

Bürgerstiftung Neukölln (Hg.)

**Wirtschaft in Neukölln:
Auf dem Weg in die Vielfalt**

**Dokumentation der Konferenz
Ethnische Ökonomien in Neukölln –
Leistungen, Schwierigkeiten, Potenziale**

Bürgerstiftung Neukölln (Hg.)
Emser Straße 117
12051 Berlin

Tel.: (030) 62 73 80 13
Fax: (030) 62 98 34 71
info@neukoelln-plus.de

Die vorliegende Schrift dokumentiert die Konferenz
„Ethnische Ökonomien in Neukölln – Leistungen, Schwierigkeiten, Potenziale“,
die am 26.11.2006 stattfand.
Sie war der Abschluss eines LSK-geförderten Projekts („Lokales Soziales Kapital“) gleichen Titels.

Wir danken dem Arabischen Kulturinstitut (AKI) e.V., dem Türkisch-Deutsches Zentrum e.V.,
dem Türkischer Unternehmer- und Handwerker e.V., Globe e.V., Nike (Polnische
Unternehmerinnen e.V.) und Aynur Boldaz als türkische Unternehmerin, die uns ihre
Arbeitsergebnisse, die zum Teil im Rahmen eigener LSK-Projekte erarbeitet wurden,
zur Verfügung stellten.

Die Veröffentlichung dieser Dokumentation wurde unterstützt durch die Senatsverwaltung für
Stadtentwicklung, Abteilung I Stadt- und Freiraumplanung, Referat Flächennutzungsplanung
und stadtplanerische Konzepte als Diskussionsbeitrag im Rahmen der Fortschreibung des
Planwerkes Südostraum Berlin, die Herstellung vom Kulturnetzwerk Neukölln und vom
Kulturamt Neukölln.

Redaktion: Barbara Hoffmann
Fotos: Bruno Braun, Barbara Hoffmann
Gestaltung: Christiane Wreege
Druck: Sprintout Digitaldruck
© Bürgerstiftung Neukölln, Berlin 2007

Inhalt

Ethnische Ökonomien in Neukölln

Dr. Dorothea Kolland, Friedemann Walther 4

Ein Beispiel lokalen Zusammenwirkens – Arbeitskreis Ethnische Ökonomie

Dr. Kurt Anschütz – Bürgerstiftung Neukölln 8

Ethnische Ökonomien – Kontext, Ausprägungen und Potenziale

*Prof. Dr. Felicitas Hillmann – Institut für Geographie,
Fachbereich Sozialwissenschaften Universität Bremen* 11

Ethnische Ökonomien in Neukölln – Bestandsaufnahme und Perspektiven

Jana Taube – Bürgerstiftung Neukölln 20

Lokales Netzwerk arabisch-orientalischer Gewerbetreibender

*Ali El-Jomaa, Alexander Würtz
– Gesellschaft für internationale Kooperation e.V. – Globe* 24

Arabische Unternehmen auf der Sonnenallee Nr. 1 bis 106

Laura Kolland, Mahmoud Al-Aray – AKI e.V. 30

Afrikanische und asiatische Ökonomien in Neukölln

Jana Taube – Bürgerstiftung Neukölln 40

Polnische Ökonomien in Neukölln

*Lucyna Jachymiak Krolikowska
– NIKE Polnische Unternehmerinnen e.V.* 44

Türkische Unternehmen und Handwerksbetriebe in Neukölln

*Dipl.-Ing. Hüseyin Yilmaz – Türkischer Unternehmer
und Handwerker in Berlin e.V. – TUH* 48

Gewerbetreibende Unternehmen mit türkischem Migrationshintergrund in Neukölln

Türkisch-Deutsches Zentrum – TDZ e.V. 50

FOREVER CLEAN – die Erfolgsgeschichte von Aynur Boldaz

..... 52

Ethnische Ökonomien in Neukölln

Leistungen, Schwierigkeiten, Potenziale

Eine Dokumentation

Der Bezirk Neukölln hat viele Gesichter und viele Farben, seine Wahrnehmung und seine Realitäten sind vielfältig, aber auch widersprüchlich. Er beheimatet mit seinen etwa 160 Nationalitäten Internationalität und beweist mit seiner gelebten Diversität Zukunftsfähigkeit; diese Zukunftsfähigkeit aber ist zugleich dann bedroht, wenn sich Armut, Arbeitslosigkeit, Migrationshintergrund, mangelnde Bildungsmöglichkeiten und ökonomische Defizite zu einem schier unlösbaren Knäuel verknöten.

