



Neue Gründer hat das Land!

Sieben gute Beispiele zur Förderung
von Migrantengründern

Inhalt

Neue Gründer braucht das Land? Neue Gründer hat das Land!	6
Vorwort	
Wo Ideen wachsen lernen	8
„ChancenNutzer“ im Social Impact Lab in Frankfurt am Main	
Frauen, die sich trauen	16
Bundesprojekt „MIGRANTINNEN gründen“ und jumpp – Frauenbetriebe e. V. in Frankfurt am Main	
Leistungen und Potenziale von Migrantenunternehmen	24
Drei Fragen an Dr. René Leicht	
Geschäft in Sicht	26
Arbeitsgemeinschaft selbstständiger Migranten e. V. (ASM) in Hamburg	
Gründung und Nachfolge	34
Vier Fragen an Dr. Rosemarie Kay	
Gründen gegen alle Widerstände	36
Gründungsbüro des IQ-Landesnetzwerks Saarland	
Kurs halten!	44
Der Lotsendienst für Migrantinnen und Migranten und das IQ-Landesnetzwerk in Brandenburg	
Städte im Wandel	52
Vier Fragen an Prof. Dr. Felicitas Hillmann	
„Wenn du kämpfst, kriegst du Anerkennung“	54
PhönixPreis – Münchens Wirtschaftspreis für Migrantenunternehmen	
Gute Partner und richtige Ansprache	60
Das Projekt Migrantinnen und Migranten als Unternehmer. Ökonomische Vielfalt in Lippe	
Linkliste zu den Projekten	66
Die Serie „Inklusives Wachstum für Deutschland“	68
Unsere Ziele Impressum	70

Neue Gründer braucht das Land?

Neue Gründer hat das Land!

Vorwort



Deutschland ist kein Gründerland. Im internationalen Vergleich gehen hierzulande wenige neue Unternehmen an den Start. Dies zeigen jedes Jahr aufs Neue Studien wie der Global Entrepreneurship Monitor. Die fehlenden Gründer sind die fehlenden Unternehmer von morgen – eine Hypothek für Innovationsfähigkeit, Wachstum und Beschäftigung. Neue Gründer braucht das Land!

Richtig ist es aber auch zu sagen: Neue Gründer hat das Land! Denn immer stärker beteiligen sich Menschen mit Migrationshintergrund am Gründungsgeschehen in Deutschland. Sie beleben die Gründerszene mit Start-ups und den Mittelstand mit neuen Geschäftsideen. Unternehmen in allen Branchen werden heute von Inhabern mit Zuwanderungshintergrund geführt. Dass viele davon auf Wachstumskurs sind, sieht man daran, dass Migrantenunternehmer immer mehr Jobs schaffen. Zwischen 2005 und 2014 ist die Zahl der Arbeitsplätze, die Migrantenunternehmer geschaffen haben, von 947.000 auf 1,3 Millionen geklettert. Das zeigt unsere in dieser Serie veröffentlichte Studie „Migrantenunternehmen in Deutschland zwischen 2005 und 2014“.

Unternehmer mit Migrationshintergrund leisten aber auch einen Beitrag zu gelingender Integration. So zeigen Studien des Instituts für Mittelstandsforschung der Uni Mannheim, dass Migrantenunternehmen in überdurchschnittlichem Maß sozial Benachteiligte beschäftigen und ausbilden. Wer als Zuwanderer ein Unternehmen erfolgreich aufbaut und führt, vergrößert zudem die eigene Chance auf soziale Mobilität und wird zum Vorbild für ein erfolgreiches Ankommen in der neuen Heimat.

Hier findet das statt, was wir als „inklusives Wachstum“ bezeichnen, also ein Wachstum, das einzahlt auf Beschäftigung und Innovationskraft, und das gleichzeitig die Chance auf wirtschaftliche und soziale Teilhabe aller Bevölkerungsgruppen verbessert. Und dennoch wird dieses Potenzial nicht voll ausgeschöpft. Denn gerade gründungswillige Migranten stehen vor spezifischen Hürden und werden mit diesen oft allein gelassen. Ein Scheitern wird so wahrscheinlicher. Wichtig für den Erfolg sind individuelle Beratungsangebote, die die spezifischen Hürden adressieren und professionell den Weg in die berufliche Selbstständigkeit begleiten.

Heute gibt es von diesen Angeboten zu wenige. Auch dies zeigt die in dieser Serie veröffentlichte Studie „Migrantenunternehmen in Deutschland zwischen 2005 und 2014“. Den in der Gründungsberatung aktiven Institutionen fehlt vielfach das Wissen über erfolgreiche Ansätze und deren Anwendung. Mancherorts fehlt vielleicht auch die Sensibilität für das Thema. So belassen es viele Institutionen einfach bei der allgemeinen Gründerberatung, die teils an den spezifischen Bedürfnissen von Migranten vorbeigeht.

Genau hier setzt diese Publikation an. Denn es gibt intelligente institutionelle Settings und hochprofessionelle Berater; sie zeigen mit ihrer Arbeit, wie es gelingt, auf die spezifischen Bedürfnisse von Menschen mit Zuwanderungsgeschichte einzugehen und gleichzeitig eine effektive Beratungsleistung zu erbringen, die erfolgreiche Unternehmen auf den Weg bringt.

Sieben Einrichtungen, die genau dies leisten, stellen wir in dieser Publikation vor. Jede setzt einen spezifischen Schwerpunkt. So entsteht insgesamt ein Bild, das nicht den Anspruch auf Vollständigkeit hat. Aber es wird deutlich, welche Faktoren zusammenkommen müssen, um Gründungsberatung für Migranten erfolgreich zu gestalten. En passant sind auch Porträts erfolgreicher Migrantenunternehmer entstanden. Die Vielfalt der Wege in die Selbstständigkeit und die Vielfalt der Geschäftsideen – vom Importeur für den Großmarkt über den Entwickler von Apps bis hin zur spezialisierten Modelagentur – sind beeindruckend.

In Frankfurt haben wir zwei spezifische Angebote für Start-up-Gründer besucht: Das Projekt „**ChancenNutzer**“ im **Social Impact Lab** berät und begleitet junge Menschen mit Migrationshintergrund auf dem Weg zu einem erfolgreichen Unternehmen, gibt aber auch Social Entrepreneurs den Raum, ihre Idee zu realisieren. Das Bundesprojekt „**MIGRANTINNEN gründen**“ und **jumpp Frauenbetriebe e. V.** richtet sich an Frauen mit Migrationshintergrund. Die Erfahrung der **Arbeitsgemeinschaft Selbstständiger Migranten (ASM)** in Hamburg zeigt, wie die Zusammenarbeit zwischen einer Selbstorganisation von Migrantenunternehmern und der Handelskammer zum Nutzen der Existenzgründer gestaltet werden kann.

Auch außerhalb der großen Wirtschaftszentren macht es Sinn, Menschen auf dem Weg in erfolgreiche Selbstständigkeit zu begleiten. Einblicke in die Grundlagen ihrer Arbeit geben uns das **Gründungsbüro des IQ-Landesnetzwerk Saarland** und zwei Institutionen in Brandenburg: der **Lotsendienst für Migrantinnen und Migranten** und das **IQ-Landesnetzwerk Brandenburg**.

Migrantenunternehmen können nur in einem gesellschaftlichen Umfeld erfolgreich sein, das ihnen mit Akzeptanz und Anerkennung gegenübertritt. Der **PhönixPreis der Stadt München** zeigt jedes Jahr, dass Vielfältigkeit den Wirtschaftsstandort München stark macht. Einen ähnlichen Ansatz verfolgten das Kommunale Integrationszentrum und die Wirtschaftsförderung des Kreises Lippe in Nordrhein-Westfalen mit ihrem Projekt „**Ökonomische Vielfalt in Lippe**“, das sie gemeinsam mit Hochschulen ihrer Region durchführten.

Ergänzt wird die Publikation durch drei Kurzinterviews, die Einblick in die aktuelle Forschung zu Migrantenunternehmen geben. **Felicitas Hillmann** lehrt am Leibniz-Institut für Raumbezogene Sozialforschung und an der TU Berlin. **Rosemarie Kay** leitet das Institut für Mittelstandsforschung Bonn und **René Leicht** ist am Institut für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim tätig.

Der Wirtschaftsjournalist **Benjamin Dierks** hat die Geschichten des Gelingens für uns zusammengetragen. Ihm sei an dieser Stelle gedankt. Unser Dank gilt aber vor allem all denjenigen, die sich bereit erklärt haben, sich und ihre Arbeit für diese Publikation porträtieren zu lassen. Ihre Offenheit hat diese Texte erst möglich gemacht. Letztlich stellen die Reportagen selbstverständlich unsere Sicht auf die Institutionen und ihre Arbeit dar.

Wir hoffen, dass Praktiker aus der Gründungsberatung hier Anregungen für ihre Arbeit finden. Und wir wünschen uns, auch die institutionelle Kreativität der Akteure in Politik, Verwaltung und den Kammern anzuregen. Denn am Ende kommt es auch darauf an, entsprechende Angebote nachhaltig zu institutionalisieren.

Armando García Schmidt
Senior Project Manager,
Bertelsmann Stiftung

Wo Ideen wachsen lernen

„ChancenNutzer“ im Social Impact Lab in Frankfurt am Main

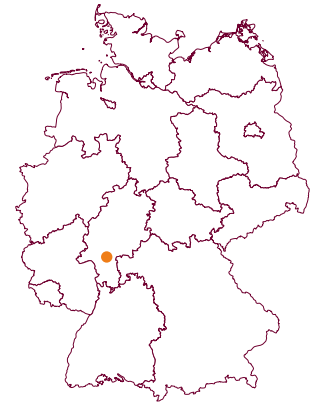
Manchmal sprechen Programmierer und der Rest der Welt dieselbe Sprache. So wie an diesem Nachmittag im Westen Frankfurts. Die Temperaturen steigen das erste Mal im Jahr in frühlingshafte Höhe, die Sonne scheint durch das Hinterhof-fenster im Social Impact Lab und Carolin Eißler tippt fünf Worte in ihr Smartphone: „Im Kühlschrank gibt es Eis.“ Noch einmal aufs Display getippt und überall um sie herum an den schlichten Designerschreibtischen summen die Telefone. Kurz danach ist das Eisfach leer.

Das Social Impact Lab ist ein Inkubator für junge Unternehmensgründer und Carolin Eißler ist die Community Managerin hier, also unter anderem für die Kommunikationsportale zuständig. Gerade hat sie die hauseigene App benutzt und allen Mitgliedern des Labs eine Push-Nachricht geschrieben, eine Mitteilung, die sich nicht in irgendwelchen Posteingängen versteckt, sondern sich direkt auf den Bildschirm drängelt. Solche Push-Texte werden oft für besonders dringende Nachrichten genutzt – so wie ein Eis am ersten Frühlingstag eben. Das haben alle verstanden, die hier im Lab arbeiten, die Tech-Leute ebenso wie die Betriebswirtschaftler und die Kreativen.

Der Wirtschaftsinformatiker ist Vermittler zwischen der Welt der Techniker und der Welt der Manager und Unternehmer.

Gurdip Mudhar ist besonders froh, dass die App ihren Dienst getan hat. Denn er hat sie entwickelt. Der Wirtschaftsinformatiker ist Vermittler zwischen der Welt der Techniker und der Welt der Manager und Unternehmer. Wenn es nämlich nicht gerade Eis zu verteilen gibt, das weiß Gurdip Mudhar, verstehen die beiden Seiten sich





herzlich schlecht. Er hat deswegen AppRocket gegründet, ein Start-up, das Unternehmen ihre eigene App mit einem Baukastensystem erstellt. Dafür muss niemand selbst programmieren können oder einem Programmierer erklären, was er machen soll. „Bei den BWLern geht es ums Verkaufen, um die schöne Darstellung, aber so denkt ein Programmierer nicht, der steckt in seiner eigenen Welt“, sagt Mudhar.

Im Social Impact Lab will der Jungunternehmer sich die nötige Unterstützung holen, um sein Geschäft in Schwung zu bringen. Mudhar hat seinen Laptop in einem der großen, offenen Gemeinschaftsräume aufgeklappt, der als Arbeits- wie als Besprechungszimmer genutzt wird. Der lange Tisch ist übersät mit Gläsern und Kaffeebechern. Hinter ihm zwei leuchtend orange gestrichene Regale, sonst gibt es kaum etwas, das von der Arbeit ablenken könnte. Große Glastüren trennen die Räume. Überall stehen Arbeitstische in Reih und Glied, an denen Mittzwanziger vor ihren Laptops brüten. Seit Ende des vergangenen Jahres nimmt Mudhar dort am Programm „ChancenNutzer“ teil, ein Angebot eigens für Gründer mit Migrationshintergrund. Mudhar ist in London geboren und in Deutschland aufgewachsen, seine Eltern stammen aus Indien.

Rund 160 junge Menschen zählen bereits zu den „ChancenNutzern“

Rund 160 junge Menschen zählen bereits zu den „ChancenNutzern“, darunter auch einige Teams, die gemeinsam an einer Idee arbeiten. Seit zwei Jahren läuft das Programm. Wer eine Geschäfts-

Schnittstelle: Gurdip Mudhar kann programmieren, denkt aber wie ein Manager. Das will er zum Geschäft machen.



Farid Bidardel (l.) leitet das Frankfurter Projekt „ChancenNutzer“ für Gründer mit Migrationshintergrund wie Gurdip Mudhar.

idee hat, möglichst nicht älter als 30 Jahre alt ist und entweder selbst nach Deutschland eingewandert ist oder von Einwanderern abstammt, kann sich bewerben. Es geht vor allem um Migranten, die in Deutschland aufgrund ihrer Herkunft benachteiligt sind und ihre Lebenssituation verändern wollen. Das ganze Jahr über werden je zum Monatsbeginn meist rund zehn neue Teilnehmer aufgenommen. Acht Monate lang können sie dann das Social Impact Lab kostenlos als Arbeitsplatz nutzen, sich von Mitarbeitern und externen Experten beraten lassen und ihr Konzept im Austausch mit den anderen Teilnehmern weiterentwickeln. Rund 40 Unternehmen sind bislang von „ChancenNutzern“ gegründet worden.

„Mich haben das Netzwerk und die Spezialisten gelockt, die hier sitzen.“

„Mich haben das Netzwerk und die Spezialisten gelockt, die hier sitzen“, sagt Gurdip Mudhar. „Ich kenne mich zum Beispiel mit dem Pricing nicht so gut aus, wie ich es gestalten soll und so weiter.“ Bei anderen Gründern im Programm könne er sich auch schnell ein paar Tipps dafür holen. Die Möglichkeiten für Gründer in Deutschland findet Mudhar verbesserungswürdig, zu langwierig, zu behäbig, insbesondere bei der Finanzierung. Gerade Migranten hätten Prob-

leme, an einen Bankkredit zu kommen und griffen auf Darlehen aus der Familie zurück. Die Entwicklung eines Unternehmens bis zur Marktreife sei damit aber fast unmöglich.

Akademiker entscheiden sich statistisch eher für die Selbstständigkeit, wenn sie eine Einwanderungsgeschichte haben.

Einwanderer spielen eine wichtige Rolle beim Entstehen neuer Unternehmen in Deutschland. Rund jeder fünfte Gründer in Deutschland ist nach Angaben der KfW entweder Ausländer oder hat die deutsche Staatsbürgerschaft erst nach der Geburt erhalten. Migranten gründen eher ein Unternehmen als Abstammungsdeutsche und tun das häufiger zum Vollerwerb. Das allein sagt noch nicht viel über ihren Gründergeist aus, weil Migranten immer wieder auch aus der Not heraus gründen, um etwa einen Aufenthaltsstatus zu sichern. Aber auch die Qualität der Gründungen verändert sich. Jedes vierte von Migranten gegründete Unternehmen verdient sein Geld mittlerweile mit wissensintensiver und moderner Leistung.

Bei der Beratung der jungen Unternehmer allerdings hapert es. Allgemeine Gründerinitiativen oder Handelskammern erreichen Migranten mit ihren Angeboten noch vergleichsweise selten. Deswegen helfen Einrichtungen wie das Social Impact Lab Gründern mit Migrationshintergrund beim Start in die Selbstständigkeit und bereiten sie auf den deutschen Markt, geschäftliche Gepflogenheiten, den rechtlichen Rahmen und besondere Hürden in Deutschland vor.

„Es fehlte die Nähe zur Zielgruppe.“

„Überdurchschnittlich viele Migranten gründen, aber unterdurchschnittlich viele von ihnen nehmen Beratungsangebote in Anspruch“, sagt Farid Bidardel, Projektleiter des „ChancenNutzer“-Programms. Auch die Frankfurter Initiative hatte anfangs Probleme, angehende Gründer mit Einwanderungsgeschichte zu erreichen. „Es fehlte die Nähe zur Zielgruppe. Wir haben gemerkt, dass vieles über private Verbindungen läuft“, sagt Bidardel. Viele wendeten sich erst an eine Beratung, wenn sie von Bekannten einen Tipp erhalten hätten. Das Social Impact Lab versucht



Farid Bidardel will für die Teilnehmer der „ChancenNutzer“ stets ansprechbar sein. Hier zeigt ihm Gurdip Mudhar im Gemeinschaftsbüro des Social Impact Labs eine neue Funktion auf seiner Website.

heute, nicht über andere Träger zu gehen, sondern sich direkt an Interessierte zu richten, unter anderem auch an Studienabbrecher.

Auch Bidardels Eltern sind Einwanderer, sie stammen aus dem Iran. Das spricht sich herum und nimmt vielen Gründungswilligen mit Migrationshintergrund die Hemmungen, Rat zu suchen. Bidardel ist mit seinen 30 Jahren auch nah am Alter vieler Gründer. Vor rund anderthalb Jahren hat er seine Arbeit im Social Impact Lab aufgenommen. Die Diskriminierung, von der viele Teilnehmer berichteten, habe auch er erfahren, sagt Bidardel. „Ich sehe mich als Deutscher, aber wenn ich mich um einen Job bewerbe oder eine Wohnung mieten möchte, sind mein iranischer Name und mein iranisches Aussehen trotzdem das erste, was wahrgenommen wird.“ Die Teilnehmer spürten, dass er sie verstehe.

„Meistens aber stellten sie nach den ersten Gesprächen fest, dass die Finanzierung ihr letztes Problem ist.“

Viele der Gründer, die zu ihm kommen, seien überzeugt davon, dass sie eigentlich nur noch eine Finanzierung bräuchten um loszulegen, sagt Bidardel. Oft hätten sie eine konkrete Summe im Kopf. „Meistens aber stellten sie nach den ersten Gesprächen fest, dass die Finanzierung ihr letz-

tes Problem ist.“ Wie Einnahmeseite, Kundenbeziehung und Kostenstruktur aussehen oder was das Unternehmen vermitteln soll, hätten sich viele dann noch gar nicht gefragt. „Wir fragen immer wieder: Was willst Du eigentlich, wie willst du es hinkriegen und warum?“, sagt Bidardel. Vor allem sein Studium der Pädagogik und Psychologie kommt ihm zugute, wenn er Gründern bei der Motivationsuche oder ihrer Entwicklung als Team hilft. Auch als strategischer Berater sei er für viele Teams wertvoll.

„Es muss jemand sein, der seine Arbeits- und Lebenssituation verändern möchte.“

Um die Hürden für eine Bewerbung so niedrig wie möglich zu halten, lädt Bidardel Interessierte zu einem Kennlerngespräch ein. Sie sollen möglichst ungezwungen von ihrem Vorhaben berichten. Dabei versucht er, so viel wie möglich zu erfahren. Die Idee soll passen zum Rest des „ChancenNutzer“-Programms, sie soll tragfähig sein – und die Bewerber sollen die Hilfe im Social Impact Lab wirklich benötigen und bereit sein, sich helfen zu lassen. „Wir wollen nicht jemandem helfen, der unsere Hilfe gar nicht braucht und es auch ohne uns schaffen würde“, sagt Bidardel. „Wer schon vier Start-ups hat und ein neues nebenbei machen möchte, passt nicht in unser Programm. Es muss jemand sein, der seine



Farid Bidardel kennt die Probleme der Gründer in seinem Programm.

Arbeits- und Lebenssituation verändern möchte.“ Und es müsse deutlich werden, dass der Migrationshintergrund eine wirtschaftliche oder gesellschaftliche Benachteiligung zur Folge hat.

Farid Bidardel legt Wert auf regelmäßigen Austausch.

Die grundsätzliche Beratung übernehmen Bidardel und sein Kollege Nils Hafa, der das Social Impact Lab in Frankfurt leitet. Bidardel und seine Kollegen haben kein abgetrenntes Büro, sondern sitzen an ein paar zusammengestellten Schreibtischen direkt am Empfang. Spezifischere Beratung, etwa bei Steuerberatern oder Anwälten, erhalten die Gründer bei externen Experten. Dafür stehen jedem Teilnehmer 20 Beratungsstunden außer Haus zur Verfügung.

Wer zum „ChancenNutzer“ wird, erhält mehr als eine Beratung, nach der er wieder auf sich gestellt ist. Als Inkubator will das Social Impact Lab die Teilnehmer wachsen sehen. Projektleiter Farid Bidardel legt Wert darauf, dass seine Schützlinge regelmäßig im Lab auftauchen und vom Miteinander im Gemeinschaftsbüro profitieren. Immer wieder lädt er zu gemeinsamen Mittagessen oder Frühstück mit Gastrednern

ein. Irgendwann merkten die Macher des Labs auch, dass eine bessere Dynamik entsteht, wenn die Teilnehmer sich einer Gruppe zugehörig fühlen. Seitdem starten neue Gründer gemeinsam in kleinen Gruppen zum Monatsbeginn.

Am Frankfurter Lab sind die JPMorgan Chase Foundation und die KfW Stiftung beteiligt.

Social Impact Labs gibt es neben Frankfurt auch in Berlin, Hamburg, Leipzig, Duisburg und Potsdam. Sie werden von der Social Impact gGmbH betrieben, einem Beratungsunternehmen, das sich die Förderung sozial Benachteiligter und sozialen Unternehmertums auf die Fahnen geschrieben hat. Die jeweiligen Angebote werden mithilfe unterschiedlicher Stiftungen und Unternehmen finanziert. Am Frankfurter Lab sind die JPMorgan Chase Foundation und die KfW Stiftung beteiligt. Für „ChancenNutzer“ und das ebenfalls im Lab angebotene Programm „AndersGründer“ für angehende Social Entrepreneurs haben die beiden Stiftungen gemeinsam ein Projektbudget für drei Jahre von 1,5 Mio. Euro zur Verfügung gestellt. Nach Ablauf des Förderungszeitraums soll das Projekt überprüft werden, samt der Frage, ob sich auch andere Finanzierungsquellen anbieten.

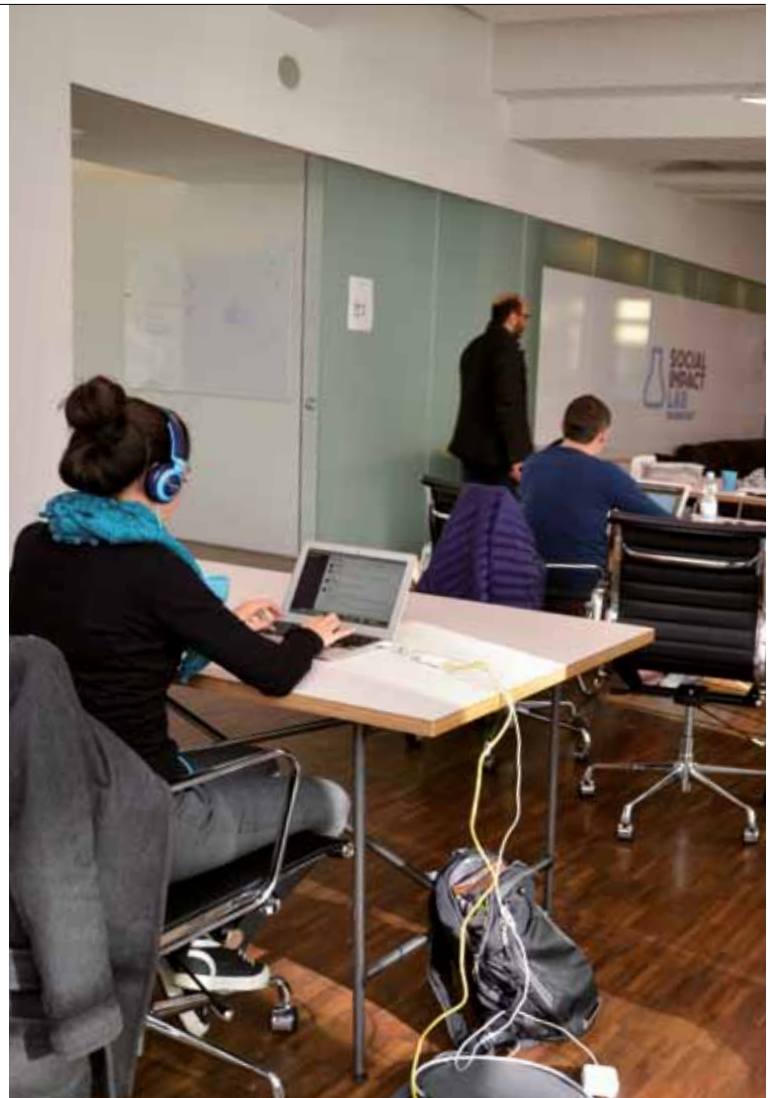
Die JPMorgan Chase Foundation hat das „ChancenNutzer“-Konzept mit ausgearbeitet. Als das Social Impact Lab um Finanzierung warb, habe die Stiftung angeregt, nicht allein Sozialunternehmer zu unterstützen, sondern auch Menschen mit Migrationshintergrund, sagt Sara Günnewig von JPMorgan Chase, die am Entstehen der „ChancenNutzer“ beteiligt war. Ein zentraler Gedanke der Stiftung sei, Migranten in Arbeit und Ausbildung zu bringen. Mitarbeiter der Stiftung sind auch hin und wieder dabei, wenn die teilnehmenden Gründer nach vier Monaten ein erstes Fazit ihres Gründungsvorhabens ziehen.

