die Männer. Der durchschnittliche Nettolohn der Frauen liegt bei 838 DM, bei einer Wochenarbeitszeit von 49 Stunden. Demnach arbeiten Frauen erheblich länger und verdienen signifikant weniger als Männer. Auch wenn die Familienangehörigen (4 Männer und 6 Frauen) ausgenommen werden, bleibt eine Einkommensungleichheit bestehen (s. Tabelle 10.11)

Tabelle 10.13: Geschlecht und Arbeitszeiten, Geschlecht, in Prozent								
	Arbeitszeiten						insgesamt	Prozente
	10-20	21-30	31-40	41-50	51-60	61-96		
Männlich	9	3	8	10	10	4	44	68,8
	20,5	6,8	18,2	22,7	22,7	9,1		
Weiblich	1	3	3	4	7	2	20	31,3
	5,0	15,0	15,0	20,0	35,0	10,0		
	10	6	11	14	17	6	64	100
Gesamt	15,6	9,4	17,2	21,9	26,6	9,4	100	

Arbeiter im ethnischen Arbeitsmarkt arbeiten länger als Ausländer auf dem unstrukturierten Arbeitsmarkt (dem „Jedermannsarbeitsmarkt“) und verdienen auch weniger als diese. 1989 arbeiteten Ausländer als ungelernte Arbeiter 35 Stunden, angelernte Arbeiter 40 und Facharbeiter und Angestellte 41 Stunden in der Woche (zum Vergleich ungelernte Deutsche arbeiteten 28, angelernte 37 Stunden) (Seifert 1995:178). Der monatliche Durchschnittsbruttolohn der Ausländer betrug auf dem unstrukturierten Arbeitsmarkt 2.556 DM, auf dem fachspezifischen Arbeitsmarkt 2.648 DM und im betriebsspezifischen Arbeitsmarkt 2.848 DM. Frauen arbeiteten durchschnittlich 38 Stunden und verdienten auf dem unstrukturierten Arbeitsmarkt 1.781 DM. Der Durchschnittsbruttolohn der Türken betrug im betriebsspezifischen Arbeitsmarkt 2.630 DM (Fachspezifischer Arbeitsmarkt: 2.954 DM; im betriebsspezifischen Arbeitsmarkt 2.665 DM) (Seifer 1995:178f; Seifert 1993:19). Nach einer anderen Studie lag das monatliche Nettoeinkommen der ausländischen Arbeitnehmer 1995 bei 2.214 DM (Vergleich Deutsche: 2.693 DM) (AID 2/97:2).

Damit liegt der ethnische Arbeitsmarkt weit hinter den Bedingungen des allgemeinen Arbeitsmarktes. Daraus kann man folgern, dass die türkischen Arbeitnehmer es nicht vorziehen werden, bei türkischen Arbeitgebern zu arbeiten. Dieser gilt aber nicht nur für hiesige Umstände, sondern amerikanische Studien weisen auch in die gleiche Richtung: Mitarbeiter in der Nische, wo viele co-ethnische Beschäftigte sind, verdienen im Vergleich zu Personen auf dem generellen Arbeitsmarkt weniger (Razin und Light 1998:574).

Obwohl sehr viele Mitarbeiter Verwandte unter den Arbeitgebern haben, gaben nur wenige verwandtschaftliche Gründe für den Vorzug eines türkischen Arbeitgebers an. Die meisten

ziehen einen türkischen Arbeitgeber wegen kultureller Faktoren (Verständigung, Kultur, Arbeitsklima) oder sprachlicher Gründe vor (kein Deutschkenntnisse, angenehmer eigene Sprache zu sprechen) (67%). Unter denjenigen, die es nicht vorziehen, bei einem türkischen Arbeitgeber zu arbeiten, nannten 6 Personen „keine festen Arbeitszeiten“ als Grund. Diese Aspekte fallen in der Humankapitaltheorie kaum ins Gewicht. Obwohl Bildung, Fähigkeiten, Kenntnisse etc. wichtige Schlüsselkriterien sind, um sich am offenen bzw. deutschen Arbeitsmarkt erfolgreich zu etablieren, neigen die Mitarbeiter in den türkischen Geschäften dazu, die Landsleute zu präferieren. Die zeigen auch anderen bundesdeutsche Studien. Für den Berlin schreibt Hillmann: „Es waren die abhängig Beschäftigten, die einen sehr viel größeren Wert auf eine „türkische“ Umgebung legten“ (Hillmann 2001:202). Inwieweit der Umstand, dass für Illegalbeschäftigte (z.B. Asylanten, denen es von Rechtswegen untersagt ist zu arbeiten), die ethnische Ökonomie oftmals die einzige Möglichkeit darstellt, zu arbeiten, kann anhand der Daten nicht evaluiert werden. Das aber der Bereich der illegalen Beschäftigung – allein in Berlin wird die Zahl der informell Beschäftigten auf 100.000 geschätzt – eine wichtiger Bestandteil des städtischen Arbeitsmarkts in Europa geworden ist, ist offensichtlich. Es gibt immer wieder Bestrebungen politischerseits, dieses Phänomen zu unterbinden, wie in Holland (Raes 2000) oder in Frankreich.

1982 wurden durch eine Amnestie alle illegal Beschäftigten in Frankreich legalisiert (Morokvasic 1993b:85). Nach den Untersuchungen von Morokvasic waren die meisten illegal Beschäftigten in der Innenstadt beschäftigt und arbeiteten in Zuliefererfirmen der Bekleidungsindustrie, die mehrheitlich von Migranten dominiert war. Dieser Wirtschaftszweig hatte sich mit der Zeit zu einer wichtigen Stütze der französischen Wirtschaft entwickelt, ähnlich wie in Italien und in den USA (Morokvasic 1993b:89). Die Diversifikation der Vertragsfirmen (Bügeleien, Nähereien usw.) führt, wie auch aus der Untersuchung von Waldinger für New York zu ersehen, zu Mobilitätsmöglichkeiten für Mitarbeiter von ethnischen Betrieben (Waldinger 1986; Morokvasic 1993b:85). Morokvasic sieht im Netzwerk der Migranten das Hauptmerkmal für den Erfolg von ethnischen Unternehmen, das den Neuankömmlingen Arbeit, den Unternehmern billige und zuverlässige Arbeitskräfte, finanzielle Möglichkeiten und Transaktionsmöglichkeiten auf dem Markt verschafft. Mittel, die hierbei angewandt werden, sind Mund-zu-Mund-Propaganda und Anzeigen in Migrantenzeitungen. Nicht mehr Klassenstrukturen und Klassenkämpfe zeichnen die Beziehungen zwischen Migranten als Arbeitnehmer und Arbeitgeber aus, sondern verwandtschaftliche Bindungen und Gemeinschafts-

Solidaritäten (Morokvasic 1993b:87f.)¹⁶ Arbeiter werden für diese Betriebe über das vorhandene Netzwerk rekrutiert. Viele stehen in persönlicher Beziehung zu den Inhabern, durch familiäre oder regionale Beziehungen. Sie sind aber auch arbeitsrechtlich von ihren Arbeitgebern abhängig, da sie, um eine Arbeitserlaubnis zu bekommen, ein Jahr in einem Betrieb beschäftigt sein müssen. Was nach Morokvasic auch zur Folge hat, dass „arrangements defy the conventional wisdom about class structures and class struggles, and the conceptualization of migration as an inevitable process of proletarianization. ... As a consequence, its effective functioning points to the *obsolescence of traditional class relationships*“; zumal auch dann - nach Morokvasic - nicht mehr von Ausbeutern und Ausgebeuteten gesprochen werden könne (1993b:89f.). Denn Informalität erleichtert den Zugang von neuen geschäftstüchtigen Einwanderern, aber auch „Einwanderer, die von der Industrie ausgeschlossen wurden, kreierten eine Nische, die sie durch ihre eigenen Fähigkeiten ins Leben riefen. Sozio-ökonomische Bedingungen alleine können diesen Prozess nicht erklären. Einwanderer bringen ihre eigenen handwerklichen Fähigkeiten ein, die dann durch die Umstände der wirtschaftlichen Entwicklung geformt werden und bestimmte Arten von wirtschaftlichem Verhalten favorisieren und andere wiederum verwerfen“ (Morokvasic 1993b:84).

Natürlich haben solche Verbindungen und Arbeitsverhältnisse auch negative Auswirkungen. Es führt zur Ausbeutung von Arbeitern, insbesondere Frauen (s.o.), die unter schweren gesundheitlichen Belastungen und geringen Sicherheitsvorkehrungen von morgens bis abends, oft auch an Wochenenden und Feiertagen arbeiten müssen, zumal z.B. 80% der Arbeiter in der Bekleidungsindustrie in Frankreich Frauen sind. Frauen bleibt aber oft auch der Weg in die Unabhängigkeit versperrt, wobei berufliche Kenntnisse und Fertigkeiten im Gegensatz zu den Männern ein *sine qua non* für ihre Selbständigkeit bilden (Morokvasic 1993b:86). Morokvasic sieht den Grund hierfür in der Diskriminierung der Frauen.

Frauen können oftmals die Bedingungen für eine Arbeitserlaubnis nicht erfüllen, weil sie oft durch Männer diskriminiert werden bzw. in Abhängigkeit zu Männern stehen, auf diese als Arbeiter, Betriebsinhaber usw. angewiesen sind, oft sexuell belästigt werden, das Entgelt für getane Dienste nicht bekommen und nicht über das Netzwerk eines Mannes verfügen (Morokvasic 1993b:88).

Ethnische Eigenarten und Vorlieben werden in Humankapitaltheorien, die vor allem den Einsatz von Bildung, Lohn usw. versuchen ins theoretische Gerüst aufzunehmen, nicht erwähnt. Aber auch Kriterien wie Geschlecht, Nationalität, Alter und Rasse spielen in der Hu-

¹⁶ebd. S. 87

mankapitaltheorie keine Rolle (Schmid und von Dosky, 1990:43). Hierfür greifen verschiedene Diskriminierungsmodelle (Lohn,- und Beschäftigungsdiskriminierung usw.), die versuchen, diese Defizite zu beheben (Abb, Auer und Mirz 1992:970). Aufgrund dieser und ähnlicher Kritiken wurde die Humankapitaltheorie dann um „signality“ und „screening-Hypothesen“ erweitert, um dieser Kritik zu begegnen; denn man nahm jetzt an, dass Produktivitätserhöhungen eher von training-on-the-job abhängig sind, als von Bildung, welches wohl eher bei der Einstellung für die Arbeitgeber eine Signalfunktion besitzt (Schmid und von Dosky 1990:46; Szydlik:1993:19f.).

Von „schooling“ spricht man, wenn die Investitionen vom Staat oder vom Arbeitsanbieter getragen werden (Sesselmeier und Blauermel, 1990:58). Die „screening-hypothese“ geht davon aus, dass „durch Ausbildung (...) keine Leistungsfähigkeit geschaffen werden (könne), sondern es sei lediglich möglich, durch Ausbildung vorhandene Eigenschaften eines Menschen zu entdecken und diesem zu bescheinigen“, somit verschärfen als Filter die Einstellungskriterien (Schmid und von Dosky 1990:47; Abb, Auer und Mirz 1992:970). Die Bildung beeinflusst das Anfangseinkommen, wobei die spätere Einkommensentwicklung stärker von training-on-the-job geprägt gesehen wird (Schmid und von Dosky 1990:47). Die Unternehmer sind an der Fluktuation der von ihnen spezifisch ausgebildeten Arbeitnehmer nicht interessiert und werden diesen entsprechend einen Lohn zahlen, der über dem Marktlohn liegt (Sesselmeier und Blauermel, 1990:59; Szydlik 1993:58f.).

Für die Beschäftigten in der ethnischen Ökonomie mag gelten, dass bestimmte Eigenschaften wie Sprachkenntnisse, Flexibilität, Kundennähe oder kulturelles Wissen oder bestimmte Fertigkeiten und Fähigkeiten sich bei der Übernahme („screening-hypothese“) sich bezahlt machen, aber das eine intensive Schulung und Weiterbildung ein Markenzeichen ethnischer Betriebe sei, kann nicht gesagt werden. Somit kann auch das erworbene Wissen nicht unbedingt in der hiesigen Mehrheitsökonomie umgesetzt werden.

10.11 Zusammenfassung

Es gibt wenige Studien, die sich mit dem beruflichen Werdegang der Mitarbeiter in den ethnischen Betrieben und ihrer Berufskarriere vor und nach der Arbeit in der ethnischen Ökonomie beschäftigen. Nur in der neuesten Arbeit von Nee, Sanders und Sernau (1994) finden sich Hinweise darauf, daß die Mitarbeiter der Ethnien es nicht längerfristig vorziehen, in einem ethnischen Betrieb zu arbeiten, weil auf dem generellen Arbeitsmarkt die Arbeitsbedingungen

und die Entlohnung besser sind. Auffallend ist, dass auch in dieser Studie die Mitarbeiter nicht nach ihren persönlichen Präferenzen gefragt wurden.

Leider gibt es in Deutschland kaum Untersuchungen diesbezüglich. Da die meisten in Deutschland gemachten Untersuchungen Querschnittsanalysen sind, die sich weder mit dem beruflichen Werdegang der Mitarbeiter im Betrieb, noch mit der Lage der Mitarbeiter nach dem Ausscheiden aus dem Betrieb befassen. Eine Studie von Schultz deutet an, dass Bewegungen in die bzw. aus der ethnischen Ökonomie möglich sind (Schultze 1991a).

Ethnische und familiäre Netzwerke werden bei beiden Ethnien bei der Rekrutierung von Arbeitskräften hauptsächlich eingesetzt. Damit können Thesen die auf die Evidenz von ethnischen Ressourcen bei der Beschäftigung von co-ethnischem Personal hinweisen, auch anhand dieser Daten verifiziert werden.

Lediglich die iranischen Geschäftsleute weisen unter ihrem Personal auch nicht-iranisches insbesondere auch deutsches Personal auf. Dies rührt zum einen daher, dass iranische Geschäftsleute offener sind gegenüber anderen Ethnien, dies mag mit dem höheren Bildungsgrad der Iraner und multiethnischen Zusammensetzung der iranischen Community in Iran und in Deutschland zusammenhängen. Einen weiteren Vorteil haben die iranischen Geschäfte, die am offenen Markt platziert sind, dadurch, dass sie auch von deutsche und nicht-iranische Arbeitssuchenden aufgesucht werden. Dies erweitert die Chance für iranische Geschäftsleute an besser qualifiziertes Personal zu kommen, als Türken. Die über ein weitverzweigtes Netzwerk verfügen, aber nicht außerhalb dieses auf Personal zurückgreifen können, weil kaum deutsches und nicht-türkisches Personal um Arbeit in türkischen Betrieben nachfragt.

Ein Vorteil türkischer Betriebe ist, dass sie – auch wenn es im geringen Maße ist – auch Ausbildungsmöglichkeiten bieten. Auch Ergebnisse einer Befragung des Instituts der deutschen Wirtschaft in Köln haben ergeben, dass „bei ausländischen Betrieben ein beträchtliches Ausbildungspotential schlummert (Lenske und Werner 1998:49). Vor allem verfügen die Betriebe über wenig Informationen zur Berufsausbildung oder haben keinen Ausbilderschein oder es wird eine Endbürokratisierung der Berufsausbildung gewünscht (ebd. 50f.).

Nicht (nur) individuelle Merkmale sondern die Betriebsgröße und vor allem die Arbeitsplatzanforderungen sind von größerer Bedeutung für Einkommen, wobei die Branchenzugehörigkeit wie in der deutschen Wirtschaft zum Teil zu großen Entgeltungleichheiten führt (vgl. Szydlik 1993:195).

Der Arbeitsmarkt der ethnischen Ökonomie stellt einen bestimmten Aspekt des gesamten Arbeitsmarktes dar und unterscheidet sich – wie z.B. der Jedermannsarbeitsmarkt - gravie-

rend, gemessen an den durchschnittlichen Einkommen und den Entgeltsstrukturen, aber auch in den Arbeitsbedingungen und Beschäftigungssicherheiten. Der ethnische Arbeitsmarkt kann dementsprechend zum Jedermannsarbeitsmarkt bzw. dem unstrukturierten zugezählt werden.

In kleineren Betrieben sind generell die durchschnittlichen Einkommen für Arbeitnehmer im unstrukturierten Markt sehr gering. Aber die Löhne im ethnischen Segment liegen weit unter den allgemeinen Standards.

Generell sind ältere Menschen benachteiligt (müssen also oft im unstrukturierten Markt arbeiten). Frauen sind gegenüber Männern stark benachteiligt, haben geringere Chancen in fachspezifische oder betriebsinterne Märkte vorzudringen. Es werden auch keine betriebsinternen Schulungen angekommen, die es ermöglichen würden sich beruflich zu qualifizieren. Während die besonders diskriminierte Gruppe auf dem deutschen Arbeitsmarkt sind, werden alle Personengruppen und im speziellen Frauen am meisten benachteiligt sind. Dieser Umstand hält aber die meisten Mitarbeiter in diesen Betrieben nicht davor ab, diesen dem allgemeinen Arbeitsmarkt vorzuziehen. Neben ethnischen und familiären Bindungen kann eine Rolle spielen, dass allgemein das Betriebsklima z.B. in türkischen Firmen denen in den deutschen Firmen vorgezogen wird.

Die These von Wiley, der von „ethnic mobility trap“ für die ethnische Ökonomie spricht, scheint sich auch für den hiesigen ethnischen Arbeitsmarkt zu bewahrheiten. Der ethnische Arbeitsmarkt, der sich vor allem durch persönliche Beziehungen und gegenseitigem Vertrauen auszeichnet (s. Kapitel 3), ermöglicht es Menschen, die ansonsten nur schwer eine Beschäftigung auf dem hiesigen Arbeitsmarkt bekommen würden, eine Anstellung zu finden. Er wird aber zur Mobilitätsfalle weil dieser, vor allem auch durch kleinen Betriebsgrößen kaum Aufstiegschancen oder Weiterbildungsmöglichkeiten bietet.

11. Integrationsbereitschaft

Die „middleman minorities“ These von Bonacich (s. Kapitel 3.2) besagt, dass die ökonomisch erfolgreichen Migranten in den USA „intermediate rather than low-status position“ einnehmen und sie konzentrierten sich in bestimmten Berufen, im Handel, als Agenturen, Arbeitsvermittler, Geldverleiher usw. „Sie nehmen eine Mittlerposition zwischen den Produzenten und den Konsumenten, Arbeitern und Arbeitgebern, Besitzern und Mietern, den Eliten und den Massen ein“ (Bonacich 1973:583).

Als Beispiele werden die Juden in Europa, Chinesen in Südost-Asien, Asiaten in Ost-Afrika, Armenier in der Türkei, Syrer in West Afrika, Perser in Indien, Japaner und Griechen in den USA usw. genannt (Bonacich 1973:583). Sie beginnen als „sojourners“ (Gäste/Besucher) in den Gebieten, in die sie einreisen.

Durch die Absicht ausgezeichnet, sich nicht für immer ansiedeln zu wollen, arbeiten sie längere Stunden, sparen Geld bzw. schicken das angesparte Geld in die Heimat, geben wenig aus bzw. konsumieren wenig. Somit konzentrieren sie sich in bestimmten Berufszweigen, die ihnen eine geringe Bindung an die bestehende Gesellschaft ermöglichen. Denn „das Herkunftsland bildet ebenfalls immer auch eine Option, und sei es nur als subjektiv empfundener, stets möglicher „exit“, auch wenn die damit verbundenen Vorstellungen einer Rückkehr nicht wirklich beabsichtigt werden.

Je höher freilich der Entwicklungsstand des Herkunftslandes ist und je mehr (attraktive) Alternativen es dort noch gibt, auch je stärker die Verwandtschaftsnetzwerke sich immer noch auch auf das Herkunftsland beziehen, um so stärker bleibt auch die emotionale Bindung daran erhalten“ (Esser 2001:23f). In einer weiteren Untersuchung versuchte Bonacich nachzuweisen, wie sich die Ethnien (kognitiv und strukturell) assimilierten und somit an ökonomischer Aktivität verloren, weil sie ihren Status als „sojourner“ aufgaben (Bonacich und Modell 1980).

In diesem Abschnitt soll untersucht werden, inwieweit die ethnischen Unternehmer in Deutschland als „sojourners“ oder „middleman minorities“ zu bezeichnen sind.

Am Effektivsten schien es, dieses durch die Bereitschaft zur Rückkehr zu erfassen. Als weiterer Indikator diene die Bereitschaft, die deutsche Staatsbürgerschaft zu erwerben. Sie kann als ein Zeichen der emotionalen und kognitiven Bindung an das „Gastland“ gewertet werden, weil diese insbesondere immer noch als emotionale Barriere gesehen wird, die allenfalls durch die Einführung der doppelten Staatsbürgerschaft überwunden werden kann.

11.1 Rückkehr in die Heimat

Die Zukunft der zweiten und dritten Generation liegt, so Goldberg und Sen vom Zentrum für Türkeistudien – in Deutschland (Sen und Goldberg 1994:31). Das Türkeizentrum weist die Quote derer, die nicht zurückkehren wollen, für 1986 mit 61,5% und für 1992 mit 83% aus. Nach einer Studie des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) von 1988 - 1989 wollten insgesamt 66% der befragten ausländischen Jugendlichen die deutsche Staatsangehörigkeit erwerben, wobei 47% sie nur dann wollen, wenn sie ihre alte Staatsangehörigkeit weiter behalten dürfen (Schweikert 1993:57). Als sehr wohl in Deutschland fühlten sich 43,8% der in dieser Studie Beteiligten, insgesamt wurden 3.400 ausländische Jugendliche und etwa 1.000 Eltern befragt.

Dies spiegelt sich auch in den Zahlen über die Absicht der Rückkehr in die Heimat wieder: nur 4% der Auszubildenden ersehnen diese.

Seifert stellt für 1989 fest, dass nur 38% der durch das SOEP erfassten Ausländer dauerhaft in Deutschland bleiben wollte (im Vergleich 1984:29%). Bei der 2. Generation waren es 50%. Am geringsten war der Wunsch nach einem ständigen Aufenthalt in der BRD bei den Spaniern mit 25% (Seifert 1995:129). Wie zu ersehen, sind Rückkehr oder der Verbleib keine festen Konstanten. Sie unterliegen vielfältigen Einflüssen. Oft werden Rückkehrpläne verworfen und dann wieder aufgegriffen. Doch meistens ist dies mehr als eine „Heimkehrillusion“, denn als eine reelle Option zu verstehen (Mehrländer 1986:69).

Unter dem Aspekt „sojourner“-These von Bonacich war es wichtig zu erfahren, ob die Selbständigen eine Rückkehr beabsichtigen (s. Kapitel 3), aber auch, um den möglichen Werdegang dieser Betriebe zu beurteilen. Überraschend deutlich fallen die Ergebnisse aus: nur rd. ¼ der befragten türkischen Selbständigen möchte zurückkehren; 67% erwägen keine Rückkehr (s. Tabelle 11.1):

Tabelle 11.1: Rückkehr in die Heimat

	Türken		Iraner	
	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Ja	55	26,7	35	32,4
Nein	138	67,0	63	58,3
w.n.	10	4,9	8	7,4
k.A.	3	1,5	2	1,9
Gesamt	206	100,0	108	100,0

Bei den iranischen Selbständigen fällt die Quote positiver aus: 32,4% möchten zurückkehren bzw. 58,3% können sich eine Rückkehr nicht vorstellen. Viele Iraner machen aber die Rückkehr von den dortigen politischen Verhältnissen abhängig. Hierzu ein iranischer Selbständiger:

„Ich habe einen bekannten, der ist zurückgekehrt. Aber er ist wieder nach Deutschland wieder zurückgekommen, weil die politischen und sozialen Verhältnisse unverträglich waren. Es ist auch ungewiss, wie die Machtkämpfe zwischen den Kräften im Regime ausgehen werden. Solange ich keine klare Perspektive sehe und ich nicht sicher sein kann, dass mir keine politische Verfolgung droht, werde ich nicht zurückkehren“

Oder ein anderer Befragter:

„Ich möchte gerne zurückkehren in meine Heimat. Aber die politische Situation im Iran ist nicht stabil. Menschenrechtsverletzungen sind an der Tagesordnung. Ich höre immer wieder von Leuten, die zurückgekehrt sind, aber wieder zurückgekommen sind.“ (Ali Hussain)¹⁷

Auch bei den türkischen Selbständigen, die eine Rückkehr beabsichtigen, fällt die Entscheidung recht vage aus: nur 32,5% erwägen eine Rückkehr in den nächsten fünf Jahren (s. Tabelle 11.2). Somit scheint auch für diese Gruppe eine Rückkehr eher eine fiktive Option zu sein, als eine reales Vorhaben.

Tabelle 11.2: Zeitpunkt der Rückkehr, nach Ethnie, in Prozent

	Türken		Iraner	
	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
trifft nicht zu	130	63,1	65	60,2
innerhalb dieses Jahres	6	2,9	2	1,9
innerhalb der nächsten 5 Jahre	7	3,4	1	,9
innerhalb der nächsten 10 Jahre	14	6,8	5	4,6
länger als zehn Jahre	13	6,3	6	5,6
w.n.	23	11,2	24	22,2
k.A.	13	6,3	5	4,6
Gesamt	206	100,0	108	100,0

Ein Hauptgrund hierfür dürfte zum einen die strukturelle, über Jahrzehnte währende ökonomische Krise in der Türkei und die vergleichsweise relative wirtschaftliche Sicherheit der Selbständigen in Deutschland sein. Tendenziell scheinen Frauen eher in die Türkei zurückkehren zu wollen als die Männer: 67,5 der Männer wollen nicht zurückkehren, aber „nur“ 64,5% der Frauen (s. Tabelle 11.3)

Bei den iranischen Selbständigen zeichnet sich ein klareres Bild ab: hier sind es insbesondere die Frauen, die nicht zurückkehren wollen: 66,7%, bei den Männer sind es 56,7%. Dies kann damit zusammenhängen, dass die Menschrechtssituation für die Frauen in Iran noch schlechter beurteilt wird als die für Männer (Ghaseminia 1996:162).

Tabelle 11.3: Rückkehr in die Heimat, nach Ethnie und Geschlecht, in Prozent

	Türken				Iraner			
	Männlich		Weiblich		Männlich		Weiblich	
Ja	46	26,3	9	29,0	30	33,3	5	27,8
Nein	118	67,4	20	64,6	51	56,7	12	66,7
w.n.	9	5,1	1	3,2	7	7,82	1	5,5
k.A.	2	1,2	1	3,2	2	2,2		
Gesamt	175	100%	31	100%	90	100%	18	100%

Türken: $p=0,000$ Iraner $p=0,005$

Insbesondere die nachrevolutionäre Phase hatte dazu geführt, dass eine explosionsartige Migration ins Ausland eingesetzt hatte, in deren Zug junge Frauen exilierten (ebd. 161f.).