Seit ihrer Gründung im Jahr 2005 hat sich die Bürgerstiftung Neukölln offensiv ihrer in der Satzung festgeschriebenen Aufgabe gestellt, „das Potenzial an Zukunftsfähigkeit, das in dieser Bündelung von Buntheit, Kreativität und zugleich Beständigkeit liegt, für den Lebens-, Wohn- und Arbeitsraum Neukölln transparent und produktiv zu machen“. Sie sieht in der Neuköllner Vielfalt „eine besondere Chance für die Entwicklung einer friedlichen, produktiven, kreativen, zukunftsfähigen Gesellschaft und für ein Leben in und mit kultureller Diversität“.

Am Anfang der Arbeit der Bürgerstiftung stand ein großes Bürgerforum, das wir „N+-Werkstatt“ nannten und an dem mehr als 300 Menschen aus verschiedenen gesellschaftlichen und ethnischen Kontexten teilnahmen. Das „N“ steht für Neukölln und das „+“ für Chancen und Vorteile, die sich aus der Neuköllner Vielfalt ergeben (können).

An vielen Themen-Tischen versuchten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die aus der Diversität Neuköllns resultierenden Potenziale zu identifizieren – und die Hemmnisse, diese zur Entfaltung zu bringen. Sehr bemerkenswert war der Diskurs an den Tischen, die sich mit „Arbeit“ und mit „Wirtschaft“ beschäftigten – nicht zuletzt deshalb, weil die Beteiligten einen Mangel an Kommunikation und Wissen über die Arbeit des/der anderen festzustellen hatten, so dass viele Erkenntnisse, Aktionen und Strategien einzelner Akteure ins Leere gelaufen waren oder nur wenig nachhaltig sein konnten.

Die Bürgerstiftung sieht ihre Aufgabe nicht darin, selbst zu allen Aufgaben und Themen Ratschläge zu geben und Rezepturen zu brauen. Wir sehen unsere Funktion vielmehr darin, Menschen unterschiedlichster Herkunft und Funktion zusammenzubringen sowie Kommunikationsstrukturen und Vernetzungen auf- und auszubauen, um diejenigen zu unterstützen, die jeweils auf konkreten Problemfeldern kompetent sind. Wir wollen dazu beitragen, Wege zu finden sowie neue Strategien und Lösungswege zu erschließen, auch durch Hinzuziehung von externen Kompetenzen. Genau dies versuchten wir im Bereich „Arbeit und Wirtschaft“, der sich zu dem Thema der „Ethnischen Ökonomien“ verdichtete.

Die wirtschaftliche Entwicklung einer Kommune ist die Basis ihres Wohlergehens oder ihres Niedergangs. Das ist eine Binsenwahrheit, und doch ist es so schwer, damit umzugehen oder gar zu steuern, denn sehr viele Akteure auf sehr unterschiedlichen Ebenen sind beteiligt. Auf der staatlichen Seite beginnt es mit Vorgaben im Genehmigungs- und Steuerrecht und endet mit Vorschriften des Ordnungsamtes, es hat mit Finanzierungspraktiken der Banken ebenso zu tun wie mit der Anerkennung von beruflichen Abschlüssen, mit Mut zum Unternehmensein wie mit Gründerideen, mit lokalen Entwicklungen wie mit Weltwirtschaft – um nur ganz wenige Aspekte zu nennen.