Die JPMorgan Chase Foundation legte auch Wert darauf, dass niemand allein gelassen wird, der sich nicht als der geborene Unternehmer entpuppt. „Wir lassen niemanden fallen“, sagt Farid Bidardel. Wer an der Gründung scheitert, soll Beratung über Ausbildungs- oder Arbeitsmöglichkeiten erhalten. Dafür arbeitet das Social Impact Lab mit dem „Welcomecenter“ zusammen, das sich bei der Arbeitsagentur um Ausländer kümmert. Von dort kommen auch einige Bewerber ins Lab.

Es dauert viel zu lange, wieder zu dem zu kommen, was man vorher schon gemacht hat.

Insbesondere innereuropäische Migranten, etwa aus Spanien, interessierten sich für eine Gründung, wenn die Anerkennung von Qualifikationen und Erfahrungen in Deutschland zu lange dauert. „Über den Kontakt zum Welcomecenter treffen wir viele Menschen, die nach Deutschland gekommen sind, oft schon mit abgeschlossener Ausbildung oder Arbeitserfahrung“, sagt Bidardel. „Die sitzen dann monatelang da und warten darauf, dass irgendwelche Zertifikate anerkannt werden. Dann müssen sie womöglich noch irgendwelche Praktika machen. Es dauert viel zu lange, wieder zu dem zu kommen, was man vorher schon gemacht hat. Von denen sagen einige: Dann mache ich mich doch lieber selbstständig.“

Anders als viele Inkubatoren im IT-Sektor gibt das Social Impact Lab den Gründern neben Arbeitsplatz und Beratung kein Startkapital. Dafür verlangt es aber auch keine Beteiligung an den gegründeten Unternehmen. Ansonsten ist vieles



Die Teilnehmer des „ChancenNutzer“-Programms haben im Social Impact Lab stets einen Arbeitsplatz.

ähnlich wie bei anderen Start-up-Unterstützern. Inkubatoren sind meist nicht für Gründer gedacht, die vor der Arbeitslosigkeit bewahrt werden müssen, sondern davor, trotz ihres unternehmerischen Potenzials einen regulären Job anzunehmen. Und Inkubatoren gibt es oft an Unis, wo es viele gute Ideen gibt, aber selten Unternehmer. Und obwohl Langzeitarbeitslose und prekär Beschäftigte die ursprünglichen Adressaten der „ChancenNutzer“ waren, werben Bidardel und sein Team auch viel an Universitäten. Gerade unter Studienabbrechern seien viele Migranten, die sich für eine Gründung interessierten.

Unter den Gründern im „ChancenNutzer“-Programm sind deshalb viele, die man eher der Start-up-Szene zurechnen würde als der klassischen Migrantenökonomie. App-Entwickler



Halb Unternehmer, halb Aktivist: Pedram Aghdassi will mit seinem Start-up „Creative Change“ Rassismus an Schulen bekämpfen.

sind darunter, Webdesigner und solche, die traditionelles Geschäft mit der Internet-Ökonomie verbinden wollen. Ein Team etwa entwickelt eine App für regionale Schuhgeschäfte. Und einige entdecken erst im Social Impact Lab die soziale Ader ihres Unternehmens. „Viel fragen sich während ihrer Zeit hier: Wo ist eigentlich mein Social Impact?“, berichtet Farid Bidardel. Das ist kein Muss, aber durchaus ein gewollter Effekt der gemeinsamen Förderung von Sozialunternehmern und Migranten. Am Arbeitsplatz und bei organisierten gemeinsamen Treffen begegnen sich die Teilnehmer der „ChancenNutzer“ und „AndersGründer“ und fördern Projekte für sozio-ökonomische Integration von Menschen mit Fluchtgeschichte.

„Wir hoffen, dass die Schüler sich in dieser Woche für andere Kulturen und Menschen öffnen.“

Bei Pedram Aghdassi kam von vornherein beides zusammen: der Migrationshintergrund und der soziale Gedanke bei der Gründung. Er hat den Verein Creative Change gegründet und hat sich zum Ziel gesetzt, Rassismus an Schulen zu bekämpfen. Mit seinem Team fährt er an Schulen in ganz Deutschland, vor allem aber in Hessen und in Ostdeutschland. Dort veranstaltet er Theater-Projektwochen zum Thema. In kurzen Theatervorführungen konfrontieren er und die

anderen Mitarbeiter von Creative Change die Schüler mit alltäglichen Diskriminierungen. Zurzeit ist vor allem der Umgang mit Flüchtlingen Thema. Kurz vorm Höhepunkt des vorgeführten Stücks brechen die Darsteller ab und diskutieren mit den Schülern anschließend den möglichen Fortgang des Geschehens. „Wir hoffen, dass die Schüler sich in dieser Woche öffnen für andere Kulturen und Menschen“, sagt Aghdassi.

Seit vier Monaten wird Creative Change im Rahmen der „ChancenNutzer“ gefördert. Bislang finanziert sich der Verein vor allem aus projektbezogenem Fördergeld des Bundes. Oft ergeben sich aus den Terminen in den Schulen neue Projekte. Manch eine Schule etwa vereinbart eine Fortbildung, um mit Aghdassis Hilfe ihre Lehrer für Rassismus zu sensibilisieren. Aber die Finanzierung ist noch Stückwerk. Nun will Aghdassi die Arbeit seines Teams finanziell auf solidere Füße stellen. Dafür sucht er Hilfe im Social Impact Lab.

„Wir sind vor allem ein Team von Pädagogen und keine Wirtschaftsleute.“

„Wir stehen immer wieder vor Situationen, wo wir denken, da haben wir noch keine Erfahrung“, sagt Aghdassi. „Hauptsächlich sind wir ein Team von Pädagogen und keine Wirtschaftsleute, die Ahnung davon haben, wie wir Fördermittel akquirieren.“ Nun will Creative Change beim Bund ein Modellprojekt beantragen, das die Arbeit über die kommenden Jahre sichern würde. Aghdassi und seine Kollegen hätten dann 130.000 Euro pro Jahr zur Verfügung. Wenn sie noch eine Kofinanzierung von 20 Prozent finden, könnten sie fortan fest angestellt arbeiten und wären nicht mehr auf Nebenverdienste angewiesen. Bislang koordiniert Aghdassi noch in Teilzeit Inklusionsprojekte an Schulen für den Sozialverband VdK.

Auch Pedram Aghdassi kam über die Empfehlung eines Freundes zum Social Impact Lab. Nach dem Tipp bewarb er sich mit Creative Change fürs „ChancenNutzer“-Programm. Neben einzelnen Gründern werden auch ganze Teams aufgenommen. „Für uns ist es eine Riesenhilfe, Räume zu haben, in denen wir proben können. Dafür etwas zu mieten, wäre für uns zu teuer.“ Und die Zusammenarbeit im Social Impact Lab hat auch

schon etwas gebracht: Ein junger Rap-Künstler, der hier ein Unternehmen aufzieht, tritt jetzt auch im Theaterprogramm von Pedram Aghdassi auf.

Seinen Migrationshintergrund spürt Aghdassi jeden Tag bei seiner Arbeit. Als er neulich an einer Schule in Sachsen spielte, nahm eine Klassenlehrerin ihn zur Seite und sagte, er solle es sich nicht zu Herzen nehmen, wenn die Schüler etwas komisch reagierten. Es sei ihre erste Begegnung mit einem Schwarzen. Aghdassis Eltern stammen aus dem Iran. Sein Vater kam 1978 nach Deutschland zum Arbeiten, ein Jahr vor der Islamischen Revolution. Weil er der religiösen Minderheit der Bahai angehört, die seit dem Sturz des Schahs rücksichtslos verfolgt wird, konnten er und seine Familie nicht mehr in den Iran zurückkehren.

„Ich habe so viel Ungerechtigkeit im System Schule gesehen, dass ich dieses Thema angehen möchte.“

Aghdassis Erfahrungen in seiner Kindheit und Jugend haben viel dazu beigetragen, dass er sich heute mit Rassismus und Ausgrenzung beruflich beschäftigt. Als er in Ingolstadt in die erste Klasse kam, sprach er schon fehlerfrei Deutsch, trotzdem wurde er mit allen Ausländerkindern in einen Deutschkurs gesteckt. Später kam er auf eine Klosterschule. Als beim Abendmahl in der ersten Woche alle anderen Kinder die Hostie entgegennahmen, wollte er nicht der Sonderling sein und machte mit. Zum Dank bekam er von seinen Lehrern zu hören, was ihm denn einfallen, mit seiner fremden Religion die Oblate zu essen, sie sei schließlich der Leib Christi. „Ich habe so viel Ungerechtigkeit im System Schule gesehen, dass ich dieses Thema angehen möchte“, sagt der 28-Jährige. „Ich habe gehört, dass in dem Beruf, den man sich aussucht, immer auch ein bisschen Traumabewältigung steckt.“

Es gibt einige Gründer im „ChancenNutzer“-Programm, die sich bei ihrer Gründungsidee von ihrer Einwanderungsgeschichte haben inspirieren lassen – nicht nur durch die Diskriminierung in Deutschland. Ein Team will Schulen in Afrika bauen, ein anderes unterstützt türkischstämmige Studenten in Deutschland. Zwei junge Gründe-

rinnen wollen das in Äthiopien wachsende und besonders reichhaltige Getreide Teff dort zu Produkten verarbeiten und diese dann in Deutschland vertreiben.

Die Einwanderungsgeschichte bietet häufig unerkanntes unternehmerisches Potenzial und kann zur Lebensader eines Geschäfts werden.

„Die Lebensgeschichte der Menschen ist eine der wichtigsten Fragen für uns. Wenn man einen Vorteil daraus ziehen kann, warum nicht?“, sagt Farid Bidardel. „Durch die Globalisierung entwickeln sich Dinge, die ein deutscher Unternehmer womöglich nicht machen könnte.“ Es geht bei vielen Gründern um mehr, als allein die Nachteile auszugleichen, die durch einen Migrationshintergrund entstehen können. Die Einwanderungsgeschichte bietet häufig unerkanntes unternehmerisches Potenzial und kann zur Lebensader eines Geschäfts werden. Die Kenntnisse über ein anderes Land und die Erfahrungen über die kulturellen, geschäftlichen und gesellschaftlichen Grenzen Deutschlands hinaus, das zeigt sich bei den „ChancenNutzern“ immer wieder, können ein entscheidender Marktvoorteil sein.

Frauen, die sich trauen

Bundesprojekt „MIGRANTINNEN gründen“ und jumpp – Frauenbetriebe e. V. in Frankfurt am Main

„Ich habe mich entschieden, das zu zeigen, was ich sehen möchte.“

Ein Unternehmen auf die Beine zu stellen, ist für die meisten Gründerinnen und Gründer ein großer Schritt. Für Elizabeth Nehring ist er nicht nur groß, für sie hat er biblische Ausmaße. Nehring hat ihr Unternehmen Elli Gilgal getauft. Gilgal ist der biblische Ort, an dem die Israeliten erstmals Rast machten bei ihrem Einzug ins Gelobte Land. Hier wurden sie nach ihrer langen Reise durch die Wüste beschnitten – das Symbol dafür, dass Gott die Schande der Sklaverei in Ägypten von ihnen abgewälzt hatte. Das gefiel Nehring: Die Schande der Sklaverei hinter sich zu lassen, das sollte zum Sinnbild ihres neuen Unternehmens werden.

Elizabeth Nehring hat eine Modelagentur gegründet, allerdings keine ganz gewöhnliche. Elli Gilgal führt nur Schwarze in der Kartei – oder Black Models, wie Nehring es branchenüblich auf Englisch sagt. Nehring will, dass Schwarze sichtbarer werden. Ihr Management hat es sich zum Ziel gesetzt, schwarze Models in allen Branchen zu etablieren und ein positives Bild von Afrikanern zu etablieren. Als Kind habe sie Afrikaner in den deutschen Medien nur gesehen, wenn es um Armut, Hunger, Krieg oder Aids ging, sagt sie. Nehring wurde in Kamerun geboren und kam im Alter von acht Jahren mit ihrer Familie nach Deutschland. Dieses Bild von damals will die Mittdreißigerin abstreifen. „Ich habe mich entschieden, das zu zeigen, was ich verändert sehen möchte und Teil der Lösung zu sein, anstelle nur auf das zu schauen, was war oder noch nicht ist“, sagt sie.

Mit dem Konzept hat Nehring im vergangenen Jahr an „MIGRANTINNEN gründen“ teilgenommen,

einem Förderprogramm, das vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend finanziert wird. Darin werden 20 Frauen mit Einwanderungsgeschichte ein Dreivierteljahr lang bei ihrer Unternehmensgründung von einem persönlichen Mentor begleitet. Dazu gibt es Workshops und persönliche Fachberatung.

Das soll helfen, um das Unternehmen an den Start zu bringen. Der Gedanke dahinter: Migrantinnen fällt der Zugang zum Arbeitsmarkt in Deutschland oft noch schwerer als Männern, die eingewandert sind. Selbstständigkeit kann für viele eine Möglichkeit dazu bieten. Doch obwohl viele Frauen unternehmerisches Potenzial mitbrächten, gebe es kaum Projekte, um sie beim Gang in die Selbstständigkeit zu unterstützen, heißt es im Bundesfamilienministerium. Ein eigens abgestimmtes Programm könne dazu beitragen, aus Migrantinnen erfolgreiche Gründerinnen zu machen.

„Für sie ist es selbstverständlich, dass sie in unterschiedlichen Kulturkreisen gelebt haben. Es ist ihnen nicht bewusst, was für ein unglaubliches Asset das ist.“

Viele Frauen seien zu bescheiden, was Erfahrungen und Qualifikationen angeht, die sie durch ihre Herkunft und Wanderung in ein anderes Land gesammelt hätten. „Für sie ist es selbstverständlich, dass sie in unterschiedlichen Kulturkreisen gelebt haben. Es ist ihnen nicht bewusst, was für ein unglaubliches Asset das ist“, sagt Ramona Lange, Leiterin von „MIGRANTINNEN

Nicht nur Start-up, sondern Mission: Elizabeth Nehring will mit ihrer Agentur Elli Gilgal schwarzen Models eine Plattform geben.







Frauenpower: Ramona Lange leitet das Programm „MIGRANTINNEN gründen“, das Gründerinnen in einem Jahr fit machen soll fürs eigene Unternehmen.

gründen“. „Das versuchen wir ihnen bewusst zu machen, in unserem Projekt, was sie alles mit sich herumtragen in ihrem Rucksack und welche Stärken sie mitbringen.“

„Aber wir sind immer noch nicht so weit, dass wir Chancengleichheit und gleiche, gerechte Teilhabe realisiert haben.“

Ramona Lange ist Mitarbeiterin des Vereins „jumpp – Frauenbetriebe in Frankfurt am Main“, der nach einer bundesweiten Ausschreibung 2014 die Durchführung von „MIGRANTINNEN gründen“ übernommen hat. Das Modellprojekt läuft zwei Jahre lang, im Frühjahr ist die zweite Staffel Gründerinnen an den Start gegangen. jumpp ist aus der Emanzipationsbewegung der 1980er Jahre hervorgegangen und hilft in erster Linie Frauen, die sich selbstständig machen wollen. „Wir haben uns schon immer für Chancengleichheit und Teilhabe von Frauen eingesetzt“, sagt Lange. Seit den 1980er Jahren habe sich aber einiges verändert. Die heutige Generation habe eine andere Haltung. „Sie musste sich nicht dafür einsetzen, was die Generationen zuvor geleistet haben“, sagt Lange. „Aber wir sind immer noch nicht so weit, dass wir Chancengleichheit und gleiche, gerechte Teilhabe realisiert haben.“

Model-Agentin Elizabeth Nehring hat in der Lobby eines Co-Working-Büros im Frankfurter Bahnhofsviertel Quartier bezogen. Aus ihrer Handtasche zieht sie ihren Laptop, aus der Gemeinschaftsküche holt sie sich einen Espresso. Dann lässt sie sich in einen grauen Designersessel sinken. Das ist alles, was sie zum Arbeiten braucht. Mit ihrer Jeans und der weißen Kostümjacke ist sie noch lässig genug für die Start-up-Leute in ihren Kapuzenpullis und Turnschuhen, die hier sonst so herumlaufen, und elegant genug für jedes Geschäftsessen.

Ihre Website ist gerade fertig geworden. Nehring hat mittlerweile 20 Models. Im Moment habe sie mehr Männer als Frauen in der Kartei, berichtet sie amüsiert. Sie habe sich neben klassischen Models auch auf Kinder und People spezialisiert, also Leute, die keine Modelmaße haben, aber als Typen trotzdem für Werbung oder andere Produktionen geeignet sind. Nehring ist ganz Geschäftsfrau, wenn sie das Angebot ihrer Agentur preist. Aber wenn sie von der Motivation berichtet, ihr Unternehmen zu gründen, wird schnell klar, dass sie nicht nur ein beliebiges Start-up hat, sondern eine Mission.

„Bilder machen Leute, Bilder haben das Potenzial zu zerstören, Menschen, Länder und Kontinente.“

„Bilder machen Leute, Bilder haben das Potenzial zu zerstören, Menschen, Länder und Kontinente. Bilder haben Macht, Kraft und Faszination. Wir denken in Bildern und Bilder beeinflussen unser Denken“, sagt sie. Aus diesem Grund sei es so wichtig, ein positiveres Bild von Schwarzen und Afrikanern zu zeigen. Nehring ist schon seit zehn Jahren als Hobbyfotografin unterwegs. Ihren geschärften Blick fürs gute Motiv will sie jetzt als Agentin nutzen.

„Aber wenn man als Migrantin zusammengefasst wird, dagegen sträube ich mich.“

Elizabeth Nehring hat es einem Zufall zu verdanken, dass sie Unternehmerin geworden ist – zumindest jetzt schon. „Ich wollte schon immer Spuren hinterlassen“, sagt sie. Aber ohne „MIGRANTINNEN gründen“ und ihre Mentorin, die



In Collagen haben die Teilnehmerinnen von „MIGRANTINNEN gründen“ dargestellt, wie sie sich und ihre Geschäftsidee sehen.

Rechtsanwältin Alia von Werder, hätte sie es wohl noch ein wenig auf die lange Bank geschoben. Nehring besuchte im Dezember 2014 einen Literaturclub in den Räumen von jump, als Ramona Lange sie ansprach. Sie fragte Nehring, ob sie nicht Interesse hätte, an „MIGRANTINNEN gründen“ teilzunehmen. Die wusste damit zunächst nicht viel anzufangen. „Als Ramona Lange damals Migrantinnen sagte, habe ich mich nicht angesprochen gefühlt. Ich habe gleich gesagt, ich bin deutsch“, berichtet Nehring. „Es hat ja tatsächlich eine Migration gegeben, so gesehen habe ich mit dem Begriff an und für sich kein Problem. Aber wenn man als Migrantin zusammengesfasst wird, dagegen sträube ich mich.“

Der Verein will ein modernes Weltbild schaffen, das Frauen Teilhabe ermöglicht.

Ramona Lange weiß, dass es irritierend für viele Frauen sein kann, mit solch einem Programm auf ihre Einwanderungsgeschichte festgelegt zu werden. „Sie wollen draußen eigentlich nicht als Migrantinnen wahrgenommen werden und jetzt kommen wir und versuchen, ihnen wieder so ein Stigma aufzusetzen“, sagt die Projektleiterin. Auf der anderen Seite seien Migrantinnen mit vielen Vorurteilen konfrontiert und kämpften oft noch vergebens um Akzeptanz und Chancengleichheit. jump müsse diese gesellschaftspolitische Sicht berücksichtigen. Schließlich wolle der Verein ein

modernes Weltbild schaffen, das Frauen Teilhabe ermögliche.

„Es muss eine Geschäftsidee sein, für die ein Markt vorhanden ist.“

„MIGRANTINNEN gründen“ ist das erste Bundesprojekt, das jump betreut. Und es läuft etwas anders ab als der sonst übliche Betrieb der Gründungsberaterinnen. Wer sich bewirbt, sollte eine ziemlich gute Vorstellung davon haben, wie das geplante Unternehmen aussehen wird. „Es muss schon eine Geschäftsidee sein, für die ein Markt vorhanden ist“, sagt Lange. In der normalen Beratung kämen Frauen oft mit vagen Ideen. Dort überlege sie häufig mit den Gründerinnen gemeinsam, wie sich die Geschäftsidee anpassen lässt. Im Bewerbungsprozess für „MIGRANTINNEN gründen“ bleibt nicht viel Raum, um Grundlegendes zu verändern. „Wir starten mit einer anderen Voraussetzung: Die Idee ist schon so gut, dass man damit ein Business aufbauen kann.“

Gründerinnen aus vielen verschiedenen Ländern und Branchen sind im Projekt, das war eine Auflage des finanzierenden Familienministeriums: von der Chinesin, die Konzerne aus ihrer Heimat bei der Investition in deutsche Mittelständler beraten möchte über eine amerikanische Künstlerin bis hin zu einer Türkin, die sich als Unternehmerin den Traum vom eigenen Hamam erfüllen will.



16 Städte und fünf Länder in elf Jahren: Cristina Conesa Carbonell fand ihre Geschäftsidee, weil sie selbst so viel unterwegs war. Heute hilft sie ausländischen Arbeitnehmern, die nach Frankfurt versetzt werden, beim Ankommen.

„Das eine ist die Idee, das andere ist der Mensch.“

Die zehnjährige Erfahrung als Beraterin hilft Lange. Sie kann mittlerweile recht schnell einschätzen, ob ein Marktpotenzial vorhanden ist. „Das sagt aber noch gar nichts darüber aus, ob diese Person die Idee auch umsetzen kann“, sagt Lange. „Deswegen ist es so wichtig, dass man den Menschen erst einmal kennenlernt. Das eine ist die Idee, das andere ist der Mensch.“ Auch das Feld der Teilnehmerinnen bei „MIGRANTINNEN gründen“ unterscheidet sich deutlich von der Gruppe derer, die sonst bei einer generellen Gründungsberatung für Frauen oder Migranten aufläuft. Fast alle Teilnehmerinnen haben studiert und haben oft bereits eine erfolgreiche Karriere hinter sich. Viele von ihnen suchen nun etwas Neues. Dass die beste Idee nicht davor schützt, kräftig vor die Wand zu fahren, hat Cristina Conesa Carbonell erlebt. Die Spanierin hat ebenfalls an der ersten Staffel von „MIGRANTINNEN gründen“ teilgenommen. Die Geschäftsidee brachte der Alltag: Conesa Carbonell fand als Mutter zweier Kinder keine Kita in Frankfurt.

Die erste Geschäftsidee war da: Fachkräftetransfer aus Spanien.

„Und es hat mir überhaupt nicht eingeleuchtet, warum es in Spanien so viele Arbeitslose gibt und man hier keine Erzieher findet“, sagt die gebürtige Barcelonerin. Die erste Geschäftsidee war da: Fachkräftetransfer aus Spanien. „Das kann man auch politisch gut verkaufen.“ Auch ihr Mentor bei „MIGRANTINNEN gründen“ war zufrieden. Es gebe Konkurrenz und wo Konkurrenz sei, sei auch ein Markt, sagte Andreas Herzog, ein Start-up-Berater. Aber Conesa Carbonell beschlich ein schlechtes Gefühl. Sie klickte sich durch Online-Foren, las, dass spanische Facharbeiter in ihrer Not abenteuerlichen Verträgen zustimmten in Deutschland. Davon wollte sie nicht Teil sein. Und sie legte eine Pause ein. Auch das wurde zugelassen im Projekt. Es gibt eine eigene Beraterin bei jump für solche Krisen.

Alle Entwicklungen im Projekt sind interessant für die Macherinnen und für die politischen Auftraggeber in Berlin. „Das Projekt heißt ‚MIGRANTINNEN gründen‘, also geht es natürlich darum, dass die Migrantinnen auch tatsächlich gründen“, sagt Projektleiterin Ramona Lange. Wichtig

sei aber auch, wie sich die Teilnehmerinnen im Gründungsprozess verhalten hätten und wie ihre Aussichten sind. Das Projekt wird vom Institut für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim evaluiert, einem der führenden Einrichtungen für die Erforschung der Migrantenökonomie. Aus den Erkenntnissen sollen mögliche Leitlinien für die Gründungsberatung von Migranten und Migrantinnen abgeleitet werden. Es geht nicht allein um den individuellen Erfolg der Teilnehmerinnen, es geht auch um Wissenstransfer.

„Ich habe in den letzten elf Jahren in 16 verschiedenen Städten in fünf verschiedenen Ländern auf drei verschiedenen Kontinenten gelebt.“

Die rettende neue Idee kam Cristina Conesa Carbonell bei einer Auszeit in Spanien am Strand. Sie lacht bei der Erinnerung. Wo sonst sollte eine Spanierin zu sich finden? Sie überlegte, was ihr wirklich Spaß machte, und mit etwas Abstand stellte sie fest: Es ist das, was ihr Leben bis dahin ausgemacht hatte. Seit Jahren jettete die Marketingmanagerin durch die Welt, lebte in Deutschland, England, China und in den USA. „Ich habe in den letzten elf Jahren in 16 verschiedenen Städten in fünf verschiedenen Ländern auf drei verschiedenen Kontinenten gelebt“, sagt sie. Das hat sie zu ihrem Wahlspruch gemacht. Nun ist sie wieder in Frankfurt – weil ihr nach der Geburt des zweiten Kindes die Elternzeit in den USA zu kurz war. Dort hätte sie nach drei Monaten wieder voll einsteigen sollen. Der Nachteil in Deutschland: Wieder in eine normale Vollzeitstelle zu gehen, und das in einer Führungsposition, findet sie als Mutter zweier Kinder nicht machbar. Auch Conesa Carbonell hat sich in einen Co-Working-Space eingemietet, der in ihrer Nachbarschaft in Bornheim liegt. Das passt zu ihrer Arbeitsweise. Hier findet sie die nötige Ruhe, wenn sie sich konzentrieren muss, ist aber auch schnell wieder zu Hause.