11.1.1 Innerethnische Rückkehrabsichten

Interessant war es die Gruppen auch innerethnisch zu betrachten. Denn Iraner wie Türken weisen jeweils große Populationen von Personen aus, die nicht zur Mehrheitsethnie gehören. Bei den Iraner sind es neben den Kurden, Aserbaidchaner und Araber. Bei den Türken wiederum Kurden. 65,9% der Türken und 74% der Nicht-Türken wollen nicht in die Türkei zurückkehren, bei den Kurden sogar 80% (s. Tabelle 11.4). Der Grund hierfür könnte sein, dass öf-

ters von Verfolgungen von Nicht-Türken (insbesondere Kurden) berichtet und Deutschland politisch und rechtlich als erheblich stabiler angesehen wird. „Der ethnischen Gruppe der Türken und ihrer Sprache wurde in allem der Vorrang gegeben. ...Auch heute wird keinerlei kulturelle Autonomie zugestanden, kurdisch-muttersprachlicher Unterricht ist nicht zugelassen...Sie bildet die größte Minorität in der Türkei; ihre Zahl beträgt nach Schätzungen zwischen 8 und 11 Millionen“ (Faruk Sen 1991:132f).

Im Iran wiederum sind vor allem religiöse Gruppen, wie die zoroastische Gemeinschaft, die Bahai-Sekte und die jüdische Minderheit sahen sich staatlichem Druck ausgesetzt und migrierten oftmals in Ausland, vor allem in die USA (Ghasemini 1996:55ff).

Des weiteren möchten 58,8% der Perser nicht zurückkehren; 30,6% möchten zurückkehren. 52,3% der Nicht-Perser möchte nicht zurückkehren, 42,6% können sich vorstellen zurückzukehren.

5,4% bei den Türken wissen es nicht; 8,2% bei den Iranern wissen es nicht.

Tabelle 11.4: Rückkehr in die Heimat / Ethnische Gruppe

	Rückkehr in die Heimat				Gesamt
Ethnie	Ja	Nein	w.n.	k.A.	
Türken					
Türken	46	110	9	2	167
Nicht-Türken	6	20		1	27
k.A.	3	8	1		12
Iraner					
Perser	26	50	7	2	85
Nicht-Perser	9	11	1		21
k.A.		2			2
Gesamt	35	63	8	2	108

11.1.2 Religionsgemeinschaft und Rückkehrabsicht

Für die Religionszugehörigkeit gelten ähnliche Annahmen. Verfolgung von Nicht-Muslimen bzw. Nicht-Sunniten (speziell Aleviten) in der Türkei stärkt die Orientierung dieser religiösen Gruppierungen nach Deutschland hin (s. Tabelle 11.5).

Tabelle 11.5: Rückkehr in die Heimat / Religionsgemeinschaft

Religion	Rückkehr in die Heimat				Gesamt
	Ja	Nein	w.n.	k.A.	
Türken	44	108	9	3	164
Sunnitischer Moslem					
Nicht-Sunniten/	8	24	1		33
Nicht-Muslims					
k.A.	3	6			9
Iraner					
Schiitischer Moslem	23	37	6	1	67
Nicht-Schiiten/	9	22	2		33
Nicht-Muslims					
k.A.	3	4		1	8

65,9% der türkischen Sunniten möchten nicht zurückkehren. Bei den Nicht-Sunniten sind es wiederum 72,7%; vor allem die Aleviten (75%) erwägen die Rückkehr nicht.

Ein ähnliches Bild bietet sich bei den iranischen Selbständigen. 66,7% der Nicht-Schiiten bzw. Nicht-Muslims unter den Iranern haben keine Rückkehrabsicht. Lediglich 55,2% der schiitischen Iraner möchte nicht zurückkehren.

11.2 Einbürgerung

Die Übernahme der deutschen Staatsbürgerschaft kann als ein weiterer Schritt der Sozialintegration bzw. der emotionalen Hinwendung verstanden werden. Eine aktuelle Studie aus Berlin ergab, dass etwa 43% einen Antrag auf Einbürgerung gestellt haben bzw. vorhaben ihn zu stellen und 21% schon die deutsche Staatsbürgerschaft bzw. beide (deutsche und türkische)

haben. Ein gutes Drittel der Befragten will die deutsche Staatsbürgerschaft nicht beantragen (Türkische Berliner 2001:14).

Die Werte aus der eigenen Untersuchung fallen überraschend niedriger aus: 13,6% sind schon eingebürgert; 41,1% wollen sich einbürgern lassen, aber rd. 52% wollen sich nicht einbürgern lassen (s. Tabelle 11.6). Insbesondere hoch ist der Wunsch der Einbürgerung bei den iranischen Selbständigen: 68,2 möchten sich einbürgern lassen, lediglich 22,7% erwägen die Einbürgerung nicht (s. Tabelle 11.6).

Tabelle 11.6: Einbürgerung

	Türken		Iraner	
	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Ja	73	41,1	60	68,2
Nein	93	52,2	20	22,7
w.n.	5	2,8	7	7,9
k.A.	7	3,9	1	1,2
Gesamt	178	100,0	88	100,0

Lange Zeit waren niedrige Einbürgerungsquoten unter einem Prozent bei großen Migrantengruppen wie den Iranern zu finden (0,81%). Andere wiederum wie Tunesier lassen sich demnach drei bis viermal häufiger als Türken einbürgern. Einbürgerungen unter Hinnahme von Mehrstaatigkeit wurden insbesondere bei Iranern, Marokkanern, Libanesen, Afghanen, Tunesiern, Syrern und Bosniern vorgenommen. Dies mag auch damit zusammenhängen, dass der iranische Staat seine Bürger prinzipiell nicht aus der Staatsbürgerschaft entlässt und deshalb deutsche Behörden eine Mehrstaatlichkeit bei Iranern hinnehmen. Dies hat andererseits auch dazu geführt, dass Iraner sich verstärkt einbürgern lassen.

Während 1999 nur 109 Iraner eingebürgert wurden, wurden 2000 bereits 796 Iraner eingebürgert. Auch bei den Türken stieg die Zahl der Einbürgerung im gleichen Zeitraum von 1424 auf 3052 (Quelle: Kölner Amt für Statistik). Vor allem Liberalisierungen im Staatsbürgerschaftsgesetz bewirkten diese Entwicklung.

Für Selbständige, die auch ökonomisch eine gewisse Unabhängigkeit erreicht haben und keine weiteren (insbesondere) beruflichen und gesellschaftlichen (z.B. Aufstieg in der deutschen Gesellschaft, sicherer Aufenthaltstatus usw.) Ziele verfolgen, sinkt die Attraktivität der

Übernahme der deutschen Staatsbürgerschaft.

Trotz dem gestiegenen Interesse der Türken in den letzten Jahren an Einbürgerungen, wird ein prozentualer Rückgang der Einbürgerungen verzeichnet; als hauptsächliche Gründe für diesen Umstand gilt vor allem der Wegfall der Doppelstaatsbürgerschaft und die Einführung der Sprachprüfung (Türkische Berliner 2001:15).

Ein Grund warum Iraner eine größere Bereitschaft zeigen, sich einbürgern zu lassen, liegt auch darin, dass viele in Deutschland lebende Iraner aus politischen Gründen exiliert sind und es ihnen wegen der vorherrschenden Staatsform in Iran nicht möglich ist, wieder in den Iran zurückkehren, so dass ihnen nur die Möglichkeit bleibt, sich in ihrem Exilland längerfristig einzurichten. Zum anderen verleiht ihnen die doppelte Staatsbürgerschaft einen eher sicheren rechtlichen Status als die des Flüchtlings.

Personen, die nicht zurückkehren wollen, sind eher bereit, die deutsche Staatsbürgerschaft zu übernehmen, als Personen, die sich eine Rückkehroption offen halten. Aber Personen, die nicht zurückkehren wollen, beabsichtigen auch nicht automatisch, den deutschen Pass zu beantragen.

Es ist anzunehmen, dass insbesondere Personen, die sich integriert haben, weniger an Rückkehr denken. Eine Maßzahl für Integration sind die Deutschkenntnisse. Dies lässt sich auch durch die Korrelationskoeffizienten belegen: $p < ,010$. Demnach sinkt die Bereitschaft zur Rückkehr mit steigenden Deutschkenntnissen.

11.3 Sozialer Aufstieg

In einer nicht repräsentativen qualitativen Untersuchung - insgesamt 28 qualitative Einzelfallstudien wurden unter zumeist türkischen Selbständigen („die zugleich am eindeutigsten diskriminiert werden“) erhoben - zeichnet der Kölner Sozialwissenschaftler Bukow ein etwas düsteres Bild von den selbständigen Migranten: Schwierige psychische Lage, Diskriminierung, Sprachprobleme, Schwierigkeiten mit den Behörden zeichnen die Selbständigen aus, was in dem (erzwungenen) Rückzug in die eigene Ethnie mündet (Minoritätenphase) (Bukow 1994:138). So stellt er auch generell drei Phasen in der Lebensgeschichte der Befragten fest: die Startphase, Migrantenphase und eine Minoritätenphase (Bukow 1993:131). Auch von einem sozialen Aufstieg für die Selbständigen kann nicht die Rede sein, so Bukow: es ist ein „Versuch, sich über Wasser zu halten“ (1994:140). Die Selbständigkeit ändert nichts an der Migrantenlage und ist durchgängig von primären Problemen des Einwanderers bestimmt. Es

geht um die Arbeitsplatzsicherung unter den Bedingungen erheblicher Diskriminierung“ (Bukow 1994:141).

Auch in der angloamerikanischen Literatur wird viel diskutiert, „ob Selbständigkeit im kleinbetrieblichen Bereich für die ethnischen Minderheiten einen sozialen und wirtschaftlichen Aufstieg und Weg aus der ökonomischen Benachteiligung bedeutet, oder ob sie nach der „economic dead-end-thesis“ eine ökonomische Sackgasse sei (Pütz 2000:30; Kloostermann, van der Leun und Rath 1999). Light und Razin sehen dies eher negativ „Business ownership does not necessarily serve immigrants as a social mobility ladder, particularly when they are concentrated in low-order traditional niches“ (Razin und Light 1998:574).

Dies widerspricht insbesondere den Annahmen und Feststellungen z.B. von Goldberg und Sen (1993, 1994) und Sen (1996), die bei den türkischen Selbständigen Zeichen für einen neuen Mittelstand sehen. Hierbei darf nicht vergessen werden, dass es wirklich einigen wenigen gelungen ist, zumindest wirtschaftlich aufzusteigen (s. Kap. 6) (die Frage, ob auch der soziale Aufstieg damit verbunden ist, kann hier nicht beantwortet werden).

Vor allem aber für die Selbständigen, die vor der Selbständigkeit arbeitslos waren, ist mit der Selbständigkeit zugleich auch ein gesellschaftlicher Aufstieg verbunden. Die berufliche Stellung derer, die vor der Selbständigkeit gearbeitet haben, bzw. die letzte Stellung vor der Arbeitslosigkeit war bei den türkischen Selbständigen zu 68,9% die des Arbeiters, und nur 13,9% waren als Facharbeiter bzw. 7,4% als Angestellte beschäftigt. (Gefragt wurde nach den drei letzten Anstellungen; die Werte beziehen sich hierauf).

Nur 22,4% der iranischen Selbständigen war vor der Selbständigkeit als Arbeiter beschäftigt, 41,5% waren Angestellte und 11,% waren freiberuflich tätig. Die Unterschiede rühren vor allem aus dem höheren Bildungsgrad der Iraner.

11.4 Zusammenfassung

Allgemein ist bei beiden Ethnien die Bereitschaft zur Rückkehr nur vage ausgeprägt. Auch wenn eine Rückkehroption besteht, hat kaum ein Selbständiger konkrete Rückkehrpläne. Die Rückkehroption stellt keine feste Konstante. Sie unterliegen vielfältigen Einflüssen. Oft werden Rückkehrpläne verworfen und dann nochmals aufgegriffen. Doch meistens ist dies mehr als eine „Heimkehrillusion“ denn als eine reelle Option zu verstehen (Mehrländer 1986:69).

Die Rückkehroption wird bei beiden Ethnien von der wirtschaftlichen und politischen Lage im Heimatland beeinflusst. Vor allem ethnische und religiöse Minderheiten in beiden Ethnien erwägen die Rückkehr in die Heimat als die Titularnationen, denn sie befürchten politi-

sche Verfolgung. Insbesondere für Iraner, die zumeist als politische Flüchtlinge nach Deutschland gekommen sind, (Ghaseminia 1996) befürchten Repressalien bei der Rückkehr. Problematisch für Türken ist wiederum die wirtschaftliche Situation und die Menschenrechtslage in ihrem Heimatland, die sie ihre Rückkehrpläne ad acta legen lässt.

So kann aber die „Sojourner-These“ von Bonacich (1973) als überholt gelten. Denn die Migranten, insbesondere die der zweiten Generation sehen ihren Lebensmittelpunkt eher in Deutschland als in ihrer Heimat (s. Kapitel 2). Eine dänische Untersuchung zeigt für beide Ethnien, dass vor allem auch aus diesen Gründern Investitionen durch Selbständige im Heimatland selten getätigt werden (Barger und Rezae 1999:33).

Vor allem aber türkische Selbständige tun sich schwer mit der Einbürgerung. Der Grund hierfür liegt in der Rechtslage: deutsche Gesetze erlauben für die größte ethnische Minderheit in Deutschland keine doppelte Staatsbürgerschaft. Bei den Iranern ist die Entscheidung etwas einfacher, weil bei ihnen Mehrstaatlichkeit geduldet wird.

Der soziale Aufstieg über die Selbständigkeit scheint sich insbesondere für türkische Selbständige zu realisieren, denn die meisten waren vor der Selbständigkeit als Arbeiter tätig; bei den Iranern zeichnet sich eher eine Statussicherung ab. Denn die in Deutschland ansässigen Iraner kommen eher aus der gebildeten Mittelschicht ihres Landes, und Arbeitslosigkeit bzw. Sozialhilfe bedeutet insbesondere für diese Gruppe einen gesellschaftlichen Abstieg (Ghaseminia 1996:146ff). So fassten auch 37% direkt den Entschluss eine selbständige Tätigkeit aufzunehmen, ohne bei einem deutschen Arbeitgeber um Arbeit anzufragen; bei den Türken waren es lediglich 26,2%. Dafür werden auch erschwerte Arbeitsbedingungen in Kauf genommen: „Selbständigkeit mag sich zwar durch lange Arbeitszeiten oder die „Ausbeutung“ unbezahlter Familienmitglieder auszeichnen. Andererseits dürften gerade Ausländer die Unabhängigkeit vom regulären Arbeitsmarkt schätzen, nicht zuletzt auch wegen des Status innerhalb der eigenen ethnischen Gruppe selbst (Özcan und Seifert 2000:300)

Zumindest in ihrer Community schaffen damit beide Ethnien einen sozialen Aufstieg, ob dieser aber auch in den Augen der deutschen Gesellschaft so registriert wird, bedürfte einer vergleichenden Untersuchungen zwischen den Ethnien und der Mehrheitsgesellschaft.

12. Zusammenfassung

Zum Abschluss soll ein Modell vorgestellt werden, das versucht, die Erkenntnisse aus den vorangegangenen Kapiteln zu integrieren, um die Grundlage eines theoretischen Überbaus sein zu können. Dies geschieht in Anlehnung an die Arbeiten von Esser (1985), der soziale Differenzierung als ungeplante Folge absichtsvollen Handelns interpretiert. Als Beispiel dient ihm hierbei die ethnische Segmentation, die er im Programm des Methodologischen (bzw. Strukturtheoretischen) Individualismus verortet (Esser 1985:435). Es soll versucht werden, die Ergebnisse der eigenen Studie - aber auch internationaler Studien - skizzenhaft in dieses Modell zu integrieren, unter Voranstellung der türkischen Ökonomie. Zeitweise wird auch auf die Grenzen dieses Modells hingewiesen werden, insbesondere wenn Verteilungseffekte und strukturelle Determinanten, die zum wesentlichen Bestand makrosoziologischer Theorien gehören, im Rahmen einer individualistischen Theorie nicht berücksichtigt werden können.

Grundvoraussetzung für die folgenden Erläuterungen sind Muster eines rational handelnden Menschen: „Menschen wählen die Handlung, von der sie annehmen, dass sie ihnen im Vergleich zu den anderen, vorstellbaren Alternativen die relativ höchste Nutzenerwartung gewährleistet“ (Esser 1985:439).

Des Weiteren ist zu beachten, dass als Grundvoraussetzung angenommen wird, dass bei Migranten mit einer hohen eigenethnischen Population, die eine ökonomische Autarkie und institutionelle Vollständigkeit gewährt (wie z.B. den Türken in Deutschland, Migranten aus dem indischen Subkontinent in England, Nordafrikanern in Frankreich oder Chinesen in New York), eine bestimmte ethnische Segmentation im Gange ist und dass in der ethnischen Enklave ein Bedürfnis nach bestimmten Konsumgütern besteht, die nicht von den Einheimischen befriedigt werden können, bestimmte Speisevorschriften vorherrschen oder sprachliche Barrieren bestehen. Um dies am Beispiel der Türken (und nur für diese und nicht für die Iraner gilt dieses Modell vorerst) zu verdeutlichen, werden die Annahmen von 1980 bis dato weitergeführt, um zu erklären, warum die türkische Ökonomie Anfang der 80er einen Boom erlebte und dieser sich in den Grundstrukturen fortsetzt.

Aufgrund des Bedürfnisses nach ethnischen Gütern werden erste Geschäfte z.B. in Berlin-Kreuzberg, Duisburg-Marxloh oder Köln-Mülheim eröffnet. Die ersten Gründer bewirken aber, ohne dass es von den Akteuren beabsichtigt wurde, dass sich in der ethnischen Community im Gastland die Nutzenerwartungsstrukturen bzw. ökonomischen Perspektiven verändern: auch Personen, die gegenüber einer Selbständigkeit skeptisch waren, ändern ihre Mei-

nung, weil sich neue Gewinnchancen auftun. Des weiteren kann die Tatsache hinzugefügt werden, dass durch den Anwerbestop 1973 der Familiennachzug in den 70ern anhält. Außerdem erreichen Deutschland immer mehr negative Nachrichten über politische Unruhen und ökonomische Engpässe im türkischen Heimatland. Es kommt 1980 in der Türkei zum Militärputsch, es kommt zu weiteren Wanderungen: die Rückkehroption rückt weiter in die Ferne. Hier kann von Diffusions- und Infektionsprozessen gesprochen werden. Dies ist die *erste Interdependenz* des Modells.

Die Anzahl eigenethnischer Personen steigt. Weil aber die Nachfrage nach Arbeitskräften in den folgenden Jahren auch in Deutschland gesunken ist, sinkt damit die Intensität der Nachfrage nach Arbeitsmigranten und damit die Akzeptanz (im materiellen Bereich) seitens der einheimische Bevölkerung in den folgenden Jahren. Dies führt wiederum zu einer weiteren sinkenden Assimilationsneigung bei den Einwanderern (ökonomische Krise auf der einen Seite und institutionelle Vollständigkeit auf der anderen Seite bestimmen diesen Prozess). Beide Parteien (Einwanderer wie Einheimische) haben diesen Prozess nicht beabsichtigt. Die *zweite Interdependenz* kommt daher zum Tragen: eine steigende Zahl von Migranten stößt nicht (mehr) auf steigende Nachfrage nach Arbeitsmigranten und verringert damit deren Akzeptanz. Dies hat zur Folge, dass die Assimilationsneigung der Ethnie und auch der Betriebe und folglich der Betriebsinhaber, die im Grunde auch Arbeitsmigranten sind und infolge der Migration selbständig wurden, sinkt.

Die dritte Phase bzw. die *dritte Interdependenz* zeigt alsbald ihre Wirkung: mit der Zunahme der Gruppengröße und dem Ausbau der eigenethnischen Ökonomie ändert sich die Nutzenerwartung einer Segmentation auf seiten der Migranten. Die ethnischen Betriebe und vor allem die Migranten bleiben in den Enklaven, weil auch durch das Sinken der Nachfrage nach Arbeitsmigranten und dem weiteren Rückgang der Assimilationsneigung auch die Segregationsneigung steigt und die Nachfrage nach ethnischen Gütern expandiert, was zu einem Ausbau der ethnischen Betriebe führt. Durch die Masse an eigenethnischen Personen nehmen die bloßen Möglichkeiten, sich im innerethnischen Bereich zu bewegen, zu. Dies hat auch zur Folge, dass die hoch belastende Indifferenzsituation, die aufgrund der Migration bei den Einwanderern entstanden ist, verlassen wird. Dies führt aber zu einer deutlichen Segmentationsneigung der Eingewanderten, immer mehr Einwanderer ziehen in die ethnischen Enklaven, es werden immer mehr ethnische Geschäfte eröffnet, die die Grund- und Konsumbedürfnisse der eigenen Ethnie befriedigen, was aber auch – insbesondere aufgrund des geringeren Schul- und Ausbildungsniveaus – zu einer Unterschichtung der Aufnahmegesellschaft und damit Kultur

führt (zu den Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt siehe Kapitel 4.2 und „Thesen von Diskriminierung als Auslöser von Selbständigkeit“, Kap. 3.5.3).

Aufgrund von kulturellen Dissonanzen, Indifferenzen und „sozialer Distanz“ ziehen immer mehr Einheimische aus den Gebieten aus, ein Teil der Einheimischen schafft den gesellschaftlichen Aufstieg; dies führt zu einem Abwandern von bestimmten Schichten aus den Innenstädten heraus. Steigende Bildung, veränderte Konsumbedürfnisse usw. führen dazu, dass die Einheimischen ihre Tante-Emma-Läden - auch durch Konkurrenz durch Supermärkte, Kaufhäuser usw. (veränderte Opportunitätsstrukturen s. Kap. 3.5) - insbesondere in den Arbeitervierteln schließen müssen; diese werden von den ethnischen Unternehmern übernommen. Auf dem Arbeitsmarkt aber werden die Arbeitsmigranten im Jedermannsarbeitsmarkt eingegliedert. Eine steigende Gruppengröße (bis in die 90er Anzeichen der türkischen Minderheit) und abnehmende Beschäftigungschancen vervollständigen die ethnische Segmentation in den 90ern (s. für das Untersuchungsgebiet Kapitel 4.7).

In diesem Kontext ist zu fragen: welche Auswirkungen haben kulturelle Komponenten und Unterschiede für diesen Prozess, die unter der Überschrift ethnische und Klassenressourcen zusammengefasst wurden? (s. Kap. 3.1). „Diesen ethnisch-kulturellen Unterschieden wird erhebliche Bedeutung für individuelle Identitätsbildung und kollektives Handeln von Minderheiten, Integrationsproblemen von Migranten, Konflikte zwischen den Ansässigen und Einwanderern sowie die Bildung informeller sozialer und ökonomischer Netzwerke in den entwickelten (post-) industriellen Einwanderungsgesellschaften zugesprochen.“ (Albert Scherr 2000:402).

Bestimmte ethnische Gruppen, die über ein großes soziales Kapital, wie z.B. Erfahrungen mit Selbständigkeit, intakte familiäre Netzwerke und arbeitswilliges eigenethnisches Potential, zurückgreifen können oder über „Klassenressourcen“ (wie z.B. Humankapital, Besitz aus der Heimat, wie z.B. Exil-Kubaner in den USA) verfügen, setzen diese erfolgreich in der ethnischen Ökonomie, die nun in den Enklaven angesiedelt ist, ein (s. Kapitel 3.1). Durch das Ansteigen der ethnischen Betriebe steigt auch die Zahl an Arbeitsmöglichkeiten mit geringer Qualifikation bzw. mit geringen Anforderungen. Dies wiederum führt bei den Beschäftigten der ethnischen Ökonomie - zumindest in der ersten Phase - dazu, dass Investitionen in das Humankapital nicht mehr getätigt werden, es also kostengünstiger erscheint - weil sprachliche und sozio-kulturelle Hindernisse nicht vorhanden sind –, in den ethnischen Betrieben zu arbeiten. Außerdem präferieren auch ethnische Selbständige eigenethnisches Personal, weil die Kommunikation (z.B. durch gleiche Sprachkenntnisse oder kulturelle Affinitäten) einfacher

verläuft und einheimische Arbeitssuchende wegen sozialer Distanz bei diesen Betrieben nicht um Arbeit nachfragen.

Sozio-kulturelle Normen der Individuen, wie das Streben nach unabhängiger Arbeit, wirken sich positiv auf das Gründungsverhalten aus (s. Kapitel 2.2). Des weiteren erhöht ein kulturelles Milieu und Ethnizität auf seiten der Migranten die Segmentationsneigung der eigenen Ethnie. Dies wiederum wirkt sich positiv auf die Nachfrage nach eigenethnischen Betrieben, Konsumgütern usw. aus. Ethnizität „ist offensichtlich ein unvermeidbares Potenzial zur Orientierung in komplexen Gesellschaften“ (Schmalz-Jakobsen und Hansen 1997:200).

Die soziale bzw. strukturelle Situation der ethnischen Segmentation bewirkt, dass auch Personen in den Konsumkreis der ethnischen Betriebe hineingeführt werden, die eine eher assimilative Neigung hatten.

Veränderungen im Konsumverhalten durch Interaktion mit der Mehrheitsgesellschaft durch Schule, Ausbildung, Medien etc. der zweiten Generation führen dazu, dass diese als Konsumenten zum Teil an einheimische Betriebe verloren gehen. Ein Teil wird aber durch neue einheimische junge Konsumenten ausgeglichen, weil diese z.B. durch Urlaub und Bildung Bedürfnisse bezüglich exotischer Küche entwickelt haben. Weil aber die außerethnischen Opportunitäten (z.B. geringe Leerstände in zentralen Verkaufsorten, hohe Mieten, usw.) nicht vorhanden sind oder die Risiken (Kosten, Insolvenzgefahr usw.) in einer von Einheimischen dominierten Geschäftsgegend nicht kalkulierbar erscheinen und die Kosten durch die Nähe der Wohnung in der Enklave oder ein bestimmtes eigenes ethnisches Netzwerk (welches Konsumenten und Abnehmer bereitstellt) oder die eigene Enklave einem bestens bekannt ist, wird die Phase der Assimilation, hier der Auflösung der Nischenökonomie, nicht erreicht und die Verortung der ethnischen Geschäfte in der Enklave stabilisiert sich (s. Kapitel 6). Eine Assimilation der Ethnien und folglich der Betriebe hätte implizit vorausgesetzt, dass es „für diese Gruppen „mit der Zeit“ relativ hohe außerethnische Chancen und relativ geringe binnenethnische Bindungen bzw. Handlungsalternativen gibt“ (Esser 1985:447). Wie zu ersehen, wird der am Beispiel der Türken seit den 80ern einsetzende Prozess durch Faktoren beeinflusst, die „interdependente Veränderungen der Entscheidungsperspektiven von handelnden, d.h. Alternativen nach „Nutzen und Kosten“ abwägenden Akteuren“ darstellen (ebd.).