Die Bürgerstiftung Neukölln setzt dort an, wo sie ihre Kompetenz sieht – auf der lokalen Ebene mit ihren Chancen und Fallstricken. Dort hat sich hinsichtlich der wirtschaftlichen Entwicklung vieles verändert, insbesondere der Handel spiegelt sichtbar die veränderte Bevölkerungsstruktur Neuköllns und die Bedürfnisse dieser heute in Neukölln lebenden Menschen wider: Neukölln ver-

ändert sein Gesicht. Immer mehr Unternehmen werden von Inhabern geführt, die einen Migrationshintergrund haben. Eine besondere Rolle spielen türkische und arabische sowie zunehmend auch polnische Unternehmen. In ihnen findet ein erheblicher Teil der Neuköllner Wertschöpfung statt; immer mehr bilden sie junge Menschen aus; es gibt Erfolgsgeschichten. Gleichzeitig stellt man fest, dass viele Potenziale der ethnischen Ökonomien noch brachliegen, die möglicherweise das wirtschaftliche Gesicht Neuköllns noch mehr und auch zum Besseren verändern könnten. Die Initiativen der Wirtschaftsförderung des Bezirksamtes Neukölln, die Bemühungen in den Quartiersmanagementgebieten Nord-Neuköllns mit ihrem hohen Gewerbeleerstand zeugen ebenso von der Notwendigkeit, sich mit diesem Thema zu befassen wie die Planung der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und des Bezirks Neukölln, die Einkaufsmagistrale Karl-Marx-Straße und ihre Nebenstraßen zu einem neuartigen Sanierungsgebiet zu erklären (die Phase der Voruntersuchungen hat soeben begonnen). In die Vorläufer-Überlegungen für dieses ambitionierte und weit über den Bezirk hinaus symbolträchtige Vorhaben, die von der Industrie- und Handelskammer vorangetrieben und moderiert wurden, war auch die Bürgerstiftung Neukölln eingebunden. Mit anderen setzte sie auf den besonderen Charakter dieser Straße als Ort kultureller und ethnischer Diversität, der auch in einer vielfältigen Handelsstruktur sichtbar sein müsse, und damit auf ein besonderes Feld ethnischer Ökonomien.

Langfristig geht es der Bürgerstiftung Neukölln damit um die gemeinsame Erarbeitung eines Leitbildes für Neukölln als Standort der Vielfalt durch Einbeziehung von Unternehmen, aber auch vieler anderer Akteure in Bereichen wie Kultur und Bildung. Darin wird eine große Chance für die Profilierung des Standorts Neukölln und für die Freisetzung Neuköllner Potenziale sowie für die Generierung sozialen Kapitals gesehen (Vernetzung der ethnischen Ökonomien untereinander und gemeinsame Nutzung der Bürgerstiftung als Plattform).

Die beabsichtigte Veränderung im Sinne einer multiethnischen Ausrichtung der Neuköllner Wirtschaft setzt einen Verständigungsprozess voraus, in dem alle Akteure ihre Rolle in dem von Vielfalt geprägten Bezirk Neukölln definieren – Unternehmen, Kammern, Bezirksamt/Wirtschaftsförderung – und sich auf Grundlinien für die nächsten Jahre verständigen.

Die ersten Schritte in Richtung auf dieses Ziel ging die Bürgerstiftung Neukölln mit dem LSK-Projekt („Lokales soziales Kapital“) **„Ethnische Ökonomien in Neukölln. Leistungen, Schwierigkeiten, Potenziale“**. In diesem Projekt sollten Leistungen und Entwicklungshemmnisse von ethnischen Ökonomien ermittelt und in einer Tagung vorgestellt werden. Daraus sollten zur nachhaltigen Ausschöpfung der ungenutzten Potenziale Strategierunden der notwendigen Kooperationspartner hervorgehen.

Die vorliegende Schrift dokumentiert diese Recherchen, so wie sie auf der zweiten „N+Werkstatt“ am 24.11.2006 vorgetragen wurden, und soll eine Basis für die bereits begonnene weiterführende Diskussion darstellen. Sie versucht aber auch, allzu leichtfertiger Euphorie vorzubeugen, die das Zauberwort „ethnische Ökonomien“ bei manchen auslöst: Sie sind kein Zukunftspulverchen, sondern oft aus unternehmerischem Mut, oft aber auch aus der Not heraus geborene Initiativen, die mit den Potenzialen korrespondieren, aber auch Schwierigkeiten eines multiethnischen Gemeinwesens dokumentieren. Andererseits findet in den ethnischen Ökonomien eine wichtige Form von bürgerschaftlichem Engagement in der Kommune statt, in der die Gründer mit Migrationshintergrund nun sichtbar angekommen sind.