Damit war die neue Geschäftsidee gefunden: Relocation

„Ich bin mein halbes Leben unterwegs gewesen. Und egal, ob es Dauerregen gibt in England oder ob es in China stinkt, jeder hat seine eigenen Strategien, es sich trotzdem schön zu machen



Cristina Conesa Carbonell merkt häufig erst im Kontakt mit ihren spanischen Kunden, wie deutsch sie selbst schon geworden ist.

und sich das zu besorgen, was man braucht“, sagt Conesa Carbonell und streicht sich über das kurze rote Haar, das sorgfältig verwuschelt in alle Richtungen steht. „Und das mache ich gut, das habe ich für mich und meine Familie immer gemacht und das kann ich für andere auch tun.“ Damit war die neue Geschäftsidee gefunden: Relocation – anderen Menschen aus dem Ausland helfen, nach einem Umzug aus beruflichen Gründen in der Fremde anzukommen. Frankfurt ist dafür ein gutes Pflaster. Bei den Banken und anderen Konzernen kommen dauernd neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus dem Ausland an. „Dann war auch mein Mentor wieder zufrieden“, sagt Conesa Carbonell.

Viele der Mentoren sind ebenfalls selbstständig oder haben Erfahrungen als Unternehmer gesammelt.

Den Mentorinnen und Mentoren kommt eine wichtige Rolle zu im Projekt. Sie sind die erste Ansprechperson für die Gründerinnen, sie bekommen am ehesten mit, wenn es einmal hakt. Und nur wenn die Chemie stimmt zwischen ihnen und den angehenden Unternehmerinnen,

fährt das Tandem, wie Ramona Lange es nennt. Um die passende Partnerin zu finden, fand zu Beginn der Staffel eine Art Speed-Dating statt. In einigen Minuten mussten die Teilnehmerinnen sich und ihre Idee den Mentorinnen und Mentoren einzeln vorstellen. Danach fanden sich die Paare nach gegenseitiger Vorliebe zusammen. Viele der Mentorinnen und Mentoren sind ebenfalls selbstständig und erfahrene Unternehmerinnen und Unternehmer. Ramona Lange achtete darauf, dass sie auch Paare zusammenbrachte, die nicht aus derselben Branche kamen.

Aber kulturelle Unterschiede stellt sie schon fest und die hat sie nun auszubügeln.

Cristina Conesa Carbonell entdeckt heute einige Parallelen zwischen dem Verhältnis, das sie zu ihrem Mentor hatte, und ihrem Verhältnis zu ihren Kunden jetzt. Ihr Mentor hielt sie damals an, alle Quittungen aufzubewahren, die Papiere in Ordnung zu halten. Genau das tut sie heute mit ihren Kunden. Viele von ihnen sind wie Conesa Carbonell Spanier. „Ich weiß nicht, ob das kulturell bedingt ist oder einfach persönlich“, sagt sie. Aber kulturelle Unterschiede stellt sie schon fest und die hat sie nun auszubügeln. „Meine ersten Kunden waren liebe Typen, Singles, Spanier, die haben auf mich gehört“, sagt Conesa Carbonell. „Dann gibt es schwierigere, Familien, die kommen aus dem Süden und denken, sie kommen her und haben hier innerhalb einer Woche eine Kita.“ Dazu wollten sie noch eine Kita, wo die Kinder nicht nur spielen, sondern auch etwas lernen und bitte nicht so dreckig werden beim Toben im Matsch. Bei der Wohnungssuche denken viele, sie könnten über den Preis verhandeln, sagt Conesa Carbonell – und das im umkämpften Frankfurt.

Als die Marketing-Expertin ihr Relocation-Unternehmen in Angriff nahm, war ihr klar, dass das rentabelste Geschäft bei den großen Konzernen gemacht wird, die ihren Mitarbeitern den Service bezahlen. Sie wusste aber auch, dass sie nicht mit den etablierten Agenturen konkurrieren können, die in Frankfurt Banken und andere Großkunden betreuen. Aus eigener Erfahrung weiß Conesa Carbonell, dass es auch solche gibt, die von ihrem Arbeitgeber eine gewisse



Computer und Espresso: Model-Agentin Elizabeth verzichtet noch auf ein eigenes Büro und arbeitet in einem Co-Working-Büro.

Summe für die Übersiedlung zur Verfügung gestellt bekommen und sich die Dienstleister dann selbst suchen. Die wären ihre ideale Zielgruppe. Aber die sind schwer zu finden. Ihr Kompromiss derzeit: Sie hat als Subunternehmerin bei einer großen Agentur angeheuert und erhält über sie ihre Kunden. Immerhin sei sie so selbstständig, sagt Conesa Carbonell. Zudem bietet sie Dienstleistungen im Marketing an.

Nicht überall funktioniert der Schritt zu mehr beruflicher Eigenständigkeit der Frauen so reibungslos.

Nicht bei allen Gründerinnen ist es so glimpflich abgelaufen wie bei Cristina Conesa Carbonell und Elizabeth Nehring, der Model-Agentin. Einige haben es noch nicht bis zur Selbstständigkeit gebracht. Bei der ein oder anderen hat Ramona Lange die Vermutung, dass sie von ihrer Familie, ihrem Umfeld gebremst werden. Nicht überall funktioniert der Schritt zu mehr beruflicher Eigenständigkeit der Frauen so reibungslos. Hier sind die Hürden offenbar noch zu hoch, die „MIGRANTINNEN gründen“ zu überwinden helfen sollte. Namentlich will Lange die Betroffenen nicht nennen.

Aber es gibt auch die Situationen, in denen Widerstände schwinden, in denen Ramona Lange merkt, dass ihr Projekt direkten Einfluss hat: Atena Emami-Pour zum Beispiel will mithilfe von „MIGRANTINNEN gründen“ ein Franchise-Unternehmen für orientalisches Essen aufbauen. Die aus dem Iran stammende 30-Jährige hatte es zuvor schon allein versucht. Als sie aber mit ihrem Konzept bei der Bank vorsprach, schlugen ihr die Vorurteile entgegen: zu jung, eine Frau, zu wenig Erfahrung. Dabei hatte sie schon einmal als Geschäftsführerin gearbeitet. Mit den Beraterinnen von jumpp im Rücken, den neuen Kontakten und den Erkenntnissen fällt die Ansprache schon leichter. „Dieses Projekt schafft ein gutes Fundament, um sich in der Welt da draußen durchsetzen zu können“, sagt Ramona Lange.

„Es wäre verwegen zu glauben, wir könnten mit einem Projekt alles verändern.“

Ramona Lange will nicht nur den Gründerinnen zu persönlichem Erfolg verhelfen, sie will auch zeigen, dass dieser Erfolg der Gesellschaft nützt. „Es wäre verwegen zu glauben, wir könnten mit einem Projekt alles verändern“, sagt Lange. „Wir müssen die Gründerinnen mit Migrationshintergrund immer wieder sichtbar machen. Es geht darum, das so zu verinnerlichen, dass es irgendwann selbstverständlich wird.“

Leistungen und Potenziale von Migrantenunternehmen

Drei Fragen an Dr. René Leicht, Experte für Entwicklung, Struktur und Leistungsbeitrag von Migrantenunternehmen in Deutschland. Herr Dr. Leicht leitet das Arbeitsgebiet „Neue Selbstständigkeit“ am Institut für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim.



Herr Dr. Leicht, schon heute beteiligen sich Menschen mit Migrationshintergrund überdurchschnittlich am Gründungsgeschehen in Deutschland. Wie ist das zu erklären?

Nach allem, was wir wissen, handelt es sich um einen Mix aus verschiedenen Ursachen. Fragt man nach den Gründungsmotiven, dann spielen Benachteiligungen am Arbeitsmarkt eine große Rolle. Personen mit Migrationshintergrund erhoffen sich – und erzielen auch – signifikant bessere Verdienstmöglichkeiten. Sie machen zudem die Erfahrung, dass sie ihre Ideen und Fähigkeiten nur unzureichend in einer abhängigen Beschäftigung verwerten können. Hier kommt hinzu: Die Zusammensetzung von Einwanderern hat sich in jüngerer Zeit gewandelt und damit auch das Qualifikationsniveau. Im öffentlichen

Diskurs wird Bildung allerdings kaum als Determinante gehandelt. Hier dominiert das Bild, Migranten seien risikofreudiger und durch eine Kultur der Selbstständigkeit geprägt. Dies können wir mit unseren Daten nicht bestätigen. Die Affinität zu unternehmerischer Betätigung resultiert weniger aus vermeintlich „ethnischen Ressourcen“, sondern weit häufiger aus erzwungenem Mut. Hier sind Prozesse der Selbstselektion zu berücksichtigen. D. h. diejenigen, die ihr Land verlassen, sehen häufiger die Notwendigkeit, etwas anderes aus ihrem Leben zu machen und haben dabei im Vergleich zu den Angehörigen der Ankunftsgesellschaft auch weniger zu verlieren.

Eine im Vergleich zu den Herkunftsdeutschen stärkere Gründungsneigung bei Migrantinnen und Migranten ist natürlich auch auf Arbeitsmarktveränderungen bzw. darauf zurückzuführen, dass die „Einheimischen“ stärker von verbesserten Angeboten in einer Arbeitnehmerposition profitieren. Folglich geht dort die Zahl der Gründungen zurück. Im Übrigen führen hohe Gründungsquoten unter Migranten nicht automatisch zu einem höheren Bestand an Selbstständigen, da viele mit ihrem Projekt auch scheitern. Betrachtet man daher die Selbstständigquoten, dann liegen diese bei Personen mit Migrationshintergrund insgesamt betrachtet noch geringfügig unterhalb der Quote bei den Herkunftsdeutschen. Einzelne Nationalitätengruppen liegen aber teils erheblich darüber.

Was ist der besondere Beitrag von Migrantenunternehmen zur Zukunftsfähigkeit der deutschen Volkswirtschaft?

Allein schon das gestiegene Niveau an unternehmerischen Aktivitäten erhöht die Aussicht, dass Migrantinnen und Migranten die insgesamt rückläufige Zahl an Unternehmen kompensieren. In vielerlei Hinsicht beleben sie den Mittelstand sozusagen „von unten“ und stärken zumindest die Hoffnung, dass der wirtschaftlich und politisch wachsenden Macht der marktbeherrschenden Konzerne auch künftig eine dezentrale und schöpferische Vielfalt an Ideen, Produkten und Dienstleistungen gegenübersteht. Kulturelle und unternehmerische Diversität ist in einer heterogener werdenden Gesellschaft eine zentrale Quelle für ein Wachstumsmodell, das auf Zukunftsfähigkeit und Nachhaltigkeit setzt.

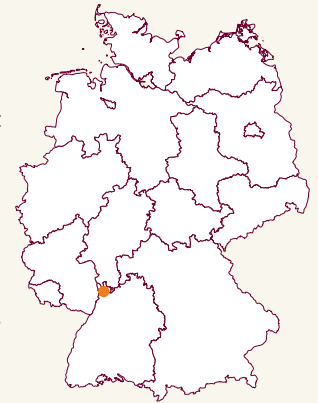
Unsere Studien fokussieren auf die bereits sichtbaren Indikatoren. Vier Erkenntnisebenen erscheinen hier wichtig: Erstens können Migrantinnen und Migranten die Chancen sozialer Mobilität und struktureller Integration durch den Schritt in die Selbstständigkeit erheblich verbessern. Zweitens leisten Migrantenunternehmen einen zunehmenden Beitrag für die Beschäftigung, die Fachkräfteentwicklung und die Exportstärke der Unternehmen in Deutschland insgesamt. Drittens zeigt sich auch hierin eine qualitative Komponente, da Migrantenunternehmen in überdurchschnittlichem Maße sozial benachteiligte Gruppen am Arbeits- und Ausbildungsstellenmarkt beschäftigen. Sie tragen ferner viertens überproportional zu einer Internationalisierung kleinerer und mittlerer Unternehmen bei, da sie häufig über vorteilhafte Geschäftsbeziehungen und länderübergreifende Netzwerke verfügen.

Ist das unternehmerische Potenzial von Migranten in Deutschland Ihrer Ansicht nach ausgeschöpft?

Allein schon der demographische Wandel und die Zuwanderung werden die Zahl an unternehmerisch engagierten Migranten ansteigen lassen, ohne dass sich die Selbstständigquote erhöht. Doch lässt sich auch die Quote und damit das Potenzial weiter anheben. Der Schlüssel für mehr

Gründungen liegt längerfristig betrachtet vor allem im Bildungsbereich. Personen mit akademischer Ausbildung machen sich, fast unabhängig von ihrer ethnischen Herkunft, mit etwa drei Mal höherer Wahrscheinlichkeit selbstständig als Geringqualifizierte. Darüber hinaus müssen die institutionellen Hürden im Zugang zu Selbstständigkeit weiter abgebaut werden. Ein erster Schritt wäre, den Dschungel an Paragraphen im Aufenthaltsrecht zu lichten und dabei Erleichterungen sichtbar zu machen oder zu schaffen, die es ermöglichen, dass Drittstaatsangehörige mit unternehmerischen Ambitionen sich hierzulande selbstständig niederlassen. Es nützt aber wenig, die sogenannten Ermessensspielräume zu vergrößern, wenn bspw. die Ausländerbehörden, ohne jegliche fachliche Kompetenz in unternehmerischen Fragen, den Riegel verschlossen halten.

Ein weiterer Schritt liegt in der Verbesserung der Informations- und Beratungsinfrastruktur, von der nicht alle Gründungswilligen gleichermaßen profitieren. Förderlich wäre zudem eine stärkere Integration von Migrantinnen und Migranten in die zentralen Regelinstitutionen der Wirtschaft, insbesondere eine stärkere Präsenz in den Kammern, Innungen und anderen unternehmensnahen Einrichtungen.



Geschäft in Sicht

Arbeitsgemeinschaft selbstständiger Migranten e. V. (ASM) in Hamburg

Kaum eine andere Stadt zeigt so deutlich wie Hamburg, dass die Kaufleute und die Politik nicht viel trennt. Das Hamburger Rathaus und der neoklassizistische Bau der Handelskammer liegen Rücken an Rücken in der Hansestadt. Sogar einen Durchgang gibt es zwischen beiden Häusern durch die Hinterzimmer. Und den Schlüssel, so besagt ein alter Schnack, hat nicht der Bürgermeister, sondern der Präses der Kammer.

Marion Wartumjans Büro befindet sich in einer Nebenstraße auf halber Strecke zwischen Rathaus und der Unternehmervertretung. Von ihrem Büro aus kann sie auf die Rückseite des Rathauses blicken. Wer zu ihr kommen will, muss den Weg hier in die Innenstadt machen, wo Politik und Kommerz das Sagen haben. Das will sie auch so, sagt Wartumjan. Wer sie und ihr Team aufsucht, hat nämlich in der Regel ein wirtschaftliches Anliegen und sollte sich ruhig ein wenig aus seinem gewohnten Umfeld herauswagen.

„Und wir denken, dass sie, wenn sie eines Tages Unternehmer sind, auch selbst ausbilden können.“

Marion Wartumjan ist Geschäftsführerin der Arbeitsgemeinschaft selbstständiger Migranten (ASM), einem Verein von Hamburger Unternehmern, die eine Einwanderungsgeschichte haben. Die 2007 gegründete Arbeitsgemeinschaft ist gleichzeitig Unternehmerverein und Migrantenorganisation. Das ist eines ihrer Alleinstellungsmerkmale, diese Verbindung ist noch rar in Deutschland. Die Idee des Vereins ist es, Menschen mit Einwanderungsgeschichte auf ihrem Weg in die Selbstständigkeit zu unterstützen. Dazu dienen Informationen, individuelle Beratung und Workshops. Die ASM hilft Unternehmern

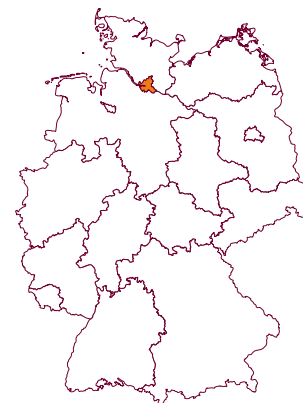
auch nach der Gründung und versucht, sie bei der Stabilisierung ihres Unternehmens zu unterstützen. Denn die Idee der Berater geht nur ganz auf, wenn die neuen Unternehmer länger im Geschäft bleiben. „Wir helfen ihnen dabei, Unternehmer zu werden“, sagt Wartumjan. „Und wir denken, dass sie, wenn sie eines Tages Unternehmer sind, auch selbst ausbilden können.“

Rund ein Fünftel der Gründer und Unternehmer in der Hansestadt haben einen Migrationshintergrund.

So positiv der Ansatz klingen mag, die Entstehung der Arbeitsgemeinschaft selbstständiger Migranten war die Reaktion auf ein Problem, das Hamburg mit dem Rest der Republik teilt: Viele Gründer mit Migrationshintergrund werden durch konventionelle Hilfsangebote nicht erreicht. Rund ein Fünftel der Gründer und Unternehmer in der Hansestadt hat einen Migrationshintergrund. Unter Migranten wächst die Gruppe schneller und viele ihrer Unternehmen haben mit alten Klischees nichts mehr zu tun. Sie gründen heute nicht mehr in erster Linie als Gastronomen oder Einzelhändler, viele schaffen moderne, wissensbasierte Betriebe. Der Zugang zu nötigen Informationen fällt vielen aber schwer. Und die Beratung von Regelinstitutionen wie die Handels- und Handwerkskammern suchen sie oftmals noch nicht auf. Auch migrantische Unternehmer mit existierendem Geschäft hatten trotz ihrer obligatorischen Mitgliedschaft in der Vergangenheit wenig Kontakt.

Marion Wartumjan im Büro der Arbeitsgemeinschaft selbstständiger Migranten (ASM) in der Hamburger Innenstadt







Auf Kontaktsuche: Durch die Arbeitsgemeinschaft Türkischer Unternehmer und Existenzgründer (ATU) wollte die Handelskammer Hamburg 1998 den Austausch mit Migrantenunternehmern beleben.

Dass der fehlende Kontakt zu Unternehmern mit Migrationshintergrund ein Problem ist, erkannte die Kammer bereits Ende der 1990er Jahre, früher als viele andere Einrichtungen: Sie wollte migrantische Unternehmer erreichen, um sie für das duale Ausbildungssystem zu gewinnen. Damals gab es wenige Ausbildungsplätze, die Nachfrage war hoch. Es mussten dringend neue Angebote geschaffen werden. „Deshalb entstand die Idee, einen gemeinnützigen Verein zu gründen, einen kleinen vorgeschalteten Satelliten, der unabhängig ist, aber eng mit der Kammer kooperiert“, sagt Wartumjan. So wurde 1998 die Arbeitsgemeinschaft Türkischer Unternehmer und Existenzgründer (ATU) durch Mehmet Keskin aus der Handelskammer heraus gegründet. Sie war die Vorläuferorganisation der heutigen Arbeitsgemeinschaft selbstständiger Migranten e. V.

„Die Philosophie ist, dass sich der Kreis irgendwann schließt.“

Handelskammer und ASM arbeiten strukturell zusammen. Von den drei Vorstandsmitgliedern des Vereins ist eines ein Bereichsgeschäftsführer der Handelskammer. Eine solch enge Zusammenarbeit zwischen einem migrantischen Unternehmerverein und einer Handelskammer gibt es in Deutschland sonst nicht. Die Mitglieder sind überwiegend in Handel und Dienstleistung

gen beschäftigt. Der ursprüngliche Gedanke der Ausbildungsförderung ist geblieben. Deswegen unterstützt die ASM die von ihr betreuten Unternehmer dabei, die Ausbildungsberechtigung zu erhalten. Zweimal im Jahr werden Lehrgänge für die Ausbildereignungsprüfung angeboten, die besonders auf die Fragen und Bedürfnisse migrantischer Unternehmer eingehen. Der Hintergrundgedanke der ASM: „Migrantische Unternehmer können junge Fachkräfte ausbilden, die vielleicht auch irgendwann einmal den Schritt in die Selbstständigkeit wagen“, sagt Wartumjan. „Die Philosophie ist, dass sich der Kreis irgendwann schließt.“

Von 2008 bis 2015 haben sich rund 2.000 Menschen bei der ASM beraten lassen. Der Verein hat 279 Gründungen mit auf den Weg gebracht, pro Jahr etwa 40. Viele davon sind Klein- und Kleinstgründungen, die meisten in Handel und Dienstleistungen. Menschen aus 80 Nationen sind dabei. Die Mehrheit der Gründer ist türkischstämmig, gefolgt von Iranern, Afghanen, Polen und Russen. Der frühere Hamburger Bürgermeister Ole von Beust fand die Ergebnisse so überzeugend, dass er sie auch zeigen wollte. „Wir sind Hamburger“ lautete ein Slogan, mit dem die Stadt für die zugewanderten Unternehmer warb. Ausstellungen in der Handelskammer präsentierten Porträts und Werdegang von Selbstständigen und deren Branchenvielfalt. Jeder sollte sehen, dass es unter türkischen und später auch anderen Unternehmern mit Migrationshintergrund nicht nur Besitzer von Dönerläden und Pizzerien, sondern auch IT-Unternehmerinnen und Mediziner gibt.

„Der Fokus sollte mehr auf der Verbesserung der Rahmenbedingungen liegen.“

„Aber im Jahr 2016 in einer globalisierten Welt halte ich es nicht mehr für zeitgemäß, immer nur an Einzeldarstellungen erfolgreicher Beispiele zu arbeiten“, sagt Marion Wartumjan. „Der Fokus sollte mehr auf der Verbesserung der Rahmenbedingungen liegen. Wir sollten uns Strukturen anschauen und untersuchen, warum Einstiege nicht so gut gelingen.“ Die Beratung von Existenzgründern mit Migrationshintergrund gehört seit der Gründung der ASM zum Programm. Nun aber gerät sie in Bedrängnis. Jahrelang war



ASM-Geschäftsführerin Marion Wartumjan mit ihrem Mitarbeiter Matthias Kienzle. Der Soziologe berät Existenzgründer mit Migrationshintergrund.

die Gründungsberatung durch öffentliche Förderung finanziert. Land oder Bund zahlten dafür, dass die ASM in eigens ausgelobten Projekten Migranten auf die Selbstständigkeit vorbereitete. Im Moment muss der Verein die angebotene Beratung aber selbst finanzieren, weil es keine Förderung für den Bereich gibt. Gründungsberatung für Migranten stand längere Zeit politisch nicht hoch im Kurs. Erst durch die Zuwanderung von Flüchtlingen erhält das Thema wieder Aufmerksamkeit.

„In Zeiten hoher Arbeitslosigkeit gibt es Programme zur Förderung der Existenzgründung, damit auch die Arbeitslosenstatistiken ein Stück bereinigt werden“, sagt Wartumjan. Das ließe sich anhand der letzten zehn Jahre der Existenzgründungsförderung beobachten. „Und wir waren dann auch Nutznießer solcher Programme und haben insbesondere Menschen aus der Arbeitslosigkeit heraus beraten und fit gemacht für die Umsetzung ihrer Idee von Selbstständigkeit.“ Knapp drei Viertel von ihnen bezogen zur Zeit der Gründung Arbeitslosengeld II. Wartumjan hält es für einen Fehler, Selbstständigkeit zyklisch nach der Lage auf dem Arbeitsmarkt zu fördern. „Deshalb ist es auch unser Ansinnen, da keine Lücke entstehen zu lassen“, sagt Wartumjan. „Wir bieten jetzt ein kleineres Programm an, weil wir die Interessenten, die immer wieder zu uns kommen, nicht wegschicken, sondern beraten wollen.“

„Viele haben regelrecht ein Gründer-Gen.“

In Zeiten stärkerer Förderung konnte die Arbeitsgemeinschaft mit bis zu drei Stellen Existenzgründer beraten. Das hatte den Vorteil, dass Berater mit und ohne Migrationshintergrund zusammenarbeiten konnten – was auch für die übrigen Bereiche des Vereins gilt. Momentan kann die ASM nur eine Gründungsberatung mit 20 Wochenstunden vorhalten, die Matthias Kienzle anbietet. Der Soziologe arbeitet seit über zehn Jahren in der Gründungsberatung. Er merkt in seiner täglichen Arbeit, dass Selbstständigkeit in den Herkunftsländern vieler seiner Kunden einen höheren gesellschaftlichen Stellenwert genießt als in Deutschland. „Viele haben regelrecht ein Gründer-Gen“, sagt Kienzle. „Sie haben einfach Lust, das zu machen und sind hochmotiviert, ich muss sie manchmal sogar ein bisschen bremsen, damit sie zum Beispiel nicht zu früh einen langjährigen Mietvertrag eingehen, bevor die Finanzierung geklärt ist.“ Es gibt auch negative Folgen: Kunden, die trotz langen Misserfolgs nicht von ihrer Geschäftsidee lassen wollen.

Die ASM will die Gründer von der Geschäftsidee bis zur Gründung und darüber hinaus begleiten. „Meistens ist es so, dass ich erst einmal sortieren muss“, sagt Kienzle. „Sie kommen schon oft mit einer ziemlichen Gemengelage.“ Und die betrifft



Bewunderung fürs Gründer-Gen: Berater Matthias Kienzle beobachtet, dass eine Existenzgründung in anderen Ländern einen höheren Stellenwert genießt.

nicht nur die bisweilen noch nicht ganz ausgegorene Gründungsidee, sondern oft auch die persönliche Situation. Ansonsten stellt Matthias Kienzle viele Fragen: Gibt es Facherfahrung, Erfahrung als Selbstständige, wie sieht die Geschäftsidee aus? „Manchmal rechnen wir auch schon ein bisschen hoch, ganz grob“, sagt Kienzle. Die Arbeitsgemeinschaft selbständiger Migranten versucht, in mehreren Schritten zunächst Vertrauen aufzubauen und dem Gründer dann zu helfen, sich auf dem Markt zu orientieren. Darauf folgt die konkretere Planung der Gründung, Hilfe beim Businessplan etwa. In der Startphase geht es um Bankgespräche, Mietpreisverhandlungen und die Gewerbeanmeldung. Ist der Start geglückt, hilft Kienzle, Risiken bei der Konsolidierung und beim Wachstum des Unternehmens zu erkennen. Viele nutzen aber nur die Erstberatung und gehen dann wieder ihrer Wege.

