

ifm

institut für mittelstandsforschung

UNIVERSITÄT
MANNHEIM

EXISTENZ GRÜNDUNG

**MIGRANTENGRÜNDUNGEN UND -UNTERNEHMEN:
BEDEUTUNG, MOTIVLAGEN, HEMMNISSE UND
SOZIOÖKONOMISCHES PROFIL**

EINE ANALYSE UNTER
BERÜCKSICHTIGUNG VON
GRÜNDUNGEN IN DER
KULTUR- UND
KREATIVWIRTSCHAFT

RENÉ LEICHT
UNTER MITARBEIT VON
MARC LANGHAUSER

Erstellt für das Türkisch Deutsche Wirtschaftsinstitut,
Hochschule Bremen Projekt „Existenzgründung von
Personen mit Migrationshintergrund in der Kultur-
und Kreativwirtschaft“ IQ -Netzwerk Bremen

1. Einleitung

In der Zuwanderungsdebatte entsteht teils der Eindruck, der Fachkräftebedarf der deutschen Wirtschaft manifestiere sich ausschließlich im Mangel an abhängig Beschäftigten, und dies vor allem in großen Unternehmen. So wird auch in der Wirtschaftspolitik häufig übersehen, dass es im regionalen Wettbewerb um kluge Köpfe nicht nur auf qualifizierte Arbeitnehmer ankommt, sondern genauso auf fähige Menschen, die sich selbständig bzw. unternehmerisch engagieren. Der demographische Wandel wird auch die Zahl der Gründungen und damit das Wachstum „von unten“ begrenzen. Denn in vielen Regionen Deutschlands sind es vor allem die kleinen und mittleren Unternehmen, und dabei auch die von Migrantinnen und Migranten, die das Wirtschaftsleben durch neue Ideen, Innovationen und Produkte bereichern. Mittlerweile konkurrieren vor allem Städte, soweit sie nach vorne schauen, um kreative Zuwanderer mit Ideen. Denn die Qualität und Anziehungskraft einzelner Lebensräume wird wesentlich durch die Vielfalt an Waren-, Dienstleistungs- und kulturellen Angeboten geprägt. Hier wirkt unterstützend, dass die Arbeitsmarktintegration der Zugewanderten immer stärker auch über die Berufspassage ins Unternehmertum erfolgt.

Bislang ist jedoch noch wenig bekannt, unter welchen Kontextbedingungen sich Migrantunternehmen entwickeln und welche Bedeutung sie für die Gesamtwirtschaft haben. Vorliegender Beitrag befasst sich mit diesen Fragen und beleuchtet zudem die Rolle selbständiger Migrantinnen und Migranten im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft. Denn schließlich ist davon auszugehen, dass die Zugewanderten vor allem in jenen Wirtschaftssegmenten deutliche Impulse setzen, in denen sich Vielfalt als ein Motor für Innovation und Kreativität erweist (Florida 2002; Deutscher Städtetag 2011; Kourtit et al. 2013).

2. Zahlenmäßige Bedeutung und Entwicklung

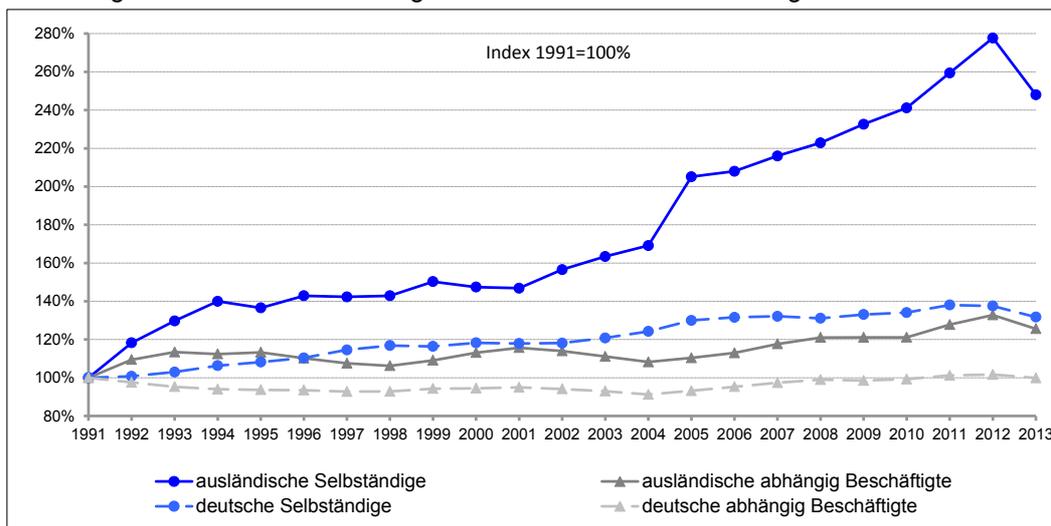
Die unternehmerische Präsenz von Migrantinnen und Migranten im Bundesland Bremen ist zwar beachtlich, aber noch steigerungsfähig. Zwar entfiel der Gewerbeanzeigenstatistik zufolge im Jahr 2013 über die Hälfte aller im Haupterwerb gemeldeten Neugründungen in Bremen auf Personen mit ausländischer Staatsangehörigkeit.¹ Da sich in den Gewerbemeldungen jedoch auch transnationale Aktivitäten, Scheinselbständigkeit und Subunternehmertum niederschlagen² und das Meldegeschehen zudem durch eine hohe Zahl an Liquidationen begleitet wird, sind diese Zahlen mit Vorbehalt zu

¹ In der Gewerbemeldestatistik wird nur die Staatsangehörigkeit und kein etwaiger Migrationshintergrund von Deutschen erfasst (siehe unten).

² Infolge der lange Zeit eingeschränkten Arbeitnehmerfreizügigkeit v.a. bei Osteuropäern.

bewerten. Nachfolgend werden daher vorrangig Mikrozensuszahlen verwendet.³ Aber auch daran gemessen sind Migrantinnen und Migranten in Bremen stark unternehmerisch engagiert. Rund 8.000 der 35.000 Selbständigen im Land haben ausländische Wurzeln. D.h. nicht nur unter den Erwerbstätigen insgesamt sondern auch unter den Selbständigen besitzt in etwa jede vierte Person einen Migrationshintergrund.⁴ Und dennoch scheint das Potenzial noch nicht optimal ausgeschöpft. Denn unter den bremischen Migrantinnen und Migranten lag die Selbständigenquote (als Anteil Selbständiger an allen Erwerbstätigen der Gruppe) im Jahr 2012 mit 10,8% noch immer ein kleines Stück unterhalb der Quote von Deutschen ohne Migrationshintergrund (11,8%). Zwar entspricht diese Quote unter den Zuwanderern in Bremen in etwa derjenigen auf Bundesebene, allerdings liegt das Niveau unternehmerischer Aktivitäten ansonsten vor allem in den städtisch geprägten Regionen ein gutes Stück höher. D.h. im Ranking der Selbständigenquoten von Migrantinnen und Migranten in den deutschen Städten bewegt sich die Quote in Bremen im hinteren Drittel (Leicht et al. 2012). Die Dynamik der Entwicklung wirft ein Licht auf das damit verbundene unternehmerische Potenzial. Aber aufgrund der geringen Zahl der Beobachtungsfälle in Bremen kann diese weit besser auf der Bundesebene veranschaulicht werden:

Abbildung 1: Index der Entwicklung von ausländischen Selbständigen seit 1991



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

In Deutschland ist die Zahl an ausländischen Selbständigen,⁵ auch bedingt durch das niedrige Ausgangsniveau, seit Anfang der 1990er Jahre exorbitant gestiegen und hat sich bis 2012 mit einem Plus um 178% nahezu verdreifacht (Abbildung 1). Demgegenüber ist die Zahl an deutschen Selbständigen im gleichen Zeitraum „nur“ um 38% gestiegen. Im Folgejahr ist jedoch bei beiden Gruppen die Zahl wieder etwas zurückgegangen, was teils auch aus verbesserten Chancen im Feld der abhängigen Beschäftigung resultiert. Der Knick am aktuellen Rand kündigt aber auch an, wie wichtig es ist, das

³ Temporäre Gründungen wie in der Gewerbeldestatistik kommen in den nachfolgend verwendeten Bestandszahlen des Mikrozensus weit weniger zur Geltung, da hier die berufliche Position am Wohnort erfasst wird.

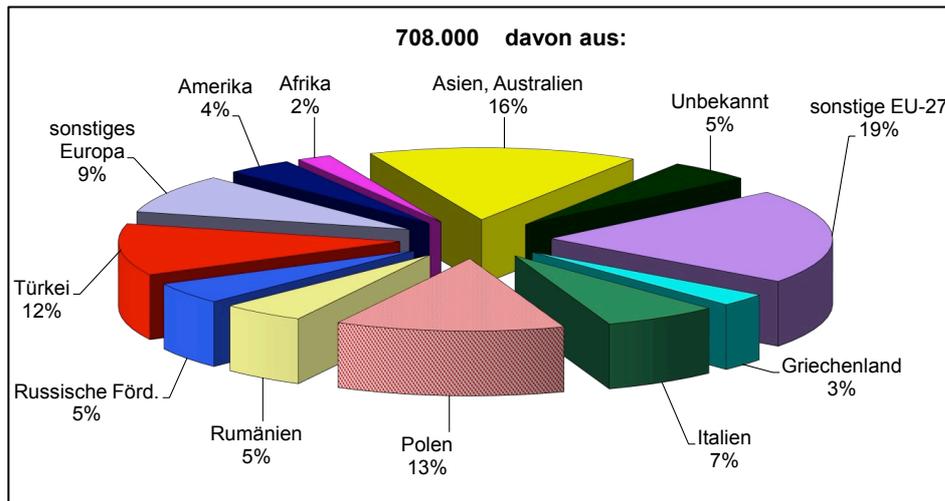
⁴ Bei Erwerbstätigen insgesamt beträgt der Migrantenanteil 24% und unter den Selbständigen 23% (Mikrozensus 2012). Unter Personen mit Migrationshintergrund werden im Folgenden, wie auch vom Statistischen Bundesamt, alle Ausländer/innen, die entweder zugewandert oder in Deutschland geboren sind und zudem alle Deutsche mit Migrationshintergrund (wazu vor allem Eingebürgerte (und Spätaussiedler) sowie deren Kinder zählen) zusammengefasst.