Für einen komplexen Blick von außen in diese Widersprüchlichkeit hinein konnte die Humangeografin Prof. Dr. Felicitas Hillmann, Universität Bremen („Ethnische Ökonomien – Kontext, Ausprä-

gungen, Potenziale“) gewonnen werden, eine der wenigen deutschen Spezialist/innen für dieses noch junge Wissenschaftsfeld.

Für die Identifizierung der weiteren Schritte in Neukölln musste zunächst Feldforschung geleistet werden. Diese geschah in enger Zusammenarbeit mit lokalen Akteuren, insbesondere dem Türkisch-Deutschen Zentrum, dem Türkischer Unternehmer und Handwerker e.V., dem Globe e.V., dem Arabischen Kulturinstitut (AKI e.V.) sowie mit NIKE Polnische Unternehmerinnen e.V. und türkischen Unternehmerinnen. Die Bürgerstiftung recherchierte das Feld afrikanischer und asiatischer Unternehmer.

Auf Basis der meist im Rahmen von weiteren LSK-Projekten erstellten Analysen wurde versucht, einige zentrale Schaltstellen zu analysieren, die eine positive Entwicklung der Potenziale ethnischer Ökonomien ermöglichen oder behindern könnten. Diese sich herauskristallisierenden Potenzial- und Problemzonen wurden einem „Runden Tisch“ von Experten vorgelegt, die auf wichtigen Entscheidungspositionen arbeiten. Teilnehmer dieser Runde waren unter anderem der Berliner Staatssekretär für Wirtschaft, der Direktor der Agentur für Arbeit Neukölln, der Geschäftsführer der Gesellschaft für Soziale Unternehmensberatung (gsub), ein Vorstandsmitglied der Berliner Volksbank, der Leiter der Neuköllner Wirtschaftsförderung, der Vorsitzende des Wirtschaftsausschusses der Neuköllner Bezirksverordnetenversammlung (BVV) und andere.

In den Diskussionen der „N+Werkstatt“ wurden folgende Themenbereiche identifiziert, die einer besonderen Bearbeitung bedürfen:

- Entwicklung einer erkennbaren **Willkommenskultur**, die eine Wertschätzung der Kompetenzen der „Neuankömmlinge“ ausdrückt. Dazu zählen auch Informationen in anderen Sprachen und aus einer anderen Haltung heraus, ebenso Berater nicht deutscher Herkunft – Schlagwort für diese neue Willkommenskultur wurde: „Überwindung des ethnischen Ego“. Informationen müssen leichter zugänglich gemacht werden.
- Branchen- und institutionenübergreifende **kulturelle Sensibilisierung**, das heißt der Erwerb von Grundwissen über ethnisch-kulturelle Differenzen, zumindest die wichtigsten Migrationskulturen betreffend, und über den Umgang mit diesen Differenzen. Eine komplizierte Frage ist dabei, ob kulturelle Sensibilisierung nicht nur in die Formen, sondern auch in die Inhalte (zum Beispiel von Vorschriften des Ordnungs- oder Lebensmitteleinsichtsamts) eingehen sollte.
- Angebote von Weiterbildung in den jeweiligen **Fachsprachen** der Metiers.
- Veränderung des **Kreditverhaltens** vieler Banken, Entwicklung neuer Darlehensformen, zum Beispiel Mikrodarlehen im Bereich der ethnischen Ökonomien. Für Jungunternehmer sollten Startpartner gefunden werden, sie sollten eine Umsatzchance bekommen.
- Die **Anerkennung von Berufsabschlüssen** aus anderen Ländern wird in Deutschland sehr restriktiv gehandhabt und verbietet vielen eine berufliche Entwicklung oder hemmt sie zumindest stark. Weiterbildungsmaßnahmen werden häufig sehr pass-ungenau angeboten. Insbesondere in den Arbeitsagenturen werden Defizite benannt, die eher Exklusion zementieren als Inklusion ermöglichen. Beratungsmöglichkeiten sind zu wenig bekannt.