„Was viele Migranten abschreckt, ist der starke Formalismus, den wir haben.“

Kienzle muss eine Menge erklären über Regeln und Rechtliches, Erwartungen und Prozeduren in Deutschland. „Was viele Migranten abschreckt, ist der starke Formalismus, den wir haben. Die Rechtsgrundlage ist schön in Deutschland, aber der Weg zur Gründung ist manchmal ein bisschen steinig“, sagt der Berater. „Ich versuche dann den Brückenschlag zwischen den Kulturen

und sage: Das gibt euch auch eine gewisse Sicherheit. Wenn ihr eure Konzession habt, dann habt ihr sie.“ Viele der Gründungswilligen sprächen sehr gutes Deutsch, hätten aber mit dem Schriftdeutsch noch Probleme. Sie täten sich deswegen manchmal auch mit gedruckten Informationen schwer. „Es ist vieles anderswo erhältlich, aber sie kommen trotzdem gern zu uns, um es sich erklären zu lassen“, sagt Kienzle. „Ich bin dann ihr Lotse durch den Förderdschungel.“

Viele haben keinen Überblick über die Angebote.

In der Beratung bei Kienzle können die Gründungsinteressenten, wenn sie Arbeitslosengeld II erhalten, eher über Unterstützung durch Verwandte und Bekannte reden als beim Jobcenter, wenn sie sich das nötige Startkapital etwa über einen Darlehensvertrag privat leihen wollen. Manche vertrauen Kienzle auch an, dass sie hier und da schon mal Taxi gefahren sind oder ein paar Tage probeweise im Imbiss mitgearbeitet haben, um herauszufinden, ob sie dafür taugen. „Mir ist es manchmal lieber, jemand macht schon mal was nebenbei und weiß, auf was er sich einlässt, als dass er den ganzen Weg der Gründung geht und dann merkt, das ist nichts für ihn.“

Hamburg hat ein relativ großes Netz an Angeboten für angehende Unternehmer. Dabei ist zum Beispiel die Hamburger Existenzgründungsinitiative (H.E.I.), ein Zusammenschluss verschiedener Organisationen, bei dem auch die Arbeitsgemeinschaft der selbstständigen Migranten aufgelistet ist. Dort kann man als Gründer unter anderem Beratungsgutscheine für verschiedene Angebote erhalten.

ASM-Geschäftsführerin Marion Wartumjan merkt allerdings, dass viele der migrantischen Gründungsinteressierten, die ihre Beratung aufsuchen, keinen Überblick über die verschiedenen Angebote haben. Sie hielte es deshalb für sinnvoll, ein Lotsenprogramm zu fördern, das nach einer Erstberatung Orientierung gibt über die Angebote der Regelinstitutionen. Die ASM bemüht sich darum. Sie verweist nach erster Vertrauensbildung auch auf Angebote der Handelskammer, sofern sie für die jeweiligen Gründer infrage kommen. „Wir beraten auch einmal im Monat in

den Räumen der Handelskammer, um die Menschen dorthin zu führen.“ Wartumjan macht sich für eine Förderung stark, die nicht allein die Gründungsberatung durch die ASM unterstützt, sondern eine, die besonders die Brückenfunktion stärkt, die ein solches Beratungsangebot bietet.

Bei der Beratung kommt es häufig mehr auf Vertrauen als auf Formalien an.

„Menschen, die nach Deutschland kommen, stoßen auf ein komplett neues politisches, gesellschaftliches und wirtschaftliches System“, sagt Wartumjan. „Ich muss dieses System erst einmal begriffen haben, deswegen brauche ich für die Gründung einen gewissen Vorlauf, selbst wenn ich Berufserfahrung im Bereich meiner Gründungsidee habe.“ Beratung sei ein sehr persönliches Geschäft, in dem es häufig mehr auf Vertrauen als auf Formalien ankomme.

Wartumjan weiß, dass mit der Herkunft der Mitarbeiter im Verein sich auch die Gruppe der Ratsuchenden ändert. Arbeitet eine Afghanin im Verein mit, kommen Afghanen. Ein Iraner zieht iranische Kundschaft an. Was die ASM ist und was das Team bietet, verbreitet sich nicht über formale, sondern vor allem über informelle Kanäle und über in Anspruch genommene Leistungen.

Institutionen in Deutschland haben Wartumjans Beobachtung nach noch einen langen Weg der interkulturellen Öffnung vor sich. Sie sind seit dem Industriezeitalter hoch standardisiert und auch deshalb oft nicht in der Lage, auf wechselnde Anforderungen flexibel zu reagieren. In der Mitarbeiterschaft ist die Bevölkerungsstruktur in Deutschland oftmals noch zu wenig abgebildet. Das betrifft auch die Handelskammer Hamburg.

Die unabhängige ASM dient als Verbindung zu Unternehmern mit Einwanderungshintergrund, die Kammer öffnet sich dadurch aber nicht unbedingt selbst. Auch das soll sich ändern. Im vergangenen Jahr gründete die Kammer zusätzlich die Abteilung „Migrantische Unternehmen“. Sie soll helfen, diese Unternehmergruppe direkt anzusprechen. Die Handwerkskammer hat einen anderen Weg eingeschlagen. Sie koordiniert etwa das IQ Landesnetzwerk Hamburg – NOBI, ein Projekt zur Verbesserung der Rahmenbedingun-



ASM-Geschäftsführerin Marion Wartumjan bespricht sich mit einer Kollegin im Hamburger Büro der Organisation.

gen für berufliche Integration, an dem auch die ASM teilnimmt. IQ steht für Integration durch Qualifizierung. Das deutschlandweite Programm wird vom Bundesarbeitsministerium und vom Europäischen Sozialfonds gefördert. Einige Projekte laufen direkt bei der Handwerkskammer, was nicht nur Kundinnen und Kunden, sondern auch die Mitarbeiterschaft selbst sensibilisiert. Beide Kammern arbeiten mit vielen Formaten seit Ende 2015 mit der für Integration und Arbeit zuständigen Behörde BASFI daran, geflüchtete Menschen an die Unternehmen in Hamburg heranzuführen.

Die ASM versucht, migrantische Unternehmer dazu zu bewegen, stärker in Kammergremien mitzuarbeiten. Dass ihre Interessen manchmal weniger verfolgt werden, hänge auch damit zusammen, dass sie seltener in den Gremien der Kammern und wirtschaftlichen Vereinigungen sitzen und damit ihre eigenen Interessen weniger gebündelt vertreten könnten. „Da kann auch aus der Gruppe selbst mehr kommen“, sagt Wartumjan. Meistens funktioniere die Mitarbeit aber nur, wenn ein Unternehmer bereits positive Erfahrungen in einem der Gremien gemacht hat, die er weitergeben kann und somit andere ermutigt.

Wartumjan schätzt die strukturelle Anbindung an die Kammer selbst hoch ein. Ein Vorteil, der der



Handelskammer zu verdanken ist: Alle drei Monate kommt dort ein Arbeitskreis Gründung zusammen. In dem Gremium mit rund 30 Personen sitzen Vertreter der Start-up-Szene, aber auch Bankenvertreter und Unternehmensberater. Marion Wartumjan wurde als Geschäftsführerin durch die Kammer ebenfalls mit hineinberufen. „Das ermöglicht einen besseren Zugang zu den im Arbeitskreis arbeitenden Institutionen“, sagt sie. „Durch die gute Zusammenarbeit mit der Kammer ist auch die Akzeptanz unserer Arbeit größer.“ Das verändere den Status der ASM. „Die Unterstützung von Gründern mit Migrationshintergrund ist nicht zentrales Thema in diesem Gremium“, sagt Wartumjan. „Deshalb versuche ich es einzubringen, wenn es mir sinnvoll erscheint.“

Vielen hilft es, wenn jemand ihre Muttersprache versteht, während sie ihr Gründungsvorhaben schildern.

Die ASM hat 18 Mitarbeiter, davon haben nur vier keine Einwanderungsgeschichte. Alle sind projektbezogen angestellt, Gründungsberater Matthias Kienzle arbeitet als Honorarkraft. Da der Verein viel Wert auf Ausbildung legt, beschäftigt er auch selbst eine Auszubildende. Die Anzahl von Frauen und Männern hält sich in etwa die Waage. Zwölf verschiedene Sprachen beherrschen die ASM-Mitarbeiter, was besonders bei der Vertrauensbildung mit neuen Gründungsinteressierten nützlich ist. Vielen hilft es, wenn jemand ihre Muttersprache versteht, während sie ihr Gründungsvorhaben schildern. „Wir setzen das Personal nach sprachlichen und interkulturellen Kompetenzen ein, nach fachlichen Qualifikationen sowie beruflichen und persönlichen Erfahrungen“, sagt Wartumjan. Dabei sind Ingenieure ebenso wie Betriebswirtschaftler, eine Sozialpädagogin, ein Landwirt aus dem Iran oder ein Afghane, der bis zu seiner Flucht in Wirtschaftsadministration ausgebildet wurde.

In der Regel werden Personal- und Infrastrukturkosten über die Förderung von Projekten finanziert. Als gemeinnütziger Verein ist die ASM darüber hinaus auf Spenden und Mitgliedsbeiträge angewiesen. Die Handelskammer zahlt der ASM für die Infrastruktur eine jährliche Fördersumme, die ist aber gering, verglichen mit dem Finanzvolumen, das über

Breites Angebot: Rund 2.000 Gründer und Unternehmer hat die Arbeitsgemeinschaft selbstständiger Migranten seit ihrer Gründung 2007 beraten.

Projekte umgesetzt wird. Von der Stadt Hamburg gibt es keine kontinuierliche infrastrukturelle Förderung. Etwaige Verhandlungen in diese Richtung blieben bisher erfolglos. Die ASM hält sich schon lange auf dem Markt, ohne ständige Zuschüsse zu bekommen. Wartumjan kritisiert, dass Träger in anderen Bereichen eher auf eine ständige Förderung hoffen könnten. Wer etwa im Kulturbetrieb eine „interkulturelle“ Idee auslobe, erhalte schneller dauerhaft Zuspruch und Geld. Andere freie Träger profitierten zudem von guten Verbindungen zu einer der politischen Parteien. Wer wie die ASM Integration an der Basis betreibe, habe es schwerer. Wartumjan hofft, dass sich das ändert, wenn nun Flüchtlinge integriert werden müssen.

„Wir holen Geld nach Hamburg.“

Besonders ärgert es Wartumjan, wenn sie Projekte nicht kontinuierlich laufen lassen kann, obwohl es ihrer Ansicht nach sinnvoll wäre. „Wir bemühen uns seit Jahren, Geld auf der Bundesebene zu akquirieren, und werden fast ausschließlich über Bundesprojekte finanziert. Also, wir holen Geld nach Hamburg“, sagt sie. Wenn sich aus diesen Projekten gut laufende Ansätze entwickelt hätten, bemühe sie sich, sie auch weiter zu finanzieren, wenn die Bundesförderung endet. „Das bleibt aber immer unsere eigene Aufgabe. Da würde ich mir schon wünschen, dass Akteure stärker miteinander arbeiten und stärker gemeinsam nach Lösungen suchen, damit man Dinge erhalten kann, die den Bedarf treffen.“

Neben der Gründungsberatung arbeitet die ASM an weiteren Projekten. Sie berät unter anderem kleine und mittelständische Unternehmen, wie sie sich interkulturell öffnen können und wie Zugewanderte helfen können, den Fachkräftemangel zu bewältigen. Das derzeit größte Projekt bei der ASM – die KAUSA-Servicestelle Hamburg – sorgt dafür, dass Unternehmer mit Migrationshintergrund Ausbildungsplätze schaffen. Zugleich sollen Jugendliche mit Einwanderungsgeschichte ohne große Hürden einen solchen Ausbildungsplatz finden. Gefördert wird das Projekt vom Bundesbildungsministerium und vom Europäischen Sozialfonds. Es wurde im Februar 2016 erweitert und schließt jetzt auch Flüchtlinge ein. Deswegen gibt es dafür bei der ASM

nun sechs volle Stellen. Für Flüchtlinge ist es wichtig, dass sie die Erstgespräche in ihrer Herkunftssprache führen können. Deswegen kommt die sprachliche Kompetenz von ASM derzeit besonders hier zur Geltung.

Die ASM arbeitet auch mit einem Projekt der Stadt Hamburg zusammen, das Flüchtlingen den Weg in den Arbeitsmarkt erleichtert. Einzelne Geflüchtete sind in den vergangenen Monaten direkt an die Gründungsberatung der ASM herangetreten. Vor allem Menschen mit Erfahrung als Selbstständige wollen schnell an ihr früheres Geschäft, etwa in Syrien, anschließen. Das lassen aufenthaltsrechtliche Bestimmungen mitunter nicht zu. Matthias Kienzle versucht die Betroffenen dann anzuhalten, eine Gründung bereits im Hintergrund etwa durch eine erste Marktanalyse vorzubereiten. Sobald der Aufenthaltsstatus der Betroffenen geklärt ist, können sie ohnehin alle Regelangebote in Anspruch nehmen.

Vor allem Selbstständige wollen schnell an ihr früheres Geschäft, etwa in Syrien, anschließen.

Marion Wartumjan hält darüber hinaus nicht viel davon, in der Gründungsberatung Sonderprogramme für Flüchtlinge aufzubauen. Das sei in erster Linie eine politische Geste. Schließlich gebe es bereits solch eine Infrastruktur: Bei Organisationen wie der ASM mit ihren Erfahrungen und ihrer Expertise seien Flüchtlinge, die sich selbstständig machen wollen, besser aufgehoben. Sicher gebe es besondere Anforderungen, eine Beratung in der jeweiligen Landessprache etwa. Aber so etwas lasse sich in einem bestehenden Förderprogramm schnell bewerkstelligen. Wartumjan will, dass Zuwanderer in ihrem Gründungsinteresse generell stärker unterstützt werden. Und dazu gehörten auch solche, die gerade erst in Deutschland angekommen sind.

Gründung und Nachfolge

Vier Fragen an Dr. Rosemarie Kay, Expertin für Gründungsforschung und die Analyse des Unternehmenslebenszyklus, zu Hindernissen im Gründungsprozess für Migranten und zum Zusammenhang von Nachfolge und Zuwanderung. Frau Dr. Kay ist Stellvertretende Geschäftsführerin des Institutes für Mittelstandsforschung Bonn.



Frau Dr. Kay, wie bewerten Sie die Gründungschancen für Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland? Gibt es spezifische Hürden für diese Gruppe?

Ich schätze die Gründungschancen für Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland grundsätzlich als gut ein. Anders wäre es aus meiner Sicht nicht zu erklären, dass Menschen mit Migrationshintergrund seit vielen Jahren – relativ gesehen – häufiger ein Unternehmen gründen als Menschen ohne Migrationshintergrund. Allerdings muss ich hinzufügen, dass diese höhere Gründungsneigung auch noch andere Ursachen hat: die anhaltende Diskriminierung am Arbeitsmarkt und im Falle der Bürger der ost- und mitteleuropäischen EU-Beitrittsländer von 2004 und 2007 die zunächst fehlende Arbeitnehmerfreizügigkeit. Gleichwohl: Menschen mit Migrationshintergrund bieten sich offensichtlich grundsätzlich gute Möglichkeiten, sich selbstständig zu machen.

Ob es spezifische Gründungshürden für sie gibt, kann ich nicht ohne weiteres beantworten. Diese Personengruppe ist äußerst heterogen, bringt sehr unterschiedliche Gründungsvoraussetzungen mit und ist infolgedessen mit unterschiedlichen Hemmnissen und Hürden konfrontiert. Als ein grundsätzliches Problem erachte ich nach wie vor berufsständische Voraussetzungen der Selbstständigkeit: Wer im zulassungspflichtigen Handwerk gründen will, muss bestimmte Qualifikationen mitbringen: einen Meisterbrief, den Abschluss bestimmter Hoch- und Fachschulen oder die Gesellenprüfung plus eine mindestens sechsjährige Berufserfahrung. Auch in einer Vielzahl von freien Berufen werden an die Qualifikation der Gründerinnen und Gründer hohe Anforderungen gestellt. Diese Regelungen erschweren denjenigen Menschen den Schritt in die Selbstständigkeit, die ihre Berufsausbildung oder ihr Studium nicht in Deutschland absolviert und Probleme mit der Anerkennung ihrer Abschlüsse haben. Unsere Untersuchungsergebnisse deuten darauf hin, dass solche berufsständische Regelungen vor allem zu einer Verzögerung des Gründungsprozesses beitragen. Oder sie veranlassen hoch qualifizierte Gründungsinteressierte dazu, in Wirtschaftsbereiche auszuweichen, in denen keine qualifikationsbezogenen Hürden existieren.

Wie kann man die vorhandenen Instrumente zur Unterstützung von Migrantenunternehmen auf regionaler und kommunaler Ebene verbessern?

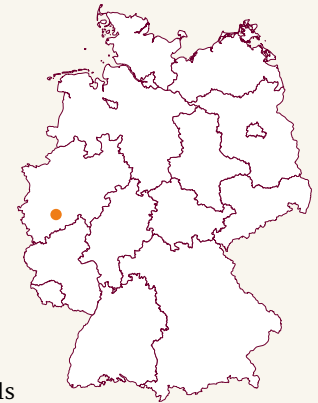
In Deutschland gibt es auf regionaler und kommunaler Ebene ein umfassendes Angebot an Unterstützungsleistungen für Gründerinnen und

Gründer sowie für Unternehmerinnen und Unternehmer. Dieses Angebot steht grundsätzlich allen gleichermaßen offen. Allerdings zeigen Befragungen immer wieder, dass dieses Angebot wenig bekannt ist, auch und gerade bei Menschen mit Migrationshintergrund. Insofern wären regelmäßige, breitstreuende Informationskampagnen hilfreich, die zugleich auf verschiedene Zielgruppen zugeschnitten werden sollten – inhaltlich und was den Kommunikationsweg betrifft. Angesichts der großen Heterogenität der Gruppe der Menschen mit Migrationshintergrund halte ich es für schwierig, die Informations- und Beratungsangebote auf deren spezifische Bedürfnisse zuzuschneiden. Als hilfreich würde ich es jedoch ansehen, wenn die Berater und Beraterinnen dafür sensibilisiert wären, dass hier spezifische Bedürfnisse vorliegen können.

Wie beeinflusst die konkrete nationale Herkunft der Menschen das Gründungsgeschehen und den Erfolg ihrer Unternehmen?

In der Tat beobachten wir Unterschiede im Gründungsverhalten, aber auch im Unternehmenserfolg in Abhängigkeit von der nationalen Herkunft. Das hat unter anderem etwas mit dem Qualifikationsniveau und der Kultur der Selbstständigkeit im Herkunftsland zu tun, in jüngerer Vergangenheit aber auch mit der beschränkten Arbeitnehmerfreizügigkeit der Bürger aus den mittel- und osteuropäischen EU-Beitrittsländern von 2004 und 2007. Letztere haben in den vergangenen 10 Jahren das gewerbliche Gründungsgeschehen stark geprägt. Um hier überhaupt erwerbstätig sein zu können, hatten sie sich häufig selbstständig gemacht, sehr oft im Baugewerbe. In diesen Fällen wurde letztlich nur die eigene Arbeitskraft vermarktet. Die mit diesen Tätigkeiten zu erzielenden Einkünfte waren zumeist geringer als die Einkünfte von Gründerinnen und Gründern aus Deutschland oder dem übrigen Europa. Überhaupt sind die Unterschiede zwischen deutschen und ausländischen Gründerinnen und Gründern zumeist eher gering, wenn die – zugebenermaßen große Gruppe der Gründerinnen und Gründer aus den genannten EU-Beitrittsländern – nicht mitberücksichtigt wird.

Thema Nachfolge: Das IfM Bonn sagt, dass es für Unternehmen in den kommenden Jahren zunehmend schwierig wird, einen Nachfolger zu finden. Sind Menschen mit Migrationshintergrund hier ein Potenzial?



Ja, im Zuge des demographischen Wandels erwarten wir eine zunehmende Anzahl von Unternehmen, die vor der Nachfolgefrage stehen. Gleichzeitig verringert sich das Potenzial derjenigen, die sich für eine Übernahme interessieren. Deswegen ist es wichtig, das Potenzial der Übernahmemeinteressierten zu erweitern. Dabei richtet sich der Blick zum einen auf Frauen, zum anderen aber auch auf Menschen mit Migrationshintergrund. Unklar ist, in welchem Ausmaß letztere schon im Nachfolgeschehen vertreten sind. Hierzu liegen widersprüchliche Untersuchungsergebnisse vor. Grundsätzlich ist es jedoch so, dass die Übernahme eines Unternehmens Menschen mit Migrationshintergrund im Vergleich zur Neugründung eines Unternehmens Vorteile bietet. Studien haben nämlich gezeigt, dass Übernehmer geringeren formalen Qualifikationsanforderungen genügen müssen als Neugründer. Dies kommt Menschen mit Migrationshintergrund entgegen, weil diese seltener als Nicht-Migranten höhere formale Bildungsabschlüsse erworben haben oder wenn ihre im Ausland erworbenen Bildungsabschlüsse hierzulande nicht anerkannt werden.

Gründen gegen alle Widerstände

Gründungsbüro des IQ-Landesnetzwerks Saarland





Manchmal reicht schon der falsche Name, damit alles schief läuft. Dabei hatte Simone Luley viel darüber nachgedacht, wie ihr kleines Kunsthandwerksgeschäft in der Saarbrücker Innenstadt heißen sollte. Sie wollte in einem Wort ihre Bewunderung ausdrücken für die kleinen Schätze, die sie zum Verkauf anbot, den Hut ziehen vor denen, die sie geschaffen hatten. Und weil sie Französin ist, tat sie das auf Französisch. Ihren Laden nannte sie kurz „Chapeau!“.

Die Redewendung sei ja auch in Deutschland so gebräuchlich, dass sie jeder verstehen müsste, dachte sie sich, zumal im Saarland, gleich an der Grenze zu Frankreich. Die Leute verstanden „Chapeau“ auch, nur leider etwas zu wörtlich. Anstatt neugierig auf die Kunst zu werden, die Luley auf Kommission im Laden ausstellte, fragten die Kunden nach tatsächlichen Hüten. Wo Hut auf dem Ladenschild steht, müssten wohl auch Hüte verkauft werden.

„Es war eine schwierige Zeit, bis dann der Umbruch kam.“

Nun kann Simone Luley sich nicht vorwerfen, dass sie nicht flexibel genug auf ihre Kunden reagierte. Als sich die Nachfrage nach Hüten häufte, rief sie bei Hutmachern an und gab Bestellungen auf. „Alle haben mir den Ratschlag gegeben, du musst das machen, was die Kunden wollen“, sagt sie. Und ein Hutgeschäft gab es noch nicht in der Saarbrücker Innenstadt. Luley besorgte sich Filz und fing selbst an, Hüte zu kreieren. Kunst, Kunsthandwerk – das war ihre Leidenschaft. Warum sollte sie nicht auch Hüte

machen können? „Aber ich wurde dann immer unglücklicher“, sagt sie. Denn Hüte verkaufen, und seien auch ein paar selbst hergestellte dabei, das war nicht, was sie machen wollte. „Ich bin in ein kreatives Loch gefallen und konnte nichts mehr schaffen. Es war eine schwierige Zeit, bis dann der Umbruch kam.“

Der Umbruch kam, als Simone Luley tat, was jeder Berufsberater als ersten Tipp bereithält: sich fragen, was man wirklich tun will. Und der Umbruch kam, als Simone Luley sich Hilfe holte. Wer sich im Saarland selbstständig machen will und nicht recht weiß, wie, oder an Grenzen stößt und wer dazu nicht aus Deutschland kommt oder von Einwanderern abstammt, fragt am besten Stefanie Valcic-Manstein. Die ist Gründungsberaterin im IQ-Landesnetzwerk Saarland. IQ steht für Integration durch Qualifizierung, ein bundesweites Förderprogramm, das Menschen mit Einwanderungsgeschichte in Lohn und Brot oder eben zum eigenen Unternehmen bringen will. Valcic-Manstein stellt die richtigen Fragen, wenn es noch hakt bei der Geschäftsidee, sie kennt die Tücken, die in der deutschen Bürokratie wie im Geschäftsleben lauern und sie hat womöglich noch eine Idee, wenn die Bank keinen Gründungskredit herausrücken will.

Dem Institut für Mittelstandsforschung (ifm) der Universität Mannheim zufolge haben 16 Prozent der Selbstständigen im Saarland einen Migrationshintergrund.

Migrantische Unternehmen bergen ein großes Wirtschaftspotenzial. Dem Institut für Mittelstandsforschung (ifm) der Universität Mannheim zufolge haben 16 Prozent der Selbstständigen im Saarland einen Migrationshintergrund. Bun-

Verkaufsschlager: Das „Backförmche“ in den Umrissen des Saarlands hat Simone Luley selbst entwickelt.



Stefanie Valcic-Manstein ist Gründungsberaterin im IQ-Landesnetzwerk Saarland.

desweit wächst diese Sparte deutlich schneller als die Zahl der Selbstständigen unter den Herkunftsdeutschen. Zwischen 2000 und 2015 ist die Zahl der selbstständigen Migrantinnen und Migranten in Deutschland um nahezu 70 Prozent gestiegen, im Vergleich zu rund 15 Prozent Zuwachs bei Neugründungen deutscher Staatsbürger ohne Migrationshintergrund. Gründungen in höher qualifizierten Geschäftsbranchen nehmen dabei zu. Diese Entwicklung will das IQ-Netzwerk fördern.

Von Beginn an bietet das FITT auch eine Gründungsberatung an.

In Saarbrücken ist das IQ-Landesnetzwerk beim FITT angesiedelt, dem Institut für Technologietransfer an der Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes. Das 1985 gegründete Institut wurde 2002 zu einem gemeinnützigen Unternehmen. Die Mitarbeiter unterstützen gemeinsam mit den Professoren der Fachhochschule private Unternehmen, soziale Einrichtungen und die öffentliche Hand mit wissenschaftlichem Know-how. Von Beginn an bietet das FITT auch eine Gründungsberatung an. Stefanie Valcic-Manstein kümmert sich mit ihrem Kollegen Faruk Sahin um Gründer mit Migrationshintergrund.

Die Nähe zur Fachhochschule bietet Vorteile. Dort haben Gründer die Möglichkeit, sich für ein Exist-Stipendium zu bewerben, ein Förderprogramm des Bundeswirtschaftsministeriums für

Gründungen aus der Uni heraus, kofinanziert vom Europäischen Sozialfonds. Besonders ambitionierten Kunden legt Valcic-Manstein in ihrer Beratung nahe, sich darum zu bemühen. Ob sie Migrationshintergrund haben oder nicht, im Grunde müssten Gründer immer dieselben Fragen beantworten können, sagt Georg Maringer, Geschäftsführer des FITT: Wer ist mein Kunde und was bringt ihn dazu, mir sein Geld zu geben?