⁵ Da in der amtlichen Statistik erst seit 2005 ein etwaiger Migrationshintergrund identifiziert werden kann, lässt sich die längerfristige Entwicklung von Migrantenselbständigkeit zunächst nur anhand der ausländischen Personen darstellen.

Gründungsgeschehen in Deutschland zu beleben und die brach liegenden Potenziale entsprechend zu aktivieren.

Die wachsende Bedeutung von Migrantenunternehmen kommt noch besser zur Geltung, wenn zusätzlich die Zahl der eingebürgerten Unternehmensinhaber/innen berücksichtigt wird. Für das Jahr 2013 wurden in Deutschland 708 Tausend Selbständige ermittelt, die entweder Ausländer oder ehemalige Ausländer bzw. Aussiedler sind oder von ausländischen Eltern abstammen. Damit hat jede sechste unternehmerisch aktive Person in Deutschland einen Migrationshintergrund.

Abbildung 2: Selbständige mit Migrationshintergrund nach Herkunft 2013



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

Die stärksten Herkunftsgruppen bilden diejenigen aus Polen und der Türkei, die im Ranking mit weitem Abstand vor anderen Gruppen liegen (Abbildung 2). Doch im Verlauf der letzten Jahre hat sich die nationale Zusammensetzung von Migrantenselbständigkeit stark verändert. Insbesondere seit der EU-Osterweiterung nahm die Bedeutung der aus Ost- und Südosteuropa stammenden Selbständigen beständig zu, während die Angehörigen der ehemaligen Anwerbeländer – sieht man von den Türkei-stämmigen ab – relativ an Gewicht verlieren.

3. Multiple Ursachen und Entwicklungsbedingungen

Die Ursachen der wachsenden Zahl an Migrantengründungen sind vielschichtig. Sicherlich ist ein Teil der Aufwärtsentwicklung auf die veränderten politischen Rahmenbedingungen und hierbei auf die EU-Osterweiterung zurückzuführen. Die anfangs geltenden Einschränkungen in der Arbeitnehmerfreizügigkeit führten in vielen Branchen, aber vor allem im Baugewerbe, zu Scheinselbständigkeit und Subunternehmertum. Allerdings wurde die zuvor dargestellte Expansion hiervon kaum berührt, denn die durch Wanderselbständigkeit gekennzeichneten Grauzonen spiegeln sich nur in geringem Umfang in den Mikrozensuszahlen wider.⁶ Hinzu kommt, dass der Zuwachs an unternehmerischen Aktivitäten auf einem breiteren Spektrum an Herkunftsgruppen beruht und ohnehin drei Viertel aller seit der EU-Erweiterung „neu hinzugekommenen“ Selbständigen schon vor 2004 in Deutschland wohnhaft waren.

⁶ Siehe Fußnote 3.

Wie kam es zu diesem Gründungsboom? Die im internationalen Raum diskutierten Erklärungsansätze lassen sich nicht nahtlos auf die Situation in Deutschland übertragen, auch wenn es auf den ersten Blick einige plausible Parallelen gibt. Grob betrachtet liegen aus Sicht der Ethnic Entrepreneurship-Forschung die Wurzeln unternehmerischen Engagements vor allem in gesellschaftlicher Isolierung und Benachteiligung, weshalb sich Immigranten auf ihr soziokulturelles Kapital besinnen und dabei etwa die Ressourcen der Familie und der Landsleute und letztlich ihre Netzwerke mobilisieren (Light 1972; Bonacich 1973). Doch häufig wird der Einsatz ethnischer Ressourcen allzu eng im Zusammenhang mit Chancen gesehen, die sich auf ethnischen Märkten, so etwa in Quartieren mit hohem Migrantanteil und durch Kunden gleicher Herkunft bieten (Portes/Bach 1985; Waldinger et al. 1990). Es erscheint strittig, ob ein solches Zusammenspiel auch hierzulande von Bedeutung ist. Denn in Deutschland wächst die Zahl der Migrantunternehmen in vielen Bereichen, in denen „Ethnizität“ kaum noch eine Rolle spielt (Leicht/Werner 2013; Leicht/Langhauser 2014). Insofern lässt sich die Entwicklung nicht mit dem vielfach zitierten „Kulturmodell“ oder „Nischenmodell“ erklären (z.B. Schutkin 2000; Floeting et al. 2004). Aber auch das sogenannte „Reaktionsmodell“, welches unternehmerische Aktivitäten mit der Not am Arbeitsmarkt erklärt, hat an Überzeugungskraft verloren. Zwar ist die Arbeitslosenquote unter Zugewanderten noch immer weit höher als unter den „Einheimischen“, doch unter Kontrolle weiterer Einflussfaktoren werden die Gründungsmotive nur unwesentlich stärker als die der autochthonen Bevölkerung von Push-Faktoren getrieben (Brixy et al. 2013).

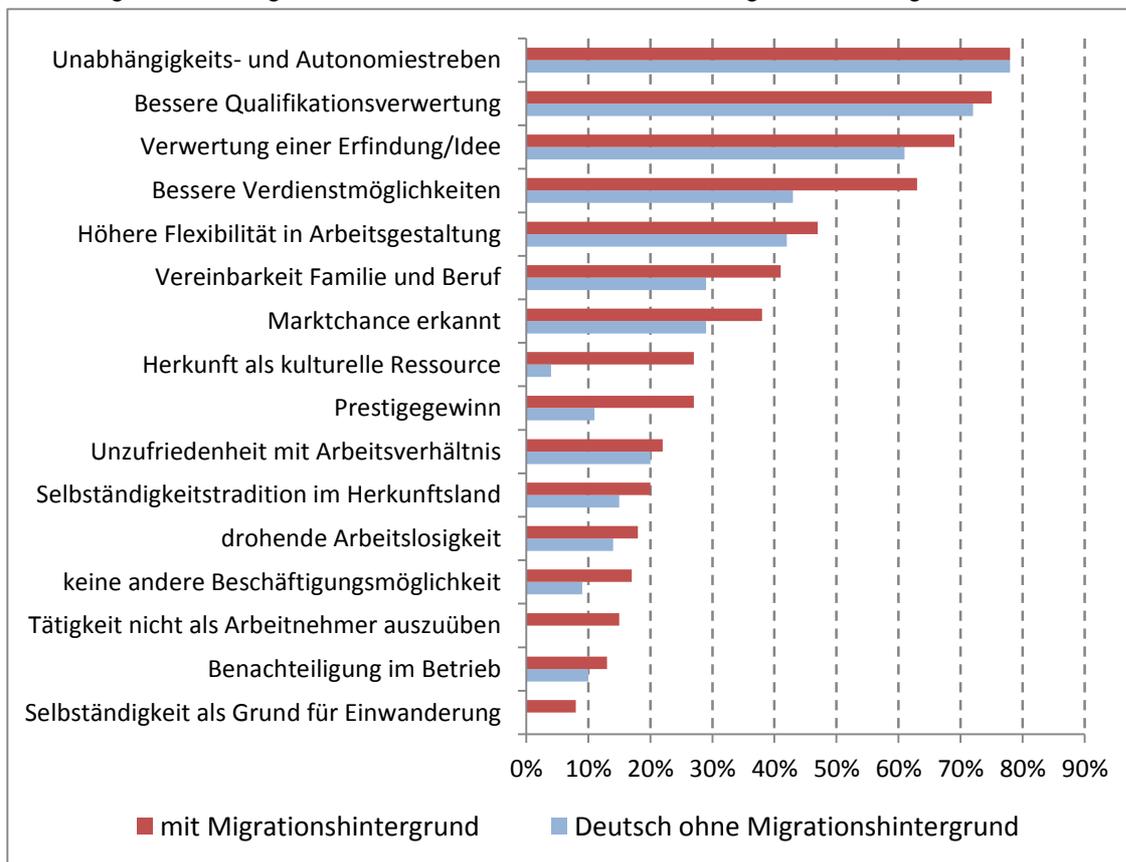
Es ist davon auszugehen, dass die Gründungsneigungen von Migrantinnen und Migranten zu einem beachtlichen Teil von denselben Faktoren wie bei den „Bio-Deutschen“ generiert werden und die gestiegene Zahl an beruflich Selbständigkeit das Ergebnis einer – wenn auch behäbigen – Angleichung der Ausgangsbedingungen ist. Dies wird auch an den sich langsam aufeinander zubewegenden Selbständigenquoten ersichtlich. Dennoch sind die Chancen von Zuwanderern bei der Gründung und nachhaltigen Entwicklung ihrer Unternehmen infolge bestimmter Rahmenbedingungen und Restriktionen minimiert. Welche Kräfte und Ressourcen es letztlich sind, mit denen nicht nur die Nachteile überwunden, sondern die Gründungsaktivitäten zu überdurchschnittlicher Stärke entwickelt werden, bleibt der Forschung noch in großen Teilen verborgen, da viele Determinanten empirisch schwer zu greifen sind. Dennoch lässt sich aus den nachfolgend dargestellten Motiven einer Gründung und aus den sozialen Kontextbedingungen einiges erkennen und lernen, was zu einem besseren Verständnis von Migrantenselbständigkeit führt.