Es entstehen damit neue ethnische Strukturen, die sich „aus der deutlich überzufälligen Orientierungen von Handlungen, Ressourcenverteilungen (die nichts anderes als Resultate von Handlungen sind), Bewertungen und Planungen an ethnischen Kriterien“ konstituieren (Esser 1985:448).

Assimilative Bemühungen von Einwanderern münden bei Esser (1980) in der Ethnisierung (die sich auch z.B. in einer geringen Neigung zur Einbürgerung ausdrückt), weil diese - handlungstheoretisch erklärt - auf Blockierungen zurückgeführt werden, die im Rahmen von Anpassungsleistungen an vorgefundene Bedingungen der Einwanderungsgesellschaft entstehen.

In den zahlreichen kritisch gegen die Ethnisierung sozialer Unterschiede und Konflikte gerichteten Analysen bleibt jedoch die Möglichkeit einer eigensinnigen, nicht durch ökonomische Benachteiligung und politische Diskriminierung motivierten kulturellen Selbstethnisierung, die sich gegen die Zumutung kultureller Assimilation wendet, weitgehend ausgeblendet (Scherr 2000:402).

Der Ethnisierungsthese wird entgegengesetzt, dass seit langem das Phänomen der Ethnie entgegen der eingesetzten Privatisierung „in einem neuerlichen Diskurs seit einiger Zeit eindeutig wieder reaktiviert“ wird. (Bukow und Llaryora 1998). Bukow und Llaryora sprechen hierbei von der „Soziogenese ethnischer Minoritäten: Gemeint ist ein Prozess der Ethnisierung. Er besteht in einer gezielten gesamtpolitischen Identifizierung, Eingrenzung, Aufwertung und Mobilisierung einer Einstellung zur kulturellen Basispersönlichkeit und Ethnizität. Bestimmte Momente wie eine Staatsangehörigkeit o.a.m. werden aufgegriffen, zu einem Hauptmerkmal einer dann gesellschaftlichen Gruppe erhoben und schließlich zu einem Problem von Minderheitengruppen definiert“ (Bukow und Llaryora 1998:193).

Dieser Eindruck sollte durch diese Arbeit nicht vermittelt werden. Aber weder ein Kulturalismus, wie er z.T. in den Thesen zu ethnischen und Klassenressourcen, die Individuen ohne Rücksicht zu Angehörigen einer homogenen Kultur erklärt, mitschwingt, deren Erleben und Handeln scheinbar unausweichlich bestimmt sind, „noch ... eine Verkennung der eigenständigen Bedeutung kultureller Bezugssysteme für das Selbst- und Weltverständnis von Individuen und sozialen Gruppen, (ist) hinreichend und tragfähig“ (Scherr 2000:404).

Wichtig war es hingegen, mit dem Modell aufzuzeigen, dass individuelle Motive und strukturelle Bedingungen in einem Konzept fassbar sind und nicht durch den Hinweis auf ethnische Eigenarten, eigene Nischenmärkte oder Makrogesetze (wie z.B. der Rechtslage oder wirtschaftliche Rezessionen oder gar Diskriminierungen alleine) eine befriedigende Antwort gefunden werden kann. Hierzu bedarf es – in Anlehnung an Esser (1985) - mehr, nämlich der Versuch der Kombination von individuellen Merkmalen wie Wissen und Motiven, der ausdrücklichen Benennung von Handlungsgesetzmäßigkeiten, strukturellen Grundlagen und Interdependenzen.

Entsprechend den Ausführungen zu den beiden Ethnien und den Modellen ist festzuhalten, dass es nicht möglich ist, alleine mit individuellen oder nur mit strukturellen Elementen das Handeln von Akteuren zu erklären. Des weiteren muss in der Ethnic-Entrepreneuership-Forschung Abstand von der Annahme genommen werden, dass man mit einem Modell oder einer Theorie die Ausformung von ökonomischer Selbständigkeit aller Ethnien weltweit wird erklären können. Weitere Studien müssten auch mit einer nicht-selbständigen ethnischen Vergleichsgruppe arbeiten, um zu untersuchen, wie diese z.B. mit Arbeitslosigkeit umgehen oder wie deren Human- und Sozialkapital sich für ihre Positionierung auf dem Arbeitsplatz auswirkt. Ein sehr wichtiger Ansatz, der auch in angloamerikanischen Studien vernachlässigt wird, ist auch eine einheimischer Vergleichsgruppe parallel empirisch zu erfassen, um den eigentlichen „empirischen“ Teil an der ethnischen Ökonomie herauszuarbeiten.

Für die Lage der Iraner ist festzuhalten, dass die Iraner unter anderen Voraussetzungen einwandern. Es wird angenommen, dass die Iraner als vornehmlich politische Exilanten aus dem Bewusstsein eines Gefälles in den Bereichen Demokratie, Freiheiten usw. zwischen dem Heimat- und dem Gastland den Schritt zur Einwanderung ins Gastland bewusst machen und dementsprechend eine große Bereitschaft zur zumindest strukturellen Assimilation mitbringen. „Die „Säuberung“ des gesamten Bildungssystems und staatlicher Institutionen und die damit zusammenhängenden Entlassungen führten dazu, dass in den Jahren 1979 bis 1980 zehntausende von Spezialist/innen, Angestellte der Universitäten und Schulen, Wissenschaftler/innen, aber auch einzelne Groß- und Mittelkapitalist/innen das Land verließen“ (Ghasemini 1996:147).

Dies zeigt sich auch an der wesentlich niedrigeren Neigung, ins Heimatland zurückzukehren (insbesondere aufgrund der politischen Situation), aber auch an der größeren Neigung im Vergleich zu den türkischen Selbständigen, sich einbürgern zu lassen. Dieser Assimilationsneigung steht aber zum einen die „soziale Distanz“ der Einheimischen, aber auch die Wirtschaftskrise entgegen (*erste Interdependenz* des Modells für Iraner). Die Exilanten, die nicht ins Land gerufen wurden, wie im Verlaufe der Arbeitsmigration, können - auch wenn sie über gute Qualifikationen verfügen - auf geschlossene Arbeitsmärkte stoßen. Wie unsere Untersuchung zeigen konnte, ist das Humankapital, gemessen an Ausbildung im Heimatland (aber auch in Deutschland) wesentlich höher als bei Türken. Scheinbar gelingt es jedoch auch ihnen nicht, auf dem Arbeitsmarkt erfolgreich Fuß zu fassen. Ein wesentlich höherer Anteil an Iranern war vor der Selbständigkeit arbeitslos bzw. hat den Schritt in ein abhängiges Arbeitsverhältnis erst gar nicht unternommen.

Die *zweite Interdependenz* ist geprägt durch gesunkene Nachfrage nach auch gut ausgebildeten Arbeitskräften geprägt. Dieser Umstand bewirkt aber ein Absinken des Assimilationsgrades bei der iranischen Migrantengruppe. Verstärkt wird dieser Umstand durch Diskussionen in der Community, ob durch Verbesserungen des Regimes im Heimatland eine Rückkehr nicht doch zu erwägen sei. Wie sich dies bei der iranischen Gesamtbevölkerung darstellt, müsste getrennt untersucht werden, hierzu gibt es aktuell wenig Daten. Festzuhalten ist, dass Arbeitslosigkeit und das Streben nach unabhängiger Arbeit wesentliche Gründe für die Selbständigkeit von iranischen Unternehmern sind (s. Kapitel 9)

Auch in der iranischen Community gibt es das Bedürfnis nach bestimmten ethnischen Produkten, was dazu führt, dass iranische Restaurants, Buchläden usw. entstehen. Aber weil eine bestimmte Masse an iranischen Einwandern fehlt, die die ethnische Segmentation bewirken würden, entsteht keine ökonomische Autarkie und institutionelle Vollständigkeit wie bei der türkischen Community. Dies führt dazu, dass Iraner verstärkt auf dem offenen Markt agieren: über 80% der iranischen Geschäfte befinden sich in Gebieten mit einem geringen Ausländeranteil bzw. an Standorten, die über viel multiethnische Laufkundschaft verfügen (z.B. Universitätsviertel). Einwanderer, die über ein hohes Humankapital verfügen, versuchen dieses entweder auf dem einheimischen Arbeitsmarkt umzusetzen, oder wenden sich – insbesondere dann, wenn strukturelle Arbeitslosigkeit vorliegt – verstärkt der Selbständigkeit zu, wie z.B. Inder und Pakistanis in den USA. Diese hatten 1980 hohe Raten unter den Gutausgebildeten in höheren beruflichen Positionen unter den Migranten von über rd. 42,9%, 1990 sank diese Zahl auf 31,4%; daraufhin stieg die Zahl der Selbständigen dieser Gruppe von 13,5% auf 18,9% in der Gruppe der gutausgebildeten Migranten (Lofstrom 2000:29).

Die Iraner profitieren wie die Türken (wenn auch in geringerem Maße, vor allem durch die Unvollständigkeit der eigenen Familiennetze aufgrund der politischen bedingten Flucht aus der Heimat) von ihren ethnischen und vor allem auch Klassenressourcen; weit mehr waren bereits selbst in der Heimat selbständig oder kommen aus Familien, wo der Vater selbständig war. Hierdurch entsteht auch eine Binnenökonomie, die Arbeitsplätze für Arbeitssuchende aus der eigenen Ethnie schafft.

Beide Ethnien weisen hohe Grade an innerethnischen und religiösen Differenzen auf, bei den Türken sind es die Kurden und Aleviten, bei den Iranern sind es Nicht-Schiiten und Araber, Kurden und Aseris. Zumindest für die Kurden in der türkischen Community ist feststellbar, dass diese sich bewusst von der eigenen türkischen Ethnie abzusetzen versuchen bzw. sich von der ethnischen Ökonomie wegbewegen.). Iraner in den USA bevorzugen bei Mitar-

beitern aus dem eigenen religiösen Spektrum, Bahai stellen Bahai, Juden stellen Juden, Muslime stellen Muslime ein, und gehen auch geschäftliche Partnerschaften hauptsächlich mit Personen aus der eigenen Ethnie ein, was als Ethnisierungstendenz gewertet werden kann (Light 1997:35).

Gemeinsam haben beiden Ethnien, dass sie im starken Maße „soziales Kapital“ (Bourdieu) einsetzen (Timm 2000). Die Iraner zeichnen sich auch dadurch aus, dass sie auch nicht-eigenethnische Personen in ihrem Netzwerk haben - die Türken aber nicht: weder bei den Personen, die ihnen finanziell oder organisatorisch geholfen haben, noch bei den Mitarbeitern; hier ist die ethnische Segregation offensichtlich. Das soziale Kapital – das auf der Menge, der Art und der Intensität der sozialen Kontakte basiert (Friedrichs und Blasius 2000:35) - gewährleistet einen raschen Erfolg beim Einstieg in die ethnische Ökonomie und der Beschaffung von eigenethnischem Personal, scheint aber beim Ausbau des Geschäftes, der Orientierung aus der Nischenökonomie heraus und in Zeiten der Krise hinderlich zu sein.

Entsprechend Jansen (2001) können die Ressourcen, die durch Netzwerke an Gründer vermittelt werden, in vier Hauptgruppen unterteilt werden:

- Informationen über Gelegenheitsstrukturen (Gründeridee, Produktidee, Brancheninformationen),
- Lieferung konkreter Ressourcen, z.B.: Arbeitskraft/Zeit, Beratungsleistungen bzgl. spezifischer Betriebsprobleme, Kapital,
- Übertragung von Status/Legitimität/ Vertrauensvorschüssen
- Allgemeine soziale Unterstützung/Mut machen /social support (Jansen 2001:8).

Soziales Kapital stellt neben dem Humankapital und dem Faktor Geschlecht (weit weniger Frauen machen sich selbständig (bei den Migranten, wie auch bei den Einheimischen - und wenn, in bestimmten Branchen mit einer erhöhten Misserfolgsquote als die Männer) einen eigenständigen wichtigen Faktor für Überleben oder Sterben von neuen Betrieben dar. Ethnische Gründer zeichnen sich vor allem durch starke Bindungen aus (familiäre, verwandtschaftliche und landsmännische Beziehungen) , die für das anfängliche Überleben der Betriebe unverzichtbar erscheinen. Aber schwache Bindungen tragen dazu bei, dass die Personen mit wichtigen Informationen und neuen Ressourcen versorgt werden (wie z.B. bei der Wohnungs- und Arbeitssuche). Bei den türkischen Unternehmern fehlen diese insbesondere in die nicht-ethnischen Netzwerke hinein (z.B. sind Türken weit weniger in deutschen Sportvereinen Mitglied). Bei den Iranern scheint es wiederum, dass es im Bekannten/Freundeskreis einheimi-

sche Personen gibt, wenn es aber um strukturelle Hilfe geht (wie z.B. Kredite, Beratung, Innovationen), stoßen beide Ethnien an ihre Grenzen ihres Netzwerkes. Denn soziales Kapital ist nicht homogen und auf alle Verhältnisse übertragbar:

“For transactions that require much trust, for example, borrowing a large sum of money, one has to use strong ties, that is, turn to close family and friends. For business information and the supply of labour, weaker ties to colleagues and other acquaintances are more effective since such ties bring more adequate information on a wider range of alternatives. As people differ in the number of strong weak ties they have, it is obvious that ethnic entrepreneurs will often have the wrong kind of social capital to be successful” (Flap, Kumcu und Buler 1998).

Bei den türkischen Betrieben kommt erschwerend hinzu, dass vor allem die Konkurrenz durch Landsleute diesen schwer zusetzt. Die Konkurrenz aber wiederum wird nicht über Innovationen, neue Produkte, qualifiziertes Personal gemacht sondern durch Lohndumping, Billigverkäufe etc., weil die Voraussetzungen für Innovationen (z.B. Human- oder soziales Kapital) nicht vorhanden ist. Dies führt (unbeabsichtigt) dazu, dass auch die anderen Kleinbetriebe an der Preisschraube drehen, bis einer wegen geringerer materieller Ressourcen oder Lücken im Wissen um Management, Buchführung etc. aufgeben muss. Das Konkurs gegangene Geschäft wiederum wird hauptsächlich wieder von Landsleuten (zu einem geringeren Anteil von Personen aus anderen Ethnien wie den Iranern) übernommen, weil Einheimische u.a. wegen „Sozialer Distanz“ die Geschäfte in den Enklaven meiden bzw. nicht über Informationen über diese Betriebe verfügen, oder weil sie nicht in die Netzwerke der Migranten integriert sind. Somit steigt auch dadurch die Segregation der Ethnien weiter an.

Diese Ausführungen legen die Annahme nahe, dass es im Gründungs- und Konsolidierungsprozess also so etwas wie eine *ethnische Netzwerkfalle* gibt, die das Scheitern der ethnischen Betriebe bewirkt bzw. deren Engpässe nicht überwinden lässt. Sie ist vergleichbar dem „ethnic mobility trap“-Ansatz von Wiley: es ist im ethnischen Segment des Arbeitsmarktes möglich, bis zu einem bestimmten Ast zu gelangen; die Chancen im offenen Markt sind aber wesentlich besser, jedoch das Umsteigen vom ethnischen auf den einheimischen Markt ist nur sehr schwer möglich. Die Betriebe, die sich auf die ethnische Nische konzentriert haben, können eine bestimmte ökonomische und soziale Rangstelle (möglicherweise die höchste in der ethnischen Ökonomie) erreichen, werden aber immer weiter hinter denen im offenen Markt liegen. Dabei erinnern die Beschäftigungsstrukturen einiger ethnischer Betriebe an frühkapitalistische Zustände; nicht nur, dass die Existenz des Betriebes an Selbstausbeutung grenzt, sondern auch die Mitarbeiter (vor allem die Frauen) werden unterhalb des Entgeldni-

veaus des Jedermannarbeitsmarktes entlohnt (s. Kapitel 4 und Kap. 10), d.h. unterbezahlt und müssen auch überdurchschnittlich mehr arbeiten.

In der Struktur ähneln die ethnischen Betriebe den Dienstleistungsbetrieben in der einheimischen Ökonomie, die im Verlauf der Tertiarisierung entstanden sind (geringe Beschäftigtenzahl, Konjunkturanfälligkeit, unsichere Arbeitsverhältnisse und geringe Bezahlung etc.). Aber auch Gemeinsamkeiten zwischen bestimmten Unternehmergruppen in der einheimischen Wirtschaft und der ethnischen lassen sich feststellen, vor allem ähneln sie einander bezüglich der Frauen und Älteren. Frauen und ältere Gründer zeichnen sich vor allem aber auch durch geringes Sozialkapital, geringe Ressourcen und ein kleines Netzwerk aus (wenig Mitgliedschaften, weniger schwache Bindungen usw.).

Es darf in diesem Kontext nicht vergessen werden, dass trotz einer Stabilisierung und Expandierung von ethnischen Nischen – wie es am Beispiel Keupstrasse (s. Kap. 6) gezeigt werden konnte, “international ethnic networks“ entstanden sind, die weit über die lokalen Anbindungen hinausreichen, wie z.B. auf dem Kölner Großmarkt, wo türkische Lebensmittelgroßhändler europaweit im- und exportieren, Iraner im Teppichhandel in Hamburg weltweit Geschäftsbeziehungen pflegen oder Chinesen in Kopenhagen Kontakt zu co-ethnischen Geschäftspartnern in den USA unterhalten. Dies hat auch lokale Implikationen, wie im Fall der Iraner in Dänemark zu sehen, die neue Geschäftspraktiken einführen: “On mutual learning and exchange of business ideas across ethnic group borders, the survey reveals copying behaviour by Iranians, in that they have adopted the Rotating Credit Association model which they do not know from their home country (Barger und Rezae 1999:33). ”German-Turkish businessmen’s cosmopolitanism not only enables them to navigate between people of different culture but also, more generally, between all kinds of people“(Pecoud 2000:15).

Dies ist ebenso unter den ausländischen Unternehmern der zweiten Generation in Frankreich ersichtlich. Ihr Ziel ist, so Simon, die Integration in das Sozialsystem Frankreichs, der gesellschaftliche Aufstieg (Simon 1993:135). Als Beispiel werden Tunesier genannt; anstatt Restaurants oder Gebäckläden zu eröffnen, gründen sie Fast-food-Geschäfte oder betreiben Import-Export mit Tunesien. Sie zeichnen sich durch einen höheren Bildungsgrad aus und geben sich nicht zufrieden mit dem Händler- oder Handwerkerdasein ihrer Eltern und sind innovativ tätig im Transportwesen, in Wach- und Schließgesellschaften, in Computergeschäften, in der Werbebranche und im Bereich Massenmedien. Außerdem schrecken sie nicht davor zurück, Banken oder öffentliche Institutionen in Anspruch zu nehmen (Simon 1993:135f.).

Es hat sich mit der Zeit eine Subökonomie mit einer eigenen Infrastruktur entwickelt. Diese ist weniger Ausdruck einer bewussten Segregation aus der hiesigen Gesellschaft bzw. weniger Endprodukt einer langjährigen Diskriminierung von gesellschaftlich benachteiligten (ethnischen) Bevölkerungsschichten, sie spiegelt mehr das Bild von individuellen Interdependenzen und strukturellen Vorgaben wieder und sollte als Ausdruck einer jeden modernen Gesellschaft und als multikulturelle Bereicherung angesehen werden. Zumal die ethnischen Betriebe, z.B. bei einer durchschnittlichen Arbeitslosenquote von über 20% bei Türken, auch einen wichtigen Beitrag für den Arbeits- und Ausbildungsmarkt darstellen, sollten Akteure in Gesellschaft, Politik und Wissenschaft diesem Teilbereich der hiesigen Wirtschaft, mit der diese verwoben ist und nicht getrennt betrachtet werden kann, nicht nur unter integrativen Aspekten Aufmerksamkeit schenken.



LITERATURVERZEICHNIS

Abb, Fritz, Josef Auer und Peter Mirz, 1992: Arbeitsmarkttheorien, in: Das Wirtschaftsstudium 12, 969-974.

Ausländer in Deutschland (AID), Informationsdienst zu aktuellen Fragen der Ausländerarbeit, 3/96, Saarbrücken.

Ausländer in Deutschland (AID), Informationsdienst zu aktuellen Fragen der Ausländerarbeit, 4/96, Saarbrücken.

Ausländer in Deutschland (AID), Informationsdienst zu aktuellen Fragen der Ausländerarbeit, 1/97, Saarbrücken.

Ausländer in Deutschland (AID), Informationsdienst zu aktuellen Fragen der Ausländerarbeit, 2/97, Saarbrücken.

Ausländer in Deutschland (AID), Informationsdienst zu aktuellen Fragen der Ausländerarbeit, 2/02, Saarbrücken.

Aldrich, Howard E., John C. Cater, Trevor P. Jones und David McEvoy, 1981: Business Development and Self-segregation: Asian Enterprise in Three British Cities, in: Ceri Peach, Vaughan Robinson und Susan Smith (Hg.): Ethnic Segregation in Cities, London, 170-189.

Aldrich, Howard, John Cater, Trevor Jones, David McEvoy und Paul Velleman, 1985: Ethnic Residential Concentration and the Protected Market Hypothesis, in: Social Forces Vol.63 No. 4, 996-1009.

Aldrich, Howard, Trevor P. Jones und David McEvoy, 1984: Ethnic Advantage and Minority Business Development, in: Robin Ward und Richard Jenkins (Hg.): Ethnic Communities in Business, London, 189-210.

Aldrich, Howard, Catherine Zimmer und David McEvoy, 1989: Continuities in the Study of Ecological Succession: Asian Businesses in Three English Cities, in: Social Forces, Vol.67 No. 4, 921-944.

Amt für Statistik und Einwohnerwesen der Stadt Köln (Hg.): Kölner Statistische Nachrichten, Ausländerintegration in Köln; Gegenwärtiger Stand und Entwicklungsmöglichkeiten, Dezember 1991.

Amt für Statistik und Einwohnerwesen der Stadt Köln (Hg.): Kölner Statistische Nachrichten, Ausländer in Köln 1991, Dezember 1991.

Amt für Statistik und Einwohnerwesen der Stadt Köln (Hg.), 1993: Kölner Statistische Nachrichten, Ausländer in Köln 1993, in:, März.

Amt für Statistik Einwohnerwesen und Europaangelegenheiten - Strategisches Informationssystem (1997)

Andersen, Uwe (Hg.), 1993: Das Ausländerproblem im vereinten Deutschland, Politische Bildung, 1/93.

Arbeitsamt Köln, 1997: Statistik, nicht veröffentlichte Statistiken.

Ashauer, Günter, 1988: Türkische Gastarbeiter als Sparer und Kreditnehmer, in: Sparkasse 11, 516.

Ausländerbeauftragte der Senatsverwaltung für Arbeit, Soziales und Frauen, Ausländerbeauftragte (Hg.), 2002: Türkische Berliner 2001, Berlin

Auster, Ellen und Howard Aldrich, 1984: Small Business Vulnerability , Ethnic Enclaves and Ethnic Enterprise, in: Robin Ward und Richard Jenkins (Hg.): Ethnic Communities in Business, London, 39-56.

Bach, Hans-Uwe, Hans Kohler, u.a., 1996: Der Arbeitsmarkt 1995 und 1996 in der Bundesrepublik Deutschland, in: Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung 1, Stuttgart, 5-35.

Bade, Klaus J., 1983: Vom Auswanderungsland zum Einwanderungsland - Deutschland 1880-1980, Berlin.

Bade, Klaus J., 1994: Ausländer, Aussiedler und Asyl in der Bundesrepublik Deutschland, München.

Bals, Christel, 1991: Räumliche Probleme der Ausländerintegration, in: Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung (Hg.): Informationen zur Raumentwicklung, Heft 7/8, I-XIV.

Barger, Torben und Shahamak Rezae: Immigrant business in Denmark, 1999: The importance of local, national and international linkages. EGOS Colloquium, Birmingham

Baringhorst, Sigrid, 1990: Pluralistische Integration und ethnische Konflikte, Univ. Diss., Münster.

Bayar, Ali, 1996: Development of ethnic business in Europe: the case of Turkish immigrants. in: ERF Working Paper 9703, Ägypten

Becker, Axel, Susanne Breitzke, Franziska Drewes u.a., 1999: Analysen des betrieblichen Erfolgs von geförderten Existenzgründern im Arbeitsamtbezirk Rostock, Arbeitspapiere des Instituts für Soziologie Nr.2, Universität Rostock, Prof. Peter Voigt und Dr. Johann Gerdes.

Bericht der Beauftragten der Bundesregierung für die Belange der Ausländer über die Lage der Ausländer in der Bundesrepublik Deutschland, Beauftragte der Bundesregierung für die Belange der Ausländer (Hg.), 1995:, Bonn.

Bender, Stefan und Werner Karr, 1993: Arbeitslosigkeit von ausländischen Arbeitnehmern. Ein Versuch, nationalitätenspezifische Arbeitslosenquoten zu erklären, in: Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, Jg. 2, Stuttgart, 192-206.

Bergmann, Eckhard und Peters, Aribert, 1991: Ausländer und Wirtschaft, in: Information zur Raumentwicklung, Heft 5-6, 387-398.

Birley, Sue, 1989: The Start-Up, in: Burns, Paul und Dewhurst, Jim (Hg.): Small Business and Entrepreneurship, Hong Kong.

Blaschke, Jochen und Ersöz, Ahmet, 1987: Herkunft und Geschäftsaufnahme türkischer Kleingewerbetreibender in Berlin, in: Berliner Institut für Vergleichende Sozialforschung, Berlin.

Blossfeld, Hans-Peter und Mayer, Karl Ulrich, 1988: Arbeitsmarktsegmentation in der Bundes-

republik Deutschland, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Jg. 40, 262-283.

Bundesministerium für Wirtschaft (Hg.), 1994: Ausländer und die deutsche Wirtschaft - Zehn Thesen, Dokumentation Nr. 339, Köln.

Boehnke, Kaus, Hans Merkens, u.a., 1987: Ausländer und Wertwandel: Hat die „Stille Revolution“ auch bei Arbeitsmigranten stattgefunden?, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Jg. 39, 330-346.

Bögenhold, Dieter, 1989: Die Berufspassage in das Unternehmertum, in: Zeitschrift für Soziologie, August 1989, 263-281.

Böltken, Ferdinand, 1991: Ausländer im Westen der Bundesrepublik Deutschland: Alltagsprobleme, Kontakte und Konflikte, in: Informationen zur Raumentwicklung, Heft 5/6, 481-498.

Böltken, Ferdinand, 1994: Angleichung und Ungleichheit. Einstellungen zur Integration von Ausländern im Wohngebiet in Ost- und Westdeutschland drei Jahre nach der Einheit, in: Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung (Hg.): Informationen zur Raumentwicklung, Heft 5/6, 335-362.

Bonacich, Edna, 1973: A theory of middleman minorities, in: American Sociological Review, Vol. 38, Nr. 5, 583-594.

Bonacich, Edna, 1987: „Making it“ in America. A Social Evaluation of the Ethnic of Immigrant Entrepreneurship, in: Sociological Perspectives, Vol. 30 No. 4, 446-466.