Welche Kunden sie wollte, wusste die französische Saarländerin Simone Luley schnell: „Ich wollte junges Publikum“, sagt sie und wirft einen Blick in ihren Laden. Wo sie einst die Werke befreundeter Künstler zum Verkauf ausstellte, liegen nun bunt verteilt Töpfchen mit Lebensmittelfarbe in den Regalfächern, daneben Backpinsel, Spritztüten, Siebe, Schablonen und Schaber. Besonders stolz ist Luley auf das „Backförmche“, eine Ausstechform, die die Umrisse des Saarlands hat. Die hat sie sich selbst ausgedacht. Luley hat im vergangenen Jahr ihre gesamten Ersparnisse hineingesteckt, um mit der Plätzchenform für Lokalpatrioten noch rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft in den Verkauf gehen zu können. „Damit bin ich dann auf den Weihnachtsmarkt gegangen“, sagt sie.

Und die Kunden kamen.

Auf der Suche nach einem neuen Konzept kam Simone Luley ihr Hobby zugute. Sie backt gern, am liebsten Cupcakes mit sahnigen Häubchen und farbenfroher Verzierung. So kam sie auf die Idee, ihr Können auch anderen zur Verfügung zu stellen: Sie bot Cupcake-Backkurse an. Luley richtete das kleine Gewölbe unter ihrem Laden her und holte sich eine Genehmigung beim Gesundheitsamt. Und die Kunden kamen. Nachdem sie von Luley gelernt hatten, wie sie kunstvolle Küchlein backen können, fragten sie sie auch nach ihrem speziellen Zubehör. Luley forschte nach und fand heraus, dass es bisher nur online zu haben war. Also entschied sie, es in ihrem Geschäft zu verkaufen. Auch ein neuer Name war bald gefunden: „Zuckerwerk“. Der werde niemanden mehr verwirren, hoffte Luley. Im Mai 2015 wagte die Unternehmerin den Neustart und eröffnete ihr heutiges Geschäft. Und bisher läuft es gut für ihr „Zuckerwerk“. Nur hin und wieder kommt nun noch ein Kunde, der ihren Laden für



Georg Maringer, Geschäftsführer des Instituts für Technologietransfer an der Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes (FITT)

eine Konditorei hält und kein Backzubehör, sondern einen fertigen Kuchen kaufen will.

„Ich musste das ausschalten und einfach mal machen, um zu sehen, was die Realität bietet.“

Luley wollte eigentlich gar nicht so blauäugig ins Unternehmertum starten. Schon vor ihrer ersten Gründung hatte sie sich Rat geholt. „Ich hatte einige Gründungsseminare besucht, aber da stehst du einfach manchmal vor einem Berg und denkst, da kommst du nicht rüber“, sagt Luley. Sie war eher verunsichert durch die Fachsprache der Gründungsberater – und trat die Flucht nach vorn an. Genug Unternehmergeist immerhin hatte sie. „Ich musste das ausschalten und einfach mal machen, um zu sehen, was die Realität bietet.“

Als es holprig wurde, empfahl Luleys Steuerberaterin ihr, Stefanie Valcic-Manstein um Hilfe zu bitten. Die Personalentwicklerin kennt das Problem: Für viele Migranten seien herkömmliche Beratungsangebote so abschreckend, dass sie gar nicht erst hingingen. Schon eine etwas edlere gläserne Bürofassade sei für viele Gründer eine Hürde, dazu komme der förmliche Ton etwa von Handels- und Handwerkskammern. Auch wer ohne Probleme Deutsch spricht und hier bereits gearbeitet hat, stehe bei der Gründung erst einmal ratlos dar.

„Wir müssen uns viel Zeit nehmen, um die Wege zur Gründung zu erläutern“, sagt Valcic-Manstein. Sie blickt vom Büro am Saarufer direkt aufs Zentrum der Landeshauptstadt. „Jeder hat aus dem Herkunftsland seine eigenen Vorstellungen und Erfahrungen.“ Schon das Wissen, dass es beim Amtsbesuch nicht nützt, sondern schadet, wenn man dezent ein paar Geldscheine auf den Tisch legt, könne sie nicht voraussetzen. So große kulturelle Unterschiede und Verständnisprobleme kennt die Französin Simone Luley nicht. Aber auch sie ist froh, dass sie eine Gründungsberatung gefunden hat, die auf die Bedürfnisse von Migranten zugeschnitten ist. „Es ist einfach ein bisschen einfacher gestrickt“, sagt sie. „Und ich spreche zwar perfekt Deutsch, aber im Schriftlichen hapert es noch manchmal.“

Der Gang in die Selbstständigkeit könne den Gründern zur Anerkennung ihrer Fähigkeiten verhelfen, die ihnen anderweitig verwehrt bleibe.

Das IQ-Förderprogramm versteht es als seine Aufgabe, Migranten den Zugang zum Arbeitsmarkt zu erleichtern, wo sie benachteiligt sind und die üblichen Instrumente keine Chancengleichheit gewährleisten. Ein solcher Zugang zum Arbeitsmarkt ist die Selbstständigkeit. Wenn Migranten ein Unternehmen gründen wollen, sind sie häufig arbeitslos oder von Arbeitslosigkeit bedroht und suchen eine Alternative zu einem abhängigen Beschäftigungsverhältnis. „Dort funktioniert die Selbstvermarktung offensichtlich nicht, wenn es um abhängige Beschäftigung geht“, sagt Wolfgang Vogt, Koordinator des IQ-Netzwerks im Saarland. „Wenn Menschen mit dem, was sie machen und wie sie auftreten, überzeugend sind, dann haben sie auch Chancen und sind nicht unbedingt auf die Wege, Rituale und Auswahlkriterien angewiesen, die der Arbeitsmarkt der abhängigen Beschäftigung mit sich bringt.“ Der Gang in die Selbstständigkeit könne den Gründern zur Anerkennung ihrer Fähigkeiten verhelfen, die ihnen anderweitig verwehrt bleibe, sagt Vogt. „Deshalb ist es für uns wichtig, diesen Weg immer mit im Blick zu haben.“

Was Vogt und seine Kollegen beobachteten: Nicht nur fühlen sich Gründer mit Migrationshintergrund häufig von Institutionen wie Kammern,



Wolfgang Vogt koordiniert das IQ-Netzwerk im Saarland und kritisiert, dass die Förderung von Gründern in Deutschland zurückgefahren werde.

Ämtern, Banken und Steuerberatern abgeschreckt. Die Regeleinrichtungen wissen auch nicht mit diesen Gründern und ihren Bedürfnissen umzugehen. „Also haben wir uns gefragt: Wo brauchen die Gründungsintermediäre Unterstützung, damit sie mit dieser besonderen Zielgruppe genauso gut umgehen können wie mit allen anderen?“ sagt Vogt. „Es war uns klar, dass das eine große Aufgabe ist, weil Gründungsförderung ihre eigene Kultur entwickelt. Und die großen und etablierten Einrichtungen zählen nicht gerade zu denen, die besonders flexibel reagieren und sich schnell auf neue Situationen einstellen können oder wollen.“

„Deswegen haben wir zu unserer Kernaufgabe die faktisch-praktische Gründungsberatung dazugenommen“

Den Gründungsberatern vom Saarufer war klar, dass sie den großen Institutionen nur auf die Sprünge helfen können, wenn sie das Geschäft von Migrantenunternehmen und die Zusammenarbeit mit ihnen selbst verstehen. Und sie wussten: Nur so kommen sie an Banken, Kammern und andere offizielle Stellen heran, die sie für die eingewanderten Unternehmer sensibilisieren wollten. „Deswegen haben wir zu unserer Kernaufgabe die faktisch-praktische Gründungsberatung dazugenommen“, sagt Vogt. Die IQ-Mitarbeiter schauten sich in der Gründerszene um und fanden die Saarland-Offensive für Gründer, kurz SOG. In diesem Netzwerk haben

sich einige Gründungsintermediäre zusammengesetzt, um angehenden Unternehmern auf die Beine zu helfen. Dazu zählen das Wirtschaftsministerium des Saarlands und die Saarländische Investitionskreditbank. „Und wir haben gesagt, eigentlich muss das die Struktur sein, die wir in die Lage versetzen müssen, am Ende auch ohne uns diese Klientel mit bedienen zu können“, sagt Vogt. Fortan machte sich Gründungslotse Faruk Sahin daran, sich in der SOG zu vernetzen.

Wie kommen wir dahin, dass wir uns selbst überflüssig machen und die interkulturelle Öffnung der Einrichtungen fördern?

Die neue Beratung sprach sich herum. Wer mit migrantischen Gründern nicht zurechtkam, schickte sie zu Stefanie Valcic-Manstein und Faruk Sahin. Allerdings wollen beide nicht auf Dauer Lückenfüller sein. Wenn man es überspitzt formuliert, sei die Gründungsberatung ein Vehikel gewesen, sagt Koordinator Wolfgang Vogt. „Selber die Beratung machen, selber die Fälle kennen, um aus dieser Kenntnis heraus mit den Akteuren überlegen zu können: Wie kommen wir dahin, dass wir uns selbst überflüssig machen und die interkulturelle Öffnung der Einrichtungen fördern?“

Dabei ist die Unterstützung von Gründungen für das IQ-Landesnetzwerk lediglich ein Nebengeschäft. Vom Jahresbudget über zwei Millionen Euro, finanziert vom Bund und dem Europäischen Sozialfonds (ESF), entfallen lediglich 90.000 Euro auf die Gründungsförderung, die allein mit Bundesmitteln bestritten wird. Dass die Gründungsförderung eher auf kleiner Flamme läuft, ist auch eine politische Maßgabe. Das IQ-Netzwerk kooperiert mit der Agentur für Arbeit und wird vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales finanziert. Dort werde eher darauf geachtet, dass unmittelbar sozialversicherungspflichtige Beschäftigung entsteht als ein neues Unternehmen. „In der Arbeitsmarktpolitik wird der Weg in die Gründung nicht als Hauptweg gewählt“, sagt Vogt. „Es ist ein Seitenweg, aber es ist ein Seitenweg, der auch für unsere Zielgruppe durchaus interessant und gangbar ist.“ Gründungsberatungen berichten übergreifend, dass die Bundesregierung je nach Höhe der Arbeits-

losenzahlen den Gang in die Selbstständigkeit stärker oder zurückhaltender fördere. In Zeiten hoher Beschäftigung werde Gründung als Weg in den Arbeitsmarkt eher vernachlässigt.

Die geringe Budgetierung habe eine Reihe negativer Folgen.

Vogt kritisiert, dass die Gründungsunterstützung in der Bundesrepublik systematisch zurückgefahren worden sei. Das sei unter anderem die Stoßrichtung der Sozialgesetzbücher II und III, die die Grundsicherung von Arbeitslosen und die Arbeitsförderung regeln. Das IQ-Netzwerk fördere beständig, die Beratung und anderweitige Unterstützung von Gründern besser auszustatten und Gründern damit eine größere Chance zu geben. Die geringe Budgetierung habe eine Reihe negativer Folgen. Kritisch sei vor allem, dass sie das Problem von Gründern mit Migrationshintergrund verschärfe, an das nötige Kapital für den Start ihres Geschäfts zu kommen.

Dieses Problem hat Suliman Khello in all seinen Auswüchsen erfahren. Vor zwei Jahren hat der 32 Jahre alte Syrer seinen Friseursalon in der Saarbrücker Innenstadt aufgemacht. Ein paar hundert Meter nur sind es von hier zum Hauptbahnhof. Die Haupteinkaufsmeile liegt eine Straße weiter, eine gute Geschäftslage. Khello hatte schon in Syrien den Friseurberuf erlernt, bevor er 2009 über eine Familienzusammenführung nach Deutschland kam. Seine Frau lebte schon länger hier. Khello nahm einen Job als Friseur an und erarbeitete sich schnell eine eigene Stammkundschaft. Nur fragte er sich, wie er mit seinem Gehalt seine Familie ernähren sollte. So reifte der Beschluss, einen eigenen Laden zu eröffnen.

Die passende Immobilie war schnell gefunden und Suliman Khello war zuversichtlich, dass seine Kunden ihm die Treue halten würden, wenn er in seinen eigenen Laden wechselt. Dass er als im Ausland ausgebildeter Friseur ohne Meisterbrief nicht einfach einen Salon eröffnen kann, hatte er zähneknirschend akzeptiert. Um die Handwerkskammer zufriedenzustellen, nahm er eine Friseurmeisterin mit ins Boot, die für den Salon verantwortlich zeichnen würde. Nun fehlte nur noch das nötige Startkapital. 40.000 Euro benötige er, hatte Khello ausgerechnet. Aber als

er dem Bankberater seinen Businessplan vorlegte, schüttelte der den Kopf – und schickte ihn zu Stefanie Valcic-Manstein vom IQ-Netzwerk.

„Risikokapital ist ein elementares Problem, wenn man nur ein paar tausend Euro braucht.“

Dort kennt man das Problem. Gerade für kleinere Gründer ist es schwer, an das erforderliche Geld für den Unternehmensstart zu kommen. „Risikokapital ist ein elementares Problem, wenn man nur ein paar tausend Euro braucht“, sagt IQ-Koordinator Wolfgang Vogt. „Wir arbeiten hart daran, es in diesem unteren Bereich, im Klein- und Kleinstgründungsbereich zu vernünftigen Konditionen hier vor Ort akquirieren zu können. Damit konfrontieren wir die Politik schon seit mehreren Jahren.“ Das IQ-Netzwerk im Saarland richte sich mit der Forderung nach besseren Finanzierungsinstrumenten an die Landespolitik, die Position werde aber auch bundesweit vertreten.

Als Suliman Khello beim IQ-Netzwerk aufschlug, arbeitete sich Stefanie Valcic-Manstein durch seinen Businessplan. Sie hat einen Fragenkatalog entwickelt, um Pläne von Gründern auf ihre Stichhaltigkeit zu prüfen. Khellos Geschäftsidee überzeugte sie. Nun gingen sie gemeinsam zur Bank. Und zur nächsten. Valcic-Manstein verhandelte, Khello schraubte seine Vorstellungen auf 30.000 Euro herunter, dann auf 15.000. Aber bei den Banken hieß es immer noch, ohne die nötigen Sicherheiten sei leider nichts zu machen. Suliman Khello hätte am liebsten wieder hingeschmissen angesichts so beständiger Zurückweisung. Aber dafür war es zu spät. Um nicht nur herumzusitzen, hatte er bereits den Mietvertrag unterzeichnet und sich erstes Geld von Verwandten gepumpt, um die größten Renovierungsarbeiten anzugehen. Also musste es weitergehen. Aber mit dem Geld seiner Freunde und Verwandten schuf er sich das nächste Problem. Denn als er sich nun wieder um einen Gründungskredit bewarb, hieß es, der sei nicht dafür da, um private Darlehen abzulösen.

Für Wolfgang Vogt ist es unverständlich, warum schon Gründer mit einer konventionellen Idee wie Khello so große Finanzierungsprobleme haben. Noch schwieriger werde es, wenn ange-



Familienbande: Suliman Khello lernte das Friseurhandwerk in Syrien bei seiner Schwester. Heute beschäftigt er sie und andere Verwandte in seinem Salon in Saarbrücken.

hende Unternehmer sich mit etwas ungewöhnlicheren Geschäftsvorhaben bei den Banken vorstellen. Viele von ihnen wenden sich auf der Suche nach Hilfe ans IQ-Netzwerk. Und immer wieder bekommen die Berater mit, dass Gründer die Flinte schließlich ins Korn werfen. Ein Kameruner war dabei, der gebrauchte Reifen in seine Heimat exportieren wollte. Die Bank sagte nein. Oder ein türkisches Paar, das schon seit langen Jahren in Deutschland angestellt arbeitete, wollte sich den Traum erfüllen, einen orientalischen Basar zu eröffnen. Aber der Kredit war so teuer, dass die beiden das Vorhaben erst einmal auf die lange Bank schoben.

Vogt findet gerade Geschäftsideen interessant, die den deutschen mit dem jeweiligen Heimatmarkt des Gründers verbinden, weil diese nicht nur hier, sondern auch dort ihre Wirtschaftskraft entfalten. Aber für die Finanzierung sei diese Verknüpfung zweier Märkte durch Kleingründer kaum möglich. „Für internationale Handelsbanken sind das Peanuts, die gucken sich das gar nicht erst an. Und kleinere Banken können so ein Geschäft nicht einschätzen“, sagt Vogt. „Das sind Strukturen, die im Endeffekt diskriminierend sind.“ Es gebe daneben durchaus Förderprogramme vom Bund und von der EU. „Wenn man die aber dreimal umdreht, sind sie oft realistisch

nicht zu bedienen, weil sie – obwohl es Risikokapital ist – wieder bankübliche Sicherheiten fordern, was das ganze ad absurdum führt“, sagt Vogt. „Oder aber sie sind so teuer, dass sie nicht mehr attraktiv sind.“

„Wir sind hier fast die ganze Familie, ich, meine Schwester, meine Neffen und Nichten, wir machen das alles zusammen.“

Suliman Khello hat an diesem Nachmittag kaum Zeit zu verschnaufen. Gleich kommt seine nächste Kundin. Zuvor schaut er kurz seinem Neffen über die Schulter, der einem Kunden den Nacken rasiert, dann rückt er den Frisierstuhl daneben zurecht und hechtet die drei Stufen hinauf in den oberen Raum seines Salons, wo seine Schwester gerade einer Kundin eine Hochsteckfrisur macht – ihre Spezialität, Khellos Salon ist schon in ganz Saarbrücken bekannt dafür. Einst in Syrien lernte Khello bei seiner Schwester. Als sie vor zweieinhalb Jahren vor dem Bürgerkrieg floh und auch ins Saarland kam, konnte Khello ihr einen Job geben. „Wir sind hier fast die ganze Familie, ich, meine Schwester, meine Neffen und Nichten, wir machen das alles zusammen“, sagt Khello. Am Ende konnte er sich auch finanziell nur auf seine Familie und auf Freunde stützen. „Jeder hat gegeben, was er konnte, ein-, zwei-, dreitausend

Euro, bis genug zusammen war. Als ich aufgemacht habe, hatte ich nur 800 Euro in der Kasse.“

„Wir bräuchten mehr noch ein Umfeld, das eine gewisse Experimentierfreude und Risikobereitschaft honoriert.“

Für Khello war es ein Glück, dass er sich auf seine Familie verlassen konnte. „Wäre ich allein gewesen, hätte ich es nicht gemacht“, sagt er. Aber aus Sicht des IQ-Gründungsbüros ist es äußerst problematisch, dass viele Gründer mit Migrationshintergrund bei der Finanzierung auf Familie und Bekannte zurückgreifen müssen. „So belasten sie ausgerechnet diejenigen, die sie am Ende auffangen müssen, falls die Geschäftsidee scheitert“, sagt Wolfgang Vogt. „Wir bräuchten mehr noch ein Umfeld, das eine gewisse Experimentierfreude und Risikobereitschaft honoriert.“ Dieses zu schaffen, sei eine Aufgabe der Politik und der Gründungsintermediäre. „Das ist eine Aufgabe für Kommunen, die können damit hervortreten“, sagt Vogt. Auch auf Landes- und Bundesebene sowie in einzelnen Institutionen müsse sich mehr bewegen. Das derzeitige Sicherheitsdenken resultiere aus der Krise und solle vor allem große Institute vor dem Scheitern bewahren. „Aber ein Sicherheitsdenken, das aus solchen Bereichen kommt, auf die Kleinstunternehmen zu übertragen, ist einfach Quatsch“, sagt Vogt.

Wolfgang Vogt ist überzeugt, dass die Politik die Gründungsunterstützung noch einmal überdenken muss. Allein die Zahl der Geflüchteten, die in diesem Jahr in den Sozialsystemen auftauchen werde, sei ein Anstoß. Wenn darunter mehr oder weniger gestandene Unternehmer sind, sei es zu dem fahrlässig, sie in geringfügigen Jobs unterzubringen. Dabei gehe es um die Anerkennung dessen, was jemand an Qualifikationen mitbringt, über die formale Anerkennung von Abschlüssen hinaus. Das Gründungsbüro des IQ-Landesnetzwerks erhält bereits erste Anfragen von Flüchtlingen in den Aufnahmeeinrichtungen. Mit ersten Flüchtlingshelfern arbeiten die Berater zusammen. Gründung muss ein Weg sein, dieses Potenzial zu erschließen, weil wir es nicht schaffen werden, alles nur über sozialversicherungspflichtige Beschäftigung hinzukriegen“, sagt Wolfgang Vogt. „Es würde auch den Menschen nicht gerecht werden.“

Vogt sieht die Chance, regionale Märkte über nationale Grenzen hinweg zu verknüpfen. Gründer unter den Geflüchteten könnten auch angestammte Branchen in Deutschland beleben. In der Ausbildung werde kontrovers darüber diskutiert, junge Flüchtlinge in Ausbildungsberufe zu bringen, die in Deutschland unterbelichtet seien. Das sei auch für Gründer plausibel. „Ich werde dort besonders erfolgreich sein, wo ich etwas mache, was sonst niemand machen will“, sagt Vogt. „Und Menschen, die selber gewandert sind, die haben ja zumindest unter Beweis gestellt, dass sie mobil sind, und zwar körperlich, physisch genauso wie psychisch, sozial und mental. Und das passt ganz gut zu dem, was Wirtschaft heute erfordert. Menschen, die mobil genug sind, dorthin zu gehen, wo sie Chancen haben, die werden Unternehmertum ändern.“

„Wenn alles gut läuft, mache ich in anderthalb Jahren mein zweites Geschäft auf.“

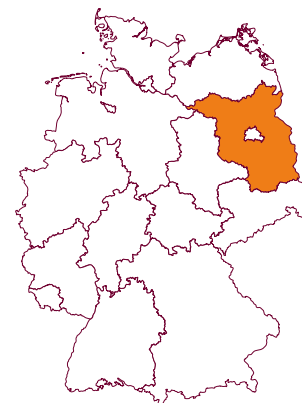
In den ersten Monaten nach der Gründung befahlen auch Suliman Khello noch einmal leise Zweifel an seiner Geschäftsidee. Die Kunden kamen erst zögerlich in seinen Friseursalon, aber langsam wurde es besser. Heute brummt der Laden. An guten Tagen kommen bis zu 60 Kunden. Vor einem Jahr seien es nur halb so viele gewesen. „Wenn alles gut läuft, mache ich in anderthalb Jahren mein zweites Geschäft auf“, sagt Khello. Dass die Banken ihm einen Kredit verweigert haben, hat er bis heute nicht recht verstanden. „Aber jetzt brauche ich nichts mehr“, sagt er, und zuckt mit den Schultern.

Nur Stefanie Valcic-Manstein wollte es nicht auf sich beruhen lassen nach Khellos Geschäftserfolg. Sie klapperte alle Banken ab, die ihn damals abgewiesen hatten. Und sie forderte die Berater auf, seinen Salon zu besuchen. Sie sollten sehen, wie falsch sie damals lagen.

Kurs halten!

Der Lotsendienst für Migrantinnen und Migranten und das IQ-Landesnetzwerk in Brandenburg





„Mutti, die war immer schon kunstbegeistert.“ Alex Maier versucht das Ganze auf einen Satz zu bringen. Den Wahnsinn der letzten Monate, der ihn und seine Familie erfasst hat, für den sie noch keine richtige Erklärung gefunden haben. Den Erfolg, die sprunghaft gestiegenen Einnahmen, die vielen Fragen, die jetzt auftauchen, die Entscheidungen, die getroffen werden müssen. Das hat alles zuerst einmal viel damit zu tun, dass seine Mutti Kunst gut findet. Alex' Mutti ist Larissa Maier und sitzt ihm gegenüber an einem runden Küchentisch, auf dem eine mit kleinen braunen Kaffeetassen bedruckte Tischdecke liegt.

Über dem Kühlschrank zwitschern Kanarienvögel. Larissa Maier trägt ein schwarzes Kostüm mit weißer Bluse. „Ich habe drei Kinder groß gezogen und war lange zuhause“, sagt sie. „Und das wollte ich nicht mehr, ich wollte endlich Menschen treffen, meine Erfahrung und meine Fähigkeiten einsetzen und mich nützlich machen.“

„Mutti sagt, dass Papa ein großes Organisationsvermögen hat und viele Ideen.“

Dann hält sie wieder inne, blickt durch ihre starke eckige Brille hinüber zu ihrem Sohn und schiebt ein paar Worte auf Russisch nach, die er übersetzen soll. Sie findet ihr Deutsch zu schlecht, um selbst noch mehr zu erklären. Alex hört eine Weile zu und sagt dann: „Mutti sagt, dass Papa ein großes Organisationsvermögen hat und viele Ideen.“ Papa ist Vladislav Maier. Er hat ein kantiges Gesicht, trägt ein etwas zu weites Wolljackett für seine schmale Statur und hilft seiner Frau, wo er kann. Er stellt eine Kanne tief schwarzen Kaf-

fees auf den Tisch. Dann setzt er sich neben Larissa, legt den Arm um sie und sagt: „Meine Frau hat einen großen Tatendrang.“

Zwei Monate später im Dezember lag der Umsatz bereits bei 20.000 Euro.

Hinter Larissa Maier hängen an der Wand verteilt mehrere farbenprächtige, auf Holzrahmen gezogene Leinwandbilder, eines mit einem Blumenstrauß darauf, daneben ein aufgeschnittener Laib Brot in Nahaufnahme, Weintrauben, ein Stilleben aus aufgeschnittenem Obst. Diese Bilder sind seit einigen Monaten das Geschäft von Larissa Maier. Es gibt noch viele andere Motive, hunderte, das Brandenburger Tor, Motorräder im Sonnenuntergang, halbnackte Frauen und Albert Einstein. Im September 2015 gründete Larissa Maier ihr Unternehmen Lara Art Studio. Über ihre Website sowie über Plattformen wie Amazon und Ebay bietet sie Leinwandbilder in verschiedenen Größen an. Produziert werden sie hier in ihren Gewerberäumen in Hennigsdorf bei Berlin. Die ersten Wochen schlug das Geschäft nicht gerade ein. Ganze 350 Euro setzte Maier im Oktober um. Zwei Monate später, im Dezember, lag der Umsatz bereits bei 20.000 Euro. Ein gewaltiger Erfolg, aber Larissa Maiers Freude währte nur kurz. Dann brach ihr die Buchhaltung über dem Kopf zusammen. Sie brauchte Hilfe.