4. Motivlagen: Push- und Pullfaktoren im Gründungsgeschehen

Die Frage ist zunächst, inwieweit sich Personen mit und ohne Migrationshintergrund hinsichtlich ihrer Beweggründe für den Schritt in die Selbständigkeit unterscheiden. Die Gründungsmotive teilen mit, inwieweit die Entscheidung für eine unternehmerische Tätigkeit auf Grundlage von bestimmten persönlichen Eigenheiten (z.B. Neigungen, Selbstverwirklichungsabsichten, Gewinnstreben, Mut, spezifischen Kenntnissen usw.) oder aber durch die äußeren Rahmenbedingungen (z.B. Erkennung von Marktchancen, Arbeitslosigkeit, Benachteiligungen usw.) herbeigeführt wurde. Die Motivlage lässt sich aber nicht nur nach persönlichen und strukturellen Rahmenbedingungen, sondern auch danach unterscheiden, ob der Schritt in die Selbständigkeit freiwillig oder unfreiwillig oder besser: ob er aus einer Ökonomie der Selbstverwirklichung (pull) oder aus der Not (push) erfolgte (Bögenhold/Leicht 2000). Allerdings wird die Entscheidungsfindung in aller Regel nicht nur durch einen einzelnen Faktor, sondern durch ein ganzes Faktorenbündel beeinflusst.

In unseren Befragungen⁷ (von zusammen fast 6.000 Unternehmen)⁸ haben wir ermittelt, welche Rolle – aus der Retrospektive betrachtet – einzelne Motive bei der Gründung gespielt haben.⁹ Insgesamt sind die Unterschiede zwischen Personen mit und ohne Migrationshintergrund gering und treten eher dort zutage, wo das Faktum „Migrationserfahrung“ eine Rolle spielt. An vorderster Stelle stehen bei beiden Gruppen die klassischen Pull-Faktoren, d.h. das Streben nach Unabhängigkeit und Autonomie, die bessere Qualifikationsverwertung sowie die Selbstverwirklichung (Abbildung 3). Und bei beiden Gruppen finden sich die typischen Push-Faktoren, wie Arbeitslosigkeit und Benachteiligung, eher im hinteren Feld des Rankings. Im direkten Vergleich der Indikatoren zeigen sich allerdings deutliche Differenzen in Bezug auf das Gründungsmotiv „Bessere Verdienstmöglichkeiten“ und „Prestigege Gewinn“ durch Selbständigkeit. Dies signalisiert, dass Migrantinnen und Migranten in einer beruflichen Selbständigkeit weit stärker einen Weg zum sozialen Aufstieg sehen. Insgesamt betrachtet fällt auf, dass die Zugewanderten und ihre Nachfahren alle Merkmale tendenziell etwas häufiger als zutreffend benennen und hierbei insbesondere einige Pull-Faktoren stärker als von den Befragten deutscher Herkunft als relevant bewertet werden.

Abbildung 3: Gründungsmotive von Personen mit und ohne Migrationshintergrund*



* Anteil von „trifft zu“ und „trifft voll und ganz zu“ (Mehrfachantworten)

Quelle: ifm Mannheim Datenpool „Migrantenunternehmen in Deutschland“ Universität Mannheim (N=5.992)

⁷ Nachfolgenden Analysen liegen die gepoolten Daten von Unternehmensbefragungen zugrunde, die zwischen 2009 und 2014 vom ifm der Universität Mannheim durchgeführt wurden. Für eine Beschreibung siehe Leicht/Langhauser 2014, Kap. 3.3.

⁸ Unternehmen mit InhaberInnen unterschiedlicher nationaler Herkunft; darunter eine Kontrollgruppe von 1.277 InhaberInnen ohne Migrationshintergrund.

⁹ Vorgaben entlang einer Antwortskala von 1 („trifft überhaupt nicht zu“) bis 5 („trifft voll und ganz zu“).

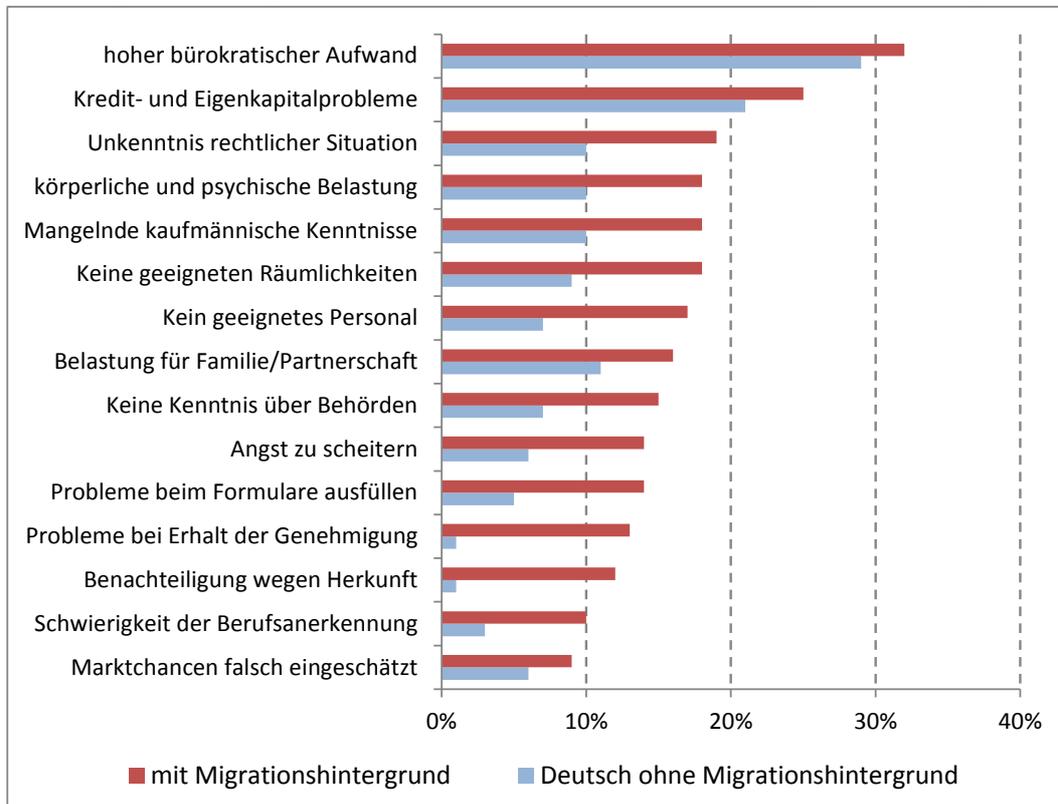
Bemerkenswert ist ferner, dass Ethnizität auch bei den Gründungsmotiven eine (mit Blick auf die theoretische Debatte) doch vergleichsweise geringe Bedeutung hat. Aber immerhin sieht ein Viertel der befragten Zuwanderer in ihrer Herkunft eine kulturelle Ressource für Selbständigkeit und ein Fünftel hat gegründet, weil Selbständigkeit im Herkunftsland Tradition besitzt. Im Prinzip schließt dieser Befund nicht gänzlich aus, dass ein weiterer Teil der Befragten Ressourcen nutzt, die nicht auf sozialisationsbedingten bzw. herkunftsspezifischen Dispositionen, sondern auf den mit dem Migrationsprozess verbundenen Erfahrungen beruhen. Auch diese können sprichwörtlich vielfältiger Natur sein.

Nicht zu verwechseln sind die Motivlagen mit den sozialen und ökonomischen Determinanten, denn die Beweggründe für eine Gründung sind nur vordergründige Anreizfaktoren. Die Umsetzung einer Gründungsidee sowie auch deren Erfolg wird durch mehr oder weniger bewusst eingesetzte persönliche Ressourcen sowie durch die Umfeldfaktoren bestimmt (siehe hierzu weiter unten).

5. Gründungshemmnisse

Darüber hinaus sind für den Umfang an Gründungen natürlich auch die Hürden und Hemmnisse verantwortlich. Das sample ist hier insofern selbstselektierend, da nur diejenigen befragt werden konnten, die trotz der von ihnen genannten Probleme gegründet haben. Wenn also nicht tatsächliche Hürden, so lassen sich zumindest die Hemmnisse näherungsweise identifizieren. Mit Blick hierauf gilt ähnliches wie bei den Motiven, d.h. Migrantinnen und Migranten äußern häufiger Probleme und Defizite als Deutsche ohne Migrationshintergrund (Abbildung 4). Es dürfte nicht verwundern, dass an der Spitze die Klage über einen hohen bürokratischen Aufwand steht. Dies ist allerdings bei beiden Gruppen das größte Hemmnis, gefolgt von Kredit- und Eigenkapitalproblemen.