Bonacich, Edna, 1993: Asian and Latino Immigrants in the Los Angeles Garment Industry: An Exploration of the Relationship between Capitalism and Racial Oppression, in: Light, Ivan und Bhachu, Parminder (Hg: Immigration and Entrepreneurship, London, 51-75.

Bonacich, Edna und Cheng, Lucie, 1984: Introduction: A Theoretical Orientation to International Labor Migration, in: Bonacich, Edna und Cheng, Lucie (Hg.): Labor Immigration under Capitalism. Asian Workers in the United States before World War II, London.

Bonacich, Edna und Modell, John, 1980: The Economic Basis of Ethnic Solidarity, London.

Boos-Nünning, Ursula, 1986: Die schulische Situation der zweiten Generation, in: Meys, Werner und Sen, Faruk (Hg.): Zukunft in der Bundesrepublik oder Zukunft in der Türkei?: Eine Bilanz der 25jährigen Migration von Türken. Schriftenreihe des Zentrums für Türkeistudien, Bd. 4, Frankfurt am Main, 131-144.

Boos-Nünning, Ursula, 1995: Wie Mädchen türkischer Herkunft zu Außenseiterinnen gemacht werden, in: Wolfgang Seifert (Hg.): Wie Migranten Leben. Lebensbedingungen und soziale Lage der ausländischen Bevölkerung in der Bundesrepublik. Dokumentation eines Workshops am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, 20.-21.01.1995, 54-60.

Bös, Mathias, 1995: Migranten und soziale Ungleichheit: Soziale und politische Schließungen in westlichen Industrieländern, in: Wolfgang Seifert (Hg.): Wie Migranten Leben. Lebensbedingungen und soziale Lage der ausländischen Bevölkerung in der Bundesrepublik. Dokumentation eines Workshops am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, 20.-21.01.1995, 17-24.

Bourdieu, Pierre, 1983: Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital und soziales Kapital, S. 183-198 in: Reinhard Kreckel (Hg.): Soziale Ungleichheiten. Göttingen: Otto Schwarz. (Sonderband 2 der Zeitschrift „Soziale Welt“).

Bridge, Simon, Ken O'Neill und Stan Cromie, 1998: Understanding Enterprise, Entrepreneurship and small business, London

Brüderl, Josef und Monika Jungbauer-Gans, 1991: Überlebenschancen neugegründeter Betriebe, in: Der Betriebswirt 51, 499-509.

Brüderl, Josef, Peter Preisendörfer und Rolf Ziegler, 1996: Der Erfolg neugegründeter Betriebe. Eine empirische Studie zu den Chancen und Risiken von Unternehmensgründungen, Berlin.

Brüderl, Preisendörfer und Rolf Ziegler, 1998: Der Erfolg neugegründeter Betriebe. Eine empirische Studie zu den Chancen und Risiken von Unternehmensgründungen, 2. Aufl., Berlin 1998

Bukow, Wolf-Dietrich, 1993: Leben in der multikulturellen Gesellschaft, Opladen.

Bukow, Wolf-Dietrich, Claudia Nikodem, Erika Schulze und Erol Yildiz, 2001: Die multikulturelle Stadt. Opladen: Leske + Budrich

Bukow, Wolf-Dietrich und Roberto Llaryora, 1998: Mitbürger aus der Fremde: Soziogenese ethnischer Minderheiten. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

Buß, Eugen, 1985: Lehrbuch der Wirtschaftssoziologie, Berlin.

Buttler, Friedrich und Frido Dietz, 1990: Die Ausländer auf dem Arbeitsmarkt, in: Höhn, Charlotte und Rein, Detlev B. (Hg.): Ausländer in der Bundesrepublik Deutschland; Schriftenreihe des Bundesinstituts für Bevölkerungsforschung Bd. 20, Wiesbaden.

Coburg, Fritz Franz, 1989: Benachteiligungen der ausländischen Wohnbevölkerung in Beruf, Gewerbe und Gesundheitswesen, in: Zeitschrift für Ausländerrecht und Ausländerpolitik 4, 154-162.

Cornelsen, Carsten, 1996: Erwerbstätigkeit der ausländischen Bevölkerung, in: Statistisches Bundesamt (Hg.): Wirtschaft und Statistik 3, Stuttgart, 147-155.

Cross, Malcolm und Waldinger, Roger, 1992: Migrants, Minorities, and the Ethnic Division of Labor, in: Fainstein, Susan S., Ian Gordon und Michael Harloe (Hg.): Divided Cities: New York and London in the Contemporary World, Cambridge, 151-174.

Czock, Heidrun, 1989: Ausländische Betriebsgründungen als Ausbildungsstätten, in: Sozialwissenschaften und Berufspraxis, 12. Jg, Heft 4, 131-321.

Deakins, David, 1996: Entrepreneurship and Small Firms, London.

Dewhurst, Jim, 1989: The Entrepreneur, in: Burns, Paul und Jim Dewhurst (Hg.): Small Business and Entrepreneurship, Hong Kong 1989.

Diekmann, Andres, Henriette Engelhardt und Peter Hartmann, 1993: Einkommensungleichheit in der Bundesrepublik Deutschland von Frauen und Ausländern? in: Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, Stuttgart, Jg. 3, 386-398.

Duymaz, Ismail, 1988: Selbständige Erwerbstätigkeit von Ausländern als Integrationsindikator am Beispiel der türkischen Selbständigen im Ruhrgebiet, in: Zeitschrift für Ausländerrecht und Ausländerpolitik 2, 66-73.

Easterlin, Richard A., 1985: Wirtschaftliche und soziale Aspekte der Einwanderung, in: Donata Elschenbroich, (Hg.): Einwanderung, Integration, ethnische Bindung: Harvard encyclopedia of

American ethnic groups, Basel/Frankfurt am Main, 25-52.

Elschenbroich, Donata, 1990: Eine Nation von Einwanderern. Ethnisches Bewußtsein und Integrationspolitik in den USA, Frankfurt am Main.

Erichsen, Regine und Sen, Faruk, 1987: Hinwendung zur Selbständigkeit bei Gastarbeitern mit besonderer Berücksichtigung von Türken,. ILO Working Paper, Genf.

Ertekin, Özcan, 1989: Türkische Immigrantorganisationen in der Bundesrepublik Deutschland, Berlin.

Esser, Hartmut, 1985: Soziale Differenzierung als ungeplante Folge absichtsvollen Handelns: Der Fall der ethnischen Segmentation, in: Zeitschrift für Soziologie, Jg. 14, Heft 6, S. 435-449

Esser, Hartmut, 1989: Die Eingliederung der zweiten Generation. Zur Erklärung „kultureller“ Differenzen, in: Zeitschrift für Soziologie, Jg. 18, Heft 6, 426-443.

Esser, Hartmut, 1990: Prozesse der Eingliederung von Arbeitsmigranten, in: Höhn, Charlotte und Rein, Detlev B. (Hg.): Ausländer in der Bundesrepublik Deutschland; Schriftenreihe des Bundesinstituts für Bevölkerungsforschung Bd. 20, Wiesbaden.

Esser, Hartmut:, 2001: Integration und ethnische Schichtung, Gutachten für die unabhängige Kommission Zuwanderung des Bundesinnenministeriums:
http://www.bmi.bund.de/top/dokumente/Artikel/ix_48621.htm

Faist, Thomas, 1993: From School to Work: Public Policy and Underclass Formation among Young Turks in Germany during the 1980s, in: International Migration Review, Volume XXVII, No: 2, 306-331.

Flap, Henk, Adem Kumcu und Bert Buler, 1998: The Social Capital of Ethnic Entrepreneurs and their Business Success, in: Jan Rath (ed.: Immigrant Business. The Economic, Political and Social Environment, MacMillan, London, 2000:142-161.

Frances, Sly, 1996: Ethnic groups and the labour market: analyses from the spring 1994 Labour Force Survey, in: Employment Gazette, 251-261.

Frang, Fritz, 1989: Benachteiligungen der ausländischen Wohnbevölkerung in Beruf, Gewerbe und Gesundheitswesen, in: Zeitschrift für Ausländerrecht und Ausländerpolitik 4, 154-162.

Friedrichs, Jürgen, 1996: Die These von der „Globalisierung“: eine Explikation der Annahmen für unterschiedliche räumliche Ebenen, Vortrag auf der Plenarveranstaltung der Sektionen „Soziale Ungleichheit und Sozialstrukturanalyse“ und „Stadt- und Regionalsoziologie“ auf dem 28. Kongreß für Soziologie, Dresden 7.-11. Oktober 1996, Forschungsinstitut für Soziologie an der Universität zu Köln.

Friedrichs, Jürgen und Jörg Blasius, 2000: Leben in benachteiligten Wohngebieten. Opladen: Leske und Budrich

Werner Fuchs (Hg.), 1978: Lexikon der Soziologie, 2., Opladen, Westdeutscher Verlag.

Ghaseminia, Morteza, 1996: Iraner und Iranerinnen in Deutschland. Migrationsgeschichte, Lebenssituation und Integrationsprobleme. Hannover (Dissertation).

Giles, A.Barrett, Trevor P. Jones and David McEvoy, 1996: Ethnic Minority Business: Theoretical Discourse in Britain and North America, in: Urban Studies, Vol. 33, Nos 4-5, 783-809..

Gitmez, Ali und Wilpert, Czarina, 1987: A Micro-Society or an Ethnic Community? Social Organization and Ethnicity amongst Turkish Migrants, in: Rex, John, Joly, Daniele und Wilpert, Czarina (Hg.): Immigrant Associations in Europe, Brookfield, 86-125.

Göddecke-Stellmann, Jürgen, 1994: Räumliche Implikationen der Zuwanderung von Aussiedlern und Ausländern, in: Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung (Hg.): Informationen zur Raumentwicklung, Heft 5/6, 373-386.

Goldberg, Andreas, 1991: Ausländische Selbständige auf dem bundesdeutschen Arbeitsmarkt, in: Informationen zur Raumentwicklung, Heft 7, 411-419.

Goldberg, Andreas, 1996: Unternehmensgründung von Ausländern in der Bundesrepublik Deutschland, in: Sen, Faruk und Andreas Goldberg (Hg.): Türken als Unternehmer - Eine Gesamtdarstellung und Ergebnisse neuerer Untersuchungen, Opladen, 47-76.

Goldberg, Andreas und Faruk Sen, 1993: Ein neuer Mittelstand? Unternehmensgründungen von ehemaligen türkischen Arbeitnehmern in der Bundesrepublik Deutschland, in: WSI Mitteilungen 3, 163-173.

Goldberg, Andreas, Dora Mourinho und Ursula Kulke, 1995: Arbeitsmarkt-Diskriminierung gegenüber ausländischen Arbeitnehmern in Deutschland, in: International Labour Organization (Hg.): International Migration Papers 7, Genf.

Granovetter, Mark, 1985: "Economic action and social structure. The problem of embeddedness", in: American Journal of Sociology 91 (3), 481-510.

Granovetter, Mark, 1995: The Economic Sociology of Firms and Entrepreneurs, in: Portes, Alejandro (Hg.): The Economic Sociology of Immigration, New York, 128-165.

Grüner, Hans, 1992: Mobilität und Diskriminierung. Deutsche und ausländische Arbeiter auf einem betrieblichen Arbeitsmarkt, München.

Heller, Hartmut, 1981: Nicht nur Pizzabäcker und Eisverkäufer! Selbständige Gewerbetreibende aus den sog. Gastarbeiterländern in der Großstadt Nürnberg, in: Lernen in Deutschland. Zeitschrift für pädagogische Arbeit mit ausländischen Kindern und Jugendlichen, Heft 4, 149-158.

Hillmann, Felicitas, 1998: Türkische Unternehmerinnen und Beschäftigte im Berliner ethnischen Gewerbe. Wissenschaftszentrum Berlin, Berlin

Hillmann, Felicitas, 2000: Ethnisierung oder Internationalisierung? Ethnische Ökonomien als Schnittpunkte von Migrationssystem und Arbeitsmarkt in Berlin, in: Prokla 120, Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft, 30. Jahrgang, Nr. 3, September 2000, Schwerpunktthema „Ethnisierung und Ökonomie“, Berlin: Westfälischer Dampfboot, S. 415-432.

Hillmann, Felicitas, 2001: Struktur und Dynamik der Arbeitsmarktintegration der ausländischen Bevölkerung in Berlin

Humpert, Andreas, 1996: Türkische Selbständige in Nordrhein-Westfalen - Empirische Ergebnisse einer Umfrage aus dem Jahre 1995, in: Sen, Faruk und Andreas Goldberg (Hg.): Türken als Unternehmer - Eine Gesamtdarstellung und Ergebnisse neuerer Untersuchungen, Opladen, 99-139.

Industrie- und Handelskammer zu Köln (IHKK) (Hg.), 1997: Jahresbericht 1996, Köln.

Institut für empirische Psychologie (Hg.), 1995: Wir sind o.k.!- Stimmungen, Einstellungen,

Orientierungen der Jugend in den 90er Jahren, die IBM Jugendstudie, 22-27.

Jansen, Dorothea, 2001: Soziales Kapital von Unternehmensgründern, Vortrag an der TU Berlin, 14.06.2001.

Jenkins, Richard, 1984: Ethnic Minorities in Business: A Research Agenda, in: Ward, Robin und Jenkins, Richard (Hg.): Ethnic Communities in Business, London, 231-238.

Keskes, Robert und Christof Wolf, 1996: Konfession, Religion und soziale Netzwerke, Opladen: Leske + Budrich

Keßler, Uwe und Anna Ross, 1991: Ausländer auf dem Wohnungsmarkt einer Großstadt: Das Beispiel Köln, in: Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung (Hg.): Informationen zur Raumentwicklung, Heft 7/8, 429-438.

Kittner, Michael, 1982: Arbeitsmarkt und Recht - Eine Einführung, in: Kittner Michael (Hg.): Arbeitsmarkt - ökonomische, soziale und rechtliche Grundlagen, Heidelberg, 13-127.

Kizilocak, Gülay, 1996: Ein Modelprojekt etabliert sich, in: Sen, Faruk und Andreas Goldberg (Hg.): Türken als Unternehmer - Eine Gesamtdarstellung und Ergebnisse neuerer Untersuchungen, Opladen, 81-98.

Kloosterman, Robert, Joanne van der Leun und Jan Rath, 1999: Mixed embeddedness: (in)formal economic activities and immigrant business in the Netherlands. International Journal of Urban and Regional Research 23 (1999) 2: 252-266

Kleinräumige Arbeitsmarktbeobachtungen: Arbeitslosigkeit in Kölner Stadtteilen am 31.12.2001. Amt für Stadtentwicklung und Statistik (Hg.).

Korte, Hermann (Hg.), 1985: Ausländische Selbständige in der Bundesrepublik Deutschland; Projektbearbeiter S. Kahlert und B. Ining. - Bochum : Inst. f. Arbeitssoziologie u. Arbeitspolitik, 44, (19)

Korte, Hermann, 1987: Guestworker Question or Immigration Issue? Social Sciences and Public Debate in the Federal Republic Germany, in: Bade, Klaus J. (Hg.): Population, Labour and Migration in 19th- and 20th-Century Germany, New York, 163-196.

Korte, Herbert und Kazim Caliskan, 1989: Eine empirische Untersuchung über ausländische Selbständige in Gelsenkirchen, in: Ruhr Universität Bochum Abteilung Sozialwissenschaft Institut für Arbeitssoziologie und Arbeitspolitik, Bochum.

Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen (Hg.), 1996: Entwicklungen in Nordrhein-Westfalen - Statistischer Jahresbericht 1995, Düsseldorf.

Landesarbeitsamt Nordrhein-Westfalen (Hg.), 1996a: Informationen zum Arbeitsmarkt - Ausländer und Ausländerinnen auf dem Arbeitsmarkt in Nordrhein-Westfalen, Nr. 15, Düsseldorf.

Lawson, Boyd Robert (1989: Ethnic Entrepreneurs in the Economy: Business Enterprise among Asian-Americans and Blacks in a Changing Urban Environment, University of North Carolina at Chapel Hill.

Leibhard, Frank, 2001: Unternehmensgründungen und -insolvenzen

Leicht René, Markus Leiß Ralf Philipp und Robert Strohmeyer: Ausländische Selbständige in Baden-Württemberg. Universität Mannheim: Veröffentlichungen des Instituts für Mittelstands-

Lenk, Thomas, 1991: Einfluß des technologischen Fortschritts und des strukturellen Wandels auf den Arbeitsmarkt, in: Sesselmeier, Werner (Hg.): Der Arbeitsmarkt, Probleme der Einheit, Bd. 1, Marburg, 11-31.

Lenske, Werner und Dirk Werner, 1998): Ausländische Unternehmen in Deutschland: Ausbildungssituation und Ausbildungspotential, Institut der deutschen Wirtschaft, Beiträge zur Gesellschafts- und Bildungspolitik Nr. 223, Köln

Licht, Georg und Viktor Steiner, 1993: Assimilation, Labour Market Experience, and Earnings Profiles of Temporary and Permanent Immigrant Workers in Germany, in: Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (Hg.): Discussion Paper No 93-06, Mannheim.

Light, Ivan, 1972: Ethnic Enterprise in America. Business and Welfare Among Chinese, Japanese, and Blacks, London.

Light, Ivan, 1979: Disadvantaged Minorities in Self-Employment, in: International Journal of Comparative Sociology 1-2, 31-45.

Light, Ivan, 1980: Asian Enterprise in America: Chinese, Japanese, and Koreans in Small Business, in: Cummings, Scott (Hg.): Self-Help in Urban America. Patterns of Minority Economic Development, London.

Light, Ivan, 1984: Immigrant and Ethnic Enterprise in North America, in: Ethnic and Racial Studies, 195-216.

Light, Ivan, 1987: Unternehmer und Unternehmertum ethnischer Gruppen, in: Heinemann Klaus (Hg.): Soziologie Wirtschaftlichen Handels, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft, 193-215.

Light, Ivan, 1989: Local economy and ethnic entrepreneurs, ISSR Working Papers in the Social Sciences, 1988-89, Vol. 4, Nr. 13.

Light, Ivan und Karageorgis, Stavros, 1994: The Ethnic Economy, in: Smelser, Neil J. und Swedberg, Richard (Hg.): The Handbook of Economic Sociology, New York, 647-671.

Light, Ivan und Stavros Karageorgis, 1997: Economic saturation and immigrant entrepreneurship, in: Ivan Light und Richard E. Isralowitz (Hg.): Immigrant Entrepreneurs and Immigrant Absorption in the United States and Israel, Aldershot: Ashgate

Light, Ivan und Rosenstein, Carolyn, 1995: Expanding the Interaction Theory of Entrepreneurship, in: Portes, Alejandro (Hg.): The Economic Sociology of Immigration, New York, 166-213.

Light, Ivan und Sanches, Angel, 1987: Immigrant Entrepreneurs in 272 SMSAs, in: Sociological Perspectives, Vol. 30 No. 4, 373-399.

Light, Ivan, Bhachu, Parminder und Karageorgis, Stavros, 1993: Migration Networks and Immigrant Entrepreneurship, in: Light, Ivan und Bhachu, Parminder (Hg: Immigration and Entrepreneurship, London, 25-51.

Light, Ivan, Sabagh, Georges, Bozorgmehr, Mehdi und Der-Martirosian, Claudia, 1993: Internal ethnicity in the ethnic economy, in: Ethnic and Racial Studies, 16/4.

Lindeman, Peter und Kayhan Özgenc, 1997: Mein Boß vom Bosphorus, in: Focus 23, 220-225.

Lofstrom, Magnus: Self-Employment and Earnings among High Skilled Immigrants in the United States, CCIS, Working Paper No. 13, University of California-San Diego

Logan, John, Peter Taylor-Gooby und Monika Reuter, 1992: Poverty and Income Inequality, in: Fainstein, Susan S., Gordon, Ian und Michael Harloe (Hg.): Divided Cities: New York and London in the Contemporary World, Cambridge, 129-150.

Lorenzen, Frauke, 1996: Existenzgründungen in Franken: Gründungsaktivitäten und Erfolgsfaktoren, in: Maier, Jörg (Hg.): Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung, Heft 154, Bayreuth.

Mammey, Ulrich, 1990: 35 Jahre Ausländer in der Bundesrepublik Deutschland - die demographische Entwicklung -, in: Höhn, Charlotte und Detlev B. Rein (Hg.): Ausländer in der Bundesrepublik Deutschland; Schriftenreihe des Bundesinstituts für Bevölkerungsforschung, Bd. 20, Wiesbaden.

Manfrass, Klaus, 1991: Türken in der Bundesrepublik, Nordafrikaner in Frankreich, Bonn/Berlin.

Mars, Gerald und Robin Ward, 1984: Ethnic Business development in Britain: Opportunities and Resources, in: Ward, Robin und Richard Jenkins (Hg.): Ethnic Communities in Business, London, 1-19.

Martin, Albert, 1991: Statusabgrenzung gegenüber ausländischen Arbeitnehmern, in: DBW, 51, 629-647.

Mehrländer, Ursula, 1974: Soziale Aspekte der Ausländerbeschäftigung, Bonn-Bad Godesberg.

Mehrländer, Ursula, 1986: Rückkehrabsichten der Türken im Verlauf des Migrationsprozesses 1961-1985, in: Meys, Werner und Faruk Sen (Hg.): Zukunft in der Bundesrepublik oder Zukunft in der Türkei?: Eine Bilanz der 25jährigen Migration von Türken. Schriftenreihe des Zentrums für Türkeistudien, Bd. 4, Frankfurt (Main), 53-72.

Meier-Braun, Karl-Heinz, 1995: 40 Jahre „Gastarbeiter“ und Ausländerpolitik in Deutschland, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 35/95.

Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen (Hg.), 1996: Ausländerinnen und Ausländer in Nordrhein-Westfalen: Zahlenspiegel 1995, Düsseldorf.

Model, Suzanne, 1985: A Comparative Perspective on the Ethnic Enclave: Blacks, Italians, and Jews in New York City, in: International Migration Review, Vol. XIX, No. 1, 64-81.

Morokvasic, Mirjana, 1987: Jugoslawische Frauen: Die Migration - und danach, in: Deutsches Jugendinstitut (Hg.): Internationale Texte zu Problemen von Emigration, Frankfurt am Main.

Morokvasic, Mirjana, 1993: „In and out“ of the labour market: Immigrant and minority women in Europe, in: New Community, 19(3), 459-483.

Morokvasic, Mirjana, 1993: Immigrants in Garment Production in Paris and Berlin, in: Light, Ivan und Bhachu, Parminder (Hg.): Immigration and Entrepreneurship, London, 75-97.

Morokvasic, Mirjana, Roger Waldinger und Annie Phizacklea, 1996: Business on the Ragged Edge: Immigrant and Minority Business in the Garment Industries of Paris, London, and New York, in: Waldinger, Roger, Aldrich, Howard und Ward, Robin (Hg.): Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies, London, 157-176.

Nee, Victor, Jimmy M. Sanders und Scott Sernau, 1994: Job Transitions in an immigrant metropolis: ethnic boundaries and the mixed Economy, in: *American Sociological Review*, Vol. 59, 849-872.

Nowikowski, Susan, 1984: Snakes and Ladders: Asian Business in Britain, in: Ward, Robin und Jenkins, Richard (Hg.): *Ethnic Communities in Business*, London, 149-165.

Özcan, Veysel und Günter Seifert, 2000: Selbständigkeit von Immigranten in Deutschland – Ausgrenzung oder Weg der Integration?, *Soziale Welt*, 51, 280-302

Owen, David und Green, Anne, 1992: Labour market experiences and occupational change amongst ethnic groups in Great Britain, in: *New Community*, 19(1), 7-29.

Pappi, Franz U., 1987: Die Netzwerkanalyse aus soziologischer Perspektive, in: ders. (Hg.): *Methoden der Netzwerkanalyse*. München: Oldenbourg, S. 11-37.

Pécoud, Antoine, 2000: Cosmopolitanism and Business. Entrepreneurship and Identity among German Turks in Berlin. University of Oxford, EBRC, Transnational Communities Working Papers, Oxford

Pfeiffer, Friedhelm, 1994: Selbständige und abhängige Erwerbstätigkeit: Arbeitsmarkt- und industrieökonomische Perspektiven, Frankfurt am Main.

Pfeiffer, Friedhelm und F. Reize, 1998: Arbeitslosigkeit und selbständige Erwerbstätigkeit, Analysen der ZEW Gründerdatei und Vergleich mit der IAB-Erhebung. Mannheim: ZEW

Pischke, Jörn-Steffen, 1992: Assimilation and the Earnings of Guestworkers in Germany, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW).

Portes, Alejandro, 1987: The Social Origins of the Cuban Enclave economy of Miami, in: *Sociological Perspectives*, Vol. 30 No. 4, 340-372.

Portes, Alejandro, 1994: The Informal Economy and Its Paradoxes, in: Smelser, Neil J. und Swedberg, Richard (Hg.): *The Handbook of Economic Sociology*, New York, 426-449.

Portes, Alejandro, 1995: Economic Sociology and the Sociology of Immigration: A Conceptual Overview, in: Portes, Alejandro (Hg.): *The Economic Sociology of Immigration*, New York, 1-41.

Portes, Alejandro und Leif Jensen, 1987: What's an ethnic enclave? The case for conceptual clarity, in: *American Sociological Review*, Vol. 52, 768-773.

Portes, Alejandro und Robert D. Manning, 1986: The immigrant enclave: theory and empirical examples, in: Olzak, Suzan und Joane Nagel (Hg.): *Competitive ethnic relations*, Academic press.

Portes, Alejandro und Min Zhou, 1992: Gaining the upper hand: economic mobility among immigrant and domestic minorities, in: *Ethnic and Racial Studies*, 15/4, Oktober 1992.

Portes, Alejandro und Min Zhou, 1996: Self-Employment and the Earnings of Immigrants, in: *American Sociological Review*, 219-230.

Portes, Alejandro und Leif Jensen 1989: The enclave and the entrants: patterns of ethnic enterprise in Miami before and after mariel, in: *American Sociological Review*, Vol. 54, 929-949.

Preisendörfer, Peter und Thomas Voss, 1988: Arbeitsmarkt und soziale Netzwerke, in: Zeitschrift für sozialwissenschaftliche Forschung und Praxis, Jg. 39, Heft 1, Hannover, 104-119.

Pütz, Robert: Von der Nische zum Markt? Türkische Einzelhändler im Rhein-Main-Gebiet, in: Anton Escher ((Hg.)) Ausländer in Deutschland. Probleme einer transkulturellen Gesellschaft aus geographischer Sicht, Mainz

Raes, Stephan, 2000: Migrant Enterprise and migrant Entrepreneurship, Holland

Ram, Monder, 1998: Enterprise support and ethnic minority firms, in: , Journal of Ethnic and Migration Studies, Vol. 24, No. 1: 143-158.