Larissa Maier ist kein Einzelfall. So paradox es klingen mag, schneller wirtschaftlicher Erfolg kann Unternehmensgründer ebenso in Bedrängnis bringen wie eine anhaltende Flaute. Arbeitsstunden nehmen Überhand, Akquise muss weiter betrieben werden; fortlaufende Rechnungen, Mahnungen, womöglich Vertragsabschlüsse stehen an, um Kunden zu binden. Oft müssen

Ein Unternehmen für die Familie: Die russlanddeutsche Gründerin Larissa Maier mit ihrem Sohn Alex (M.) und ihrem Mann Vladislav.



Im Druckerraum des Lara Art Studios werden die Bilder umgehend auf Holzrahmen gezogen (linkes Bild). Larissa Maier präsentiert eines ihrer Erfolgsmotive, die Deutschlandfahne (mittleres Bild). Vor der Tür der alten Industriearacke lagern Mitarbeiter neues Material (rechtes Bild).

nun Mitarbeiter eingestellt werden, was Anmeldungen und Lohnbuchhaltung nach sich zieht. Selbst wer sich vor der Gründung hat beraten lassen, kommt nun häufig nicht mehr hinterher. Derlei Probleme kann eine Gründungsberatung zwar anreißen. Wenn sie aber auftauchen, ist weitere Unterstützung nötig.

Wenn die Gründer weitere Unterstützung brauchen, kommt IQ ins Spiel.

Wenn die betroffenen Gründer Glück haben, kommt dann Charlotte Große ins Spiel. Die Soziologin kennt sich aus mit kleinen Unternehmen, die ins Stocken geraten sind. Große arbeitet beim BIUF e. V., Anfang der 1990er Jahre gegründet als Brandenburgisches Institut für Umbildung und Fortbildung. Große ist dort zuständig für „Qualifizierung in Migrantenunternehmen“. Unter dem Titel leitet sie ein Teilprojekt des Landesnetzwerks IQ. Das Kürzel steht für Integration durch Qualifizierung. Das deutschlandweite Programm wird vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales sowie vom Europäischen Sozialfonds finanziert und soll Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland den Zugang zum Arbeitsmarkt erleichtern. Das Netzwerk bietet in erster Linie Qualifizierungsmaßnahmen an, um Leute fit zu machen für eine abhängige Beschäftigung. Aber auch Selbstständigkeit wird unterstützt. Im Fall von Charlotte Große geht

es darum, bereits existierende Unternehmen zu stabilisieren oder ihnen wieder auf die Füße zu helfen.

Mit Charlotte Großes Hilfe hat sie die ersten Hürden gemeistert und kann nun schon über den Ausbau des Unternehmens nachdenken.

„Zum einen geht es um die Unternehmen, die eine gute Perspektive haben und schnell wachsen“, sagt Charlotte Große. „Die gehen von null auf hundert in ganz kurzer Zeit.“ Sie freut sich, dass Larissa Maier mit ihren erfolgreichen Leinwandbildern frühzeitig Alarm geschlagen hat. So konnte Große ihr mit einer Einzelberatung unter die Arme greifen. Mit Großes Hilfe hat Maier die ersten Hürden gemeistert und kann nun schon über den Ausbau des Unternehmens nachdenken. Sie hat eine weitere Halle angemietet, die die Maiers gerade mit gemeinsamer Kraft renovieren. Hier wollen sie ein Fotostudio einrichten, um selbst die Motive für ihre Leinwände zu kreieren. Einer der größten Verkaufsschlager war ein Plakat von David Bowie nach seinem Tod im Januar. Seither achten die Maiers darauf, dass sie immer die passenden Prominenten im Sortiment haben. Leonardo di Caprio, als er seinen ersten Oscar gewann, die Stars der Fußball-Europameisterschaft. „Und Lemmy von Motörhead“, ruft Larissa Maier. Ihr Mann Vladislav verhandelt mit



einem IT-Dienstleister, der als Teilhaber einsteigen will – damit Lara Art Kapital zum Wachsen hat und die Website und die Verkaufssoftware immer auf dem neusten Stand sind.

Besonders problematisch ist es, wenn Unternehmer nicht rechtzeitig merken, dass Ärger auf sie zukommt. „Sie brauchen einen offenen Umgang mit Turbulenzen und ein innerbetriebliches Frühwarnsystem“, sagt Große. „Unsere größte Schwierigkeit ist, dass die Leute oft erst kommen, wenn ihnen der Rock in Flammen steht.“ Dieses Problem betrifft häufig Unternehmer mit Einwanderungsgeschichte. Rund jedes siebte Unternehmen in Brandenburg wird von einem ausländischen Staatsangehörigen gegründet. Das Gewerbeamt berücksichtigt bei der Zählung nur die Staatsangehörigkeit, nicht die Abstammung. Würde man den Anteil deutscher Staatsangehöriger mit Einwanderungsgeschichte einbeziehen, läge die Zahl von Gründern mit Migrationshintergrund also höher.

Die Zahl der Gewerbebeanmeldungen von Ausländern in Brandenburg hat sich seit Ende der 1990er Jahre verdreifacht.

Die Zahl der Gewerbebeanmeldungen von Ausländern in Brandenburg hat sich seit Ende der 1990er Jahre verdreifacht. Im Moment führen Polen die Statistik an. Auch die Zahlen bulgarischer und rumänischer Anmeldungen sind seit dem EU-Beitritt der Länder angestiegen. Tradi-

tionell hoch ist die Anzahl der Selbstständigen unter Vietnamesen, Türken und Russen. Gastronomen und Einzelhändler machen zusammen nur noch ein Drittel von ihnen aus, 2003 waren es noch gut 70 Prozent. Die meisten sind Ein-Personen-Unternehmen. Knapp 40 Prozent der Unternehmer haben Angestellte.

Charlotte Große hat sich in ihrem Büro am Rand der Potsdamer Innenstadt in einen Sessel fallen lassen. Neben ihrem Schreibtisch steht ein Flipchart, darauf eine vollgeschriebene Tabelle. Am Tag zuvor war eine ihrer Kundinnen da. Mit ihr hat Große eine SWOT-Analyse erstellt. SWOT ist ein englisches Akronym aus den Begriffen Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren. Die Analyse kommt eigentlich aus dem Militär und soll, heute auch bei Unternehmen angewendet, bei der strategischen Positionsbestimmung helfen. Die betroffene Kundin ist auch so ein Fall, der durch die Decke ging. Sie hatte als Putzkraft in einer Gebäudereinigungsfirma gearbeitet. Als die Unstimmigkeiten mit ihrem Vorarbeiter immer größer wurde, entschied sie sich zu kündigen und erzählte einigen der angestammten Privatkunden davon. Diese wollten sie gern weiterbeschäftigen. Da traf sie die Entscheidung, sich selbstständig zu machen. „Der Laden hat gut eingeschlagen, im ersten Monat hat sie schon 199 reine Arbeitsstunden gehabt – und da sind noch keine Fahrzeiten dabei“, sagt Große. „Jetzt muss sie jemanden einstellen und gleichzeitig weiter Akquise betreiben.“



Wenn der Rock schon in Flammen steht: Charlotte Große hilft Unternehmern, die ihr Geschäft nicht mehr unter Kontrolle haben.

„Zu uns kommen eigentlich die Kümmerexistenzen.“

Dies sind die Fälle, die Große besondere Freude bereiten. Aber die sind nicht die Regel. Große ist seit Jahren als Beraterin im Geschäft. Sie hat sich angewöhnt, die Dinge beim Namen zu nennen. „Zu uns kommen eigentlich die Kümmerexistenzen“, sagt sie. Kleine Unternehmen, die in Schieflage geraten und sich auch ein geförderteres Coaching bei der KfW wegen des Eigenanteils nicht erlauben können. Ein paar Straßen weiter in einer der Potsdamer Einkaufsstraßen unterhält ein asiatisches Paar schon seit Wendezeiten ein Gemischtwarengeschäft. „Die sind sehr auf sich bezogen und bemerken dann zu spät, oh, die Welt um meinen Laden verändert sich“, sagt Große. „Links ein Bioladen, rechts ein teures Café und die haben immer noch Waren in ihrem Fenster stehen, die keiner mehr haben will.“ Auf Kundenschwund reagierten sie traditionell mit Preissenkungen, was kaum noch rentable Umsätze ermögliche. „Sie sind die Billigheimer, so haben sie angefangen und das war natürlich auch ihr Marktvorteil“, sagt Große. „Das funktioniert aber nicht mehr, zumindest nicht in Ecken wie Potsdam.“

Rund 100 Gründungsinteressierte berät der Lotsendienst jedes Jahr.

Dass die Not leidenden Unternehmer überhaupt bei Charlotte Große landen, haben sie oft Julia Plotz zu

verdanken. Die ist Gründungsberaterin beim Lotsendienst in Brandenburg. Das Land hat dafür gesorgt, dass Beratung vor und nach der Gründung ineinandergreifen. Das IQ Projekt „Qualifizierung von Migrantunternehmen“ von Charlotte Große hilft Unternehmern seit 2013 nach der Gründung. Der Lotsendienst für Migrantinnen und Migranten von Julia Plotz kümmert sich um die Qualifizierung vor der Gründung. Bereits im zwölften Jahr legen das Arbeits- und das Wirtschaftsministerium in Brandenburg diese Unterstützung für Gründer mit Migrationsgeschichte auf. Der Europäische Sozialfonds und das Arbeitsministerium finanzieren das Projekt. Rund 100 Gründungsinteressierte qualifiziert der Lotsendienst jedes Jahr. Julia Plotz leitet das Projekt und sorgt mit ihrer Kollegin dafür, dass auch Gründungsinteressierte aus entfernteren Ecken des Landes vom Angebot Gebrauch machen können. „Im ersten Schritt führen wir ein Development Center durch, um festzustellen, welche persönlichen Kompetenzen die Gründungswilligen mitbringen und um die Tragfähigkeit der Geschäftsidee einzuschätzen.“ Dieses Verfahren soll die beiden Lotsinnen bei der Entscheidung unterstützen, wer ein individuelles Coaching von im Schnitt 30 Stunden erhält. Denn gecoacht werden diejenigen, die die besten Aussichten auf eine tragfähige Existenz als Unternehmerinnen und Unternehmer haben.

„In 99 Prozent der Fälle sind es Migranten der ersten Generation, die direkt zugewandert sind.“

Als Lehrerin und Betriebswirtin kennt Plotz sich aus mit Marktanalysen und Rentabilitätsberechnungen. Im Vordergrund steht für sie aber die Person. Sie will die jeweiligen Menschen und ihre Motive kennenlernen, um deren Erfolgchancen einzuschätzen. „Wir suchen uns die Menschen nicht aus, die kommen zu uns, viele durch die Jobcenter“, sagt Julia Plotz. „In 99 Prozent der Fälle sind es Migranten der ersten Generation, die direkt zugewandert sind.“ Durch kulturelle Unterschiede und Sprachbarrieren seien sie besonders auf Beratung angewiesen. Aber selbst diese Gruppe sei sehr heterogen, Ethnien und Kulturkreise unterschieden sich ebenso wie das sprachliche Niveau und die Kompetenzen. „Bei Migranten, deren Deutsch nicht perfekt ist und deren Berufsabschlüsse nicht anerkannt wurden,

sind die Chancen auf dem Arbeitsmarkt gering, eine adäquate Anstellung zu finden“, sagt Plotz. Die meisten von ihnen wollten sich jedoch nicht abschreiben und sehen in der Selbstständigkeit eine gute Alternative, sich ins Erwerbsleben zu integrieren.

Auch Vladislav Maier hat so angefangen, lange bevor seine Frau daran dachte, einen Onlinehandel für Leinwanddrucke zu gründen. Die Maiers sind Spätaussiedler aus Russland. Larissa Maier kam im Jahr 2000 nach Deutschland, ihr Mann zwei Jahre später. 2009 machte er sich als Hausmeister selbstständig. Aus der Zeit kannte er Julia Plotz schon. Wegen der Geschäftsgründung seiner Frau Larissa trat er wieder mit Julia Plotz in Kontakt. „Ich habe gesagt, Frau Plotz, ich bin schon selbstständig, alles ok, ich habe einen Arbeitsplatz, aber jetzt kommt meine Frau, das ist eine andere Stufe, ein bisschen größer, ich bin Hausmeister, das ist nicht so schwer wie Onlinehandel. Frau Plotz, wir brauchen Ihre Hilfe“, erzählt Vladislav Maier. „Wir haben uns ungefähr ein Jahr darauf vorbereitet, welche Maschinen wir brauchen, welches Material wir brauchen, wo es die beste Qualität gibt.“

„Viele sagen, sie wollen finanziell unabhängig sein, von Ämtern und allem, sie wollen ihr eigener Chef sein und sie wollen ein Vorbild sein für ihre Kinder.“

Julia Plotz kennt solche Anfragen und kann oft erkennen, welche Motive dahinterstecken: „Viele sagen, sie wollen finanziell unabhängig sein, von Ämtern und allem, sie wollen ihr eigener Chef sein und sie wollen ein Vorbild sein für ihre Kinder. Gefragt sein, gebraucht sein, das sind schon die Hauptmotive.“ Ein Auskommen zu haben, sei vielen näher als der Gedanke an unternehmerischen Erfolg und Reichtum. „Es gibt viele, die sind seit zehn Jahren hier, machen hier und dort einen Ein-Euro-Job, die sagen sich, ich bin jetzt 52, mein Deutsch wird nicht mehr perfekt, meine Kinder werden groß, was mache ich denn jetzt?“ Als die Maiers mit ihrer Geschäftsidee kamen, half Julia Plotz beim Start. Sie unterstützte sie beim Ausfüllen von Anträgen und bereitete sie auf Besuche bei Behörden und Banken vor. Als das Unternehmen dann lief, übergab sie die Betreuung an Charlotte Große. „Frau Große hat eine



Julia Plotz vom Brandenburger Lotsendienst setzt auf Zahlen und ihre Menschenkenntnis, wenn sie Existenzgründer berät.

grundlegende Analyse unseres Unternehmens gemacht und uns beim Thema Buchhaltung weitergebracht“, sagt Larissa Maier.

Larissa Maier hat mittlerweile einen Mini-Jobber eingestellt, der ihr die Holzrahmen zusammenzimmert und mit den Leinwandbildern bespannt. Der steht im Druckerraum mit kräftigen, tätowierten Armen an einem großen Tisch in der Mitte und tackert eine Leinwand am Rahmen fest. Auch ein Praktikant arbeitet im Betrieb. Er sitzt am Computer, wählt Motive aus und justiert die Drucker. Maier ist mit ihrem Unternehmen in einer Halle auf einem alten Industriebau untergekommen. Den Tipp hatte sie von Freunden, die hier ebenfalls ein Geschäft mit Fotodrucken betrieben. „Wir sind zwar Konkurrenten, aber wir helfen uns trotzdem“, sagt Maier. Ihr Sohn Alex ist jetzt 26 Jahre alt. Er ist noch bis zum Jahresende bei der Bundeswehr verpflichtet, dann will er in den Betrieb einsteigen.

„Ich mache jedes Business, bis es gute Resultate bringt – wie einen Sport.“

„Wir brauchen ein gutes Familien-Business, wir haben auch noch zwei jüngere Söhne“, sagt Vater Vladislav. Finanziell beteiligt ist Alex schon. Das nötige Startkapital für die großen Drucker und das erste Material bekam seine Mutter nur mit seiner Hilfe zusammen. Alex hat für seine Mutter einen größeren Kredit aufgenommen, Larissa



Zwischen Julia Plotz (l.) und Charlotte Große stimmt die Chemie. Sie arbeiten bei der Beratung von Gründern und Unternehmern eng zusammen.

Meier hat sich zusätzlich Geld von Freunden geliehen. Und ein paar Tausend Euro kamen vom Jobcenter dazu, einige Verwandte gaben auch etwas. Larissa und Vladislav Maier hatten auch in Russland schon eigene Firmen, einen Lebensmittelhandel und eine Baufirma. „Ich mache jedes Business, bis es gute Resultate bringt – wie einen Sport“, sagt Vladislav. „Aber Russland und Deutschland sind unterschiedliche Länder und das Business ist auch anders, die Gesetze zum Beispiel.“

„Die Leute, die an den verschiedenen Stellen sitzen, haben ein gemeinsames Ziel.“

Wenn der Lotsendienst die Betreuung eines Unternehmens wie das der Maiers an Charlotte Große vom Netzwerk IQ übergeben will, läuft das meist per Zuruf. Julia Plotz und Charlotte Große sind regelmäßig in Kontakt. „Die Lotsendienst-Berater kennen ihre Leute und können die einschätzen, da kommt dann eine Mail“, sagt Charlotte Große. Dass die beiden Dienste so gut verzahnt seien, liege vor allem daran, dass sie und Julia Plotz sowie einige andere Akteure an einem Strang ziehen. Auch die Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung der Landeshaupt-

stadt Potsdam und der Zukunftsagentur Brandenburg, einer Fördereinrichtung des Landes, funktioniere gut. „Die unterschiedlichen Leistungen laufen zusammen, weil die Leute, die an den verschiedenen Stellen sitzen, ein gemeinsames Ziel haben, sagt Große. „Das heißt nicht Ruhm und Ehre für jede einzelne Person, sondern zu gucken, wie die Dinge optimal organisiert sein müssen, damit die Leute, für die wir zuständig sind, die bestmögliche Unterstützung erhalten.“

Wie auch in anderen Bundesländern werden Regelinrichtungen wie die Kammern von Gründern mit Migrationsgeschichte oftmals nicht in Anspruch genommen. Für Charlotte Große hängt das damit zusammen, dass zu ihnen kaum persönlicher Kontakt bestehe. „Unsere migrantischen Kunden sind alle sehr beziehungsorientiert, deswegen ist die Verknüpfung mit den Regelangeboten so extrem schwierig“, sagt sie. „Man muss viel Zeit investieren. Ich muss mit den Leuten in ein privates Gespräch kommen. Sie müssen das Gefühl bekommen, die Person auf der anderen Seite des Schreibtisches interessiert sich für mein Leben und guckt nicht auf die Uhr. Erst wenn die Beziehung geklärt ist, kann man über Sachthemen reden.“

Es sei deswegen nicht ungewöhnlich, dass ein Gründer, sobald er Vertrauen gefasst hat, sich immer wieder an dieselben Personen wendet. Viele hätten am liebsten eine umfassende Betreuung aus einer Hand. „Man kann nicht sagen, für alles, was das Unternehmen betrifft, kommen sie zu uns. Aber wenn sie zum Beispiel wissen wollen, wie die Voraussetzungen für ein duales Studium der Kinder sind, dann gehen sie mal woanders hin – so funktioniert die Welt nicht, dann haben wir sie sofort verloren“, sagt Große.

„Wir wollen keine Spirale der Entmündigung in Gang setzen, sodass sie dann wegen jeder Kleinigkeit zu uns kommen.“

Auch Charlotte Große und Julia Plotz können ihren Kunden nicht alle Fragen beantworten. Aber sie versuchen, sie immer wieder an andere Stellen zu verweisen und diese auf ihr Kommen vorzubereiten. „Es ist eine Gratwanderung, zwar Unterstützung zu leisten, wo die Menschen wirklich Hilfe benötigen, sie auf der anderen Seite aber nicht in Abhängigkeit zu halten, indem man ständig irgendwelche Dinge für sie tut“, sagt Große. „Wir wollen keine Spirale der Entmündigung in Gang setzen, sodass sie dann wegen jeder Kleinigkeit zu uns kommen.“

In den letzten Monaten bekommt Julia Plotz zunehmend Anfragen von Flüchtlingen. Sie werden unter anderem von den Jobcentern und den Migrationsberatungsstellen auf das Projekt aufmerksam gemacht. „Sie versuchen auch aus eigener Motivation heraus Informationen zu bekommen, weil sie oft eine stärkere Neigung haben, sich selbstständig zu machen“, sagt Plotz. Zwei anerkannte Asylbewerber aus Syrien haben bereits mithilfe der Lotsendienst-Beratung gegründet. Einer von ihnen will einen Großhandel betreiben, was ohne Förderung schwierig ist. Und eben diese bleibt vielen Geflüchteten aufgrund von befristeten Aufenthaltstiteln versagt. Er versucht es zunächst als Handelsvermittler. Der zweite will kosmetische Produkte produzieren, weil er damit in Syrien 20 Jahre Erfahrung hat. Ohne Finanzierung ist auch das schwierig, deshalb steigt er zunächst als Händler ein.

Bei der Beratung von Flüchtlingen sei die Ansprache besonders wichtig, sagt Plotz. „Schon das Erstgespräch muss anders aufgebaut sein: eine persönliche Ebene herstellen, sich Zeit für die Menschen nehmen, Vertrauen bilden. Wir fangen nicht gleich mit Umsatzzahlen an.“ Ohne Einfühlungsvermögen und Empathie würde man im Beratungsprozess scheitern.

Julia Plotz und Charlotte Große bedauern, dass die Selbstständigkeit von Behörden und Institutionen nicht als gleichberechtigter Weg angesehen werde, Zugang zum Arbeitsmarkt zu ermöglichen. Dabei sei die positive Wirkung von Migrant*innenunternehmen gerade in Brandenburg deutlich zu sehen. Viele gingen mit ihren kleinen Firmen in wirtschaftliche Nischen, von denen andere vorher gesagt hätten, sie lohnten sich nicht. Zudem falle den Unternehmen eine soziale Aufgabe zu: „Es gibt in Eberswalde eine Änderungsschneiderei, die ist ein Treffpunkt für Menschen, die sonst niemanden haben zum Reden“, sagt Julia Plotz. „Gerade wo sonst alles wegstirbt, sind diese Läden für ältere Leute eine Anlaufstelle und für Neuankömmlinge eine Schaltzentrale.“

„Wenn immer alle einer Meinung sind, gibt es keine Entwicklung mehr.“

In der Uckermark, wissen die Beraterinnen zu berichten, gebe es nun sogar wieder niedergelassene Ärzte, die Hausbesuche machten – Ärzte mit Migrationshintergrund. „Mit Hausbesuchen kannst du kein Geld verdienen, dazu musst du eine Haltung haben“, sagt Charlotte Große. „Da geht es um das Verständnis davon, was ein guter Hausarzt tut. Der muss auch über die Hühner reden und ob sie Eier legen.“ Die Gesellschaft brauche die Unterschiedlichkeit, die ihre Kunden mitbrächten. „Wenn immer alle einer Meinung sind, gibt es keine Entwicklung mehr“, sagt Große. „Irgendwer muss auch mal querbürsten.“

Städte im Wandel

Vier Fragen an Prof. Dr. Felicitas Hillmann, Expertin für Stadtentwicklung und Migration, zur Rolle der Migrantenunternehmen im städtischen Raum. Frau Professor Hillmann ist Abteilungsleiterin beim Leibniz-Institut für Raumbezogene Sozialforschung in Erkner (Brandenburg) und vertritt an der TU Berlin das Fachgebiet „Transformation städtischer Räume im internationalen Kontext“.



Frau Professor Hillmann, Sie forschen über Städte im Wandel. Was sind für Sie die wichtigsten Elemente einer Stadtgesellschaft, die Heterogenität bejaht?

Städte leben davon, dass sie unfertig sind. Das macht einen erheblichen Teil ihres Reizes aus. Eben jener Zustand der Unfertigkeit bietet einer Vielzahl von Akteuren Möglichkeiten, sich auszuprobieren und Ideen umzusetzen. Dazu

braucht es ein tolerantes und vielfältiges Umfeld. Heterogenität ist der eigentliche Kern von Urbanität. Das Neue, das dort entsteht, macht die Städte interessant und zwar für die Stadtbewohner selbst und für Besucher. Der mit der Globalisierung einsetzende Schub der urbanen Transformation verändert die Städte in Europa schnell und dies äußert sich unter anderem in einem Mehr an Diversität. Die Erneuerung, die kein historisches Vorbild hat, verläuft entlang verschiedener Dimensionen. Ähnlich wie während der Industrialisierung findet sie ihren Ausdruck in städtebaulich-infrastrukturellen Maßnahmen. Begleitet wird sie von einem Umbau des tragenden sozioökonomischen Gefüges und einem Wandel der symbolisch-kulturellen Repräsentation. Sie ist zudem markant von der Durchsetzung neuer Migrations- und Mobilitätsmuster geprägt. Die Regenerierung von Städten, d. h. der Versuch, von planerischer Seite Einfluss auf die Ausgestaltung des zunehmend fragmentierten städtischen Zusammenlebens zu nehmen, setzt bei diesen unterschiedlichen Dimensionen an. Es ändert sich zum Beispiel nicht nur die Zusammensetzung der Bevölkerung (Alter, Herkunft,

sozio-ökonomischer Status, Bildung). Es ändern sich auch die Zeitlichkeiten, nach denen eine Stadt tickt. Transitäre Mobilität nimmt zu: Menschen kommen für kürzere Zeiträume in die Stadt, viele verharren in Warteschleifen. Das zeigt sich insbesondere an den öffentlichen Räumen, in denen sich die unterschiedlichsten Stadtbewohner treffen. In unserer Forschung interessieren wir uns daher für die Frage, wie einerseits auf Migration ausgerichtete Ansätze der Stadtentwicklung aussehen, und wie andererseits die in der Praxis schon vorhandenen Aktivitäten migrantischer Akteure eingebunden werden können. Eine Heterogenität bejahende Stadtgesellschaft lässt sich an der Qualität ihrer Museen, Büchereien und Erholungsangebote für alle Bewohnergruppen erkennen. Je mehr sich die Städte für ihre vielfältigen Bewohner öffnen können, desto besser.

Viele deutsche Städte durchleben einen Strukturwandel. Welche Rolle spielen dabei Migrantenunternehmen?