Abbildung 4: Gründungshemmnisse von Personen mit und ohne Migrationshintergrund*



* Anteil von „trifft zu“ und trifft voll und ganz zu“ (Mehrfachantworten)

Quelle: ifm Mannheim Datenpool „Migrantenunternehmen in Deutschland“ Universität Mannheim (N=5.992)

In Bezug auf alle anderen Indikatoren werden größere Differenzen zwischen Gründenden mit und ohne Migrationshintergrund evident. Dies betrifft vor allem all jene Schwierigkeiten, die in direktem Zusammenhang mit den Migrationsfolgen zu sehen sind, also auf fehlende Kenntnisse im Umgang mit Institutionen zurückzuführen sind. Oder aber es handelt sich um Problemdiskrepanzen, die auf Benachteiligungen bei der betrieblichen Entwicklung schließen lassen (keine geeigneten Räumlichkeiten, kein geeignetes Personal).

Überraschen dürfte vielleicht, dass Migrantinnen und Migranten ein höheres Maß an Ängsten vor dem Scheitern äußern, da dies der landläufigen Meinung widerspricht, sie wären eher bereit Risiken auf sich zu nehmen. Andererseits ist zu beachten, dass Zugewanderte aufgrund ihrer Ausgangslage häufiger gezwungen sind, Risiken einzugehen und sich daher in dieser Situation durchaus auch mit Ängsten auseinandersetzen müssen.

6. Sozioökonomisches Profil: Bildung und Wissen als Triebkräfte

Von entscheidender Bedeutung sind neben den subjektiv empfundenen Beweggründen und Hemmnissen auf dem Weg zur Gründung vor allem die faktisch verfügbaren Ressourcen und Gelegenheitsstrukturen. Nicht nur die Position am Arbeitsmarkt, sondern genauso der Status und die Nachhaltigkeit einer selbständigen Erwerbstätigkeit wird wesentlich durch wissensbezogene Ressourcen, und darunter vor allem durch *Bildung* und Arbeitserfahrung bestimmt (Arum/Müller 2003; Brüderl et al. 1996). Doch in Bezug auf ethnisches Unternehmertum wird die Relevanz von Wissen teilweise in Frage gestellt, da angenommen wird, dass sich (mangels Alternativen) eher die Geringqualifizierten selbständig machen, um zu Arbeit und Einkommen zu gelangen. Dieser Eindruck täuscht, denn in allen Herkunftsgruppen sind die Selbständigen jeweils besser qualifiziert als die abhängig Beschäftigten. Insgesamt betrachtet sind 39% aller selbstständigen Migrantinnen und Migranten dem Qualifikationslevel „high“ zuzuordnen.¹⁰ Bei den abhängig Beschäftigten gilt dies nur für 21% (Leicht/Langhauser 2014). Auch unter Kontrolle weiterer Einflussfaktoren ist die Wahrscheinlichkeit, dass sich immigrierte Hochschulabsolventen in Deutschland selbständig machen, um fast das Dreifache höher als bei Zugewanderten ohne Berufsabschluss (ebenda, S. 86). Jedoch nahm der Anteil der hochqualifizierten Migrantinnen und Migranten in den letzten Jahren etwas ab, was sich auch aus dem überproportional starken Zuwachs an osteuropäischen Bauhandwerkern erklärt, die eher ein mittleres Qualifikationsniveau besitzen.

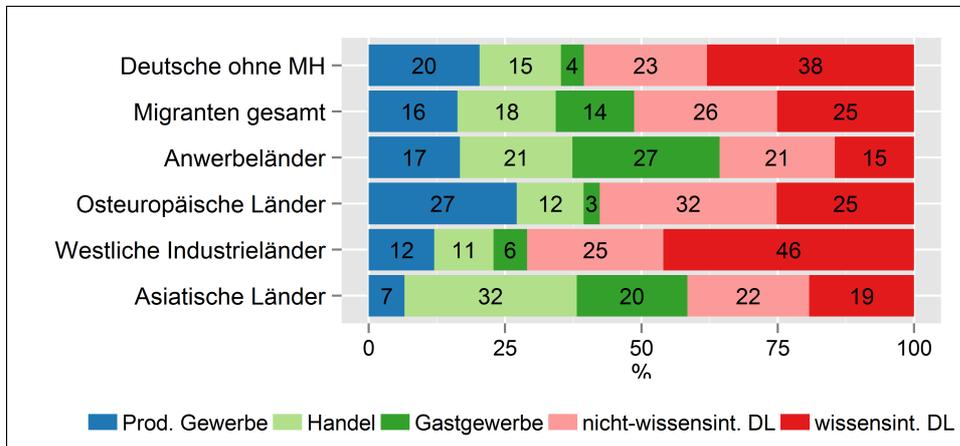
Einhergehend mit höherer Bildung ist denn auch die *Branchenorientierung* selbstständiger Migrantinnen und Migranten wesentlich breiter angelegt und moderner als vielfach vermutet: Betrachtet man zunächst alle Migrantenunternehmen, sind diese zwar etwas seltener als Deutsche ohne Migrationshintergrund im Produzierenden Gewerbe und in modernen Dienstleistungen und dafür häufiger in traditionellen und vor allem distributiven Dienstleistungen zu finden (Abbildung 5). Allerdings machen die Bereiche Gastgewerbe und Handel insgesamt nur (noch) ein Drittel aus.

Unterhalb dieses gesamten Aggregats an Herkunftsgruppen zeigen sich allerdings recht unterschiedliche Branchenorientierungen. Zur besseren Übersichtlichkeit werden nachfolgend die einzelnen Nationalitäten zu größeren Herkunftsgruppen zusammengefasst. Schon in dieser groben Differenzierung wird ersichtlich, dass das Gastgewerbe und der Handel eher unter Selbständigen der ehemaligen Anwerbeländer und der asiatischen Länder hohes Gewicht besitzt, während sich die aus Osteuropa oder den westlichen Industrieländern Stammenden dort sogar weniger als die Deutschen enga-

¹⁰ Unter Zugrundelegung der internationalen Standardklassifikation (ISCED).

gieren. Im Produzierenden Sektor sind migrantische Selbstständige, v.a. die aus Osteuropa, zum geringen Anteil im Verarbeitenden Gewerbe, sondern vor allem im Baugewerbe tätig. In allen Gruppen von vergleichsweise hoher Bedeutung sind die haushaltsbezogenen Dienstleistungen (darunter Friseurgewerbe, Nagelstudios, Pflege, Reinigung, Änderungsschneidereien etc.), die den „nicht-wissensintensiven Dienstleistungen“ zuzuordnen sind.

Abbildung 5: Selbstständige mit Migrationshintergrund nach Wirtschaftsbereichen



Quelle: Mikrozensus (scientific use file 2010); eigene Berechnungen ifm Universität Mannheim

Im Allgemeinen eher der Alltagsbeobachtung entzogen, aber von großer Bedeutung sind die *wissensintensiven Dienstleistungen*, zu denen eine große Zahl der Freien Berufe, v.a. die technische und wirtschaftliche Beratung, Forschung, Gesundheitsdienste, aber zudem auch Finanzdienstleistungen, die IuK-Dienste sowie die Kultur- bzw. Medienberufe zählen. Jedes vierte Migrantinnenunternehmen ist mittlerweile den wissensintensiven Dienstleistungen zuzuordnen, wodurch sich eine erhebliche Modernisierung des Leistungsspektrums ergibt. Dem Gewicht und der Zusammensetzung der Kultur- und Kreativwirtschaft wird an anderer Stelle gesondert – und dabei im Kontext weiterer Merkmale – nachgespürt. Zunächst insgesamt betrachtet sind die wissensintensiven Dienstleistungen eine Domäne der Selbstständigen aus den westlichen Industrieländern. Unter diesen arbeitet fast jede zweite Person (46%) in diesem Sektor. Der Anteil liegt damit über demjenigen bei Selbstständigen deutscher Herkunft (38%). Da Bildung eine entscheidende Determinante wissensbezogener Tätigkeiten ist, dürfte nicht verwundern, dass die genannten Branchen in geringerem Umfang (15%) von den Selbstständigen aus den ehemaligen Anwerbeländern besetzt sind. Hingegen erbringen die Zugewanderten osteuropäischer Herkunft zu einem Viertel wissensintensive Dienstleistungen, was dem Mittelwert für Migrantinnen und Migranten insgesamt entspricht.

Ein wichtiger Bestandteil des sozioökonomischen Profils ist das *Einkommen*. Die durchschnittlichen Netto-Einkommen von selbstständigen Migrantinnen und Migranten liegen zwar tendenziell unterhalb derer von Deutschen, doch ein gutes Stück über denjenigen der abhängig beschäftigten Pendants (Leicht/Langhauser 2014). Von einer generell prekären Lage selbstständiger Migrantinnen und Migranten kann in Anbetracht der Ergebnisse nicht ausgegangen werden. Bei allem ist auch zu beachten, dass die Einkommenswerte unter Selbstständigen generell, d.h. auch unter den Deutschen, eine starke Spreizung aufweisen, was wiederum die enorme Heterogenität in der Performance widerspiegelt. Diese sich weit öffnende Schere ist im Übrigen auch bei den Kultur- und Kreativberufen zu beobachten, wobei diese Bereiche insgesamt nicht unbedingt zu den schlechteren Einkommensgruppen zählen, wohl aber wenn selbstständig gearbeitet wird (Brenke 2013).

7. Betriebliche und volkswirtschaftliche Leistungspotenziale

Im öffentlichen Diskurs erscheinen Migrant*innenunternehmen allzu häufig als Kümmerexistenzen, weshalb hier ein kurzer Blick auf die Frage geworfen wird, welche betrieblichen und volkswirtschaftlichen Leistungspotenziale sie besitzen. Bei der Ermittlung der ökonomischen Bedeutung von Migrant*innenunternehmen ist zu beachten, dass es sich konsequenterweise um inhabergeführte Unternehmen handeln muss, da ein etwaiger Migrationshintergrund nur den verantwortlichen Personen, aber nicht den Unternehmen zugeordnet werden kann. Was die Rechtsform betrifft geht es also in der Regel um Einzelunternehmen oder Personengesellschaften.