Rath, Jan und Robert Kloosterman, 1998: Beating the Dutch? A Critical Review of Research on Immigrant Entrepreneurship in The Netherlands, in: International Migration Review, 1998

Razin, Eran und Ivan Light, 1998: The income consequences of ethnic entrepreneurial concentrations, in: Urban Geography, 1998, 19, 554-576

Razin, Eran und Ivan Light: Ethnic Entrepreneurs in America's Largest Metropolitan Areas, in: Urban Affairs Review, Vol. 33, No. 3, 1998, 332-360

REHBER, 1996: Aytulun, Ahmet und Tamer Delibas, u.a. (Hg.): Kirpi-Verlag, Essen.

Sanchez-Lansch, Remedios, 1997: Ethnischer Arbeitsmarkt in Köln. Italienische Betriebe in Köln. Köln (unveröffentlichte Magisterarbeit)

Sanders, Jimmy M. und Victor Nee, 1987: Limits of ethnic solidarity in the enclave economy, in: American Sociological Review, Vol. 52, 745-773.

Sanders, Jimmy M. und Victor Nee, 1996: Immigrant Self-Employment: The Family as Social Capital and the Value of Human Capital, in: American Sociological Review 4, 231-249.

Sassen, Saskia, 1995: Immigration and Local labor Markets, in: Portes, Alejandro (Hg.): The Economic Sociology of Immigration, New York, 87-128.

Sassen, Saskia, 1996: New employment regimes in cities: the impact on immigrant workers, in: New Community. 22(4), 579-594.

Schenk, Michael, 1984: Das Konzept des sozialen Netzwerkes, in: Friedhelm Neidhardt (Hg.): Gruppensoziologie. Perspektiven und Materialien. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 24. Westdeutscher Verlag: Opladen, S. 88-104.

Schenk, Michael, 1984: Soziale Netzwerke und Kommunikation. Tübingen: Mohr (Siebeck)

Scherr, Albert, 2000: Ethnisierung als Ressource und Praxis, in: Prokla 120, Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft, 30. Jahrgang, Nr. 3, September 2000, Schwerpunktthema „Ethnisierung und Ökonomie“, Berlin: Westfälischer Dampfboot, S. 399-414.

Schmalz-Jakobsen, Cornelia und Georg Hansen, 1997: Kleines Wörterbuch der Ethnien in Deutschland. Herausgegeben von der Ausländerbeauftragten der Bundesregierung, Bonn

Schmid, Alfons, 1984: Beschäftigung und Arbeitsmarkt. Eine sozioökonomische Einführung, Frankfurt am Main.

Schmid, Hans und von Dosky, Doris, 1990: Ökonomik des Arbeitsmarktes. Arbeitsmarkttheorien: Stärken und Schwächen, Bd. 1, Stuttgart.

Schmid, Hans und von Dosky, Doris, 1991: Ökonomik des Arbeitsmarktes. Stärken und Schwächen, Bd. 2, Stuttgart.

Schmidt, Bernhard Bruno, 1991: Zur Entwicklung der Situation und zur beruflichen Integration von Ausländern in der Bundesrepublik Deutschland, in: Information zur Raumentwicklung, Heft 7-8, 405-409.

Schubarth, Wilfried, 1991: Fremde als Sündenböcke, in: Spiegel Spezial 1, 47-49.

Schultze, Günter, 1991: Berufliche Integration türkischer Arbeitnehmer. Vergleich der ersten und zweiten Generation, in: Mehrländer, Ursula (Hg.): Arbeits- und Sozialforschung Bd. 5, Forschungsinstitut der Friedrich-Ebert-Stiftung, Bonn.

Schultze, Günther, 1991: Der berufliche und soziale Eingliederungsprozeß der ersten und zweiten Generation türkischer Arbeitnehmer in Nordrhein-Westfalen, in: Information zur Raumentwicklung, Heft 7-8, 421-427.

Schultze, Günther, 1995: Arbeitsmarktintegration von türkischen Migranten der ersten und zweiten Generation, in: Seifert, Wolfgang (Hg.): Wie Migranten Leben. Lebensbedingungen und soziale Lage der ausländischen Bevölkerung in der Bundesrepublik. Dokumentation eines Workshops am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, 20.-21.01.1995, 10-16.

Schumpeter, Joseph Alois, 1952: Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung, Berlin.

Schwarz, Eugen Georg, 1993: Ausländer in Deutschland, in: Focus 51, 40-44.

Schweikert, Klaus, 1993: Ausländische Jugendliche in der Berufsausbildung: Strukturen und Trends, in: Bundesinstitut für Berufsbildung (Hg.): Berichte zur Beruflichen Bildung, Heft 164, Berlin.

Seidel, Heinz, 1995: Ausländische Arbeitnehmer auf dem deutschen Arbeitsmarkt, in: Zeitschrift für Ausländerrecht und Ausländerpolitik 2, 51-57.

Seifert, Wolfgang, 1982: Die zweite Ausländergeneration in der Bundesrepublik, Längsschnittbeobachtungen in der Berufseinstiegsphase, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie, Jg. 44, Heft 4, 677-696.

Seifert, Wolfgang, 1991: Ausländer in der Bundesrepublik – Soziale und ökonomische Mobilität, AG Sozialberichterstattung Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB), Berlin.

Seifert, Wolfgang, 1993: Arbeitsmarktsegmentation - Mobilitätsbarriere für ausländische Arbeitnehmer?, in: AG Sozialberichterstattung Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) (Hg.), Berlin.

Seifert, Wolfgang, 1994: Berufliche und ökonomische Mobilität ausländischer Arbeitnehmer - Längsschnittanalysen mit dem Sozio-Ökonomischen Panel, in: Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesanstalt für Arbeit (Hg.): Die Integration ausländischer Arbeitnehmer in den Arbeitsmarkt, aus der Reihe: Beiträge zur Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, Nürnberg, 7-84.

Seifert, Wolfgang, 1995: Arbeitsmarktintegration in der Bundesrepublik: Lebensbedingungen

und Soziale Lage, in: Seifert, Wolfgang (Hg.): Wie Migranten Leben. Lebensbedingungen und soziale Lage der ausländischen Bevölkerung in der Bundesrepublik. Dokumentation eines Workshops am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, 20.-21.01.1995, 3-9.

Seifert, Wolfgang, 1995: Die Mobilität der Migranten. Die berufliche, ökonomische und soziale Stellung ausländischer Arbeitnehmer in der Bundesrepublik; Eine Längsschnittanalyse mit dem Sozio-Ökonomischen Panel, 1984-1989, in: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (Hg.), Berlin.

Seifert, Wolfgang, 1996: Occupational and social integration of immigrant groups in Germany, in: New Community, 22 (3), 417-436.

Seifert, Wolfgang, 1996: Zunehmende Arbeitsmarktintegration bei anhaltender sozialer Segregation, in: ISI, Nr. 15, 7-11.

Semlinger, 1995: Arbeitsmarktpolitik für Existenzgründer, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung. Discussion Paper, FS I 95-204, Berlin.

Sen, Faruk, 1984: Ansätze der wirtschaftlichen und politischen Integration bei der türkischen Wohnbevölkerung in Deutschland, in: Brandt, Hans-Jürgen und Claus-Peter Haase (Hg.): Begegnung mit Türken, Begegnung mit Islam, Ein Arbeitsbuch, Teil 2, Hamburg, 313-317.

Sen, Faruk, 1986: Der volkswirtschaftliche Stellenwert der Türken in der Bundesrepublik Deutschland, in: Meys, Werner und Faruk Sen (Hg.): Zukunft in der Bundesrepublik oder Zukunft in der Türkei?: Eine Bilanz der 25jährigen Migration von Türken. Schriftenreihe des Zentrums für Türkeistudien, Bd. 4, Frankfurt (Main), 89-102.

Sen, Faruk, 1991: Türkei. Beck'sche Reihe, München: Verlag C.H. Beck

Sen, Faruk, 1996: Die Folgen zunehmender Heterogenität der Minderheiten und der Generationenaufspaltung, in: Heitmeyer, Wilhelm und Rainer Dollase (Hg.): Die bedrängte Toleranz, Frankfurt, 261-271.

Sen, Faruk, 1996: Türkische Migranten in Deutschland - Ein Überblick, in: Sen, Faruk und Andreas Goldberg (Hrsg.): Türken als Unternehmer - Eine Gesamtdarstellung und Ergebnisse neuerer Untersuchungen, Opladen, 11-45.

Sen, Faruk und Andreas Goldberg, 1994: Türken in Deutschland. Leben zwischen zwei Kulturen, München.

Sen, Faruk und Alke Wierth, 1992: 1961 bis 1991 - Ein kritischer Überblick auf die dreißigjährige Migrationsgeschichte der Türken in der Bundesrepublik Deutschland, in: Zeitschrift für Ausländerrecht und Ausländerpolitik 2, 75-80.

Sesselmeier, Werner und Gregor Blauermel, 1990: Arbeitsmarkttheorien – Ein Überblick, Heidelberg.

Sexton, Donald L. und Nancy B. Bowman-Upton, 1991: Entrepreneurship – Creativity and Growth, New York.

Simon, Gildas, 1993: Immigrant Entrepreneurs in France, in: Light, Ivan und Parminder Bhachu (Hg.): Immigration and Entrepreneurship, London, 125-141.

Smelser, Neil J., 1972: Soziologie der Wirtschaft, in: Claessens Dieter (Hg.): Grundfragen der Soziologie, München.

Spohn, Margret, 1995: Wirtschaftliche Integration der ausländischen Minderheiten in der Bundesrepublik Deutschland am Beispiel ausländischer Selbständiger, in: Seifert, Wolfgang (Hg.): Wie Migranten Leben. Lebensbedingungen und soziale Lage der ausländischen Bevölkerung in der Bundesrepublik. Dokumentation eines Workshops am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, 20.-21.01.1995, 74-79.

Statistisches Jahrbuch (Hg.), 2001: Ausländische Bevölkerung in Deutschland, Wiesbaden

Statistisches Bundesamt (Hg.), 1987: Wirtschaft und Statistik 3, Stuttgart.

Statistisches Bundesamt (Hg.), 1995: Im Blickpunkt: Ausländische Bevölkerung in Deutschland, Stuttgart.

Statistisches Bundesamt (Hg.), 1996: Statistisches Jahrbuch 1996 für die Bundesrepublik Deutschland, Stuttgart.

Statistisches Bundesamt (Hg.), 1996: Wirtschaft und Statistik 4/1996, Stuttgart.

Sternberg, Rolf: Entrepreneurship in Deutschland. Das Gründungsverhalten im internationalen Vergleich. Länderbericht Deutschland 1999 zum Global Entrepreneurship Monitor, 2000: edition sigma, Berlin.

Stevenson, Howard H. und William A. Sahlman, 1989: The Entrepreneurial Process, in: Paul Burns und Jim Dewhurst (Hg.): Small Business and Entrepreneurship, Hong Kong.

Storey, David J., 1994: Understanding the Small Business Sector, London.

Szydlík, Marc, 1990: Die Segmentierung des Arbeitsmarktes in der Bundesrepublik Deutschland - Eine empirische Analyse mit Daten des Sozio-ökonomischen Panels, 1984-1988, Berlin, Edition Sigma.

Szydlík, Marc, 1991: Einkommen, Einkommensdynamik und Arbeitsmarktsegmentierung, in: Ulrich Rendtel und Gert Wagner (Hg.): Lebenslagen im Wandel: Zur Einkommensdynamik in Deutschland seit 1984, Sozio-ökonomische Daten und Analysen für die Bundesrepublik Deutschland Bd. 4, Frankfurt am Main.

Szydlík, Marc, 1993: Arbeitseinkommen und Arbeitsstrukturen - Eine Analyse für die Bundesrepublik Deutschland und Die Deutsche Demokratische Republik, Berlin, Edition Sigma.

Szydlík, Marc, 1996: Ethnische Ungleichheit auf dem deutschen Arbeitsmarkt, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Jg. 48 Heft 4, Köln, 658-676.

Taylor, Paul, 1993: Minority Ethnic Groups and Gender in Access to Higher Education, in: New Community, 19 (3), 425-440.

Thranhardt Dietrich, 1995: Die Lebenslage der ausländischen Bevölkerung in der Bundesrepublik Deutschland, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 35/95.

Thranhardt, Dietrich, 1995: Keine Unterschichtung aber politische Herausforderungen. Bericht über die Lebenslage der Einwanderer aus Anwerbeländern in Nordrhein-Westfalen, in: Wolfgang Seifert (Hg.): Wie Migranten Leben. Lebensbedingungen und soziale Lage der ausländischen Bevölkerung in der Bundesrepublik. Dokumentation eines Workshops am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, 20.-21.01.1995, 93-102.

Thranhardt, Dietrich, Renate Dieregweiler, Bernhard Santel, und Martin Funke, 1994: Auslän-

derinnen und Ausländer in Nordrhein-Westfalen. Die Lebenslage der Menschen aus den ehemaligen Anwerbeländern und die Handlungsmöglichkeiten der Politik, in: Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen (Hg.): Landessozialbericht Bd. 6, Düsseldorf.

Tienda, Marta und Franklin D. Wilson, 1991: Migration, Ethnicity, and Labor Force Activity, in: John M. Abowd und Richard B. Freeman (Hg.): Immigration, Trade, and the Labour Market, London.

Tigges, Leann M., und Deborah M. Tootle, 1993: Underemployment and racial competition in local labor markets, in: The Sociological Quarterly, Volume 34, Nr.2, 279-298.

Timm, Elisabeth, 2000: Kritik der „ethnischen Ökonomie“, in: Prokla 120, Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft, 30. Jahrgang, Nr. 3, September 2000, Schwerpunktthema „Ethnisierung und Ökonomie“, Berlin: Westfälischer Dampfboot, S. 363-376.

Turiaux, Josef, 1994: Ausländer als Bankkunden - eine Studie aus München, in: Bank und Markt, Heft 3, 29-31.

Velling, Johannes, 1995: Die Migranten der 90er Jahre und ihre Integration in den deutschen Arbeitsmarkt, in: Wolfgang Seifert (Hg.): Wie Migranten Leben. Lebensbedingungen und soziale Lage der ausländischen Bevölkerung in der Bundesrepublik. Dokumentation eines Workshops am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, 20.-21.01.1995, 80-92.

von Breitenbach, Barbara, 1986: Ausländer-Vereine und Interessenvertretung. Funktionen der Selbstorganisation von Ausländern im Kommunalbereich, in: Zeitschrift für Parlamentsfragen, Heft 2, 181-199.

von Löffelholz, Hans Dietrich Gieseck, Arne und Holger Buch, 1994: Ausländische Selbständige in der Bundesrepublik – unter besonderer Berücksichtigung von Entwicklungsperspektiven in den neuen Bundesländern, Berlin

von Wilamowitz-Moellendorff, Ulrich, 2001: Türken in Deutschland – Einstellungen zu Staat und Gesellschaft, Konrad-Adenauer-Stiftung (Hg.), Arbeitspapier 53/2001, Sankt Augustin.

Vowinckel, Michael, 1991: Gastarbeiter: Konsumenten in einer neuen Heimat, in: Marketing Journal 5, 434-437.

Waldinger, Roger David, 1983: Ethnic Enterprise and Industrial Change: A case Study of the New York City Garment Industry, Universität Dissertation, Cambridge.

Waldinger, Roger, 1986: Immigrant Enterprise – A Critique and Reformulation, in: Theory and Society 15, 249-285.

Waldinger, Roger, 1989: Structural Opportunity or Ethnic Advantage? Immigrant Business Development in New York, in: International Migration Review 1, 48-72.

Waldinger, Roger und Howard Aldrich, 1996: Trends in Ethnic Business in the United States, in: Waldinger, Roger, Aldrich, Howard und Ward, Robin (Hg.): Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies, London, 49-78.

Waldinger, Roger, Howard Aldrich und Robin Ward, 1990: Opportunities, Group Characteristics, and Strategies, in: Roger Waldinger, Howard Aldrich und Robin Ward (Hg.): Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies, London, 13-48.

Waldinger, Roger, Howard Aldrich und William D. Bradford, u.a., 1996: Conclusions and

Policy Implications, in: Waldinger, Roger, Aldrich, Howard und Ward, Robin (Hg.): Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies, London, 177-198.

Waldinger, Roger, David McEvoy und Howard Aldrich, 1996: Spatial Dimensions of Opportunity Structures, in: Roger Waldinger, Howard Aldrich und Robin Ward (Hg.): Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies, London, 106-130.

Waldinger, Roger, Robin Ward und Howard Aldrich, 1985: Ethnic Business and Occupational Mobility in Advanced Societies, in: Sociology 4, 586-597.

Walterscheid, Klaus, 2001: Zur Diagnose des „Theoriedefizits“ in der Gründungsforschung“, in: Klaus Anderseck und Klaus Walterscheid (Hg.): Entrepreneurship: gründungstheoretische, wirtschaftspädagogische und didaktische Positionen, Diskussionsbeitrag Nr. 304, Herbst 2001, Fernuniversität Hagen).

Weber, Max, 1976: Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie, 5. Aufl., Tübingen.

Weber, Max, 1995: Schriften zur Soziologie, herausgegeben von Sukale, Michael, Stuttgart, 333-417.

Weihe, Herman J., 1994: Entrepreneurship - Neue Wege zum Unternehmertum, Hamburg.

Werbner, Pnina, 1984: Business on Trust: Pakistani Entrepreneurship in the Manchester Garment Trade, in: Robin Ward und Richard Jenkins (Hg.): Ethnic Communities in Business, London, 1-19.

Werner, Heinz, 1994: Integration ausländischer Arbeitnehmer in den Arbeitsmarkt - Deutschland, Frankreich, Niederlande, Schweden, in: Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesanstalt für Arbeit (Hg.): Die Integration ausländischer Arbeitnehmer in den Arbeitsmarkt, aus der Reihe: Beiträge zur Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, Nürnberg, 85-187.

Werner, Heinz, 1995: Die Integration ausländischer Arbeitnehmer in den Arbeitsmarkt - Vergleich von Frankreich, Deutschland, Niederlande und Schweden, in: Seifert, Wolfgang (Hg.): Wie Migranten Leben. Lebensbedingungen und soziale Lage der ausländischen Bevölkerung in der Bundesrepublik. Dokumentation eines Workshops am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, 20.-21.01.1995, 25-31.

Werner, Heinz, 1996: Befristete Zuwanderung von ausländischen Arbeitnehmern, in: Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, 1/96, 36-53.

Wiebe, Dietrich, 1984: Zur sozioökonomischen Bedeutung der türkischen Gewerbetreibenden in der Bundesrepublik Deutschland, in: Brandt, Hans-Jürgen und Haase, Claus-Peter (Hg.): Begegnung mit Türken, Begegnung mit Islam, Ein Arbeitsbuch, Teil 2, Hamburg, 319-326.

Wiley, Norbert F., 1973: The Ethnic Mobility trap and Stratification theory, in: Rose, Peter I. (Hg.): The Study of Society, New York.

Wilpert, Czarina, 1983: Wanderung und Zukunftsorientierung von Migrantenfamilien, in: Czarina Wilpert und Mirjana Morokvasic: Bedingungen und Folgen internationaler Migration; Institut für Soziologie der Technischen Universität Berlin (Hg.), Berlin.

Wilson, Kenneth L. und Alejandro Portes, 1986: Immigrant Enclaves: An Analysis of the Labor Market Experiences of Cubans in Miami, in: American Journal of Sociology 2, 295-319.

Wimmer, Frank und Arnold Weisman, 1982: Bedeutung und Funktionen traditioneller und mo-

derner Nachbarschaftsläden Teil 1, in: Forschungsstelle für den Handel Berlin (Hg.): FfH Mitteilungen, XXIII/5, 1-6.

Wimmer, Frank und Arnold Weisman, 1982: Bedeutung und Funktionen traditioneller und moderner Nachbarschaftsläden Teil 2, in: Forschungsstelle für den Handel Berlin (Hg.): FfH Mitteilungen, XXIII/6, 1-6.

Wiswede, Günter, 1991: Soziologie: Ein Lehrbuch für den wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Bereich, Landsberg am Lech.

Yavuzcan, Ismail H., 1997: Ethnischer Arbeitsmarkt in Köln. Am Beispiel türkischer Kleinbetriebe. Köln (unveröffentlichte Magisterarbeit)

Zentrum für Türkeistudien (Hg.), 1989: Türkische Unternehmensgründungen von der Nische zum Markt?, (Studien und Arbeiten des Zentrums für Türkeistudien, Bd. 5, Opladen.

Zentrum für Türkeistudien (Hg.), 1991: Türkei-Sozialkunde. Wirtschaft, Beruf, Bildung, Religion, Familie, Erziehung, Opladen.

Zhou, Yu, 1998: Beyond Ethnic Enclaves: Location Strategies of Chinese Producer Service Firms in Los Angeles, in: Economic Geography, Vol. 74, No. 3, July 1998, 228-251

Zentrum für Türkeistudien (Hg.), 2001: Die ökonomische Dimension der türkischen Selbständigen in Deutschland und in der Europäischen Union, Essen

Anhang 1



**Im Folgenden sind Tabellen zu den Bereichen, Branchen, Geschäftsinhaber
und Mitarbeiter wiedergeben**

Türkisches Branchenbuch

Die Anzahl und Anteil der Geschäfte in Köln je nach Branche

		Lebensmittel	Import-Export	Textil Einzelhandel	Juweliere	Andere	Summe
Einzelhandel	Anzahl	92	41	19	39	67	258
	%	31,34	15,89	7,36	15,12	25,97	100
Großhandel	Anzahl	38	4	11	10		63
	%	63,32	6,35	17,46	15,87		100
Dienstleistung	Anzahl	Reisebüro	Ärzte	Versicherung	Finanz	Andere	
	%	76	29	12	19	104	240
		31,67	12,08	5,00	7,92	43,33	100
Handwerk	Anzahl	Kfz-Mechaniker	Bäcker	Metzger	Änderungsschneider	Andere	
	%	5	16	10	4	8	43
		11,63	37,21	23,26	9,30	18,60	100
Kulturelles	Anzahl	Organisationen	Festsäle	Sportvereine	Discos	Andere	
	%	49	8	23	8	10	98
		50,00	8,16	23,47	8,16	10,20	
Gastronomie	Anzahl	Restaurant	Imbisse	Konditoren	Bistro		
	%	38	27	7	6		78
		48,72	34,62	8,97	7,69		100
						Betriebe gesamt	780

Geschäftsarten

	Anzahl	Prozent
Einzelhandel	25	45,5
Gastronomie	14	25,5
Dienstleistungen	11	20,0
Handwerk	4	7,3
Lebensmittelgroßhandel	1	1,8
Summe	55	100

Art des Ladenlokals

	Geschäftsart	Anzahl	%
Musikgeschäft	1	1	1,8
Einzelhandel mit Elektrog.	1	2	3,6
Kiosk	1	3	5,5
Türkische Pizzeria	2	1	1,8
Getränk Laden	1	1	1,8
Restaurant	2	2	3,6
Computergeschäft	3	1	1,8
Lebensmittelgeschäft	1	5	9,1
Textilgeschäft / Boutique	1	4	7,3
Reisebüro	3	4	7,3
Stehimbiß / Dönerladen	2	7	12,7
Imbiß und Café	2	1	1,8
Juwelier	1	4	7,3
Export-Import-Geschäft	1	2	3,6
Türkisches Männercafé	2	2	3,6
Bäckerei / Konditorei	4	2	3,6
Unternehmensberatung	3	1	1,8
Reisebüro+Import-Export	1	2	3,6
Lebensmittelhandel	5	1	1,8
Kfz-Betrieb	4	1	1,8
Reisebüro-Immobilien	3	1	1,8
Reisebüro-Versicherung	3	1	1,8
Reisebüro-Übersetzung	3	1	1,8
Gasthaus	2	1	1,8
Schreibwarenladen	3	1	1,8
Sachverständigenbüro	3	1	1,8
Audio / Videokassetten-vertr.	1	1	1,8
Änderungsschneiderei	4	1	1,8
Summe		55	100

Geschäftsarten: 1-Einzelhandel; 2-Gastronomie; 3-Dienstleistungsunternehmen; 4-Handwerksbetrieb; 5-Lebensmittelhandel.

Mitarbeiter

Arbeitszeiten der Mitarbeiter in Stunden

	10-20	21-30	31-40	41-50	51-60	Summe
männlich	9	3	8	10	10	44 68,8 %
Weiblich	1	3	3	4	7	20 31,3 %
Anzahl	10	6	11	14	17	64
%	15,6	9,4	17,2	21,9	26,6	100,0

Nationalität der Mitarbeiter nach Geschlechtern

		türkisch	eingebürgert	deutsch	andere	insgesamt
männlich	Anzahl	41	2		1	44
	%	93,2	4,5		2,3	68,8
	%	74,5	40,0		50,0	
weiblich	Anzahl	14	3	2	1	20
	%	70,0	15,0	10,0	5,0	31,3
	%	25,5	60,0	100,0	50,0	
Summe		55	5	2	2	64
Prozent		85,9	7,8	3,1	3,1	100,0

Schulbildung der Mitarbeiter

	trifft nicht zu	kein Schulabschluß	Grundschule	mittlere Reife	Fachabitur	Abitur	Summe
männlich	1	16	10	6	1	10	44
weiblich	2	8	5	4	1		20
Summe	3	24	15	10	2	10	64
%	4,7	37,5	23,4	15,6	3,1	15,6	100

Frauen

Schul- und Berufsausbildung der befragten weiblichen Mitarbeiter

	Anzahl	%
keine Berufsausbildung	9	45,0
(Fach-) Hochschulstudium	1	5,0
angelernt	1	5,0
Ausbildung	9	45,0
Summe	20	100,0

Schulbildung der befragten Frauen in der Türkei

	Anzahl	%
trifft nicht zu	2	10,0
keinen Schulabschluß	8	40,0
Grundschule	5	25,0
Orta okul - Mittlere Reife	4	20,0
Sanat Lisesi Fachabitur	1	5,0
Summe	20	100,0

Schulbildung der befragten Frauen in Deutschland

	Anzahl	%
keinen Schulabschluß	10	50,0
(Volks-) Hauptschulabschluß	5	25,0
Mittlere Reife	1	5,0
Fachabitur	1	5,0
Abitur	3	15,0
Summe	20	100,0

Berufsausbildung der befragten Frauen in der Türkei

	Anzahl	%
trifft nicht zu	3	15,0
keine Berufsausbildung	12	60,0
Ausbildung	5	25,0
Summe	20	100,0

Geschäftsinhaber

Staatsangehörigkeit

	Anzahl	%
Türkisch	50	90,9
Später dt. Staatsangehörigkeit	5	9,1
Summe	55	100

Heimatregion

	Anzahl	%
Usak	1	1,8
Ankara	1	1,8
Corum	1	1,8
G. Antep	1	1,8
Adiyaman	2	3,6
Aksaray	1	1,8
Mardin	2	3,6
Izmir	2	3,6
Urfa	1	1,8
Kütahya	3	5,5
Tunceli	3	5,5
Malatya	6	10,9
Kayseri	3	5,5
Hatay	3	5,5
Konya	5	9,1
Denizli	1	1,8
Samsun	2	3,6
Erzurum	1	1,8
Kars	1	1,8
Elazig	1	1,8
Aksehir	1	1,8
Rize	2	3,6
Yozgat	1	1,8
Sivas	2	3,6
Bayburt	1	1,8
Trabzon	2	3,6
Mus	1	1,8
Istanbul	2	3,6
Izmit	1	1,8
Summe	55	100

Die Verteilung der Geschäftsinhaber nach den Herkunftsregionen in der Türkei

Regionen	Anzahl	%
Marmara-Region	3	5,60
Ägäis-Region	4	7,41
Schwarzmeer-Region	7	12,96
Zentralanatolien	5	9,26
Süd-Zentralanatolien	10	18,52
Mittelmeer-Region	4	5,60
Ost-Zentralanatolien	15	27,78
Ostanatolien	2	3,70
Südostanatolien	4	5,60
Summe	54	100

Wann sind sie nach Deutschland eingereist und haben ihr Geschäft gegründet?