- Gewünscht werden „**Guides**“, die um die ethnisch-kulturellen und juristischen Differenzen der verschiedenen Wirtschaftsstrukturen wissen, als Mediatoren beraten können und Coaching-Service anbieten.
- Notwendig ist eine umfassende **Verbesserung der Kommunikationsstruktur und -kultur**.
- Die Entwicklung eines neuen Leitbildes für Neukölln und seine Wirtschaft: **Cultural Diversity als Markenzeichen**. Neukölln profiliert sich als Standort der Vielfalt gerade durch Einbeziehung von Unternehmen in Migrant*innenhand. Darin wird eine große Chance für die Profilierung des Standorts Neukölln und für die Freisetzung Neuköllner Potenziale sowie für die Generierung sozialen Kapitals gesehen. Die beabsichtigte Veränderung im Sinne einer multiethnischen Ausrichtung der Neuköllner Wirtschaft setzt einen Verständigungsprozess voraus, in dem alle Akteure ihre Rolle in dem von Vielfalt geprägten Bezirk Neukölln definieren – Unternehmen, Kammern, Bezirksamt/Wirtschaftsförderung – und sich auf Grundlinien für die nächsten Jahre verständigen.

Die vorliegende Dokumentation soll einen Stand der Diskussion und der Problemidentifizierung festhalten, wie er im Gespräch zwischen den verschiedenen ethnischen Interessensgruppen des Bezirks und Wirtschaftsfachleuten erreicht wurde. Der Dank, dies ermöglicht zu haben, gilt der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, die die Dokumentation finanzierte.

An uns allen liegt es, die Diskussion weiter voranzutreiben, um die Chancen der Vielfalt zu nutzen. Wir danken allen Beteiligten.

Dr. Dorothea Kolland und Friedemann Walther

Bürgerstiftung Neukölln



Praxisschild eines Augenarztes
in der Karl-Marx-Straße



Praxisschild
in der Karl-Marx-Straße

Ein Beispiel lokalen Zusammenwirkens – Arbeitskreis Ethnische Ökonomie

Dr. Kurt Anschütz – Bürgerstiftung Neukölln

Aus Neukölln kann ich von der gezielten Einsetzung von LSK-Mitteln¹ im Verbund berichten. Dadurch konnte sich seit Jahresbeginn ein produktives Miteinander von Verwaltung und Politik, von Migrantenorganisationen und bürgerschaftlichem Engagement in unserem Bezirk entwickeln. Einer der Partner dieses lokalen Zusammenwirkens ist die Bürgerstiftung Neukölln.

Sie wurde vor einem Jahr von mehr als 100 Stifterinnen und Stiftern mit einem Kapital von gut 70.000 Euro gegründet. Wie alle Bürgerstiftungen wollen wir die Lebensqualität in unserem Gemeinwesen heben, speziell aber wollen wir das multiethnische Zusammenleben in unserem Bezirk der 163 Nationen fördern. Ein Projekt, das wir im Frühjahr 2005 zusammen mit dem Beauftragten des Senats für Integration und Migration durchführten, war ein Bürgerforum unter dem Titel: „Einwanderungsbezirk Neukölln – Potenziale, Probleme und Perspektiven“. Mehr als 300 Menschen aus vielen Herkunftsländern debattierten. Eine der dort formulierten Hauptfragen war: „Wie können die ethnischen Ökonomien in Neukölln gefördert werden?“ In der Folge entwickelte die Bürgerstiftung das Konzept für ein weiteres Bürgerforum unter dem Arbeitstitel: „Ethnische Ökonomien in Neukölln: Bestandsaufnahme und Perspektiven.“ Tatsächlich war uns sehr schnell deutlich geworden, dass angesichts des gravierenden Informationsmangels über ethnische Gewerbetreibende zunächst eine Bestandsaufnahme gemacht und die Schwierigkeiten der Gewerbetreibenden sorgfältig erhoben werden müssten. Zur Generierung von Daten und zur Durchführung der Tagung beantragten wir erfolgreich eine Finanzierung durch LSK.