Im Mittelpunkt des öffentlichen Interesses steht natürlich die Frage, welchen Beitrag die Migrant*innenunternehmen für die Beschäftigung bzw. für den Arbeitsmarkt und hierbei dann auch für die Ausbildung leisten. In Bezug auf die Zahl der geschaffenen Arbeitsplätze haben wir am ifm Mannheim zwei Schätzmodelle verwendet. Demnach liegt die Gesamtzahl der von Migrant*innenunternehmen geschaffenen *Arbeitsplätze* (einschließlich derer der Selbstständigen) zwischen 2,2 und 2,7 Millionen (Leicht/Langhauser 2014). Demzufolge stellen Migrant*innenunternehmen etwa 13% aller Arbeitsplätze in Einzelunternehmen und Personengesellschaften oder anders betrachtet 18% aller Arbeitsplätze in inhabergeführten mittelständischen Unternehmen in Deutschland. Dies entspricht in etwa ihrem Anteil an allen Unternehmen in diesem Segment und widerspricht allen Vermutungen, Migrant*innenunternehmen wären beschäftigungspolitisch nur von marginaler Bedeutung.

Die Unternehmen von Migrant*innen leisten auch einen steigenden *Ausbildungsbeitrag*. Während in „deutschen“ Unternehmen die Ausbildungsbereitschaft in jüngerer Zeit nachgelassen hat und nur noch ein Viertel ausbildet, nähern sich Migrant*innenunternehmen diesem Anteil langsam an. Wird nicht die bloße Beteiligung, sondern als angemessener Vergleichswert die Intensität der Ausbildung zugrunde gelegt, dann sind Migrant*innenunternehmen weit näher an den „deutschen“ Unternehmen (Leicht/Langhauser 2014). Dies lässt sich nicht für alle, aber wenigstens für einige Herkunftsgruppen sagen: Während bspw. in den einheimischen Unternehmen rund 6 Azubis auf 100 Beschäftigte kommen, wird diese Ausbildungsquote von den „türkischen“ Unternehmen mit fast 8 Azubis pro 100 Beschäftigte sogar übertroffen.

8. Migrant*innen und Migranten in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Ein Positionspapier des Deutschen Städtetages betont das „erheblich kreative Potenzial von Quartieren mit hohem Migrant*innenanteil“ und die hiervon ausgehenden „positiven Impulse für die Stadtentwicklung“ (ebenda 2011, S. 21). Bislang liegen allerdings noch wenig Erkenntnisse darüber vor, welche Relevanz Migrant*innenunternehmen im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft besitzen und inwieweit hier beispielsweise Zugewanderte ihre Herkunft mit einem Geschäftsmodell verbinden. Mit diesen und ähnlichen Fragestellungen befasste sich das td-win-Projekt. Nachfolgende Analysen liefern einige zentrale Eckdaten zur Bewertung der Erkenntnisse im Spiegel empirischer Befunde für die Grundgesamtheit.

Die Zunahme von migrantischen Gründungen und die gleichzeitig wachsende öffentliche Wahrnehmung der wirtschaftlichen Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft assoziiert einen Nexus, der sich aus der Annahme speist, dass mit der verstärkten Zuwanderung, aber auch mit dem Generationenwechsel, gleichzeitig eine neue Avantgarde an Migrant*innenunternehmen entsteht, die sich kreativwirtschaftlich betätigt und hierdurch Impulse für die Entwicklung von Städten und Regionen setzt (Adelhof 2009; Kourtitt et al. 2013). Als entscheidendes Triebmittel gilt Diversität: „Many cities in the

Western world gradually become a multicultural melting pot: a society with people of different cultures, races and religions [...] and a magnet to deliver new ideas for the creative industries and economic growth. Thus, they mirror an amazing spectrum of activity patterns that are to a large extent co-determined by the specificities in terms of culture, language, attitude or behaviour related to the country of origin" (Kourtit et al. 2013, S. 4). Anhand einer qualitativ ausgerichteten Untersuchung über die Kreativen in der türkischen Community Berlins kommt Adelhof (2009) zu einer ähnlichen Einschätzung und letztlich zu der Schlussfolgerung, dass der Migrationshintergrund einen relevanten Einfluss auf das wirtschaftliche Handeln in der Kreativwirtschaft besitzt. Die Autorin bezieht sich dabei jedoch auf Fallbeispiele. D.h. quantitativ gestützte empirische Untersuchungen zur Bedeutung von Migrantinnen und Migranten in der Kultur- und Kreativwirtschaft sind – zumindest im deutschen Raum – nicht bekannt.¹¹

Vor diesem Hintergrund konzentriert sich vorliegender Beitrag auf die Frage nach der Bedeutung des Merkmals „Migrationshintergrund“ in der KuK und untersucht u.a., ob und inwiefern sich migrantische Gründerinnen und Gründer in der KuK (zum einen) von Selbständigen ohne Migrationshintergrund und (zum anderen) von selbständigen Migrantinnen und Migranten in anderen Wirtschaftsbereichen unterscheiden. Welche Charakteristika weisen sie auf? Grundlage der Analysen sind wiederum Mikrozensusdaten.¹² Soweit es die Daten zulassen wird der von der Wirtschaftsministerkonferenz (2009) gegebene Empfehlung hinsichtlich der Gliederung nach Teilmärkten gefolgt. Eine solche Aufteilung ist jedoch nicht in Bezug auf alle Unterbereiche der KuK möglich, weshalb die Teilmärkte zwingenderweise nicht gänzlich identisch mit denen in anderen Untersuchungen sind.¹³

8.1 Präsenz von Migrantinnen und Migranten in der KuK

Welche Bedeutung die KuK innerhalb der Migrantenökonomie hat, kann an ihrem Gewicht im Vergleich zu den übrigen Wirtschaftsbereichen ersehen werden. Nach den Mikrozensusergebnissen des ifm Mannheim arbeiten hier rund 13% aller Selbständigen mit Migrationshintergrund, unter denjenigen ohne Migrationshintergrund sind es 14%.¹⁴ Dieses Ergebnis findet sich ähnlich auch andernorts: Dem KfW-Gründungsmonitor zufolge sind 13% aller Existenzgründungen der Kreativwirtschaft zuzurechnen (Kohn/Wewel 2011).

Hier interessiert jedoch zusätzlich eine andere Perspektive, d.h. im Hinblick auf die zuvor genannten theoretischen Annahmen die Frage, welche Relevanz Migrantinnen und Migranten innerhalb der KuK haben: Insgesamt betrachtet – und entgegen manchen Erwartungen – sind Migrantinnen und Migranten als selbständig Erwerbstätige in der KuK eher leicht unterrepräsentiert: Rund 15% aller Selbständigen im KuK-Bereich weisen einen Migrationshintergrund auf (Abbildung 6). D.h. hier ist der Migrantenanteil geringfügig kleiner als im Durchschnitt der übrigen Wirtschaftsbereiche (17%).¹⁵

¹¹ In der Regel basieren quantitative Untersuchungen zur KuK, so etwa das vom BMWi in Auftrag gegebene Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten, überwiegend auf Daten der steuerpflichtigen Unternehmen. Zur Identifizierung der nationalen oder ethnischen Herkunft der Firmeninhaber sind jedoch personenbezogene Daten erforderlich.

¹² Auf Mikrodatenbasis zuletzt verfügbar waren die Daten von 2010 und 2009 (aufgrund der Fallzahlenproblematik wurden die Datensätze „gematcht“).

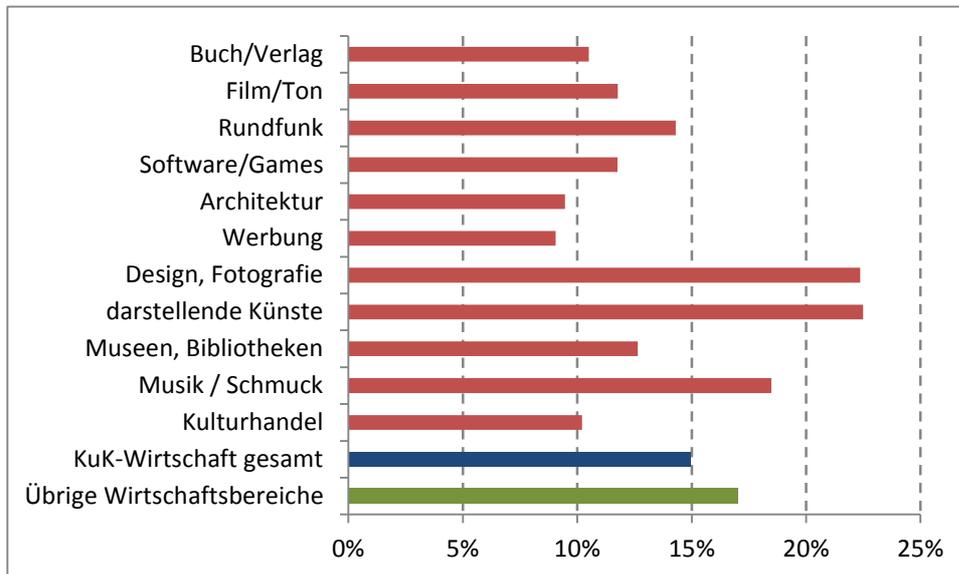
¹³ Eine exakte Aufteilung war nicht nach Vier- sondern nur nach Dreistellern der WZ 2008 möglich.