Gründungsjahr	1975-84	1985-91	1992-96	Summe	%
Einreisejahr					
in Deutschland geboren		2	4	6	11,1
1964-69	1	6	5	12	22,2
1970-74	2	3	8	13	24,1
1975-80	1	1	9	11	20,4
1981-89			5	5	9,3
1990-95		1	6	7	13,0
Summe	4	13	37	54	100,0
%	7,4	24,1	68,5	100,0	

Verteilung der Geschlechter bei den Geschäftsinhabern

	Anzahl	%
männlich	50	90,9
weiblich	5	9,1
Summe	55	100,0

Rückkehrabsicht von Geschäftsinhabern in die Heimat

	Anzahl	%
ja	16	29,6
nein	31	57,4
weiß nicht	7	13,0
Summe	54	100,0

Rückkehr in welchem Zeitraum für Männer und Frauen (Geschäftsinhaber)

	Anzahl	gültiges %
trifft nicht zu	37	68,5
innerhalb dieses Jahres	2	3,7
innerhalb der nächsten fünf Jahre	5	9,3
weiß nicht	10	18,5
	1	fehlt
Summe	55	100,0

Wichtigste Gründe für die Selbständigkeit

	Anzahl	%
Familienunternehmen	5	9,3
höheres Einkommen	5	9,3
Unabhängigkeit	27	50,0
Arbeitslosigkeit	2	3,7
Dienstleistungen an Tü	2	3,7
Eigener Beruf	8	14,8
Sonstiges	5	9,3
	54	100

Geschäftsinhaber und Vorbesitzer:

Welche Nationalität hat der Vorbesitzer?

	Anzahl	%
Türkisch	34	80,95
Deutsch	4	9,52
andere	4	9,53
Summe	42	100

Beziehung des Geschäftsinhabers zum Vorbesitzer

	Anzahl	%
Verwandter	5	12,82
Freund	2	5,13
Bekannter	3	7,69
weder noch	29	74,36
Summe	39	100

Beziehung des Geschäftsinhabers zu seinen Mitarbeitern

Anzahl der Mitarbeiter in den Betrieben

Anzahl der Mitarbeiter im Betrieb	Anzahl	%
keine	11	20,4
1	17	31,5
2	13	24,1
3	5	9,3
4	3	5,6
5	1	1,9
9	1	1,9
10	2	3,7
17	1	1,9

F 25A1: Welche Arbeiter werden bevorzugt?

	Anzahl	%
Sonstiges	1	1,9
Landsmann bevorzugt	26	48,0
Kein Unterschied	21	38,9
Landsmann oder andere Ausländer	1	1,9
Deutsche bevorzugt	5	9,3
Summe	54	100,0

F25A2: Wen an zweiter Stellen vorziehen?

	Anzahl	%
Deutsche oder andere Ausländer	1	1,9
Landsmann bevorzugt	1	1,9
Kein Unterschied	31	57,4
Landsmann oder andere Ausländer	1	1,9
Deutsche bevorzugt	13	24,1
Nicht-Türken	4	7,4
Summe	54	100,0

F25A3: Wen an dritter Stelle vorziehen?

	Anzahl	%
kein Unterschied	37	68,5
Deutsche bevorzugt	4	7,4
Nicht-Türken	13	24,1
Summe	54	100,0

Anhang 2



Deutsches AnschreibenText



UNIVERSITÄT ZU KÖLN
FORSCHUNGSINSTITUT FÜR SOZIOLOGIE

DIREKTOR: PROF. DR. JÜRGEN FRIEDRICH

Köln,
Awustos / Eylül 1996

Sayın Bay ve Bayanlar

Köln Üniversitesi Sosyoloji Bölümü Araştırma Enstitüsü olarak bu ara Köln’de bulunan yabancı işçi ve işverenlere yönelik geniş çaplı bir araştırma yapmaktayız. Bu konuyla alakalı olarak yardımlarınızı istirham ediyoruz.

Özellikle sizden, yabancı işçiler açısından hangi imkan ve zorlukların mevcut olduğunu ve buna yönelik olarak yabancıların kendi aralarında nasıl yardımlaşacak bileceklerine yönelik fikirlerine öğrenmek istiyoruz.

Bu araştırma çerçevesinde İsmail Yavuzcan Bey Türk işçi ve işverenlerinin imkanları hakkında bitirme tezi yazmaktadır. Kendisi sizinle röportaj yapmak için önümüzdeki günlerde sizi ziyaret edecektir. Kendisine Köln Üniversitesi tarafından görevlendirildiğini belgeleyen bir yazı da tarafımızdan verilmiştir.

Ben size, verilen bilgilerin kesinlikle gizli ve anonim tutulacağına dair garanti veriyorum. Verdiğiniz bilgilerin şahsınızla kesinlikle birleştirilmeyeceği de teminat altına alınmıştır.

Ben veya mesai arkadaşım Dr. Keckes sorularınız için her zaman emrinize amadeyiz.

Ankete katılmanızdan dolayı sizlere şxmdxden teşekkür ederiz. Arzu ettiğiniz takdirde araştırmamız tamamlandığı zaman, size konuyla alakalı olarak memnuniyetle bir rapor yollayabiliriz.

Saygılarımızla

Prof. Dr. Jürgen Friedrichs

GREINSSTRASSE 2 - D- 50939 KÖLN * TELEFON (0221) 470 24 09 und 470 23 41 * TELEFAX (0221) 470 51 80



Guten Tag, mein Name ist Ich bin Student/in an der Universität zu Köln. Im Rahmen meiner Abschußarbeit führe ich im Auftrag des Forschungsinstituts für Soziologie eine Befragung unter ausländischen Betrieben durch.

Der Anteil an ausländischen Unternehmen innerhalb der bundesrepublikanischen Wirtschaft ist bedeutend. Ausländische Betriebe bieten zahlreiche Ausbildungs- und auch Arbeitsplätze und tragen somit zum wirtschaftlichen Wohlergehen bei.

Ich möchte etwas über die Gründe erfahren, die dazu führen, sich selbständig zu machen. Desweiteren geht es um Fragen zur Struktur des Unternehmens.

Dabei bin ich auf Ihre Mitarbeit angewiesen und würde mich daher sehr freuen, wenn Sie an der Befragung teilnehmen. Der Vollständigkeit halber möchten wir jeweils die Geschäftsinhaber und die Mitarbeiter befragen.

Alle Angaben werden streng vertraulich und völlig anonym behandelt. Ihre Antworten werden in Form von Statistiken für rein wissenschaftliche Zwecke ausgewertet. Wir sind lediglich an der Struktur der Betriebe interessiert, nicht an Personen.

Auf Wunsch wird Ihnen das Ergebnis der Befragung zugesandt.

[Interviewer: **Hat der zu Befragende Bedenken, kann die Telefonnummer des Forschungsinstituts für Soziologie für Nachfragen weitergegeben werden. Ansprechpartner Prof. Dr. Jürgen Friedrichs: 470 - 2409 und Dipl. Soz. Robert Kecskes: 470 - 2341.**]

Nr.	Frage	Antwort	Code	Nächste Frage
00.	Ist das Ladenlokal selbst gesucht worden oder auf Empfehlung eines anderen Geschäftsinhabers hin, befragt worden?	Selbst gesucht Empfohlen worden	1 2	
01.	Sind sie der Inhaber dieses Ladenlokals?	Ja..... Nein..... k.A.....	1 2 9	>Ende! >Ende!
02.	Um was für ein Ladenlokal handelt es sich?	_____		
03a.	Welche Staatsangehörigkeit haben Sie?	italienisch/türkisch..... später dt. Staatsangehörigkeit angenommen..... deutsch..... andere.....	1 2 3 4	-->04. >Ende! >Ende!
03b.	Möchten Sie in naher Zukunft die deutsche Staatsangehörigkeit annehmen?	Ja..... Nein..... Anmerkung: _____ w.n. k.A.	1 2 3 8 9	
04.	Wann haben Sie dieses Geschäft übernommen bzw. eröffnet ?	Monat/Jahr: _ _ / _ _ k.A.	9	
05.	Woher wußten Sie, daß dieses Geschäftslokal frei war bzw. einen neuen Besitzer suchte?	Vorbesitzer Zeitung..... Aushang..... Verwandte..... Bekannte..... Freunde..... Sonstiges: _____ w.n.....	1 2 3 4 5 6 8	-->06b.
	[Interviewer: Antwortvorgaben nicht vorlesen. Mehrfachnennungen möglich.]			

		k.A.....	9	
--	--	----------	---	--



Nr.	Frage	Antwort	Code	Nächste Frage
06a.	Ist Ihnen der vorherige Besitzer bekannt? [Interviewer: Er muß nicht persönlich mit ihm/ihr bekannt sein. Es sollen keine Namen genannt werden.]	Ja..... Nein..... k. A.....	1 2 0	-->07. -->07.
06b.	Welche Nationalität hat er/sie?	italienisch/türkisch..... deutsch..... andere..... w.n..... k.A.....	1 2 3 8 9	
06c.	In welcher Beziehung standen Sie zu ihm/ihr als Sie das Lokal übernahmen?	Verwandter..... Freund..... Bekannter..... weder noch..... k.A.....	1 2 3 4 9	-->07. -->07. -->07. -->07.
06d.	In welchem verwandtschaftlichen Verhältnis stehen sie zueinander?	_____		
07.	Wissen Sie noch, was vorher für ein Geschäft in diesem Ladenlokal war?	ja, _____ nein..... k.A.....	1 2 9	
08a.	Welche Gründe gab es dafür, daß Sie sich selbständig gemacht haben? [Interviewer: Antwortvorgaben nicht vorlesen! Mehrfachnennungen möglich!]	ja nein Familienunternehmen.....[] [] höheres Einkommen.....[] [] Prestige.....[] [] Unabhängigkeit.....[] [] länger arbeitslos.....[] [] drohende Arbeitslosigkeit.....[] [] Sonstiges: _____ w.n..... k.A.....	8 9	-->09. -->09.
08b.	Welcher war der wichtigste Grund dafür?	_____ w.n..... k.A.....	8 9	
09.	Welche Gründe sprachen dafür, Ihr Geschäft in diesem Stadtviertel zu eröffnen? [Interviewer: frei bis zu 3 Gründe nennen lassen.]	1) _____ 2) _____ 3) _____ w.n. k.A.	8 ..9	

Nr.	Frage	Antwort	Code	Nächste Frage
10a.	Hat Ihnen jemand finanziell bei der Gründung des Geschäftes geholfen? [Interviewer: bei mehreren Personen, Befragten auf -für ihn- wichtigste Person hinweisen, s. auch 11a.]	Ja..... Nein..... k.A.....	1 2 9	-->11a. -->11a.
10b.	In welcher Beziehung stehen sie zueinander?	Verwandter..... Freund..... Bekannter weder noch..... k.A.....	1 2 3 4 9	-->10d. -->10d. -->10d. -->10d.
10c.	In welchem verwandtschaftlichen Verhältnis stehen sie zueinander?	 k.A.....	9	
10d.	Welcher Nationalität gehört er/sie an?	italienisch/türkisch..... deutsch..... andere..... w.n..... k.A.....	1 2 3 8 9	
11a.	Hat Ihnen jemand organisatorisch bei der Gründung des Geschäftes geholfen? [Interviewer: damit sind u.a. Behördengänge gemeint, nicht die Hilfe beim Anstreichen z.B.]	Ja..... Nein..... k.A.....	1 2 9	-->12. -->12.
11b.	Handelt es sich um dieselbe Person, die Ihnen auch finanziell geholfen hat?	Ja..... Nein..... k.A.....	1 2 9	-->12. -->12.
11c.	In welcher Beziehung stehen sie zueinander?	Verwandter..... Freund..... Bekannter weder noch..... k.A.....	1 2 3 4 9	-->11e. -->11e. -->11e. -->11e.
11d.	In welchem verwandtschaftlichen Verhältnis stehen sie zueinander?	 k.A.....	9	
11e.	Welcher Nationalität gehört er/sie an?	italienisch/türkisch..... deutsch..... andere..... w.n..... k.A.....	1 2 3 8 9	

Nr.	Frage	Antwort	Code	Nächste Frage
12a.	Gibt es noch weitere Teilhaber?	Ja..... Nein..... k.A.....	1 2 9	-->13. -->13.
12b.	Wieviele?	--		
12c.	Ist er/sie mit Ihnen verwandt bzw. ist er/sie ein Bekannter/Freund? [Interviewer: jeweils einen Code pro Frage für jeden Teilhaber eintragen, bzw. Verwandtschaftsgrad.]	<i>Teilhaber1</i> <i>Teilhaber2</i> <i>Teilhaber3</i> Verwandter Bekannter Freund weder noch k.A.	1 2 3 4 9	-->12e. -->12e. -->12e. -->12e.
12d.	In welchem verwandtschaftlichen Verhältnis stehen sie zueinander?	k.A.	9	
12e.	Welcher Nationalität gehört er/sie an?	ital./türkisch deutsch andere w.n. k.A.	1 2 3 8 9	
13a.	Ich werde Ihnen nun im folgenden ein paar Fragen bezüglich Ihrer Berufskarriere und Ihrer Person stellen. Welchen allgemeinbildenden Schulabschluß haben Sie in Deutschland bzw. in Italien/der Türkei erworben? [Interviewer: Jeweils höchsten Abschluß pro Land notieren. Gegebenenfalls italienische/türkische Bezeichnung, Equivalenz kann später geklärt werden.]	Deutschland keinen Schulabschluß..... Volks-/Hauptschulabschluß..... Mittlere Reife..... Fachabitur..... Abitur..... k.A..... Italien/Türkei keinen Schulabschluß..... Volks-/Hauptschulabschluß..... Mittlere Reife..... Fachabitur..... Abitur..... k.A..... Im Ausland erworbener Schulabschluß: _____	1 2 3 4 5 9 1 2 3 4 5 9	
13b.	Schulausbildung im Heimatland			

Nr.	Frage	Antwort	Code	Nächste Frage
14a.	Welche Berufsausbildung bzw. welches Studium haben Sie in Deutschland bzw. in Italien/ der Türkei abgeschlossen? [Interviewer.: Nur, wenn der Befragte weder in Deutschland noch in Italien/der Türkei eine berufl. Ausbildung gemacht hat bzw. keine Angaben macht, weiter bei 15.!]]	<u>Deutschland</u> keine Berufsausbildung..... 1 (Fach-)Hochschulstudium 2 angelernt..... 3 Ausbildung..... 4 Meister..... 5 k.A..... 9		
14b.	Berufsausbildung im Heimatland.	<u>Italien/Türkei</u> keine Berufsausbildung..... 1 (Fach-)Hochschulstudium..... 2 angelernt..... 3 Ausbildung..... 4 Meister..... 5 k.A..... 9		
14c.	Als was haben Sie die Ausbildung/den Meister gemacht/sind Sie angelernt worden? bzw. Was haben Sie studiert?	1) _____ 2) _____ k.A. _____ 9		
15.	Geschlecht des Befragten [Interviewer: ohne zu fragen, markieren!]	Befragte(r) ist männlich..... 1 weiblich..... 2		
16.	In welchem Jahr sind Sie geboren?	19_ _ k.A..... 9		
17.	Aus welcher Region Ihres Heimatlandes kommen sie bzw. Ihre Eltern? [Interviewer: möglichst genau Provinz]	_____ k.A..... 9		
18.	Wann sind Sie nach Deutschland gekommen? (und durchgehend hier geblieben.) [Interviewer: wenn Befragter in Deutschland geboren, Code: 00 eintragen.]	19_ _ k.A..... 9		
19a.	Haben Sie vor, in Ihr Heimatland/das Ihrer Eltern zurückzukehren?	Ja..... 1 Nein..... 2 w.n..... 8 k.A..... 9		-->20a. -->20a. -->20a.
19b.	In welchem Zeitraum möchten Sie zurückkehren?	innerhalb diesen Jahres..... 1 innerhalb der nächsten 5 Jahre..... 2 innerhalb der nächsten 10 Jahre..... 3 länger als zehn Jahre..... 4 w.n..... 8 k.A..... 9		
20a.	Nennen Sie mir bitte Ihre letzten 3 Anstellungen, die Sie in Deutschland hatten, bevor Sie sich selbständig gemacht haben. [Interviewer: Es geht um die berufliche Tätigkeit.]	1) _____ 2) _____ 3) _____ k.A..... 9		
20b.	Haben sie in Ihrem Heimatland selbständig gearbeitet?	Ja..... 1 Nein..... 2 k.A..... 9		
20c.	In welcher Anstellung haben Sie zuletzt in Italien/der Türkei gearbeitet?	_____ _____		

	[Eine Nennung ausreichend]	k.A.....	9	
--	----------------------------	----------	---	--



Nr.	Frage	Antwort	Code	Nächste Frage
21a.	Nun ein paar allgemeine Fragen zu Ihrem Betrieb. Wieviele MitarbeiterInnen beschäftigen Sie? [Interviewer: auch Familienmitglieder gelten als Mitarbeiter, nachfragen!]	-- Keine..... k.A.....	1 9	bis 25c. bis 25c.
21b.	Denken Sie daran, in der nächsten Zeit Mitarbeiter einzustellen?	Ja..... Nein..... w.n..... k.A.....	1 2 8 9	
22.	Wie kommen Sie zu neuen Mitarbeitern bzw. wie würden Sie nach Mitarbeitern suchen? [Interviewer: Antwortmöglichkeiten vorlesen. Mehrfachnennungen möglich]	Aushang..... eigene Anzeige..... Andere Geschäftsleute..... Verwandte..... Bekannte/Freunde..... Arbeitsamt..... Direkte Anfrage..... Sonstiges: _____ w.n..... k.A.....	1 2 3 4 5 6 7 8 9	
23.	Gibt es Bewerbungen von Deutschen?	Häufig..... Selten..... Nein..... k.A.....	1 2 3 9	
24.	Gibt es Bewerbungen von anderen Ausländern, also Nicht-Italienern/Nicht-Türken?	Häufig..... Selten..... Nein..... k.A.....	1 2 3 9	
25a.	Nehmen wir an, Sie stellen einen neuen Mitarbeiter ein. Wem würden Sie -bei gleicher Qualifikation- den Vorzug geben? Einem Deutschen, einem Landsmann oder einem Ausländer anderer Herkunft? Wen würden Sie an zweiter und dritter Stelle einstellen?	1) D L A 2) D L A 3) D L A w.n..... k.A.....	8 9	-->26. -->26.
25b.		Sonderfall: _____		
25c.	Worauf beruht das Urteil? [Interviewer: Verkürzt Antwort mitschreiben.]	_____ _____ _____ w.n..... k.A.....	8 9	

Nr.	Frage	Antwort	Code	Nächste Frage	Mitarbeiter A	Mitarbeiter B	Mitarbeiter C
26.	Zum Abschluß möchte ich Ihnen noch gerne ein paar Fragen zu Ihren jetzigen Mitarbeitern stellen. Welche berufliche Tätigkeit übt der Mitarbeiter/die Mitarbeiterin in Ihrem Betrieb aus?	[Interviewer: Jeweiligen Antwortcode/Antwort für jeden Mitarbeiter in jeweilige Spalte eintragen.]					
27.	Welche Nationalität hat der Mitarbeiter/die Mitarbeiterin?	Italienisch/Türkisch..... später dt. Staatsang. ang..... Deutsch..... andere..... w.n..... k.A.....	1 2 3 4 8 9	-->29a. -->29a.			
28.	Stammt er/sie (bzw. seine/ihre Familie) aus der gleichen Region wie Sie bzw. Ihre Eltern?	ja..... nein..... w.n..... k.A.....	1 2 8 9				
29a.	Ist er/sie mit Ihnen verwandt?	ja..... nein..... k.A.....	1 2 9	-->30. -->30.			
29b.	In welchem verwandtschaftlichen Verhältnis steht er/sie zu Ihnen?	 k.A.....	9				
30.	Wie sind Sie zu dem Mitarbeiter/in gekommen? [Interviewer: In Spalte unten Ziffer eintragen]	Vermittelt durch jmdn. Aushang..... eigene Anzeige Arbeitsamt Anfrage durch Inhaber..... Anfrage durch Mitarbeiter..... Sonstiges: w.n..... k.A.....	1 2 3 4 5 6 8 9	>Ende! >Ende! >Ende! >Ende! >Ende! >Ende! >Ende! >Ende!			
31.	In welcher Beziehung stehen sie zu dieser Person?	Freund/Bekannter..... Verwandter..... Andere Geschäftsleute..... w.n..... k.A.....	1 2 3 8 9				
32.	Welche Nationalität hat die Person, die Ihnen den Mitarbeiter/die Mitarbeiterin vermittelt hat?	deutsch..... italienisch/türkisch..... andere Nationalität..... w.n..... k.A.....	1 2 3 8 9				

Wir sind jetzt am Ende der Befragung angekommen. Sie haben mir sehr weitergeholfen. Ich danke Ihnen sehr für Ihre Mitarbeit. Anschließend möchte ich noch Ihre Mitarbeiter/ihren Mitarbeiter befragen, da wir von Ihnen/von Ihm noch ein paar persönliche Angaben z.B. zur Schul- und Berufsausbildung brauchen.

Fragebogen: Mitarbeiter/in
Lfd.Nr. _ _ / _

—

Guten Tag, mein Name ist Ich bin Student/in an der Universität zu Köln. Im Rahmen meiner Abschußarbeit führe ich im Auftrag des Forschungsinstituts für Soziologie eine Befragung unter ausländischen Betrieben durch.

Dabei geht es auch um die Struktur der Betriebe. Deswegen befragen wir sowohl die Geschäftsinhaber als auch die Mitarbeiter. Ihre Hilfe ist für uns sehr wichtig. Ihr Arbeitgeber ist damit einverstanden, daß sie in Ihrer Arbeitszeit an der Befragung teilnehmen.

Alle Angaben werden streng vertraulich und völlig anonym behandelt.

Nr.	Frage	Antwort	Code	Nächste Frage
01.	Vorab kurz ein paar Fragen zu Ihrer Person. In welchem Jahr sind Sie geboren?	19__ k.A.....	9	
02.	Seit wann sind Sie in Deutschland? [Interviewer: wenn Befragter in BRD geboren, Code: 00 eintragen.]	19__ k.A.....	9	
03a.	Welche Staatsangehörigkeit haben Sie? [Interviewer: zweite Kategorie gilt nur für gebürtige Italiener bzw. Türken.]	italienisch/türkisch..... später dt. Staatsangehörigkeit angenommen..... deutsch..... andere..... k.A.....	1 2 3 4 9	-->04a. -->05. -->05.
03b.	Möchten Sie in naher Zukunft die deutsche Staatsangehörigkeit annehmen?	Ja..... Nein..... Anmerkung: _____ w.n..... k.A.....	1 2 3 8 9	
04a.	Haben Sie vor, in Ihr Heimatland/das Ihrer Eltern zurückzukehren?	Ja..... Nein..... w.n..... k.A.....	1 2 8 9	-->05. -->05. -->05.
04b.	In welchem Zeitraum möchten Sie zurückkehren?	innerhalb diesen Jahres..... innerhalb der nächsten 5 Jahre..... innerhalb der nächsten 10 Jahre..... länger als 10 Jahre..... w.n..... k.A.....	1 2 3 4 8 9	
05.	Geschlecht des Befragten [Interviewer: ohne zu fragen, markieren!]	Befragte(r) ist männlich..... weiblich.....	1 2	
06a.	Ich werde Ihnen nun im folgenden ein paar Fragen bezüglich Ihrer Berufskarriere stellen. Welchen allgemeinbildenden Schulabschluß haben Sie in Deutschland bzw. in Italien/der Türkei erworben?	Deutschland keinen Schulabschluß Volks-/Hauptschulabschluß..... Mittlere Reife..... Fachabitur Abitur k.A.....	1 2 3 4 5 9	
06b.	[Interviewer: Gegebenenfalls italienischen/türkischen Abschluß notieren; Äquivalenz kann später geklärt werden.]	Italien/Türkei keinen Schulabschluß Volks-/Hauptschulabschluß..... Mittlere Reife..... Fachabitur Abitur k.A.....	1 2 3 4 5 9	

		Im Ausland erworbener Schulabschluß:		
Nr.	Frage	Antwort	Code	Nächste Frage
07a.	Welche Berufsausbildung bzw. welches Studium haben Sie in Deutschland bzw. in Italien/ der Türkei abgeschlossen?	Deutschland keine Berufsausbildung..... 1 (Fach-)Hochschulstudium 2 angelernt..... 3 Ausbildung..... 4 Meister..... 5 k.A..... 9		
07b.	[Interviewer: Wenn der Befragte weder in Deutschland noch in seinem Heimatland eine Berufsausbildung gemacht hat bzw. keine Angaben zu beiden Teilen macht, dann weiter mit Frage 08.]	Italien/Türkei keine Berufsausbildung..... 1 (Fach-)Hochschulstudium 2 angelernt..... 3 Ausbildung..... 4 Meister..... 5 k.A..... 9		
07c.	Als was haben Sie die Ausbildung/den Meister gemacht/sind Sie angelernt worden? bzw. Was haben Sie studiert?	1) _____ 2) _____ k.A..... 9		
08.	Nennen Sie mir bitte Ihre letzten 3 Anstellungen, die Sie in Deutschland vor dieser hatten. [Interviewer: Es geht um die berufliche Tätigkeit.]	1) _____ 2) _____ 3) _____ k.A..... 9		
09a.	Haben Sie sich schon einmal bei einem deutschen Betrieb beworben?	Ja..... 1 Nein..... 2 k.A..... 9		-->10a. -->10a.
09b.	Mit welchem Erfolg?	Anstellung..... 1 Nicht-Anstellung..... 2 k.A..... 9		
10a.	Arbeiten Sie lieber bei einem italienischen/türkischen Arbeitgeber?	Ja..... 1 Nein..... 2 Gleichgültig 3 w.n..... 8 k.A..... 9		-->10c. -->10c. -->10c.
10b.	Warum ?	_____ _____ _____ k.A..... 9		
10c.	Arbeiten Sie lieber mit italienischen/türkischen Kollegen zusammen?	Ja..... 1 Nein..... 2 Gleichgültig..... 3 w.n..... 8 k.A..... 9		-->11a. -->11a. -->11a.
10d.	Warum?	_____ _____ _____		

		k.A.....	9	
--	--	----------	---	--



Nr.	Frage	Antwort	Code	Nächste Frage
11a.	Die letzten Fragen beziehen sich auf diese Arbeitsstelle. Hat Ihnen jemand diesen Arbeitsplatz vermittelt?	Ja..... Nein..... k.A.....	1 2 9	-->12a. -->12a.
11b.	In welcher Beziehung stehen sie zu dieser Person?	Freund..... Bekannter..... Verwandter..... Arbeitskollege..... ehem. Arbeitgeber..... k.A.....	1 2 3 4 5 9	
12a.	Stehen Sie in freundschaftlichen Beziehungen zu anderen Mitarbeitern?	Ja..... Nein..... k.A.....	1 2 9	
12b.	Stehen Sie in verwandtschaftlichen Beziehungen zu anderen Mitarbeitern?	Ja..... Nein..... k.A.....	1 2 9	-->13. -->13.
12c.	In welchem Verwandtschaftsverhältnis stehen Sie zueinander?	1) _____ 2) _____ 3) _____ k.A.....	 9	
13.	Wieviele Stunden arbeiten Sie durchschnittlich pro Woche?	-- k.A.....	 9	
14.	Zum Abschluß noch eine Frage zu Ihrem Gehalt. Wie hoch ist Ihr monatliches Nettoeinkommen? Die Frage bezieht sich nur auf das Gehalt, das sie in dieser Anstellung beziehen. Sie brauchen mir lediglich den Buchstaben der Kategorie anzugeben, in der sich die Summe befindet. [Interviewer: Karte mit Kategorien übergeben]	A B C D E F G mithelfender Familienangehöriger..... k.A.....	 8 9	

Vielen Dank für ihre Mitarbeit. Sie haben mir sehr weitergeholfen. Ich wünsche Ihnen noch einen schönen Tag.