Parallel dazu lud Bezirksbürgermeister Heinz Buschkowsky zu Jahresbeginn 2006 Gewerbetreibende mit Migrationshintergrund zu einer Besprechung ein. Ausgehend von der Tatsache, dass der Zugang zu diesen Gewerbetreibenden schwierig ist, weil Skepsis und oftmals Sprachprobleme vorherrschen, wollten Politik und Verwaltung zusammen mit Migrantenvertretern in einer Lokalcoalition nach Möglichkeiten verbindlichen Zusammenwirkens suchen. Wie insgesamt in der Neuköllner Integrationsdebatte, so ging es auch hier um die Suche nach Potenzialen: Wie kann die wirtschaftliche Integration als materielle Basis der Integration beschleunigt werden? Das ist die Aufgabe, von deren Lösung die Zukunft des Standorts Neukölln wesentlich abhängen wird.

Die von Migrantenorganisationen sowie einschlägig tätigen Ämtern und Institutionen gut besuchte Veranstaltung beschloss die Einrichtung eines Runden Tisches. Ausgehend von Bedarfsanalysen sollten bei den zweimonatlichen Treffen auch Fachreferate gehalten werden. Inzwischen haben vier große Gesprächsrunden stattgefunden, sie vom Türkisch-Deutschen Zentrum moderiert und von der gsub fachfraulich begleitet wurden. Von Anfang an bestand bei allen Beteiligten Konsens darüber, dass „die Unternehmensverbände der einzelnen Migrantengruppen ihre Aufgabe als Multiplikatoren stärker wahrnehmen sollten“. Um jedoch über ein billiges Fordern hinauszukommen und den Organisationen zugleich die erforderlichen Mittel an die Hand zu geben, bedurfte es einer Finanzierung: Entsprechend ermutigte der Bezirk die Migrantenvertretungen, LSK-Anträge zu stellen. Dank Unterstützung durch die gsub konnten dadurch drei Projekte auf den Weg gebracht werden. Deren Träger sind das „Türkisch-Deutsche Zentrum“, der „Verein Türkischer Unternehmer und Handwerker“ sowie die „Gesellschaft für Internationale Kooperation – Globe“. Während die beiden erstgenannten Organisationen Kontakte zu inzwischen 600 türkischen Gewerbetreibenden hatten, konzentrierte sich „Globe“ auf die Generierung von Informationen über arabische Gewerbetreibende, 125 Kontakte sind hier festgehalten. Ein Teil der Arbeit des vierten LSK-Partners, der Bürgerstiftung, bestand darin, Verbindungen zu den noch unbekannteren asiatischen und afrikanischen Gewerbetreibenden herzustellen; es kam bislang zur Akquirierung von ca. 100 Adressen und 32 qualitativen Interviews.

Als greifbares Ergebnis dieser LSK-Arbeit im Vierer-Verbund ist zum einen erstmalig eine Datensammlung entstanden, die zwar noch verdichtet werden muss, auf die jedoch bereits heute, etwa durch die Wirtschaftsförderung oder die Quartiermanagements, zurückgegriffen werden kann. Zum anderen wurden durch die Arbeit vor Ort die Projektträger mit Migrationshintergrund selbst gestärkt: Die Vernetzung mit den Gewerbetreibenden ihrer Communities ist gewachsen, was ihre Kompetenz intern sowie gegenüber Ämtern und Kammern hebt und was sich hinsichtlich der Rahmenbedingungen ethnischer Ökonomien nur positiv auswirken kann. In Zielgruppenveranstaltungen haben sie in den vergangenen Monaten ihre Multiplikatorenfunktion bereits vielfältig wahrgenommen.