¹⁴ Der Monitoring-Bericht des BMWi (ZEW) kommt auf einen Anteil von knapp 8% an allen Unternehmen, wobei hier die Zahl steuerpflichtiger UnternehmerInnen mit mindestens 17.500 € Jahresumsatz zugrunde liegt (Bertscheck 2014; S. 5).

¹⁵ Der KfW-Gründungsmonitor (Kohn/Wewel 2011) kommt auf ein ähnliches Verhältnis in Bezug auf die jeweiligen Anteile an den Gründungsaktivitäten.

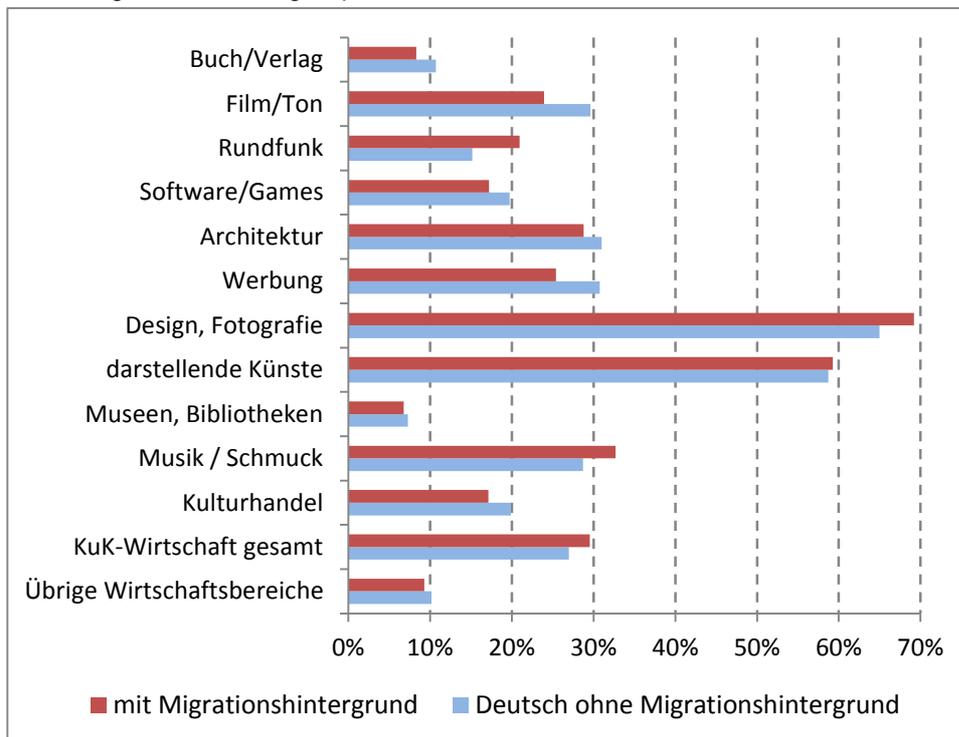
Immerhin liegt er in den Bereichen Design, darstellende Künste und Musikwirtschaft weit höher. Dort haben 23% bzw. 22% und 18% der Selbständigen ausländische Wurzeln.¹⁶

Abbildung 6: Migrantenanteile unter Selbständigen in Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft



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

Abbildung 7: Selbständigenquoten in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft



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

¹⁶ Der hohe Anteil ist teils darauf zurückzuführen, dass in diesem WZ-Dreisteller auch die DolmetscherInnen enthalten sind, die sich entlang unserer Daten nicht isoliert betrachten lassen.

Die Bedeutung der KuK für Migrantinnen und Migranten kommt allerdings nicht nur durch ihre Präsenz in einzelnen Teilmärkten, sondern vor allem durch die Gründungsneigung zum Ausdruck. Schließlich muss die Zahl der in einzelnen Segmenten unternehmerisch Tätigen auch ins Verhältnis zur Gesamtzahl der dort jeweils Erwerbstätigen gesetzt werden. Dieses Verhältnis spiegelt die Selbständigenquote wider. Im Vergleich mit den Erwerbstätigen deutscher Herkunft zeigt sich (zumindest in deskriptiver Form), ob der Migrationshintergrund tatsächlich einen Einfluss auf die Entscheidung für eine berufliche Selbständigkeit in der KuK hat. Sofern Migrantinnen und Migranten kulturell oder kreativ tätig werden, sind sie zu 30% selbständig erwerbstätig, die Nicht-Migranten dagegen zu einem leicht geringeren Anteil, aber immerhin zu 27% (Abbildung 7). Die höchsten Selbständigenquoten haben Migrantinnen und Migranten erwartungsgemäß im Bereich von Design und der darstellenden Künste, wo rund zwei von drei Personen auf eigene Rechnung arbeiten. Aber auch in den Feldern der Musikwirtschaft, der Architektur, der Werbung oder in der Filmwirtschaft ist in etwa jeder zweite Erwerbstätige selbständig. In den drei letztgenannten Bereichen liegen die Selbständigenquoten allerdings auf etwas geringerem Niveau als bei denjenigen ohne Migrationshintergrund.

Es ist nachvollziehbar, dass die Höhe der Selbständigenquoten in den Teilmärkten mit der Möglichkeit korrespondiert, bestimmte Leistungen zu standardisieren und ggf. über die Beschäftigung weiterer Personen auf den Markt zu bringen. Hier, wie etwa im Verlagswesen oder im Kulturhandel, sind die Quoten niedrig. Demgegenüber sind natürlich die Leistungen im Feld von Design, Fotografie und den darstellenden Künsten kaum standardisierbar bzw. stark auf die das jeweilige Produkt oder die Dienstleistung initiierende Person und daher in der Regel auf Soloselbständige fokussiert. In vielen kultur- und kreativwirtschaftlichen Bereichen arbeiten die Selbständigen zu einem außerordentlich hohen Anteil alleine oder führen äußerst kleine Betriebe (Fesel/Söndermann 2007; Leicht/Philipp 2007; Brenke 2013). Und dies schlägt sich indirekt auch in den Selbständigenquoten nieder.

Wie die dargestellten Befunde also zeigen, gibt es zumindest für den Fall Deutschland bislang noch wenig Belege für einen kausalen und wirklich deutlich signifikanten Zusammenhang von Migration und kreativwirtschaftlichen Impulsen. Die Präsenz von selbständigen Migrantinnen und Migranten in der KuK ist leicht unterdurchschnittlich und auch die Selbständigenquoten liegen, so etwa in den Teilmärkten, wenn überhaupt, nur minimal über denjenigen der Deutschen ohne Migrationshintergrund. Insofern bestärken die vorliegenden Befunde eher Initiativen, die sich mit der Mobilisierung unausgeschöpfter Potenziale und daher mit der Förderung und Beratung gründungswilliger Migrantinnen und Migranten befassen.

8.2 Soziale Strukturmerkmale in der migrantischen Kreativwirtschaft

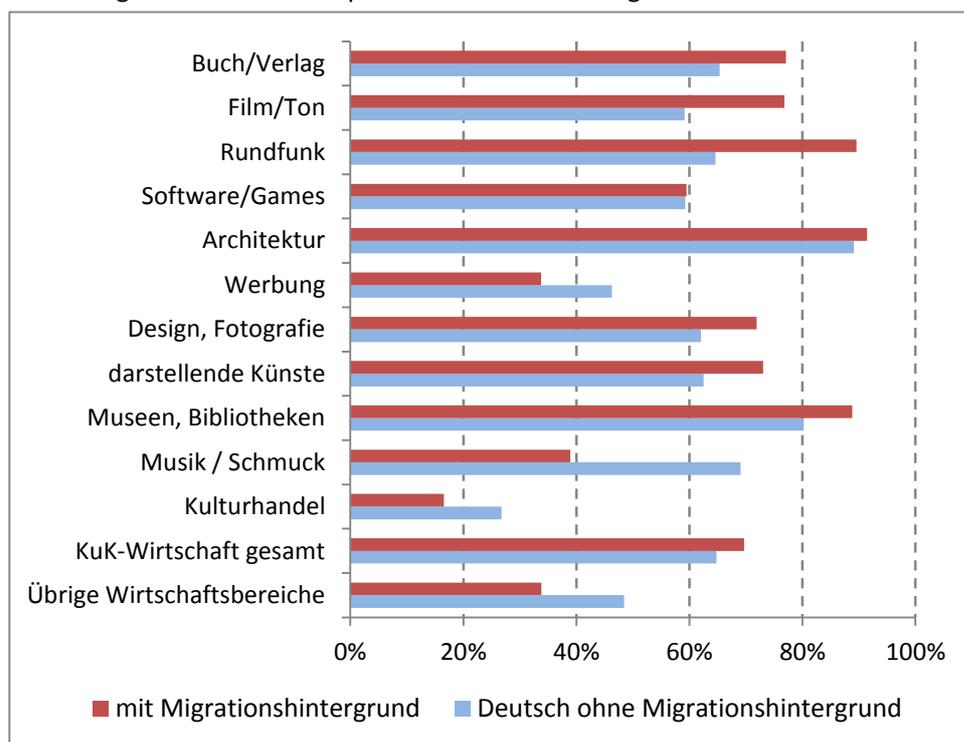
Dies leitet zu der Frage über, auf welcher sozialen Basis dieses Entwicklungspotenzial beruht. Sucht man daher hinderliche und förderliche Faktoren hinsichtlich einer Entscheidung für berufliche Selbständigkeit, dann müssen einige maßgebliche sozialstrukturelle Determinanten in den Blick genommen werden. Beispielsweise gilt als gesichert, dass die Merkmale Arbeitserfahrung und die berufliche Qualifikation positiven Einfluss auf die Gründungsneigung nehmen (Brüderl et al. 1996).¹⁷ Doch das Merkmal Geschlecht wirkt nach wie vor in entgegengesetzter Richtung. Zwar ist in den vergangenen Jahren sowohl die Erwerbsbeteiligung und die Arbeitserfahrung von Frauen mit Migrationshintergrund als auch deren Qualifikationslevel angestiegen, allerdings hat sich dies nicht in adäquatem Maße auch in den weiblichen Selbständigenquoten niedergeschlagen. Seit Mitte letzten Jahrzehnts ist die Selbständigenquote von Migrantinnen lediglich um 0,4%-Punkte gestiegen und ließ daher das

¹⁷ Siehe auch Abschnitt 6.

gender gap, ähnlich wie bei den Frauen ohne Migrationshintergrund, nahezu unberührt (Leicht et al. 2014). Migrantische Frauen machen sich – auch unter Kontrolle von Bildung und weiteren Faktoren – mit nicht mal halb so hoher Wahrscheinlichkeit selbständig wie die Männer (Leicht/Langhauser 2014).