Ich erinnere mich, dass erstmals Mitte der 1990er Jahre internationale Konzepte zum „ethnischen Unternehmertum“ diskutiert wurden. Der Strukturwandel spielt in diesem Selbstverständnis eine wichtige Rolle. Mit der ihm zugrunde liegenden Deindustrialisierung wurden besonders auch die Arbeitskräfte, die zuvor in die boomenden Industrien der 1960er angeworben wurden, arbeitslos. Dies führte zum Beispiel zur Herausbildung armutsgeprägter Quartiere. Immer mehr Migranten machten sich angesichts der Krise auf dem Arbeitsmarkt selbstständig. Anfangs war dies wenig willkommen, die Behörden blockierten bzw. waren nicht darauf vorbereitet, sich mit den Unternehmern auszutauschen. Die Grün-

der erhielten kaum Kredite – dies zeigen Studien der Landesinvestitionsbank Berlin in den 2000er Jahren. Heute gibt es in den großen deutschen Städten eine starke Ausdifferenzierung, d. h. wir sehen nicht nur Gemüsehändler oder Import-Export-Läden, sondern Unternehmer mit Migrationshintergrund in allen Wirtschaftsbereichen. Es wäre verkehrt, Migrantenunternehmen als Sonderfall anzusehen: Sie bilden nur den Trend einer zunehmenden Brüchigkeit der postindustriellen städtischen Arbeitsmärkte besonders klar ab: Flexibilisierung, weniger betriebliche Absicherung und Individualisierung von Risiken. Die zunehmende Solo-Selbstständigkeit ist ein Trend, der typisch für eine ganze Generation Erwerbstätiger ist. Erste vergleichende Untersuchungen zu migrantischen und nicht-migrantischen Unternehmen im Friseur- und Textilgewerbe zeigen, wie wenig bedeutsam oft die Unterscheidung zwischen migranten-geführten und nicht-migrant-geführten Unternehmen ist. Hinzu kommt, dass viele Migrantenunternehmen unsichtbar bleiben und doch fundamental wichtig für das Funktionieren der Städte sind. Der demographische Wandel führt dazu, dass immer mehr Menschen Pflegedienstleistungen brauchen. Die Migrantinnen, die aus diesen Gründen zu uns kommen, stabilisieren die Städte durch ihre Tätigkeiten – auch sie spielen eine Rolle im Strukturwandel.

Manchen macht ein Stadtbild Angst, das sichtbar von Migrantenunternehmen geprägt wird. Was sagen Sie diesen Menschen?

Ich bin mir nicht sicher, ob das wirklich so ist. Ich glaube, dass dieses Gefühl Ausdruck allgemeiner Verunsicherung und Desorientierung ist. Die Veränderungen in den Städten, die Verknappung bezahlbaren Wohnraums, die Zunahme an sozio-ökonomischer Spreizung zwischen denen, die im System sind und denen, die herausfallen, das ist der Umbruch für sehr viele Menschen. Die Hinzukommenden werden dann als bedrohlich eingestuft. Eine einfache Antwort auf komplexe Fragen. Paradoxerweise gibt es dort, wo die wenigsten Migranten sind, die größten Ängste. In Deutschland, das sich auch dann noch politisch als Nicht-Einwanderungsland definierte, als es de facto schon längst Einwanderungsland war, verlief die Annäherung an eine geliebte He-

terogenität der Stadtgesellschaft langsam. Deutschland betrieb in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts eine Anti-Migrationspolitik bzw. eine gezielte Exklusionspolitik. Später wurde die Vorstellung hochgehalten, dass eine bestimmte Schwelle an Zuwanderung in den Stadtteilen besser nicht überschritten werden sollte. Heute sprechen einige Wissenschaftler davon, dass wir in einer postmigrantischen Gesellschaft leben bzw. von „Neuen Deutschen“. Das ist abgesehen von der Bewegung der New Americans. In einer Einwanderungsstadt wie New York gibt es keine Mehrheitsbevölkerung mehr, es gibt größere Toleranz und gleichzeitig stärkere Segregation. Ich sage diesen Menschen: Wir sind stark genug, die Neuen kennenzulernen. Und: Wir äßen immer noch Sauerkraut und Kartoffeln, gäbe es keine Pizzerien. Auch das war mal ein Ideen-Import.

Was könnte getan werden, um den positiven Beitrag von Migrantenunternehmen in Deutschland besser sichtbar zu machen?

Migrantenunternehmen sind nur ein kleiner Ausschnitt aus den stärker globalisierten Lebenswelten. Wir werden uns noch auf viel mehr einstellen müssen: auf ein Mehr an Menschen, die an verschiedenen Orten zugleich leben, auf weitere Geflüchtete, auf mehr migrantische Arbeitskräfte am Arbeitsmarkt. Deutschland wird inzwischen international als Einwanderungsland gesehen, unsere Nachbarn werden mit Neugier darauf schauen, was wir daraus machen. Trotz aller Unkenrufe sind Stadtteile wie Kreuzberg und Neukölln immer wieder Impulsgeber für gesamtstädtische Veränderungen gewesen. Migrantische Unternehmer waren für die Planer und Institutionen häufig Zugang zu den verschiedenen Communities – das ist für die Stadt mindestens so wichtig wie für deren wirtschaftliche Funktion. Migration bedeutet bestimmt nicht immer Regenerierung, doch städtische Regenerierung ohne Migration ist angesichts der Globalisierung eine Utopie. Wir sollten Verständnis schaffen für die Komplexität von Migration, indem wir uns klarmachen, dass Migration an allen Ecken und Enden unserer Gesellschaft Veränderungen provoziert.



„Wenn du kämpfst, kriegst du Anerkennung“

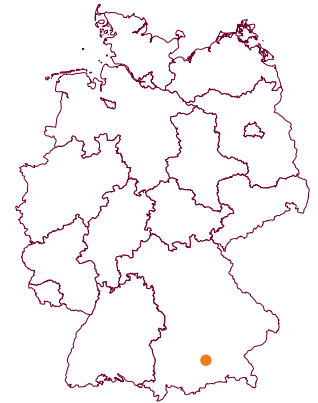
PhönixPreis – Münchens Wirtschaftspreis für Migrantenunternehmen

Getrocknete Aprikosen, Pistazien, Olivenöl – Serdar Yildirim schreitet die Regale in seinem Lagerhaus ab und zeigt auf die Waren, die sich darin stapeln, meterhoch, meterweit. Er schiebt den schweren transparenten Vorhang zum Kühlraum zur Seite. Dahinter wieder Regale, Schafskäse und Ayran, frisch aus der Türkei importiert. Kaum vorstellbar, dass diese Waren vor 33 Jahren noch zu einem halben Aufstand geführt haben in der Großmarkthalle von München. 1983 machten Serdar und sein Vater Mesut hier den ersten türkischen Obst- und Gemüsestand auf, um vor allem die türkischen Lebensmittelhändler der Umgebung zu versorgen. Die alteingesessenen deutschen Standinhaber pöbelten und rempelten, wurden auch mal handgreiflich. Ein Türke in ihrer Großmarkthalle, das war zu viel. „Da wurden wir angefeindet und wegen jedem Mist haben sie den Kontrolldienst gerufen, immer mussten wir kämpfen“, sagt Yildirim. „Aber wenn du kämpfst, kriegst du irgendwann auch Anerkennung.“

„Wir haben in dieser Gesellschaft immer noch gewisse Prototypen im Kopf, wenn wir von Migranten sprechen.“

Anerkennung, das ist, was vielen eingewanderten Unternehmern auch heute noch fehlt, selbst wenn sie wirtschaftlich Erfolg haben. Das sagt Kameran Shwani. Er sitzt an seinem Schreibtisch im Referat für Arbeit und Wirtschaft der Stadt München und hält einen schweren Klotz aus Plexiglas in der Hand, das erste Exemplar des PhönixPreises von 2010. Der Preis soll die Anerkennung bringen, die die deutsche Gesellschaft vielen lange verwehrt hat. Shwani ist sein Initiator. Jedes zweite Gewerbe wird in München von Gründern mit Migrationshintergrund angemeldet. Migranten führen hier knapp 30.000 Unternehmen





mit rund 100.000 Arbeitsplätzen. Mit dem PhoenixPreis zeichnet die Stadt jedes Jahr fünf Unternehmer aus, die eine Einwanderungsgeschichte haben und sich durch ein besonders richtungsweisendes Geschäft hervortun, am besten gepaart mit sozialem Engagement. Serdar Yildirim und seine Micro Frucht Handels GmbH gehörten im Herbst 2015 zu den Gewinnern. „Wir haben in dieser Gesellschaft immer noch gewisse Prototypen im Kopf, wenn wir von Migranten sprechen“, sagt Initiator Kameran Shwani. „Die wollen wir mit dem PhoenixPreis brechen.“

„Wir wissen, was wir können, da bedarf es keiner Huldigungen.“

Serdar Yildirim lehnt sich in seinem Schreibtischsessel zurück. An zwei Seiten hat sein Büro in der Großmarkthalle Fensterscheiben über die gesamte Breite, durch die er jederzeit sehen kann, was im angrenzenden Lager passiert. Yildirim blickt auf das Porträt seines Vaters, das neben dem Wappen eines türkischen Fußballvereins an der Wand hängt. Mesut Yildirim trägt darauf Seidenschal, Schnauzer und Schiebermütze und lächelt gewinnend. „Wir wissen, was wir können, da bedarf es keiner Huldigungen“, sagt Serdar Yildirim. „Aber natürlich freut man sich, wenn man eine Anerkennung von der Stadt München erhält.“ Dann wendet er den Blick ab vom Porträt und schiebt hinterher: „Besonders in einem erzchristlichen Land wie Bayern, wo die Regierung ständig Politik gegen meine Landsleute macht.“

Als er hier vor 33 Jahren aufschlug, gab es Ärger: Serdar Yildirim in seinem Lagerhaus in der Großmarkthalle München



Ayran, Joghurt und Oliven: Serdar Yildirim richtet sein Angebot nach den Wünschen türkischer und anderer Einwanderer in Deutschland.

Heute ist die Münchner Großmarkthalle ohne die Türken kaum noch denkbar.

Wenn du kämpfst, kriegst du irgendwann Anerkennung, so war es auch damals, Mitte der 1980er Jahre, als Neulinge in der Großmarkthalle. Serdar Yildirim und sein Vater betrieben ihren Marktstand trotz der feindlichen Stimmung der Standnachbarn erhobenen Hauptes und arbeiteten daran, ihr Geschäft zu verbessern. Sie begannen, Obst mit einem Sattelschlepper aus der Türkei bringen zu lassen. Das war neu damals und die Konkurrenz staunte nicht schlecht, als die Yildirims auf ihrem Stand frische Bergkirschen aus der Osttürkei auftürmten. Die überstanden den tagelangen Transport am besten. Auch Gemüse konnten sie nun oft frischer anbieten als die Mitbewerber, Auberginen zum Beispiel. Die Yildirims kamen angesichts der hohen Nachfrage gar nicht mehr hinterher. Die Ablehnung der Konkurrenz wandelte sich in Achtung. „Irgendwann wurden wir beste Freunde mit denen, die

uns anfangs angefeindet hatten“, sagt Yildirim. Heute ist die Münchner Großmarkthalle ohne die Türken kaum noch denkbar.

Das Preisgeld des Münchner PhönixPreises beträgt 5.000 Euro – und das müssen sich die Gewinner auch noch teilen. Die Summe ist nicht der Rede wert für Unternehmer wie Yildirim, der mittlerweile zweistellige Millionenbeträge umsetzt. Kameran Shwani schüttelt emsig den Kopf. Ums Geld gehe es auch nicht, sagt er. Die Stadt München zeichne sie aus, das sei wichtig. Der zweite Bürgermeister Josef Schmid überreicht den Preis im Alten Rathaus, Handelskammer und Handwerkskammer sind dabei und zur feierlichen Verleihung macht ein beachtlicher Teil der Münchner Unternehmerszene, der Verwaltung und der Politik seine Aufwartung. Die Preisträger, das will Shwani vermitteln, werden in diesen Kreis aufgenommen. Und ein bisschen Marketing bekommen sie damit obendrein frei Haus. Das könne auch einem Millionenbetrieb nicht schaden.

„Die Gastarbeiter sind damals einer Gesellschaft begegnet, die nicht auf sie vorbereitet war.“

Kameran Shwani ist fasziniert vom Werdegang der Yildirims, vom kleinen Einzelhandel zum europaweiten Lebensmittellieferanten, der mittlerweile in zweiter Generation geführt wird. „Die Gastarbeiter sind damals einer Gesellschaft begegnet, die nicht auf sie vorbereitet war“, sagt Shwani. „Die mussten die Initiative ergreifen, um ihre eigenen Landsleute zu versorgen.“ Die Landsleute wollten auch in der deutschen Fremde ihre Kultur und ihre Essgewohnheiten pflegen. Das haben kreative Köpfe wie Yildirim senior erkannt und entsprechend Waren angeboten. Erste Dönerbuden, Pizzerien und Einzelhandelsgeschäfte entstanden. Wahrgenommen wurden die ersten Betriebe von der Mehrheitsgesellschaft kaum. „Das hat sich geändert, als die ersten Migranten Tante-Emma-Läden übernahmen“, sagt Shwani. „Aber als wirtschaftlicher Faktor waren sie trotzdem noch nicht so präsent.“

Mesut Yildirim kam 1960 nach Deutschland. In der Türkei hatte es einen Militärputsch gegeben und der überzeugte Sozialdemokrat nutzte das Arbeitskräftegesuch der Bundesrepublik. In Ro-

senheim stieg er bei einem Zwischenstopp aus dem Zug. Am Bahnsteig hatte er einen Mann in Tracht und mit Gamsbart am Hut gesehen. Das beeindruckte ihn so sehr, dass er ihn ansprach. Der Mann war Papierfabrikant und gab Mesut Yildirim seinen ersten Job. Zwölf Jahre später eröffnete Yildirim sein Unternehmen Micro Frucht und die Familie zog nach München. Es war noch nicht so, dass migrantisches Unternehmertum gefördert wurde. Im Gegenteil, Gastarbeiter durften kein Gewerbe aufbauen, das beschied ein Stempel im Pass. Für die Gründung sprang ein Steuerberater als Strohhalm ein, der ins Handelsregister eingetragen wurde. „Der Steuerberater hat damals so viel verdient, dass er ein Kasino in Las Vegas gekauft hat“, sagt Serdar Yildirim lachend und es ist nicht ganz klar, ob das eine Legende oder Tatsache ist.

Serdar Yildirim stieg schon früh ins Unternehmen ein. Sein Vater war herzkrank und die Mutter hielt ihn an, zu helfen. Als Mesut Yildirim im Jahr 2000 starb, übernahm Serdar die Geschäfte. Nach den goldenen 1980er Jahren musste Micro Frucht einige Turbulenzen überstehen. Die Wiedervereinigung sei nicht gut gewesen für die Umsätze, sagt Serdar Yildirim. Zu viel Geld sei nach Ostdeutschland geflossen und versandet. Auch der Öffnung der EU kann er wenig abgewinnen. Schließlich nahm sie den Yildirims die Sonderrolle, die sie sich als Händler erkämpft hatten. „Die Zöllner waren für uns die Wächter“, sagt Yildirim. Der Tod des Vaters war der nächste große Dämpfer. Die Firma wurde zwischen den Söhnen aufgeteilt. Serdar erhielt den Lebensmittelgroßhandel und den Firmennamen. Die heutige europaweite Ausrichtung ist zu einem großen Teil sein Werk.

Wie konnten Migranten ermächtigt werden, ihre Potenziale zu nutzen?

Kameran Shwani hatte lange darüber nachgedacht, wie der Preis für die migrantischen Unternehmer heißen sollte. Der Phönix aus der Asche schien ihm irgendwann ein gutes Bild. Schließlich sei für die Migranten die wichtigste Frage, wie sie wieder aufstehen, wenn sie einmal von der Heimat in die Ferne gezogen sind. Shwani hat die Erfahrung selbst hinter sich. In jungen Jahren kam der Kurde nach Deutschland, machte in



Wieder aufstehen nach dem Verlust der Heimat: Kameran Shwani entwickelte den Münchener PhönixPreis für eingewanderte Unternehmer.

München sein Abitur und studierte. Er arbeitete in der Entwicklungshilfe und als Journalist und kam schließlich zu dem Schluss, dass die für ihn wichtigste Entwicklungshilfe vor der Haustür stattfand: Wie konnten Migranten ermächtigt werden, ihre Potenziale zu nutzen? Von der Stadt München bekam er 2007 den Auftrag, irgendetwas zu entwickeln, um mehr Kinder von Einwanderern in Ausbildung zu bringen und Unternehmen von Migranten zu stabilisieren. Denn von denen schlitterten überproportional viele in die Pleite. In München gab es schon einen „Tag des ausländischen Unternehmers“, darauf wollte Shwani aufbauen. In Australien entdeckte er den Ethnic Business Award, einen Unternehmerpreis für Einwanderer. Damit war die Idee für den PhönixPreis geboren.

Die Wirtschaft sollte mitentscheiden, wer beim Migrantenwirtschaftspreis auf dem Podium steht.

Kameran Shwani musste zu Beginn viele Fragen beantworten. In Politik und Wirtschaft waren nicht alle gleich davon überzeugt gewesen, dass dieser Preis sich tragen würde und unter den Migrantenunternehmen genügend auszeichnungswürdige zu finden sein würden, vermutet er. Viele Vorurteile herrschten noch in den Köpfen. Immerhin, sein damaliger Chef, der heutige Münchner Oberbürgermeister Dieter Reiter, war überzeugt von Shwanis Idee, die Unsichtbaren

sichtbar zu machen. Der SPD-Politiker leitete vor seinem heutigen Amt das Referat für Arbeit und Wirtschaft. Der Münchner Stadtrat legte großen Wert darauf, die Handels- und die Handwerkskammer mit ins Boot zu holen. Die Wirtschaft sollte mitentscheiden, wer bei dem Migrantenwirtschaftspreis auf dem Podium steht. Beim ersten Kontakt mit den Kammern musste Kameran Shwani dann auch noch etwas Überzeugungsarbeit leisten. Schon als er in einem früheren Projekt migrantische Unternehmen für die duale Ausbildung gewinnen wollte, waren einige Vertreter der Kammern nicht sicher, dass zugewanderte Unternehmer in der Lage wären, auszubilden.

Die Genugtuung für Kameran Shwani ist, dass er mit seinen Preisträgern nach und nach jedes dieser Vorurteile durch praktische Beispiele widerlegen kann. Der IT-Unternehmer Alexander Buzinnik ist so eines. Bereits drei Fachinformatiker hat er ausgebildet und beschäftigt zwei von ihnen. Ihm ist es am liebsten, wenn seine sieben Mitarbeiter viel selbst entscheiden. In seiner Mac-PC Werkstatt CVS e. K. zähle das Team, sagt er. Hinter dem etwas sperrigen Namen verbirgt sich eine rührige Computerwerkstatt, die Buzinnik 2002 in seinem Wohnzimmer gründete, während er noch sein Abitur ablegte. Dann zog er in seinen ausgebauten Keller. 2009 schließlich eröffnete er seine Werkstatt am Rand der Münchner Innenstadt. 2007 hatte er sein Unternehmen um einen Elektroinstallationsbetrieb erweitert. „Elektrik ist im Vergleich mit der EDV ganz überschaubar“, sagt Buzinnik.

Der hagere Mittdreißiger lehnt am Verkaufstresen seines Ladengeschäfts. An der Wand neben ihm hängt eingerahmt die PhoenixPreis-Urkunde, gut sichtbar für die Kunden. Hinter ihm schließt ein schmaler, langer Raum an, die Werkstatt, vollgestellt mit Rechnern und Monitoren. Als er mit seiner Firma hier einzog, unkten die Nachbarn, der Laden werde sich wohl nicht lange halten. Sie wussten nicht, dass Buzinnik schon Tausende Kunden hatte und einen beachtlichen Stamm an Firmen, für deren EDV-Wartung er verantwortlich war. Die Laufkundschaft im Geschäft macht heute 20 bis 30 Prozent seines Umsatzes aus. Wenn Buzinnik erzählt, klingt es so, als habe sich vieles gefügt in seinem Unternehmen. Die Erweiterung



Jeden Schritt erkämpft: Der IT-Unternehmer Alexander Buzinnik gründete sein Unternehmen einst im Wohnzimmer.

auf die Elektroinstallation? Kann man so mitmachen mit ein paar Hilfskräften. Der Großauftrag, um 500 Wohnungen mit Glasfaserkabeln auszustatten? Hat sich ganz gut ergeben. Es ist nur zu erahnen, welche Anstrengung dahinter steckt.

Vielleicht wird Buzinnik auch von seinem neuesten Vorhaben eines Tages so nonchalant berichten. Er steht kurz vor der Übernahme eines anderen EDV-Betriebs. Der Besitzer will verkaufen und Buzinnik ist überzeugt, dass er in ein sicheres Geschäft investiert. Das Unternehmen betreut einige Baugenossenschaften. Buzinnik würde Wartungsverträge mit über zehn Jahren Laufzeit übernehmen. Die Firma besteht seit 30 Jahren und Buzinnik ist sich sicher, dass er seine eigenen Wachstumspläne durch den Deal um gute zehn Jahre abkürzen könnte. Er selbst hat momentan einen Jahresumsatz von knapp unter einer Million Euro. Das könnte bald mehr sein – wenn er nur den benötigten Kredit bekommt. Im Moment versucht Buzinnik es bei der KfW. Fünf Millionen Euro müsste er investieren. Etwas Kapital hat er angespart, aber das reicht nicht.

„Es ist natürlich angenehm, als Zugereister ausgezeichnet zu werden.“

Es ist nicht leicht, wenn man sich jeden Schritt erkämpfen muss. Sein ganzes Unternehmen hat Buzinnik aus selbst erwirtschafteten Erträgen aufgebaut. Sein PhoenixPreis – Buzinnik zählt zu den Preisträgern des Jahres 2015 – ist auch Anerkennung dafür. „Es ist natürlich angenehm,

als Zugereister ausgezeichnet zu werden“, sagt Buzinnik. 1994 kam er mit seinen Eltern aus Odessa nach München, da war er 13 Jahre alt. Er ging zur Hauptschule, zur Realschule, war zunächst aufs Sozialamt angewiesen, landete auf der Straße, finanzierte sich dann selbst das Gymnasium. „Wenn man in Deutschland einen nicht Deutsch klingenden Namen hat, hat man schon Probleme, bestimmte Bergspitzen zu erklimmen“, sagt Buzinnik. „Nichtsdestotrotz ist es eine Frage des Geschicks und der Einstellung.“

Kameran Shwani hat seine helle Freude daran, wenn es so läuft wie bei Buzinnik. Dann funktioniert der PhönixPreis ganz im Sinne des Erfinders.

So ein Preis sei nur etwas wert, wenn man etwas mit ihm anzufangen weiß, sagt Buzinnik. Und wahrscheinlich wäre sein bisheriger Werdegang nicht so verlaufen, wenn der Unternehmer nicht auch von der PhönixPreis-Verleihung mit den nächsten angebahnten Geschäften nach Hause gekommen wäre. Mit einem anderen Preisträger, der Softwarefirma Quality Minds, hat er eine Zusammenarbeit vereinbart. Auch ein polnischer Trockenbauunternehmer habe ihn angesprochen. Der habe immer angemeldete Hilfsarbeiter zur Hand, falls Buzinnik sie einmal benötigen sollte. Kameran Shwani hat seine helle Freude daran, wenn es so läuft wie bei Buzinnik. Dann funktioniert der PhönixPreis ganz im Sinne des Erfinders. „Die Preisverleihung dauert anderthalb Stunden, danach sind wir aber noch zwei bis drei Stunden zusammen“, sagt Shwani. „Alle Ethnien sind vertreten und die gemeinsame Sprache ist Deutsch, es ist eine Kontaktbörse.“ Ohnehin steht der Preis nicht allein, sondern soll als eine Art Plattform dienen für eine Reihe an Angeboten für Unternehmer mit Einwanderungsgeschichte, die Shwani koordiniert.

Kameran Shwani ist im Münchener Wirtschaftsreferat zuständig für die „Kompetenzentwicklung in Unternehmen und Migrantenökonomie“. Er arbeitet mit Kollegen vom Münchner Existenzbüro zusammen, die Gründer vor dem Gang in die Selbstständigkeit beraten. Ebenso kümmert er sich um die Qualifizierung von Unternehmen. Regelmäßig lädt Shwani Gründer und Unternehmer zu Vorträgen ein, bittet zum Beispiel einen



Stolzer Arbeitgeber: In seiner Computerwerkstatt beschäftigt Alexander Buzinnik heute IT-Experten, die er selbst ausgebildet hat.

Vertreter der örtlichen Sparkasse dazu und lässt ihn referieren, wie man heute an einen Kredit kommt – oder wie nicht. Auch das europäische Projekt DELI betreut er. Das englische Akronym steht für die Förderung von Diversität und Integration. Das Programm soll dazu führen, dass Migrantenunternehmen europaweit besser bei der Auftragsvergabe berücksichtigt werden und sich dauerhaft am Markt etablieren können.

Mit vielen ist die Verbindung so gut, dass er sie einbinden kann in sein weiteres Programm.

Shwani bleibt mit den Preisträgern so gut es geht in Kontakt. Er will hören, wie die Resonanz war auf die Auszeichnung. Aber wichtiger noch: Mit vielen ist die Verbindung so gut, dass er sie einbinden kann in sein weiteres Programm. Er bittet sie vorbeizukommen und zu referieren über Marketing, Steuern oder was Gründer noch so unter den Nägeln brennen könnte. Kürzlich hatte er eine iranischstämmige Preisträgerin zu einem Vortrag gebeten. Oft lädt er auch Flüchtlinge zu den Veranstaltungen ein. Als die Preisträgerin nun von ihrer Eventmanagementfirma berichtete und erwähnte, dass sie selbst einmal als Flüchtling nach Deutschland gekommen sei, konnte sie sich danach vor Praktikumsbewerbungen kaum retten. Sie habe sich später noch einmal bei Shwani gemeldet, berichtet er zufrieden. Sie wollte ihm sagen, dass sie sich nun stärker engagieren werde.