- 1000,- DM	C
1001 - 1500,- DM	F
1501 - 2000,- DM	G
2001 - 2500,- DM	A
2501 - 3000,- DM	D
3001 - 4000,- DM	B
4001 -	E

Xyx Günler, benxm xsmxm Köln Ünversstesnde öwrencyxm. Bxtxrme te-
zxmle alakali olarak Sosyolojx bölümü araätirma ensxtüsü görevlendxrmesxyle yabancı
xäyerlerx xle alakali bxr anket yapıyorum.

Xäyerlerxnxn yapısı da araätirma konumuzun xqxne gxrxyor.

Yabancı xäyerlerx Alman ekonomxsxnde haylx büyük bxr paya sahxp. Yabancı xäyerlerx qok
sayıda xäyerlerx ve meslek öwrenme xmkamları sunarak ekonomxnxn sawlikli äekxlde xäle-
mesxne yardımcı olmaktadır. Sxzx müstakxl bxr äekxlde qaliämaya xten sebepler hakkında
bxlgx edxmek xstxyordum. Bu sorular daha qok xäyerxnxzn yapısı hakkında olacaktır.

Bu konuyla alakali sxzx yardımcılarızla xhtxyacım var ve bu ankete katılırsanız qok memnun
olacawım. Bütünlüğün sawlanması amacıyla hem xäverene, hem de qaliäanlarına sorular yönelt-
mek xstxyoruz Verdxwxnxz bütün bxlgxler äahsinizla xrtxbatlandırılmadan ve xstatxstxkx bxlgxler ola-
rak sadece bxlxmsel amaçlarla kullanılacaktır. Xlgx odawımızda sadece xäletmenxzn yapısı bulunmaktadır
ir ve äahislar hakkındakx kxäsel bxlgxler bxzx xlgxlendxrmemektedir.

Arzu edersenxz araätirmamızın sonucunu sxzlere bxldxrebxlxrxz.

**(Anketör: Ewer soru sorulan kxäxnxn äüphelerx varsa Sosyolojx Bölümü Araätirma
Enstxtüsü'nün telefon numaralı verxlebxlxr. Muhatab äahis: Prof. Dr. Jürgen Frxedrxchs:
470 - 2409 ve Dxpl. Soz. Robert Kecskes: 470 - 2341.)**

Nr.	Soru	Cevap	Äxfre	Dxwer soru
00.	Xäletmeyx kendxnxz mx buldunuz ya da baäka bxr xäverenxnx tavsxyesx üzerxne an- kete tabx tutuldu?	Kendxm buldum Tavsxye edxldx	1 2	
01.	Xäletmenx sahxbx sxz mxsxnz?	Evet..... Hayir..... C.Y.....	1 2 9	>Son! >Son!
02.	Burasi ne türlü bxr xäletmedxr?	_____		
03a.	Hangx ülke vatandaäisniz?	Türk..... Daha sonra Alman vatandaäliwi alınmiä..... Alman..... Dxwer..... C.Y.....	1 2 3 4	-->04. >Son! >Son!
03b.	(Anketör: Xkxncx kategorx sadece dowuätan Türk olanlar xqx geqerlxdr) Yakin bxr tarxhte Alman vatandaäliwina geqmek xstxyormusunuz?	Evet..... Hayir..... Not: _____ B.Y.(bxlgxsx yok)..... C.Y.....	1 2 3 8 9	
04.	Bu xäletmeyx ne zaman devarldiniz ya da ne zaman aqtiniz?	Ay/Yıl: __ / __ C.Y.	9	
05.	Buranin boä olduwunu ya da devredxlecewxnx nasıl öwrendxnxz? (Anketör: Cevap lxstesxnx okumayın. Dewxäxk teknxk terxmx cevaplar olablxr?)	Daha öncekx sahxbxnden..... Gazeteden..... Xlandan Akrabalardan..... Tanidiklardan..... Arkadaaälardan.....	1 2 3 4 5 6	-->06b.

		Dxwer: _____ B.Y..... C.Y.....	8 9	
--	--	--------------------------------------	--------	--

Nr.	Soru	Cevap	Äxfre	Dxwer soru
06a.	Daha öncekx sahxbxnx tanimiyormusunuz? (Anketör: Daha öncekx sahxbxyle äahsen taniämasi gerekxmyor. Xsxm verxlmemesx gerekxmyor.)	Evet..... Hayir..... k. A.....	1 2 0	-->07. -->07.
06b.	Hanxg ÷lke vatandaäiydi?	Türk..... Alman..... Dxwer..... B.Y..... C.Y.....	1 2 3 8 9	
06c.	Xäletmenxzx aqarken kendxsxyle nasil bxr xlxäk xqxndeydxnxz?	Akraba..... Arkadaä..... Tanidik..... Hxqbxrx..... C.Y.....	1 2 3 4 9	-->07. -->07. -->07. -->07.
06d.	Kendxsxle olan akrabalik bawiniz neydx?	_____		
07.	Burada daha önce nasil bxr xäletme olduwunu bxlxyormusunuz?	Evet, _____ Hayir..... C.Y.....	1 2 9	
08a.	Szxz serbest olarak qaliämaya xten sebepler varmiydi? (Anketör: Cevap lxstesxnx okumayin. Dewxäxk tekxnxk terxmxlx cevaplar olabxlr?)	Evet Hayir Axle äxrketx() () Yüksek gelxr.....() () Prestxj.....() () Serbest qaliäma xstewx() () Uzun sürelix xäsxzlxk.....() () Xäsxzlxk xhtxmalx.....() () Dxwer: _____ B.Y..... C.Y.....	8 9	-->09. -->09.
08b.	En önemlix sebep neydx?	_____	8 9	
09.	Äöetmenxzx bu semtte aqmanizin sebebx neydx? (Anketör: Serbestce 3 cevap vermesxnx bekleyxn)	1) _____ 2) _____ 3) _____ B.Y. C.Y.	8 ..9	

Nr.	Soru	Cevap	Äxfre	Dxwer soru
10a.	Xäletmenxzx aqmada sxze herhangx bxrxsx parasal aqidan yardımçı oldumu? (Anketör: bxrden fazla kxäxnñn z kredxl-mesxnde sorulan xqxn en önemlx olan kxäyx yazınız. Ayrica bak 11a.)	Evet..... Hayır..... C.Y.....	1 2 9	-->11a. -->11a.
10b.	Aranizdakx xlxäx nedxr? Aranuzdakx akrabalık bawı nexr?	Akraba..... Arkadaä..... Tanidik..... Hxqbxx..... C.Y.....	1 2 3 4 9	-->10d. -->10d. -->10d. -->10d.
10c.	Hangx ülke vatandaşdı?	 C.Y.....	9	
10d.		Türk..... Alman..... Dxwer..... B.Y..... C.Y.....	1 2 3 8 9	
11a.	Xäletmenxzx qarken sxze herhangx bxrsx büro-kratk oragnxcede yardımçı oldumu? (Anketör: Burada önemlx olan resmı dıxrelerde x yardımcıları, tıdlat xälerı vs. Dewı)	Evet..... Hayır..... C.Y.....	1 2 9	-->12. -->12.
11b.	Aynı kxämx sxze malx aqidan yardımçı ol-muäü?	Evet..... Hayır..... C.Y.....	1 2 9	-->12. -->12.
11c.	Aranizdakx xlxäx nedxr?	Akraba..... Arkadaä..... Tanidik..... Hxqbxx..... C.Y.....	1 2 3 4 9	-->11e. -->11e. -->11e. -->11e.
11d.	Aranizdakx akrabalık bawı nedxr?	 C.Y.....	9	
11e.	Hanxg ülke vatandaşdı?	Türk..... Alman..... Dxwer..... B.Y..... C.Y.....	1 2 3 8 9	

Nr.	Soru	Cevap	Äxfre	Dxwer soru
12a.	Baäka ortaklariniz var mi?	Evet..... Hayir..... C.Y.....	1 2 9	-->13. -->13.
12b.	Kaq kxäx?	--		
12c.	Kendxsxyle akrabali-winiz/taniäikliwiniz/arkadaäliwiniz var mi? (Aketör: Her ortak bxr soirusu xqxn bxr äef-re kaydedxn ayni äekxlde yakinlik derecsx xqxn de geqerlxdxr.)	1. Ortak 2. Ortak 3. Ortak Akraba Tanidik Arkadaä Hxqbxrx C.Y.	1 2 3 4 9	-->12e. -->12e. -->12e. -->12e.
12d.	Kendxsxyle yakinlik derecenxz nedxr	C.Y.	9	
12e.	Hangx ülke vatandaäidir?	Türk..... Alman..... Dxwer..... B.Y..... C.Y.....	1 2 3 8 9	
13a.	Äxmdx sxze äahsiniz ve meslekk karxyernxz hakkında bxr kaq soru soracawim. Almanya'da yada Xtalya'da/ Türkxye'de hangx okulu bxtxrenxz? (Anketör:Gerekxrse Türk okullarinin xsmxnx yaziniz.Denklik konusu daha sionra halledxlebxlxnxr.)	Almanya Okula gxtmemxä.... Volks/Hauptschulabschluß..... Mittlere Reife..... Fachabitur..... Abitur..... C.Y.....	1 2 3 4 5 9	
13b.	Ülkesxnde gördüwü ewxtxm	Türkxye Okula gxtmemxä..... Ilkokul..... Ortaokul..... Meslek Lxsesx..... Lxse C.Y..... Yurtdiäinde bxtxrxlen okul: 	1 2 3 4 5 9	

Nr.	Soru	Cevap	Code	Dxwer Soru
14a.	Almanya'da yada Xtalya'da/ Türkxye'de hangx okulu bxtxrenxnxz?	Almanya Okula gxtmemxä..... Volks/Hauptschulabschluß..... Mxttlere Rexfe..... Fachabxtur..... Abxtur..... C.Y.....	1 2 3 4 5 9	
14b.	Geldxwx ülkede yaptiwi ewxtxm.	Türkxye Okula gxtmemxä..... Ilkokul..... Ortaokul..... Meslek Lxsesx..... Lxse C.Y.....	1 2 3 4 5 9	
14c.	Meslek ewxtmxnx/ustalik ewxtmxnx ne olarak yaptiniz? Meslek sxze baätan öw-retxldx mx ya da hangx yüksek ewxtmx btxrdxnxz?	1) _____ 2) _____ C.Y.....	9	
15.	Sorulanin cxnsxyetx (Anketör: sormadan kaydedxnxz!)	Sorulan Erkektxr..... Kadindir.....	1 2	
16.	Kaq senesxnde dowdunuz?	19_ _ C.Y.....	9	
17.	Sxz ya da ebevynxnxznxn ülkenxn hangx böl-gesxnden gelxyorsunuz? (Anketör: äehxr xsmxnx aliniz)	_____ C.Y.....	9	
18.	Almanya'ya ne zaman geldxnxz (ve böylece burada kaldiniz) (Anketör: Sorulan Almanya'da dowmuäsa äxfre 00'i kaydedxn)	19_ _ C.Y.....	9	
19a.	Ülkenxze/ebeveynxnxznxn geldxwx ülkeye gerx dönmek xstxyormusunuz?	Evet..... Hayir..... B.Y..... C.Y.....	1 2 8 9	-->20a. -->20a. -->20a.
19b.	Ne kadar süre xqerxsxnde gerx dönmek xstxyorsunuz?	Bu yil xqxnde..... Beä yil xqxnde..... On yil xqxnde..... On yil sonra..... B.Y..... C.Y.....	1 2 3 4 8 9	
20a.	Serbest olarak qaliämaya baälamadan öncekx son 3 xäx söyleyxnxz? (Anketör: önemlx olan mesleklerdxr)	1) _____ 2) _____ 3) _____ C.Y.....	9	
20b.	Kendx ülkenxzde de serbest olarak qaliätiniz mi?	Evet..... Hayir..... C.Y.....	1 2 9	

20c.	Türkxe' de en son ne olarak qaliätiniz? (Tek xäxn zı kredılnesx yeterlıdxr)	_____	C.Y.....	9	
------	--	-------	----------	---	--



Nr.	Soru	Cevap	Code	Dxwer Soru
21a.	Xäletmenxz hakkında da bxr kaq genel soru sormak xstxyorum Ka q kxäx qaliätiriyorsunuz? (Anketör: Axle ferdlerx de ayni xäyerxnde qaliäiyorlartsa xäqç olarak sayılmaktadırlar. Haseten sorunuz!)	-- Keine..... C.Y.....	1 9	bis 25c. bis 25c.
21b.	Önümüzde kx illarda baäka xäqç almayı düäünüyorsunuzuz?	Evet..... Hayir..... B.Y..... C.Y.....	1 2 8 9	
22.	Yenx xäqçler nereden buluyorsunuz veya hut yenx xäqç almak xstedxwxnxz zaman ne yapıyorsunuzuz? (Anketör: Cevap xhtxmallerxnx okuyunuz. Baäka tekxnx terxmmler de mümkün olabxklxr)	Xlan..... Kendxm xlan verxyorum..... Dxwer xäverenler..... Akraba..... Tanidik/Arkadaä..... Xä Daxresx..... Dxrek olarak sorma..... Dxwer: _____ B.Y..... C.Y.....	1 2 3 4 5 6 7 8 9	
23.	Almanlardan da müracaat aliyormusunuz?	Sikca..... Nadxren..... Hayir..... C.Y.....	1 2 3 9	
24.	Türk olmayan yabancılardan da müracaatlar oluyor mu?	Sikca..... Nadxren..... Hayir..... C.Y.....	1 2 3 9	
25a.	Yenx bxr xäqç aldiwinizi farzedelxm.Ayni öz-zellxklerde olanlar arasinda kxm tercxh edersxnxz? Bxr almani mi, bxr vatandaäinizi mi yada baäka ülkeden gelen bxr yabanci yi mi ? Kxm kxnxex veya üçüncü tercxhnxz olurdu? (Anketör: Bxr harfx daxre xqxne aliniz Fark gözetxlmxyorsa hepsxnx daxre xqxne aliniz.)	1) A V Y 2) A V Y 3) A V Y B.Y..... C.Y.....	8 9	-->26. -->26.
25b.	Karari vermede amxr unsur nedxr?	Özel durum: _____ _____ _____		
25c.	(Anketör: kisaltarak cevabi yaziniz.)	B.Y..... C.Y.....	8 9	

Xyx Günler, benxm xsmxm Köln Ünversxtesxnde öwrencyxym. Bxtxrme te-
zxmle alakali olarak Sosyolojx bölümü araätirma enstxtüsü görevlendxrmesxyle yabancı
xäyerlerx xle alakali bxr anket yapıyorum.

Xäyerlerxnxn yapısını da araätiriyoruz. Bu nedenle hem xäyerx sahxpplerxne hem de
xäqxlerxne sorularimizi yöneltiyoruz. Yardımlarınız bxzxm xqxn qok önemlx. Xäverenxnxz xä
saatlerx esnasında sxze bu sorularimizi yöneltmemxze müsade verdx.

Verdxwxnxz bütün bxlglxler äahsinizla xrtxbatlandırılmadan kullanılacaktır.

Nr.	Soru	Cevap	Kod	Bxr sonrakx soru
01.	Evvela äahsinizla alakali bxr kaq soru sormak xstxyorum. Kaq senesxnde dowedunuz?	19__ C.Y.....	9	
02.	Ne zamandan berxdxr Almanya'da yaäiyorsunuz? (Anketör: Ewer sorulan kxäx FAC'de doweduäsa Äxfre: 00'i kaydedxnxz)	19__ C.Y.....	9	
03a.	Hangx ülke vatandaäisniz?	Türk..... Daha sonra alman vatandaäliwi alin- miä..... Alman..... Dxwer..... C.Y.....	1 2 3 4 9	-->04a. -->05. -->05.
03b.	(Anketör: Xkxncx kategorx sadece dowedüatan Türk olanlar xqxn ge- qerlxdxr) Yakin bxr tarxhte Alman vatandaäliwina geqmek xstxyormusunuz?	Evet..... Hayir..... Not: B.Y.(bxlgxsx yok)..... C.Y.....	1 2 3 8 9	
04a.	Ülkenxze/ebeveynxnxzxn geldxwx ül- keye gerx dönmek xstxyormusunuz?	Evet..... Hayir..... B.Y..... C.Y.....	1 2 8 9	-->05. -->05. -->05.
04b.	Ne kadar süre xqerxsxnde gerx dönmek xstxyorsunuz?	Bu yil xqxnde..... Beä yil xqxnde..... On yil xqxnde..... On yil sonra..... B.Y..... C.Y.....	1 2 3 4 8 9	
05.	Sorulanin cxsxxyetx (Anketör: Sormadan kaydedxnxz)	Sorulan Erkek..... Kadin.....	1 2	
06a.	Äxmdx sxze äahsiniz ve meslekk karxyerxnxz hakkında bxr kaq soru so- racawim. Almanya'da yada Xtalya'da/ Türkxye'de hangx okulu bxtxrexxnxz? (Anketör: Gereksrse Türk okullarının	Almanya Okula gxtmemxä.. Volks/Hauptschulabschlu\..... Mxttlere Reife.....	 1 2 3	

	xsmxnx yaziniz.Denklxk konusu daha sionra halledxlebxlnxr.)	Fachabitur..... Abxtur..... C.Y.....	4 5 9	
--	--	--	-------------	--





Nr.	Soru	Cevap	Code	Bxr sonrakx soru
06b.	Ülkesxnde gördüwü ewxtxm	Türkxye Okula gxtmemxä..... 1 İlkokul..... 2 Ortaokul..... 3 Meslek Lxsesx..... 4 Lxse 5 C.Y..... 9 Yurtdiäinde bxtxrülen okul: _____		
07a.	Hangx meslek ewxtmxnx gördünüz yada Türkxye’de hangx ünversxteyx bxtxrdxnxz? (Anketör: ewer soru sorulan kxäx hxqbxr yerde herhangx bxr meslek ewxtmx görmemxäse ya da konu hakkinda bxlgx vermek xstemxyorsa soru 8’e geqnxz)	Almanya Meslek ewxtmx görmemxä..... 1 (Fach-)Hochschulstudxum 2 Xäx baätan öwrenmxä..... 3 Ausbildung..... 4 Mexster..... 5 C.Y..... 9		
07b.		Türkxye Meslek ewxtmx görmemxä..... 1 Yüksek Meslek okulu/Ünversxte..... 2 Xäx baätan öwrenmxä..... 3 Qiraklik ewxtmx..... 4 Ustalik ewxtmx..... 5 C.Y..... 9		
07c.	Meslek ewxtmxnx/ustalik ewxtmxnx ne olarak yaptiniz? Meslek sxze baätan öwretxldx mx ya da hangx yüksek ewxtmx bxtxrdxnxz?	1) _____ 2) _____ C.Y..... 9		
08.	Bundan önce Almanya’da yaptiwiniz son 3 xäx söyleyxnz? (Anketör: önemlx olan mesleklerdxr)	1) _____ 2) _____ 3) _____ C.Y..... 9		
09a.	Äxmdxye kadar hxq Alman xäyerlerxne müracaatta bulundunuz mu?	Evet..... 1 Hayir..... 2 C.Y..... 9		-->10a.
09b.	Sonuq ne oldu?	Xäe alindim..... 1 Xäe alinmadim..... 2 C.Y..... 9		-->10a.

10a.	Daha qok bxr Türk xäyernxnde mx qali- ämäy tercxh edersxnz?	Evet..... Hayir..... Farketmez B.Y..... C.Y.....	1 2 3 8 9	-->10c. -->10c. -->10c.
10b.	Neden ?	C.Y.....	9	.

10c.	Daha qok Türk xä arkadaälariyla mi qaliämäy tercxh edersxnz?	Evet..... Hayir..... Farketmez..... B.Y..... C.Y.....	1 2 3 8 9	-->11a. -->11a. -->11a.
10d.	Neden?	C.Y.....	9	
11a.	Son sorular xäyernxz xle alakali. Bu xäyernx bulmanızda sxze herhangx bxrsx yardımci oldu mu?	Evet..... Hayir..... C.Y.....	1 2 9	
11b.	Bu kxäxlere olan yakinlik derecenxz nedxr?	Arkadaä..... Tanidik..... Akraba..... Xä arkadaäi..... Eskx bxr xä arkadaäi..... C.Y.....	1 2 3 4 5 9	-->12a. -->12a.
12a.	Dxwer xä arkadaälarınızla samxm bxr arkadaäliwiniz varmı?	Evet Hayir..... C.Y.....	1 2 9	
12b.	Dxwer xä arkadaälarınızla aranızda ak- rabalik var mı?	Evet..... Hayir..... C.Y.....	1 2 9	-->13. -->13.
12c.	Aranızdakx akrabalik bawlarınız nedxr?	1) _____ 2) _____ 3) _____ C.Y.....	9	
13.	Haftada ortalama olarak kaç saat qali- äiyorsunuz?	-- C.Y.....	9	
14.	Son olarak da maaäiniz hakkında bxr kaç soru sormak xstxyorum. Bu xä yerxnzden aldiwiniz aylık net maaäiniz ne kadar? Sadece maaäiniz dahıl olduwu dere- celerde kx harfx söylemenxz yeterlxdxr. (Anketör: Dercelerx gösteren qxz- geyx verxnz)	A B C D E F G Yardımcı olan axle bxreylrx..... C.Y.....	8 9	

Yardimlarinizdan dolayi sxze qok teäekkür edxyorum. Bana qok yardımci oldunuz. Sxze xyx günler dxlxyorum

- 1000,- DM	C
1001 - 1500,- DM	F
1501 - 2000,- DM	G
2001 - 2500,- DM	A
2501 - 3000,- DM	D
3001 - 4000,- DM	B
4001 -	E

CODE- UND EINGABEPLAN

Fragebogen Geschäftsinhaber/in

Lfd.-

Nr: _ _

1 2

Nr.	Frage	Antwort	Code	Spalte
00. V00	Ist das Ladenlokal selbst gesucht worden oder auf Empfehlung eines anderen Geschäftsinhabers hin, befragt worden?	Selbst gesucht Empfohlen worden	1 2	3
01. V01	Sind sie der Inhaber dieses Ladenlokals?	Ja..... Nein..... k.A.....	1 2 9	4
02. V02	Um was für ein Ladenlokal handelt es sich? (bzw. Gewerbe)	Musikgeschäft Einzelhandel mit Elektorgeräten Kiosk türk. Pizzeria Getränk Laden Restaurant Computergeschäft Lebensmittel Textilgeschäft/Boutique Reisebüro Stehimbiß (Döner) Imbiß + Kaffee Juwelier Export-Import türk. Kaffee Bäckerei/Konditorei Dienstleistung Übersetzungsbüro Reisebüro + Import-Export Lebensmittelgroßhandel Kfz-Betrieb Schneiderei Frisuer	01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23	5-6
03a. V03	Welche Staatsangehörigkeit haben Sie?	Türkisch..... später dt. Staatsangehörigkeit angenommen	1 2	7

03b. V04	Möchten Sie in naher Zukunft die deutsche Staatsangehörigkeit annehmen?	Ja..... Nein..... w.n..... k.A..... trifft nicht zu.....	1 2 8 9 0	8
04. V05 V06	Wann haben Sie dieses Geschäft übernommen bzw. eröffnet (haben Sie sich selbständig gemacht) ?	Monat: __ Jahr: __ k.A.	-- -- 99	9-10 11-12
05. V07 V08	Woher wußten Sie, daß dieses Geschäftslokal frei war bzw. einen neuen Besitzer suchte? [Interviewer: Antwortvorgaben nicht vorlesen. Mehrfachnennungen möglich.]	Zufall (stand leer) war selbst Vorbesitzer..... Selbst gesucht..... Eigentümer..... Bekannte /Freunde..... Vormieter/Vorbesitzer..... Stadt..... Sonstiges..... w.n..... k.A..... trifft nicht zu.....	01 02 03 04 05 06 07 08 88 99 00	13-14 15-16
06a. V09	Ist Ihnen der vorherige Besitzer bekannt?	Ja..... Nein..... k. A..... trifft nicht zu.....	1 2 9 0	17
06b. V10	Welche Nationalität hat er/sie?	türkisch..... deutsch..... andere..... w.n..... k.A..... trifft nicht zu.....	1 2 3 8 9 0	18
06c. V11	In welcher Beziehung standen Sie zu ihm/ihr als Sie das Lokal übernahmen?	Verwandter..... Freund..... Bekannter..... weder noch..... (ehem.) Arbeitgeber..... k.A..... trifft nicht zu.....	1 2 3 4 5 9 0	19
06d. V12	In welchem verwandtschaftlichen Verhältnis stehen sie zueinander?	Vater /Mutter..... Schwester /Bruder..... Ehemann/Ehefrau..... Sohn/Tochter..... Onkel/Tante..... Schwiegereltern..... Cousin/e..... Schwager/Schwägerin..... Sonstiges..... k.A..... trifft nicht zu.....	01 02 03 04 05 06 07 08 09 99 00	20-21
07. V13	Wissen Sie noch, was vorher für ein Geschäft in diesem Ladenlokal war?	Musikgeschäft Einzelhandel mit Elektorgeräten Kiosk türk. Pizzeria Getränk Laden Restaurant Computergeschäft Lebensmittel Textilgeschäft/Boutique Reisebüro	01 02 03 04 05 06 07 08 09 10	22-23