Dies lässt sich spiegelbildlich auch im KuK-Bereich beobachten und indirekt auch an den resultierenden Strukturen ablesen:¹⁸ Der *Frauenanteil* unter den Selbständigen mit Migrationshintergrund liegt im Schnitt bei nicht ganz einem Drittel, obwohl Migrantinnen ansonsten die Hälfte der erwerbsfähigen migrantischen Bevölkerung stellen. Dies ist ähnlich auch im KuK-Bereich der Fall, wo Migrantinnen nur auf einen Anteil von 32% aller Selbständigen kommen. Immerhin liegt der Frauenanteil unter den migrantischen Kreativen geringfügig höher als unter den deutschen Pendanten (29%). In den KuK-Teilmärkten finden sich jedoch auch Ausnahmen von der Regel: Extreme Gegensätze zeigen sich bspw. im Hinblick auf die Frauenanteile in der Musik- und in der Filmwirtschaft (57% bzw. 50%), wenn diese mit dem eher technikträchtigen Bereich Software/Games und den Architekturbüros verglichen werden (11% bzw. 21%). Dies verdeutlicht, dass die bekannten geschlechtsspezifischen Muster beruflicher Segregation genauso in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu beobachten sind.

Abbildung 8: Anteil an hochqualifizierten Selbständigen* in der Kultur- und Kreativwirtschaft



* nach internationaler Standardklassifikation ISCED (level "high")

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

Besonders hervorzuheben ist das (auch vielerorts in der Literatur hervorgehobene) hohe Niveau *beruflicher Qualifikation* in der KuK. Doch mit welchen Ressourcen sind hier die Migrantinnen und Migranten ausgestattet? Ausgehend von der internationalen Standardklassifikation ISCED sind 70% der

¹⁸ Dem KfW-Gründungsmonitor zufolge (Kohn/Wewel 2011) sind Frauen in der Kreativwirtschaft signifikant schwächer vertreten als in den übrigen Wirtschaftsbereichen.

Selbständigen in diesem Bereich dem Qualifikationslevel „high“ zuzuordnen (Abbildung 8).¹⁹ Dies ist sogar ein etwas höherer Anteil als bei den in diesem Sektor selbständigen Deutschen ohne Migrationshintergrund (65%); und darüber hinaus auch weit höher als bei den Migrantinnen und Migranten in den übrigen Wirtschaftsbereichen (34%).

Blickt man auf den Bildungsgrad in den Teilmärkten, dann zeigt sich eine erhebliche Varianz. Hochgebildet sind vor allem die Selbständigen im Bereich der Architektur (91%) sowie in den (hier: privatwirtschaftlich organisierten) Rundfunkanstalten (90%) und den Museen und Bibliotheken (89%). Hingegen ist der Anteil Hochqualifizierter im Kulturhandel oder in der Musikwirtschaft sowie in der Werbung vergleichsweise gering.

Hervorzuheben ist, dass die migrantischen Selbständigen auch in den meisten Teilmärkten ein höheres Qualifikationsniveau als die Selbständigen ohne Migrationshintergrund aufweisen. Im Kontext der zuvor dargestellten Befunde bedeutet dies, dass sich Migrantinnen und Migranten zwar leicht unterproportional im KuK-Sektor betätigen (Abbildung 6), zumal dort Bildung eine zentrale Voraussetzung für den Marktzutritt ist; doch soweit sie sich hier engagieren, handelt es sich tendenziell eher um die Höhergebildeten.

Teils wird die Frage aufgeworfen, inwieweit die etwas geringere Präsenz von Migrantinnen und Migranten in der KuK auf das Problem der Sprachbarrieren zurückzuführen ist (z.B. Kohn/Wewel 2011). Daher lohnt ein Blick auf die migrationsbezogenen Begleitumstände: Zwar ist die Zugehörigkeit zur *zweiten Generation* oder eine längere *Aufenthaltszeit* in Deutschland noch kein Garant für gute deutsche Sprachkenntnisse, aber zumindest kommen hierdurch die Chancen für den Erwerb von Sprache, von Institutionenwissen und anderen selbständigkeitsrelevanten Kenntnissen zum Ausdruck. Vor dem Hintergrund der Erwartungen an selbständige Migrantinnen und Migranten in der KuK bzw. der Annahme, das kreativwirtschaftliche Potenzial würde vor allem aus dem Kreis der zweiten Generation erwachsen (z.B. Adelhof 2010, S. 35; Kourtit et al. 2013, S. 3) dürfte der Befund ernüchtern, dass die zweite Generation lediglich 10,5% aller Selbständigen in der KuK stellt. Dies ist ein Proporz, der ziemlich genau demjenigen in anderen Wirtschaftsbereichen entspricht. Gleichzeitig muss aber auch das Bild relativiert werden, wonach die in der KuK engagierten Zuwanderer ihre neuen Ideen und Produkte infolge ihrer kulturellen Dispositionen quasi in aller Frische „von außen“ ins Land tragen. Dieser Sicht ist beizufügen, dass die in der KuK tätigen Selbständigen im Durchschnitt bereits 21 Jahre in Deutschland leben. Auch dieser Wert entspricht ziemlich genau demjenigen, der für die Aufenthaltsdauer der Selbständigen in anderen Wirtschaftsbereichen gilt. Unwesentlich kürzere Aufenthaltszeiten zeigen sich nur in der Werbebranche und in den darstellenden Künsten, während vor allem die Architekten und die im Buchmarkt Tätigen durchschnittlich etwas länger in Deutschland verweilen.

9. Zusammenfassung

Die Zahl der von Migrantinnen und Migranten gegründeten Unternehmen hat in Deutschland exorbitant zugenommen. Sie hat sich seit Anfang der 1990er Jahre annähernd verdreifacht und beträgt mittlerweile fast eine dreiviertel Million. Mittlerweile besitzt jede sechste unternehmerisch aktive Person in Deutschland ausländische Wurzeln. Dies sind Bestandszahlen, hinter denen sich enorme Turbulenzen in Form von Marktein- und -austritten verbergen. Dabei dürfte die (aufgrund der langen

¹⁹ Ein Viertel (24%) erreicht einen mittleren Bildungsstand. Bei den Deutschen ohne Migrationshintergrund ist dies bei einem Drittel (32%) der Fall.

Zeit eingeschränkter Arbeitnehmerfreizügigkeit) vermutlich hohe Zahl an Scheingründungen und „Wanderselbständigen“ aus Osteuropa eher ein in dieser Stärke temporär auftretendes Phänomen darstellen, welches sich nur in geringem Maß auf die Bestandsstruktur niederschlägt.

Die Ursachen dieser Entwicklung sind vielschichtig, denn die Determinanten von Migrantenselbständigkeit sind zum einen in den Gruppencharakteristika, darunter auch den Ressourcen, zu suchen. Hier spielt Bildung eine entscheidende Rolle und hat sich auch bei Migrantinnen und Migranten als zentraler Einflussfaktor für die Gründung und Führung eines Unternehmens erwiesen. Zum anderen wird die Bedeutung der Migrantenökonomie genauso durch die Chancenstrukturen und das soziale Umfeld bestimmt. Angeschoben oder ausgebremst werden sie teils durch die persönlichen Motivlagen bzw. empfundenen Hemmnisse. An vorderster Stelle der Gründungsmotive stehen eher die positiven Anreize, zu denen vor allem das Unabhängigkeitsstreben und der Wunsch nach besserer Qualifikationsverwertung steht. Hierin unterscheiden sich Migrantinnen und Migranten kaum von Deutschen ohne Migrationshintergrund. Demgegenüber haben für die Zugewanderten diejenigen Gründungsmotive eine größere Bedeutung, die zumindest potenziell einem sozialen Aufstieg dienen. Entgegen dem durch den öffentlichen Diskurs vermittelten Bild werden die Gründungsentscheidungen von Migrantinnen und Migranten weniger durch Push-Faktoren, wie etwa durch Benachteiligungen und durch die Flucht aus Arbeitslosigkeit beeinflusst.