Gute Partner und richtige Ansprache

Das Projekt Migrantinnen und Migranten als Unternehmer.
Ökonomische Vielfalt in Lippe

Der Kreis Lippe im Nordosten des Landes Nordrhein-Westfalen ist durch seine mittelständische Wirtschaft geprägt. Auch Zuwanderung hat es in den zurückliegenden Jahrzehnten gegeben. Jeder fünfte der knapp 350.000 Einwohnerinnen und Einwohner des Kreises ist ein Mensch mit Migrationshintergrund. Im Jahr 2015 haben sich auf Anregung des Kommunalen Integrationszentrums unterschiedliche Akteure aus Verwaltung, Wirtschaft und Wissenschaft zusammengefunden, um in einem gemeinsamen Projekt die Erfahrungen von Migrantenunternehmern im Kreis zu erforschen und für den Leistungsbeitrag dieser Unternehmer zu werben. Wir sprachen darüber mit dem Projektleiter und Mitarbeiter des Kommunalen Integrationszentrums, Armin Schauf, und mit einem der wissenschaftlichen Projektpartner, Prof. Dr. Marc Breuer, Soziologe an der Katholischen Hochschule Nordrhein-Westfalen, Abteilung Paderborn.



Marc Breuer

Herr Schauf, Sie arbeiten für das Kommunale Integrationszentrum des Kreises Lippe, wie kam es zu dem Projekt „Lippe verbindet“?

Armin Schauf: Das Thema Zuwanderung wird vielfach mit Blick auf Defizite diskutiert. Als wir als Kommunales Integrationszentrum an den Start gingen, haben wir uns gefragt, wie wir einen positiven und zugleich auch informativen Zugang zu diesem Thema finden können. Und so kamen wir auf die Idee, Unternehmer mit Migrationshintergrund zu porträtieren und ihren Beitrag in der Öffentlichkeit darzustellen. Wir haben eine Projektskizze aufgesetzt und uns auf



Armin Schauf

die Suche nach Kooperationspartnern gemacht. So haben wir zunächst die beiden wissenschaftlichen Partner an Bord geholt, die Katholische Hochschule NRW für die sozialwissenschaftliche Begleitung und den Bereich Medienproduktion der Hochschule Ostwestfalen-Lippe. Ihre Aufgabe war es, Filme über Unternehmer in Lippe zu drehen. Nachdem wir hörten, welche Kosten da auf uns zukommen, war uns auch klar, dass wir das Budget nicht alleine stemmen können. Deshalb waren wir sehr froh, dass die Stiftung Standortsicherung des Kreises Lippe das Projekt so gut fand, dass sie es finanziell gefördert hat.



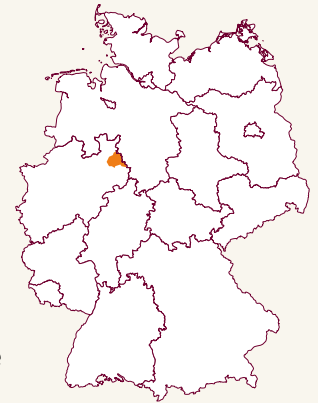
Herr Schauf, die lokale Wirtschaftsförderung war auch mit von der Partie. Was hat die zu dem Thema gebracht?

Armin Schauf: Als wir die Kollegen der Wirtschaftsförderung gefragt haben, ob das Thema interessant für sie sein könnte, konnte man es klicken hören: „Oh ja, das ist eine spannende Geschichte, damit haben wir uns noch nie beschäftigt.“ Gleichzeitig waren sie sehr an den Ergebnissen interessiert. Es gab ja noch gar keine Erkenntnisse darüber, was Migrantenunternehmer für Lippe bedeuten. Ähnlich sah das die Stiftung Standortsicherung. Die Stiftung macht sonst relativ viele Projekte im Bereich Kultur, um Lippe als Wirtschaftsstandort und auch für Fachkräfte attraktiver zu machen. Auch aus dieser Perspektive heraus war das Thema spannend, denn für die Standortsicherung ist die Frage nach Potenzialen, zum Beispiel im Bereich der Ausbildung und der Wachstumsdynamik allgemein höchst relevant. So haben die Perspektive der Integration und die der Wirtschaft in diesem Thema perfekt zusammengefunden.

Das Projekt hatte zwei Bausteine: wissenschaftliche Analyse zum einen und Sensibilisierungskampagne zum anderen. Die wissenschaftliche Seite haben Sie, Herr Breuer, vertreten. Was haben Sie gedacht, als Herr Schauf bei Ihnen an die Tür klopfte und was hat Sie dazu gebracht, zu sagen – ja, da können wir als Katholische Hochschule NRW mitmachen?

Marc Breuer: Einer der Forschungsschwerpunkte unserer Hochschule gilt der Frage, wie Menschen

aus unterschiedlichen Lebenslagen heraus Teilhabe realisieren. Damit beschäftigen wir uns auch bezogen auf Migrantinnen und Migranten. Das Anliegen von Herrn Schauf ergänzte sich damit sehr gut. Mit der Tätigkeit von Migranten als Unternehmer verbinden sich für uns zentrale Forschungsfragen, weil es um spezifische Formen der Teilhabe und Integration geht. Für mich stellt sich zudem die Frage, welche Rolle migrantische Gemeinschaften und Netzwerke für die unternehmerische Tätigkeit spielen.



Was haben Sie dann konkret gemacht?

Marc Breuer: Eine Mitarbeiterin führte sieben qualitative Interviews mit Unternehmerinnen und Unternehmern, 15 weitere Interviews wurden von Studierenden im Rahmen eines Lehrforschungsprojektes übernommen. Die leitende Frage war: Welche Erfahrungen machen Migrantinnen und Migranten als Unternehmer in ihrer Selbstständigkeit? Auf welche Ressourcen greifen sie zurück, welche Schwierigkeiten gibt es, welche Unterstützungsbedarfe werden gegebenenfalls deutlich und wie nehmen sie sich selbst in der Rolle als Unternehmer wahr? Um das Projekt handhabbar zu machen und um die Vergleichbarkeit der Interviews sicherzustellen, konzentrierten wir uns weitgehend auf zwei Gruppen, auf Unternehmer mit russlanddeutschem und mit türkischem Migrationshintergrund.

Welche Ergebnisse hätten Sie in dieser Art nicht erwartet?

Marc Breuer: Die Auswertung ist noch nicht ganz abgeschlossen, aber manche Dinge lassen sich bereits erkennen. Es gibt einige Besonderheiten, in denen sich unsere Befragten von einheimischen Unternehmern unterscheiden. Das ist etwa die Form, wie die Unternehmer ihre Identität beschreiben. Was wir in allen Interviews gefunden haben, bezeichnen wir sozialwissenschaftlich mit dem Begriff der „hybriden Identität“. Uns begegnen immer wieder Muster wie dieses: Jemand sagt von sich, ich bin Deutscher, aber ich bin gleichzeitig auch Russlanddeutscher. Oder er betont die Bedeutung von Erfahrungen aus Russland für seine Arbeit, etwa für den Zugang zu



manchen Kunden, die er dadurch sprachlich und kulturell besser verstehe. In jedem Fall geht es darum, zwei zunächst unabhängige Zugehörigkeiten zu verknüpfen. Eine Friseurin mit türkischen Vorfahren hat das anschaulich beschrieben: „Also ich bin zwar in Deutschland geboren und aufgewachsen, aber ein Teil von mir ist sehr südländisch“. Sie fahre jedes Jahr in die Türkei in den Urlaub. Dort hole sie sich Anregungen für Frisuren oder lerne neue Techniken kennen, etwa über das Haare färben. Branchenübergreifend sehen wir bei unseren Befragten, wie sie beide Identitäten, die aus dem Herkunftsland und die deutsche, in ihrer unternehmerischen Tätigkeit miteinander kombinieren und daraus für ihr Unternehmen auch Kapital schöpfen.

Oft wird gemutmaßt, Migranten seien risikofreudiger und neigten daher eher zur Selbstständigkeit. Wie haben die Unternehmerinnen und Unternehmer Ihnen gegenüber ihre Motivation beschrieben?

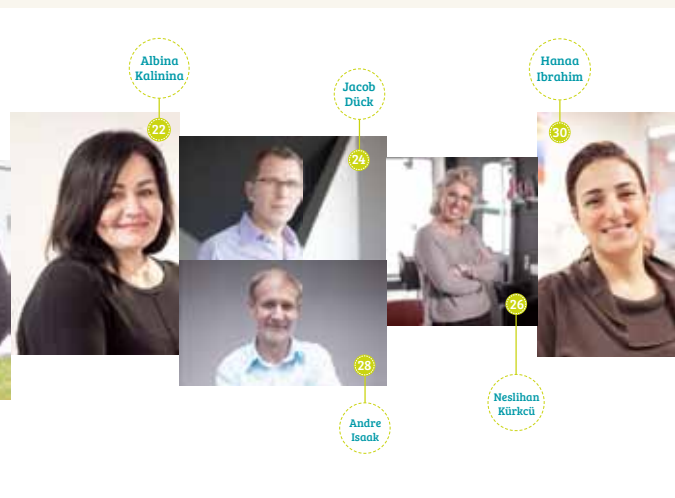
Marc Breuer: Wir finden ganz unterschiedliche Motive, aus denen heraus Menschen mit Zuwanderungserfahrung selbstständig wurden. Manche sagen: Ich realisiere meinen Kindheitstraum. Andere mussten sich aus einer ökonomischen Notlage heraus orientieren. Ich denke an einen Unternehmer, der als Asylsuchender aus der Türkei nach Deutschland kam, zunächst keine Arbeit aufnehmen durfte, dann als Journalist und später im industriellen Bereich tätig war. Er probierte verschiedene Dinge aus, wurde schließlich selbst-



ständiger Gastronom und hat seit einigen Jahren offenbar guten Erfolg. Wieder andere sagen: Meine Eltern hatten schon ein Unternehmen, einen Lebensmittelhandel. Ich führe das weiter, in einem anderen Land, aber ich setze diese Rolle fort. Wir finden auch manche, die Wert darauf legen, ihr eigener Chef zu sein. Es gibt also ganz unterschiedliche Hintergründe, nicht anders wie als einheimischen Unternehmern.

Herr Schauf, neben der wissenschaftlichen Arbeit von Herrn Breuer mit seinem Team sind im Rahmen des Projekts auch eine Broschüre mit Porträts von Unternehmerinnen und Unternehmern sowie fünf Imagefilme entstanden. Ist es Ihnen dadurch gelungen, Menschen in Lippe zu erreichen und zu verdeutlichen, dass Migrantenunternehmer ein bereichernder Bestandteil von Wirtschaft und Gesellschaft in Lippe sind?

Armin Schauf: Ich würde sagen, das ist uns gelungen. Das öffentliche Interesse war sehr groß. Medien sind sehr schnell auf das Projekt angesprungen. Wir hatten Berichterstattung im WDR-Fernsehen. Und bei YouTube sind die qualitativ extrem hochwertigen Imagefilme der Unternehmen zu sehen, die die Studierenden der Hochschule OWL produziert haben. Die Studierenden hatten von uns die Aufgabe bekommen, Filme zu machen, die nicht zu pädagogisch sind, die die Unternehmen gleichzeitig als Imagefilm benutzen können, in denen aber die Themen Migration und Unternehmertum auch für Menschen



vorstellbar werden, die keine Experten sind. Die Studierenden der Hochschule OWL haben das optimal umgesetzt. Das sieht man an den hohen Klickzahlen, die die Filme erreicht haben:

www.youtube.com/channel/UCew5Sr67bjCB7XhyNYRh1A

Auch hat es auf Seiten der Politik Effekte gegeben. Wir hatten die Rückmeldung aus manchen Unternehmen, dass lokale Bürgermeister nachgefragt haben: „Können wir Sie mal besuchen?“ Und auch auf die Broschüre, die wir veröffentlicht haben, in der die Unternehmer porträtiert sind, gab es etliche positive Rückmeldungen.

Herr Breuer, Ihr spezifisches Interesse war es, auch auf den Aspekt der Teilhabe zu schauen. Kann man sagen, dass unternehmerische Aktivität von Menschen mit Zuwanderungsgeschichte nicht nur Vorteile für Wachstum und Beschäftigung bringt, sondern auch Teilhabe für diese Menschen selbst oder vielleicht noch für mehr Menschen bringt?

Marc Breuer: Unternehmer zu sein ist ja schon eine Form der Teilhabe. Man erzielt dadurch Einkommen. In den Interviews wurde deutlich, dass ein hohes persönliches Engagement dahintersteckt und für viele auch ein gewaltiges Arbeitspensum. Darüber hinaus hat Teilhabe aber noch viele weitere Dimensionen, zum Beispiel in der Familie, in der Freizeit, die auch vielfach mit der Selbstständigkeit verknüpft sind. Viele der Be-

fragten sehen ihre Familie als wichtige Unterstützung für die Tätigkeit, weil Familienangehörige im Unternehmen mithelfen. Ein weiterer bedeutender Gesichtspunkt ist, dass die Befragten häufig von der Bedeutung ethnischer Netzwerke für ihre Unternehmensgründung sprechen. Sie realisierten den Aufbau des Unternehmens nicht nur aus eigener Kraft, sondern profitierten häufig von gegenseitiger Unterstützung. In der öffentlichen Diskussion werden Netzwerke von Migrantinnen und Migranten, etwa religiöse Gemeinden, häufig eher als Hemmschuh für Integration wahrgenommen. Aber wir sehen, dass für viele Befragte diese Netzwerke mit Menschen aus dem gleichen Herkunftsland auch bedeutsame Ressourcen bereitstellen, um überhaupt erfolgreich Unternehmer werden zu können. Wir haben mit Unternehmern aus der russlanddeutschen Gruppe gesprochen, von denen einige einem christlichen Unternehmerverein angehören, die darin eine bedeutende Unterstützung sehen. Neben unseren beiden Hauptgruppen mit türkischem und russlanddeutschem Migrationshintergrund hatten wir aber auch einzelne Befragte, aus asiatischen oder afrikanischen Ländern, die jenseits ihrer Familie in der Region kaum mit Menschen aus dem eigenen Herkunftsland vernetzt sind.

Entwickeln sich vor diesem Hintergrund dann nicht aber auch schnell Strukturen einer in sich geschlossenen Ökonomie, die andere aussperrt?

Marc Breuer: Manchmal wird das Schreckgespenst einer parallelgesellschaftlichen Ökonomie an die Wand gezeichnet: Ein Unternehmer kommt aus einem bestimmten Land, hat nur Kunden, die auch aus diesem Land kommen und auch nur Mitarbeiter aus diesem Land. Das ist aber eine eher unrealistische Vorstellung, die nur selten der Realität entspricht, was ja auch die neueren Untersuchungen zu der Thematik zeigen. Tatsache ist, dass Unternehmer vielfach sogenannte ethnische Ressourcen in ihr Unternehmen einbringen. Was das bedeutet, kann man auf drei Ebenen sehen: Erstens sind die Produkte oder Dienstleistungen teilweise vom Herkunftsland geprägt. Gerade im Dienstleistungsbereich gibt es viele Möglichkeiten, die Herkunftskultur als Ressource im Unternehmen zu mobilisieren. Ich habe eben von einer türkischen Friseurin



gesprächen, bei Gastronomen ist es offenkundig, ebenso bei Reiseveranstaltern. Wo es für die Produkte wichtig ist, kauft man auch bei Lieferanten aus der Herkunftsregion ein. Zweitens haben Mitarbeitende häufig ebenfalls einen Migrationshintergrund, aber nicht notwendigerweise denselben wie die Unternehmer. Mehrere der Befragten sind stolz auf die multinationale Herkunft ihrer Mitarbeitenden. Das heißt, dass wir teilweise eine Art intraethnisch-migrantisches Milieu erkennen können, das aus verschiedenen Herkunftsländern zusammenwächst und das ist ja gerade das Gegenteil einer geschlossenen Parallelgesellschaft. Drittens wären da noch die Kunden. Häufig ist es schon so, dass zum Beispiel ein russlanddeutscher Anwalt viele russlanddeutsche Klienten hat. Denn durch die gemeinsame Herkunftssprache ist ein niederschwelliger Zugang möglich. Wir haben aber in unserer Untersuchung keinen Fall, in dem es ausschließlich Klienten aus einer Gruppe gäbe. Alle haben auch deutsche Kunden, viele beschreiben einen multiethnischen Kundenkreis. Offenbar ist schon die Tatsache, dass man Migrationserfahrungen teilt, eine Basis, die Zugänge zu Mitarbeitenden oder Kunden erleichtert.

Lassen Sie uns auf den Anfangspunkt von Selbstständigkeit schauen. Wie beschreiben die von Ihnen Interviewten heute erfolgreichen Unternehmer ihre Gründungszeit? Welche Hindernisse haben sie genannt?

Marc Breuer: Das Wichtigste sind Sprache und Zugang zu Bildungsabschlüssen. Bei vielen Befragten standen Sprachprobleme im Vorder-

grund, die sie aber oft aus starker Eigeninitiative heraus gemeistert haben. Manche berichten von Schwierigkeiten während der Ausbildung oder im Studium, weil ihnen z.B. in einer Prüfung fehlende grammatische Kenntnisse anzumerken waren. Auch von Behörden oder Banken fühlten sich einige im Prozess der Gründung eher abgewiesen. Es wurden aber auch viele positive Erfahrungen sichtbar. Insbesondere beschrieben einige die gute Unterstützung durch Kammern und Wirtschaftsverbände.

Armin Schauf: Von der Abschlussveranstaltung und aus der Auswertung der Interviews von Herrn Breuer ist mir sehr in Erinnerung geblieben, dass sich die meisten aus der Familie heraus finanzieren. Der Zugang zu öffentlichen Fördermitteln gelingt irgendwie nicht allen. Das hat sicher verschiedene Ursachen, vielleicht auch Unwissenheit – wie beantrage ich solche Gelder oder wo in Deutschland kriege ich solche Unterstützung? Das scheint mir eine wichtige Barriere zu sein.

Sie kommen aus der Kommunalverwaltung, Herr Schauf. Was könnte die Politik auf kommunaler und auf Landesebene machen, um Gründung und unternehmerischen Erfolg von Menschen mit Migrationshintergrund zu stärken?

Armin Schauf: Ein wichtiger Aspekt wäre eine Stärkung der Anerkennungskultur. Die Leistung der Menschen, die zu uns kommen und gekommen sind, muss sichtbar gemacht und anerkannt werden. Es ist ja nicht so, dass dies ein neues Phänomen wäre. Menschen mit Migrationshintergrund haben seit Gründung der Bundesrepublik hier Unternehmen geschaffen. Ein zweiter Aspekt wäre eine nachhaltige, d. h. institutionalisierte Infrastruktur von Beratungs- und Anlaufstellen. Die KAUSA-Servicestellen sind in dieser Hinsicht gute Einrichtungen. Hier müsste es aber eine nachhaltige und flächendeckende Förderung geben. Der dritte wichtige Aspekt ist die interkulturelle Öffnung der Verwaltung und der Regelinstitute der Wirtschaft. Hier müssen Menschen sitzen, die vorurteilsfrei auf das Thema blicken.

Herr Schauf, wie geht es weiter mit „Lippe verbindet“?



Armin Schauf: Das Projekt als solches ist beendet. Wir versuchen jetzt aber, die Unternehmer mit Migrationshintergrund in Lippe zu vernetzen. Denn dies wurde als Wunsch aus der Unternehmensgemeinschaft selbst geäußert. Es ist immer besser, wenn diese Leute für sich selber sprechen. Das können wir als Kommunales Integrationszentrum sowieso nicht tun. Und das Thema ist auch bei den Kammern angekommen. Zumindest für die Industrie- und Handelskammer kann ich sprechen, da sie uns im Projekt unterstützt haben, mit der Bereitstellung von Räumen unter anderem.

Herr Schauf, was würden Sie in zwei Stichpunkten Kolleginnen und Kollegen aus anderen Kommunen auf den Weg geben, die sagen, das ist ein wichtiges Thema für mich, ich möchte so etwas Ähnliches machen wie „Lippe verbindet“?

Armin Schauf: Die beiden Stichworte lauten: gute Partner und richtige Ansprache der Unternehmer. Gute Partner sind das A und O. Ohne die Zusammenarbeit zwischen Kommunalem Integrationszentrum und Wirtschaftsförderung, ohne die Förderung durch die Stiftung Standortsicherung und ohne die Katholische Hochschule NRW und die Hochschule OWL als wissenschaftliche Begleiter hätten wir das in der Art und Weise nie hinbekommen. Darüber hinaus ist Ansprache wichtig: Gerade wir in den Kommunalen Integrationszentren müssen versuchen, stärker die Sprache der Wirtschaft zu sprechen und nicht auf die Unternehmer mit moralischen Ansprüchen zugehen, die am Ende alle überfordern.

Linkliste zu den Projekten

Social Impact Lab Frankfurt (ChancenNutzer, AndersGründer):

<http://frankfurt.socialimpactlab.eu>

jumpp Frauenbetriebe e. V. Frankfurt:

www.jumpp.de

„MIGRANTINNEN gründen“ – Existenzgründungen von Migrantinnen, Frankfurt:

www.migrantinnengruenden.de

Institut für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim:

www.institut-fuer-mittelstandsforschung.de

ASM Arbeitsgemeinschaft selbstständiger Migranten e. V., Hamburg:

www.asm-hh.de

IQ-Landesnetzwerk Hamburg – NOBI:

www.nobi-nord.de

Institut für Mittelstandsforschung, Bonn:

www.ifm-bonn.org

IQ Landesnetzwerk Saarland:

<http://netzwerk-iq.saarland>

IQ Gründungsbüro Saarland:

<http://netzwerk-iq.saarland/gruendungsbuero>

Institut für Technologietransfer an der Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes (FITT):

www.forschung-fuer-das-saarland.de

IQ-Landesnetzwerk Brandenburg:

www.brandenburg.netzwerk-iq.de

BIUF e. V. „IQ – Qualifizierung von Migrantenunternehmen“:

<http://www.biuf.de/foerderprogramm-integration-durch-qualifizierung-iq.html>

Social Impact Lab gGmbH Potsdam:

<http://potsdam.socialimpactlab.eu>

Lotsendienst für Migranten und Migrantinnen in Brandenburg:
<http://lotsendienst.socialimpact.eu>

Leibniz-Institut für Raumbezogene Sozialforschung, Erkner:
www.mwfk.brandenburg.de/cms/detail.php/bb1.c.246426.de

PhönixPreis – Münchner Wirtschaftspreis für Migrantenunternehmer:
www.muenchen.de/rathaus/Stadtverwaltung/Referat-fuer-Arbeit-und-Wirtschaft/Arbeitsmarktpolitik/Kompetenzentwicklung/Phoenix.html

Kommunales Integrationszentrum Lippe:
www.kreis-lippe.de/Dienstleistungen/Kommunales-Integrationszentrum

Katholische Hochschule Nordrhein-Westfalen, Paderborn:
www.katho-nrw.de

Für eine allgemeine Übersicht:

Existenzgründerportal des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie:
www.existenzgruender.de/DE/Weg-in-die-Selbstaendigkeit/Entscheidung/GruenderInnen-Branchen/MigrantInnen/inhalt.html

Fachstelle Migrantenökonomie
www.netzwerk-iq.de/fachstelle-migrantenoeconomie.html

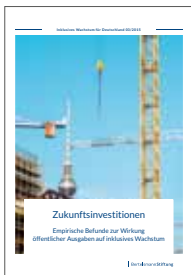
Die Serie „Inklusives Wachstum für Deutschland“



Band 1 „Wachstum im Wandel.
Zehn Konfliktfelder wirtschaftlichen und sozialen Wandels in Deutschland“



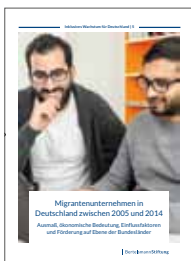
Band 2 „Das Potenzial der heterogenen Gesellschaft nutzen.
Migrantenunternehmen als Motor inklusiven Wachstums“



Band 3 „Zukunftsinvestitionen.
Empirische Befunde zur Wirkung öffentlicher Ausgaben auf inklusives Wachstum“



Band 4 „Zukunftswirksame Ausgaben der öffentlichen Hand.
Eine infrastrukturbezogene Erweiterung des öffentlichen Investitionsbegriffs“



Band 5 „Migrantenunternehmen in Deutschland zwischen 2005 und 2014.
Ausmaß, ökonomische Bedeutung, Einflussfaktoren und Förderung auf Ebene der Bundesländer“



Unsere Ziele

„Inklusives Wachstum für Deutschland“ ist eine Publikationsreihe aus dem Programm „Nachhaltig Wirtschaften“ der Bertelsmann Stiftung. Deutschland geht es aktuell wirtschaftlich gut. Doch das Wachstum der letzten Jahre ist nicht inklusiv: Ungleichheiten zwischen Menschen, Generationen und Regionen nehmen zu. Um das Erfolgsmodell Soziale Marktwirtschaft fit für die Zukunft zu machen, muss neu über den Zusammenhang zwischen Wachstum und gesellschaftlicher Teilhabe nachgedacht werden. Die Reihe trägt mit Analysen, Konzepten und Empfehlungen zu dieser notwendigen Debatte bei.

Die Bertelsmann Stiftung engagiert sich in der Tradition ihres Gründers Reinhard Mohn für das Gemeinwohl. Sie versteht sich als Förderin des gesellschaftlichen Wandels und unterstützt das Ziel einer zukunftsfähigen Gesellschaft. Die Stiftung ist unabhängig und parteipolitisch neutral.

Impressum

© September 2016 Bertelsmann Stiftung
Bertelsmann Stiftung
Carl-Bertelsmann-Straße 256
33311 Gütersloh
Telefon +49 5241 81-0
www.bertelsmann-stiftung.de

Verantwortlich

Armando García Schmidt

Autoren

Benjamin Dierks – Reportagen

Armando García Schmidt – Vorwort und Interviews

Lektorat

Sibylle Reiter

Grafikdesign

Nicole Meyerholz, Bielefeld

Bildnachweise

Benjamin Dierks, Berlin

Seite 8, 12 Social Impact Lab, Frankfurt

Seite 24 Pressestelle der Uni Mannheim

Seite 34 IfM Bonn

Seite 52 Dagmar Morath

Seite 57 RAW München

Seite 60 Marion Koell, Katholische Hochschule NRW

Seite 62, 64, 65 Antoine Jergi, Bertelsmann Stiftung

Druck

Hans Kock Buch- und Offsetdruck, Bielefeld

ISSN 2365-8991

Adresse | Kontakt

Bertelsmann Stiftung
Carl-Bertelsmann-Straße 256
33311 Gütersloh
Telefon +49 5241 81-0

Armando García Schmidt
Programm Nachhaltig Wirtschaften
Telefon +49 5241 81-81543
armando.garciaschmidt@bertelsmann-stiftung.de

www.bertelsmann-stiftung.de