	Stehimbiß (Döner)	11	
	Imbiß + Kaffee	12	
	Juwelier	13	
	Export-Import	14	
	türk. Kaffee	15	
	Bäckerei/Konditorei	16	
	Dienstleistung	17	
	Übersetzungsbüro	18	
	Reisebüro + Import-Export	19	
	Lebensmittelgroßhandel	20	
	Gaststätte	21	
	Tabakladen	22	
	Autogalerie	23	
	Kartoffelgeschäft	24	
	deutsche Wäscherei	25	
	Anwaltsbüro	26	
	Fahrschule	27	
	Sonstiges	28	



08a. V14	Welche Gründe gab es dafür, daß Sie sich selbständig gemacht haben? [Interviewer: Antwortvorgaben vorlesen! Mehrfachnennungen möglich!]	Familienunternehmen.....- höheresEinkommen..... Prestige..... Unabhängigkeit (Freiheit/kein Vorgesetzter). drohende Arbeitslosigkeit..... Dienstleistung an Türken/Kulturarbeit..... Selbstverwirklichung..... Eigener Beruf..... Sonstiges..... w.n..... k.A.....	n/i 0 / 1 0 / 1 0 / 1 0 / 1 0 / 1 0 / 1 0 / 1 0 / 1 8 9	 24 25 26 27 28 29 30 31 32
08b. V15	Welcher war der wichtigste Grund dafür?	Familienunternehmen..... höheresEinkommen Presti- ge..... Unabhängigkeit (Freiheit/kein Vorgesetzter). drohende Arbeitslosigkeit..... Dienstleistung an Türken/Kulturarbeit Selbstverwirklichung..... Eigener Beruf..... Sonstiges..... w.n..... k.A.....	01 02 03 04 05 06 07 08 09 88 99	33-34
09. V16 V17 V18	Welche Gründe sprachen dafür, Ihr Ge- schäft in diesem Stadtviertel zu eröffnen? [Interviewer: bis zu 3 Gründe vercoden.]	Wohne hier Gute Geschäftsgegend Türkisches Viertel/Umgebung/Kundschaft Zufall/kein bestimmter Grund Habe Bekannte hier Sonstiges w.n. k.A. trifft nicht zu	1 2 3 4 5 6 8 9 0	35 36 37

Nr.	Frage	Antwort	Code	Spalte
10a.	Hat Ihnen jemand finanziell bei der Grün- dung des Geschäftes geholfen? [Interviewer: bei mehreren Personen, Befragten auf -für ihn- wichtigste Person hinweisen, s. auch 11a.]	Ja..... Nein..... Nein, aber ein Kredit von der Bank k.A..... trifft nicht zu.....	1 2 3 9 0	38
10b.	In welcher Beziehung stehen sie zueinan- der?	Verwandter..... Freund..... Bekannter Teilhaber..... Sonstiges..... k.A..... trifft nicht zu.....	1 2 3 4 5 9 0	39
10c.	In welchem verwandtschaftlichen Ver- hältnis stehen sie zueinander?	Vater /Mutter..... Schwester /Bruder..... Ehemann/Ehefrau..... Sohn/Tochter..... Onkel/Tante..... Schwiegereltern.....	01 02 03 04 05 06	40-41

		Cousin/e.....	07	
		Schwager/Schwägerin.....	08	
		Sonstiges.....	09	
		k.A.....	99	
		trifft nicht zu.....	00	
10d.	Welcher Nationalität gehört er/sie an?	türkisch.....	1	42
		deutsch.....	2	
		andere.....	3	
		w.n.....	8	
		k.A.....	9	
		trifft nicht zu.....	0	
11a.	Hat Ihnen jemand organisatorisch bei der Gründung des Geschäftes geholfen?	Ja.....	1	43
		Nein.....	2	
		k.A.....	9	
		trifft nicht zu.....	0	
11b.	Handelt es sich um dieselbe Person, die Ihnen auch finanziell geholfen hat?	Ja.....	1	44
		Nein.....	2	
		k.A.....	9	
		trifft nicht zu.....	0	
11c.	In welcher Beziehung stehen sie zueinander?	Verwandter.....	1	45
		Freund.....	2	
		Bekannter	3	
		(ehem.) Arbeitgeber.....	4	
		Teilhaber.....	5	
		weder noch.....	6	
		k.A.....	9	
		trifft nicht zu.....	0	
11d.	In welchem verwandtschaftlichen Verhältnis stehen sie zueinander?	Vater /Mutter.....	01	46-47
		Schwester /Bruder.....	02	
		Ehemann/Ehefrau.....	03	
		Sohn/Tochter.....	04	
		Onkel/Tante.....	05	
		Schwiegereltern.....	06	
		Cousin/e.....	07	
		Schwager/Schwägerin.....	08	
		Sonstiges.....	09	
		k.A.....	99	
		trifft nicht zu.....	00	
11e.	Welcher Nationalität gehört er/sie an?	türkisch.....	1	48
		deutsch.....	2	
		andere.....	3	
		w.n.....	8	
		k.A.....	9	
		trifft nicht zu.....	0	

12a.	Gibt es noch weitere Teilhaber?	Ja..... Nein..... k.A..... trifft nicht zu.....	1 2 9 0	49 50-51
12b.	Wieviele?	-- k.A..... trifft nicht zu.....	-- 99 00	 52 53 54
12c.	Ist er/sie mit Ihnen verwandt bzw. ist er/sie ein Bekannter/Freund? [Interviewer: jeweils einen Code pro Frage für jeden Teilhaber eintragen, bzw. Verwandtschaftsgrad.]	<i>Teilhaber1 Teilhaber2 Teilhaber3</i> Verwandter Bekannter Freund weder noch k.A trifft nicht zu	1 2 3 4 9 0	55-56 57-58 59-60
12d.	In welchem verwandtschaftlichen Verhältnis stehen sie zueinander?	Vater /Mutter..... Schwester /Bruder..... Ehemann/Ehefrau..... Sohn/Tochter..... Onkel/Tante..... Schwiegereltern..... Cousin/e..... Schwager/Schwägerin..... Sonstiges..... k.A..... trifft nicht zu	01 02 03 04 05 06 07 08 09 99 00	61 62 63
12e.	Welcher Nationalität gehört er/sie an?	türkisch deutsch andere w.n. k.A. trifft nicht zu.....	1 2 3 8 9 0	
13a.	Ich werde Ihnen nun im folgenden ein paar Fragen bezüglich Ihrer Berufskarriere und Ihrer Person stellen. Welchen allgemeinbildenden Schulabschluß haben Sie in Deutschland bzw. in Italien/der Türkei erworben?	Deutschland keinen Schulabschluß..... Volks-/Hauptschulabschluß..... Mittlere Reife..... Fachabitur..... Abitur..... k.A.....	1 2 3 4 5 9	64
13b.	Schulausbildung im Heimatland	Ausland keinen Schulabschluß..... Volks-Hauptschulabschluß (Grundschule).. Mittelschule (Ortaokul)..... Fachabi (Sanat Lisesi)..... Abitur (Lise)..... k.A.....	1 2 3 4 5 9	65

14a.	Welche Berufsausbildung bzw. welches Studium haben Sie in Deutschland bzw. in Italien/ der Türkei abgeschlossen?	Deutschland		
	Int.: zuerst höchsten Abschluß in jeweiligem Land eintragen. Reihenfolge bei Eintrag Beruf/Fachrichtung berücksichtigen!	keineBerufsausbildung.....	1	66
		angelernt.....	2	
		Ausbildung.....	3	
		Meister.....	4	
		(Fach-)Hochschulstudium.....	5	
		Auszubildende/r.....	6	
		Student/in.....	7	
		k.A.....	9	
14b.		Ausland		67
		keineBerufsausbildung.....	1	
		angelernt.....	2	
		Ausbildung.....	3	
		Meister.....	4	
		(Fach-)Hochschulstudium	5	
		k.A.....	9	
14c.	Als was haben Sie die Ausbildung/den Meister gemacht/sind Sie angelernt worden? bzw. Was haben Sie studiert?	<u>Beruf/Fachrichtung Deutschland:</u>		68-69 70-71
	Int.: nach Kategorienschema jeweils bis zu 2 Einträge pro Land.	<u>Beruf/Fachrichtung Ausland:</u>		72-73 74-75
		Beamter	3443	
		Arbeiter	9300	
		Selbständig (Lebensmittelgeschäft)	1319	
		Verkäufer	5230	
		Hufschmied	6120	
		Bauer	6114	
		Facharbeiter Tierproduktion	6129	
		Soziologin	2442	
		Gärtner	6110	
		Schweißer	7212	
		Fahrer	8324	
		Bote	9151	
		Dekorateur	3471	
		Kosmetiker	5141	
		Haushaltsführung	5121	
		Dozentin	2442	
		Kaufmännische Aushilfe	4190	
		Arbeiter b. Eletrofirma	8282	
		Schneiderei als Arbeiter	7430	
		Gärtnerei	6140	
		Bäckerei	7412	
		Speditionierer	4133	
		Komissionierer	4131	
		Haushaltsgehilfin	9131	
		Mitarbeiter	9300	
		Bauarbeiter	9313	
		Bürokauffrau	3431	
		Mitarbeit im eigenen Geschäft	9100	
		Meztzgerei-Mitarbeit	5000	
		Kellner	5123	

		Lehre als Schneiderin	7433	
		Arbeit bei Ford	8210	
		Arbeit bei Bayer	8829	
		Verkäufer in Döner Laden	5120	
		Maler	7141	
		Mitarbeit in Sonnenstudio	9132	
		Ladenverkäufer	5220	
		Arbeit in der Fabrik	9320	
		Putzen	7143	
		Schlosserei-Helfer	8210	
		Schweißer	7212	
		Metzger	7411	
		Schreiner	7422	
		Goldschmied	7313	
		Zimmerer	7124	
		Schuhmacher	7442	
		Näher (-in)	7436	
		Schneider (-in)	7433	
		Mechaniker	7230	
		KFZ-Mechaniker	7231	
		Elektromechaniker	7241	
		Elektriker	7137	
		KFZ-Elektriker	7137	
		Elektrotechniker	3113	
		Informationselektroniker	7241	
		Radio und Fernsehmechaniker	7241	
		Dreher	7220	
		Lackierer	7142	
		Stapelfahrer	8333	
		Maler	7141	
		Maurer	7122	
		Verputzer	9313	
		Eisenflechter	9313	
		Hotelfachmann	5121	
		Kellner	5123	
		Barkeeper	5123	
		Pizzabäcker	5123	
		Koch	5122	
		Konditor	7412	
		Friseur	5141	
		Kosmetiker	5141	
		Zahnarzthelfer	3225	
		Krankengymnast	3226	
		Bürokauffrau/mann	3439	
		Einzelhandelskaufmann	3439	
		Datentechnischer Assistent	3121	
		Groß- und Außenhandelskaufmann	3416	
		Versicherungskaufmann	3410	
		Reiseverkehrskaufmann	4221	
		Kaufmännische Assistenten	4000	
		Buchhalter	4121	
		Fremdsprachenassistent	4115	
		Kaufmännischer Angestellter	4000	

		Verpacker/Packerin Textilfachmann Modedesigner Dolmetscher Theologe Elektrotechnik/Kommunikationstechnik k.A. trifft nicht zu	9322 3119 3471 2444 2460 3114 9999 0000	
15.	Geschlecht des Befragten [Interviewer: ohne zu fragen, markieren!]	Befragte(r) ist männlich..... weiblich.....	 1 2	76
16.	In welchem Jahr sind Sie geboren?	19__ k.A.....	__ 99	77-78
17.	Aus welcher Region Ihres Heimatlandes kommen sie bzw. Ihre Eltern? [Interviewer: möglichst genau Provinz]	Usak Ankara Corum G. Antep Adiyaman Aksaray Mardin Izmir Urfa Kütahya Tunceli Malatya Kayseri Hatay Konya Denizli Samsun Erzurum Kars Elazig Aksehir Rize Yozgat Sivas Bayburt Trabzon k.A.....	01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 99	79-80
18.	Wann sind Sie nach Deutschland gekom- men? (und durchgehend hier geblieben.) [Interviewer: wenn Befragter in Deutsch- land geboren, Code: 00 eintragen.]	19__ k.A.....	__ 99	81-82

19a.	Haben Sie vor, in Ihr Heimatland/das Ihrer Eltern zurückzukehren?	Ja..... Nein..... w.n..... k.A.....	1 2 8 9	83
19b.	In welchem Zeitraum möchten Sie zurückkehren?	innerhalb diesen Jahres..... innerhalb der nächsten 5 Jahre..... innerhalb der nächsten 10 Jahre..... länger als zehn Jahre..... w.n.....	1 2 3 4 8	84

		k.A..... trifft nicht zu	9 0	
20a.	Nennen Sie mir bitte Ihre letzten 3 Anstellungen, die Sie in Deutschland hatten, bevor Sie sich selbständig gemacht haben. [Interviewer: Es geht um die berufliche Tätigkeit.]	Beamter Arbeiter Selbständig (Lebensmittelgeschäft) Verkäufer Hufschmied Bauer Facharbeiter Tierproduktion Soziologin Gärtner Schweißer Fahrer Bote Dekorateur Kosmetiker Haushaltsführung Dozentin Kaufmännische Aushilfe Arbeiter b. Elektrofirma Schneiderei als Arbeiter Gärtnerei Bäckerei Speditionierer Kommissionierer Haushaltsgehilfin Mitarbeiter Bauarbeiter Bürokauffrau Mitarbeit im eigenen Geschäft Metzgerei-Mitarbeit Kellner Lehre als Schneiderin Arbeit bei Ford Arbeit bei Bayer Verkäufer in Döner Laden Maler Mitarbeit in Sonnenstudio Selbständig Arbeit in der Fabrik Putzen Schlosserei-Helfer Schweißer Metzger Schreiner Goldschmied Zimmerer Schuhmacher Näher (-in) Schneider (-in) Staplerfahrer Mechaniker KFZ-Mechaniker Elektromechaniker Elektriker KFZ-Elektriker Elektrotechniker Informationselektroniker Radio und Fernsehmechaniker Dreher	3443 9300 1319 5230 6120 6114 6129 2442 6110 7212 8324 9151 3471 5141 5121 2442 4190 8282 7430 6140 7412 4133 4131 9131 9300 9313 3431 9100 5000 5123 7433 8210 8829 5000 7141 9132 5220 9320 7143 8210 7212 7411 7422 7313 7124 7442 7436 7433 8333 7230 7231 7241 7137 7137 3113 7241 7241 7220	85-86 87-88 89-90

20ab.	Haben Sie auch schon vorher in Deutschland selbständig gearbeitet? (Int.: Codieren, wenn Info vorliegt.)	Lackierer	7142	91
		Maler Maurer Verputzer Eisenflechter	7141 7122 9313 9313	
		Hotelfachmann Kellner Barkeeper Pizzabäcker Koch Konditor	5121 5123 5123 5123 5122 7412	92
		Friseur Kosmetiker	5141 5141	
		Zahnarzthelfer Krankengymnast	3225 3226	93-94
		Bürokauffrau/mann Einzelhandelskaufmann Datentechnischer Assistent Groß- und Außenhandelskaufmann Versicherungskaufmann Reiseverkehrskaufmann Kaufmännische Assistenten Buchhalter Fremdsprachenassistent Kaufmännischer Angestellter Verpacker/Packerin Einkäufer Modedesigner Dolmetscher Theologe	3439 3439 3121 3416 3410 4221 4000 4121 4115 4000 9322 3416 3471 2444 2460	
20b.	Haben sie in Ihrem Heimatland selbständig gearbeitet?	Elektrotechnik/Kommunikationstechnik	3114	
		k.A..... trifft nicht zu.....	9999 0000	
20c.	In welcher Anstellung haben Sie zuletzt in Italien/der Türkei gearbeitet? [Eine Nennung ausreichend]	ja, gleiche Branche..... ja, andere Branche..... nein..... keine Nennung.....	1 2 3 0	
		Ja, in der gleichen Branche..... Ja, in einer anderen Branche..... Nein..... k.A.....	1 2 3 9	
		Siehe Kategorienschema Tätigkeiten (20a.) k.A..... trifft nicht zu.....	9999 0000	
21a. V	Nun ein paar allgemeine Fragen zu Ihrem Betrieb.	Mitarbeiter: — —	— —	95-96

V V V	Wieviele MitarbeiterInnen beschäftigen Sie? Int.: Zuerst die Mitarbeiter aus befragtem Lokal eintragen. Aushilfen gesondert aufführen. [Interviewer: auch Familienmitglieder gelten als Mitarbeiter, nachfragen!]	Keine..... 00 k.A..... 99 — — 00 99	
21b.	Denken Sie daran, in der nächsten Zeit Mitarbeiter einzustellen?	Ja..... 1 Nein..... 2 w.n..... 8 k.A..... 9	
22. V V V V	Wie kommen Sie zu neuen Mitarbeitern bzw. wie würden Sie nach Mitarbeitern suchen? [Interviewer: Antwortmöglichkeiten vorlesen. Mehrfachnennungen möglich] Int.: bis zu 3 Möglichkeiten vercoden.	Aushang..... 01 eigene Anzeige..... 02 Andere Geschäftsleute..... 03 Verwandte..... 04 Bekannte/Freunde..... 05 Arbeitsamt..... 06 Direkte Anfrage..... 07 Innung..... 08 w.n..... 88 k.A..... 99	97-98 99- 100 101- 102
23.	Gibt es Bewerbungen von Deutschen?	Häufig..... 1 Selten..... 2 Nein..... 3 k.A..... 9 trifft nicht zu..... 0	103
24.	Gibt es Bewerbungen von anderen Ausländern, also Nicht-Italienern/Nicht-Türken?	Häufig..... 1 Selten..... 2 Nein..... 3 k.A..... 9 trifft nicht zu..... 0	104
25a.	Nehmen wir an, Sie stellen einen neuen Mitarbeiter ein. Wem würden Sie -bei gleicher Qualifikation- den Vorzug geben? Einem Deutschen, einem Landsmann oder einem Ausländer anderer Herkunft? Wen würden Sie an zweiter und dritter Stelle einstellen?	Jede Position ist eine dreistellige Variable. Steht nur eine Nat. auf einer Position steht sie an 1. Stelle, dahinter 2 Nullen. Wird keine bevorzugt, stehen alle 3 Codes in aufsteigender Reihenfolge nebeneinander. L=1 D=2 A=3 1) D L A 2) D L A 3) D L A w.n..... 888 k.A..... 999 keine Nennung..... 0	105-106 107-108 109-110
25c. V V V V	Worauf beruht das Urteil? Interviewer: Bis zu vier Gründe vercoden.	<u>VARBev11/ VARBev12:</u> Türkische Kundschaft 11 Türksich Kenntnisse sind wichtig 12 Zweisprachigkeit 13 Türkische Mentalität/kulturelle Kommunikation 14 Türken werden benachteiligt 15	111- 112

		Sonstiges <u>VARBevD1/VARBevD2:</u> Deutsche sind fleißiger, bessere Arbeitsmoral Kundschaft ist gemischt (auch Deutsche) Deutsche offener Sprachkenntnisse Deutsche Kundschaft <u>VARBevA1/VarBevA2:</u> Ausländer sind fleißiger Ausländer sind williger Ausländer sind zeitlich flexibler Ausländer in Gastronomie erfahren Kultur (z.B. bei Arabern) ähnlich/gleich <u>VARNbI:</u> Landsleute mischen sich ein Landsleute sind weniger willig <u>VARNbD:</u> Deutsche sind unpünktlich <u>VARNbA:</u> Ausländer sprechen oft zu schlecht deutsch <u>VARGleich:</u> Gute Erfahrung mit allen Der Mensch zählt Verständigungsmöglichkeit wichtig Gute Arbeit zählt (Qualifikation/Kenntnisse/Erfahrungen) Ähnliche Kultur wichtig Sonderfall (25b) w.n..... k.A..... trifft nicht zu.....	16 21 22 23 24 25 31 32 33 34 35 41 42 51 61 71 72 73 74 75 80 88 99 00	113-114
V	Wieviele weitere Geschäftslokale besitzen Sie?	1..... 2..... 3..... keines..... k.A.....	1 2 3 0 9	115
V	In welchem Stadtteil befindet sich das Geschäft / das Unternehmen?	Ehrenfeld..... Mülheim (Keupstr.)..... Hansaring-Krefelder Str..... Sonstiges.....	1 2 3 4	116

Nr.	Frage	Antwort	Code	Spalte	Mitarbeiter A	Mitarbeiter B	Mitarbeiter C
-----	-------	---------	------	--------	------------------	------------------	------------------

26. V V	Welche berufliche Tätigkeit übt der Mitarbeiter/die Mitarbeiterin in Ihrem Betrieb aus? Int.: Bis zu 2 Nennungen codieren. Int: Jeweils alle Codes für einen MA hintereinander auflisten, dann nächsten MA.	s. Liste Tätigkeiten Codeplan für Mitarbeiter-Fragebogen trifft nicht zu	0000	120-123			
27.	Welche Nationalität hat der Mitarbeiter/ die Mitarbeiterin?	Türkische..... Deutsch..... andere..... w.n..... k.A..... trifft nicht zu.....	1 2 3 8 9 0	124			
28.	Stammt er/sie (bzw. seine/ihre Familie) aus der gleichen Region wie Sie bzw. Ihre Eltern?	ja..... nein..... w.n..... k.A..... trifft nicht zu.....	1 2 8 9 0	125			
29a.	Ist er/sie mit Ihnen verwandt?	ja..... nein..... Sonstiges..... k.A..... trifft nicht zu.....	1 2 3 9 0	126			
29b.	In welchem verwandtschaftlichen Verhältnis steht er/sie zu Ihnen?	Vater /Mutter..... Schwester /Bruder..... Ehemann/Ehefrau..... Sohn/Tochter..... Onkel/Tante..... Schwiegereltern..... Cousin/e..... Schwager/Schwägerin..... Sonstiges..... k.A..... trifft nicht zu.....	01 02 03 04 05 06 07 08 09 99 00	127-128			

30.	Wie sind Sie zu dem Mitarbeiter/in gekommen? [Interviewer: In Spalte unten Ziffer eintragen]	Vermittelt durch jmdn. Aushang..... eigene Anzeige Arbeitsamt Anfrage durch Inhaber..... Anfrage durch Mitarbeiter..... Bekannter/Freund..... ehem. Kollege..... Familienangehöriger..... Sonstiges..... w.n..... k.A..... trifft nicht zu.....	01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 88 99 00	129-130			
31.	In welcher Beziehung stehen sie zu dieser Person?	Freund/Bekannter..... Verwandter..... Andere Geschäftsleute..... Teilhaber..... (ehem.) Mitarbeiter..... w.n..... k.A..... trifft nicht zu.....	1 2 3 4 5 8 9 0	131			
32.	Welche Nationalität hat die Person, die Ihnen den Mitarbeiter/die Mitarbeiterin vermittelt hat?	türkisch..... deutsch..... andere Nationalität..... w.n..... k.A.....	1 2 3 8 9	132			

		trifft nicht zu.....	0				
--	--	----------------------	---	--	--	--	--



CODE- UND EINGABEPLAN

VAR VAR
Nr.GI Nr.MA
Lfd.Nr. __/ __
1-2 3-4

Fragebogen: Mitarbeiter/in

Guten Tag, mein Name ist Ich bin Student/in an der Universität zu Köln. Im Rahmen meiner Abschlußarbeit führe ich im Auftrag des Forschungsinstituts für Soziologie eine Befragung unter ausländischen Betrieben durch.

Dabei geht es auch um die Struktur der Betriebe. Deswegen befragen wir sowohl die Geschäftsinhaber als auch die Mitarbeiter. Ihre Hilfe ist für uns sehr wichtig. Ihr Arbeitgeber ist damit einverstanden, daß sie in Ihrer Arbeitszeit an der Befragung teilnehmen.

Alle Angaben werden streng vertraulich und völlig anonym behandelt.

Nr.	Frage	Antwort	Code	Spalte
01. MV01	Vorab kurz ein paar Fragen zu Ihrer Person. In welchem Jahr sind Sie geboren?	19 _ _ k.A.	-- 99	5 - 6
02. MV02	Seit wann sind Sie (durchgehend) in Deutschland? [Interviewer: wenn Befragter in BRD geboren, Code: 00 eintragen.]	19 _ _ k.A.	-- 99	7 - 8
03a. MV03	Welche Staatsangehörigkeit haben Sie? [Interviewer: zweite Kategorie gilt nur für gebürtige Italiener bzw. Türken.]	Türkisch..... später dt. Staatsangehörigkeit angenommen..... deutsch..... Sonstige..... k.A.	1 2 3 4	9
03b. MV04	Möchten Sie in naher Zukunft die deutsche Staatsangehörigkeit annehmen?	Ja..... Nein..... rechtliche Probleme (Asyl usw.) w.n..... k.A..... trifft nicht zu.....	1 2 3 8 9 0	10
04a. MV05	Haben Sie vor, in Ihr Heimatland/das Ihrer Eltern zurückzukehren?	Ja..... Nein..... rechtliche Probleme (Asyl usw.)..... w.n..... k.A..... trifft nicht zu.....	1 2 3 8 9 0	11
04b. MV06	In welchem Zeitraum möchten Sie zurückkehren?	innerhalb diesen Jahres..... innerhalb der nächsten 5 Jahre..... innerhalb der nächsten 10 Jahre..... länger als 10 Jahre..... w.n..... k.A..... trifft nicht zu.....	1 2 3 4 8 9 0	12
05. MV07	Geschlecht des Befragten [Interviewer: ohne zu fragen, markieren!]	Befragte(r) ist männlich..... weiblich.....	1 2	13
				14

06a. MV08	Ich werde Ihnen nun im folgenden ein paar Fragen bezüglich Ihrer Berufskarriere stellen. Welchen allgemeinbildenden Schulabschluß haben Sie in Deutschland bzw. in Italien/der Türkei erworben?	Deutschland keinen Schulabschluß 1 Volks-/Hauptschulabschluß..... 2 Mittlere Reife..... 3 Fachabitur..... 4 Abitur 5 noch Schüler/Auszubildender 6 k.A..... 9	15
06b. MV09	[Interviewer: äquivalenten deutschen Abschluß vercoden.]	Ausland keinen Schulabschluß 1 (Grundschule) Volks-/Hauptschulabschluß 2 (Orta okul) Mittlere schule 3 (Sanat Lisesi) Fachabitur..... 4 Abitur..... 5 trifft nicht zu..... 0 k.A..... 9	