Migrantenunternehmen sind aber auch ansonsten kaum durch Marginalisierung geprägt. Für die Integrität migrantischer Selbstständigkeit spricht zudem, dass sowohl das Qualifikationsniveau von Selbstständigen als auch das Netto-Einkommen in allen Herkunftsgruppen höher als das ihrer abhängig beschäftigten Pendanten ist. Gleichzeitig hat sich die Branchenstruktur von Migrantenunternehmen im Zeitverlauf verändert. Zum Teil ist dies das Ergebnis des Wandels in der herkunftsspezifischen Zusammensetzung, da die Angehörigen der ehemaligen Anwerbeländer an Gewicht verlieren. So hat die Dominanz von Gastgewerbe und Handel nachgelassen und der Anteil wissensbezogener Tätigkeiten zugenommen. Jedes vierte Migrantenunternehmen ist den wissensintensiven Dienstleistungen zuzuordnen, wozu auch große Teile der Kultur- und Kreativwirtschaft zählen.

Von starkem öffentlichen Interesse ist der Umstand, dass die Zuwanderer nicht nur für sich selbst, sondern auch für andere eine große Zahl an Arbeitsplätzen schaffen. Sie stellen mindestens 2,2 Millionen Beschäftigte und damit 18% aller Arbeitsplätze in inhabergeführten mittelständischen Unternehmen. Hinzu kommt, dass Migrantenunternehmen zudem einen wachsenden Ausbildungsbeitrag leisten und sich auch diesbezüglich dem Qualifizierungsverhalten „deutscher“ Unternehmen nähern.

In den letzten Jahren wird auch verstärkt darüber diskutiert, welche Rolle selbständige Migrantinnen und Migranten in der Kultur- und Kreativwirtschaft spielen. Da sich soziale und kulturelle Vielfalt als wichtiger Motor für Innovationen und für die wirtschaftliche Entwicklung erweist, und dies insbesondere in von Zuwanderung geprägten Städten, liegt die Vermutung nahe, dass der Gründungsboom unter Migrantinnen und Migranten insbesondere die Kultur- und Kreativwirtschaft erreicht. Jedoch zeigen die empirischen Befunde, dass ihre Präsenz in der KuK mit einem Anteil von 15% eher leicht unterdurchschnittlich ist und auch die Selbständigenquote nur minimal über denjenigen der Deutschen ohne Migrationshintergrund liegt. Dies bestärkt folglich eher Initiativen, die sich mit der Mobilisierung unausgeschöpfter Potenziale und daher mit der Förderung und Beratung gründungswilliger Migrantinnen und Migranten befassen.

Eine Sensibilisierung und gezielte Beratung setzt aber auch eine profunde Kenntnis der Statuspositionen und Strukturen in der KuK voraus. Gründungspotenziale, die es zu entwickeln und zu nutzen

gilt, liegen beispielsweise bei den Frauen, die nicht nur in der beruflichen Selbständigkeit insgesamt, sondern in fast gleichem Maße auch in der KuK unterrepräsentiert sind. In wenigen Bereichen, so etwa in der Musik- und Filmwirtschaft, ist es Frauen bereits gelungen mit den Männern gleichzuziehen. In vielen anderen Teilmärkten gibt es jedoch noch viel Luft nach oben. Diese Feststellung gilt jedoch auch unabhängig vom Geschlecht. Soweit Migrantinnen und Migranten der Schritt in die Selbständigkeit und dabei in die KuK gelingt, sind die Entwicklungschancen gar nicht schlecht. Ein Zeichen hierfür ist der überaus hohe Bildungsstand, der sogar ein Stück über demjenigen der Kreativen ohne Migrationshintergrund liegt. Eine gute Qualifikation ist nicht nur eine wichtige Basis im Gründungsprozess, sie verbessert auch entscheidend die Überlebensfähigkeit und die Einkommenschancen. Aber auch in anderer Hinsicht gehen Migrantinnen und Migranten mit relativ guter Ressourcenausstattung in der KuK auf den Weg. Denn in aller Regel blicken diejenigen, die bereits gegründet haben, auf eine lange Aufenthaltszeit zurück und sind daher mit höherer Wahrscheinlichkeit auch mit guten Sprachkenntnissen, mit selbständigkeitsrelevantem Institutionenwissen und auch mit den erforderlichen Netzwerkkontakten ausgestattet. Ein Mangel ist folglich eher darin zu sehen, dass bislang die Gründungspotenziale noch nicht zur Genüge ausgeschöpft sind.

Literatur

- Adelhof, Katja (2009): Contribution of Ethnic Minorities in the Creative Industries in Berlin. Turkish entrepreneurs in the design and art market. In: Amsterdam institute for Metropolitan and International Development Studies (AMIDSt), University of Amsterdam, S. 9-24. <http://dare.uva.nl/document/157701>.
- Arum, Richard / Müller, Walter (2003): *The Re-emergence of Self-Employment: A Cross-National Study of Self-Employment Dynamics and Social Inequality*, Princeton.
- Bonacich, Edna (1973): Theory of Middleman Minorities, in: *American Sociological Review* 38, S. 583–594.
- Bögenhold, Dieter; Leicht, René (2000): „Neue Selbstständigkeit“ und Entrepreneurship: Moderne Vokabeln und damit verbundene Hoffnungen und Irrtümer, in: *WSI-Mitteilungen*, 12, S. 779-787.
- Brenke, Karl (2013): Allein tätige Selbstständige. Starkes Beschäftigungswachstum, oft nur geringe Einkommen, DIW Wochenbericht 7.
- Brixy, Udo / Sternberg, Rolf / Vorderwülbecke, Arne (2013): *Unternehmensgründungen durch Migranten* (IAB Kurzbericht), Nürnberg.
- Brüderl, Josef; Preisendörfer, Peter; Ziegler, Rolf (1996): *Der Erfolg neugegründeter Betriebe. Eine empirische Studie zu den Chancen und Risiken von Unternehmensgründungen*, Berlin.
- Deutscher Städtetag (2011): *Stadt. Kreativität. Entwicklung*, Positionspapier der Fachkommission „Stadtentwicklungsplanung“, beraten im Bau- und Verkehrsausschuss des Deutschen Städtetags.
- Floeting, Holger / Reimann, Bettina / Schuleri-Hartje, Ulla-Kristina (2004): *Ethnische Ökonomie. Integrationsfaktor und Integrationsmaßstab*, Berlin.
- Fesel, Bernd / Sönbderrmann, Michael (2007): *Culture and Creative Industries in Germany*. German Commission for UNESCO, Bonn.
- Florida, R. (2002): *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books.
- Kloosterman, Robert; Rath, Jan (2001): Immigrant Entrepreneurs in Advanced Economies. Mixed Embeddedness Further Explored, in: *Journal of Ethnic and Migration Studies* 27(2), S. 189–201.
- Kohn, Karsten / Wewel, Solvejg (2011): *Fokus Innovation: Gründungen in der Kreativwirtschaft*, KfW-Research, Standpunkt, Nr. 10., KfW-Bankengruppe, Abteilung Volkswirtschaft.
- Kourtit, Karima / Nijkamp, Peter / Arribas-Bel, Daniel (2013): *The Creative Urban Diaspora Economy: A Disparity Analysis among Migrant Entrepreneurs*, Tinbergen Institute Discussion Papers, TI-2013-106 VIII, Rotterdam.
- Leicht, René / Langhauser, Marc (2014): *Ökonomische Bedeutung und Leistungspotenziale von Migrantenunternehmen in Deutschland*. WISO Diskurs, Expertisen und Dokumentationen zur Wirtschafts- und Sozialpolitik der Friedrich-Ebert-Stiftung. <http://library.fes.de/pdf-files/wiso/10948.pdf>
- Leicht, René / Cesinger, Beate / König, Stefanie / Langhauser, Marc (2014): *Karriere zu zweit – Haushalt alleine? Selbstständige Frauen in Beruf und Partnerschaft*, in: Gather, Claudia/ Biermann, Ingrid/ Schürmann, Lena/ Ulbricht, Susan/ Zipprian, Heinz (Hg.) *Die Vielfalt der Selbständigkeit Sozialwissenschaftliche Beiträge zu einer Erwerbsform im Wandel. Die Vielfalt der Selbständigkeit Sozialwissenschaftliche Beiträge zu einer Erwerbsform im Wandel*, HWR Berlin Forschung, Bd. 58/59.
- Leicht, René / Werner, Lena (2013): *Migrantenunternehmer in Deutschland am Anfang des 21. Jahrhunderts: Marktstrategien im Kontext ethnischer und individueller Ressourcen*, *Zeitschrift für Unternehmensgeschichte*, 2/2103, S. 214-233.
- Leicht, René / Di Bella, Jessica / Langhauser, Marc / Leiß, Markus / Philipp, Ralf / Volkert, Marieke / Werner, Lena (2012): *Bedeutung, Triebkräfte und Leistungen von Migrantenunternehmen in Baden-Württemberg (und Deutschland)*, Studie im Auftrag des Ministeriums für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg.
- Light, Ivan (1972): *Ethnic Enterprise in America. Business and Welfare Among Chinese, Japanese, and Blacks*, Berkeley.
- Portes, Alejandro; Bach, Robert (1985): *Latin Journey. Cuban and Mexican Immigrants in the United States*, Berkeley.
- Schutkin, Andreas (2000): *Die berufliche Positionierung ausländischer Erwerbspersonen in Bayern* (Dissertation), Regensburg.
- Waldinger, R., Aldrich, H. & Ward, R. (1990): *Opportunities, Group Characteristics and Strategies*. In: Waldinger, R., Aldrich, H. & Ward, R. (Ed.): *Ethnic entrepreneurs. Immigrant business in industrial societies*. Newberry Park: Sage, pp. 13-49.