Was im Einzelnen erarbeitet wurde, wurde am 24. November 2006 in einem Bürgerforum der Öffentlichkeit vorgestellt und dadurch zugleich überprüfbar gemacht: Wir versuchten dort eine erste Neuköllner Bestandsaufnahme und fragten nach Perspektiven. Bemerkenswert ist, dass sich neben den vier LSK-Partnern auch weitere lokale Akteure ehrenamtlich beteiligten: das Arabische Kulturinstitut mit einem Beitrag zu arabischen Gewerbetreibenden sowie zwei Referentinnen, die über Netzwerkbildung unter Unternehmerinnen mit Migrationshintergrund sowie über polnische Gewerbetreibende berichteten. Ganz im Sinne aller Beteiligten war die Tagung auf Stetigkeit angelegt: Nach dem Input der sieben Lokalakteure und nach der Diskussion mit regionalen und bezirklichen Kompetenzträgern sollte eine Agenda verabschiedet werden.

Abgeschlossen wurde der Tag mit der Verleihung des Neuköllner Bürgerpreises, den die Bürgerstiftung 2006 für beispielgebende unternehmerische Leistungen ausgelobt hat; Gewerbetreibende mit Migrationshintergrund wurden zur Bewerbung ausdrücklich und erfolgreich aufgefordert.

Zusammenfassend möchte ich drei Gesichtspunkte besonders herausstellen:

1. In Neukölln ist dank der Initiative des Bürgermeisters und der Wirtschaftsförderung ein LSK-Verbund ermöglicht worden, der wichtige gesellschaftliche Kräfte zur Bearbeitung eines zentralen Themas unseres Bezirks zusammengeführt hat. LSK hat die temporäre Finanzierung einer bezirklichen Gesamtstrategie im Interesse von Wissenstransfer und Vernetzungssteigerung möglich gemacht. Das Neuköllner soziale Kapital fand sich zu einer Lokalkoalition zusammen, die wir dringend brauchen – „lokales soziales Kapital“ umfassend verstanden als ein „schönes Ineinanderarbeiten von Verwaltung und Politik, von Migrant*innenorganisationen und bürgerschaftlichem Engagement“.

2. LSK konnte nicht mehr als den Beginn eines kommunalen Prozesses ermöglichen. Wie aber kann die begonnene Arbeit im Verbund finanziell gesichert bleiben? Aufgrund unserer lokalen Erfahrung wäre ein Förderinstrument wünschenswert, das nicht allein Miniprojekte, sondern bezirkliche Verbundarbeiten fördert – mit der Perspektive auf dreijährige finanzielle Absicherung bei jährlicher Evaluierung des Inputs aller Verbundpartner. Meine Frage von außen heißt deshalb: „Erscheint Ihnen für das kommende Förderungsjahr fünf die Einrichtung eines Förderinstruments LSK II sinnvoll und möglich?“

3. Ein wesentliches Ergebnis dieses ersten Jahres einer multiethnisch ernsthaft mitbestimmten Lokalkoalition ist ein weiches, aber gewiss nicht das unwichtigste: Mit ihrer Initiative im Januar haben Neuköllner Politik und Verwaltung ein wahrhaft fortschrittliches Zeichen gesetzt. Denn die Botschaft an die Bevölkerung mit Migrationshintergrund war ja nicht mehr das dort sattem bekannte:

„Ihr seid uns willkommen“, sondern die Botschaft lautete: „Wir brauchen Sie! Wenn wir in Neukölln vorankommen wollen, dann müssen Sie als Migrantenorganisationen Ihre Potenziale einbringen – dazu müssen wir Ihnen Verantwortung übertragen und dazu müssen Sie Verantwortung übernehmen.“ Wie dringend diese Einladung zur Partizipation erwartet wurde, belegt ein Zitat aus dem LSK-Antrag eines Verbundpartners: „Die Gewerbetreibenden des Bezirks Neukölln haben eine entscheidende Bedeutung für die Attraktivität des Bezirkes. Wenn der Bezirk zu einem Anziehungspunkt werden soll, muss die türkische Community dringend aktiv einbezogen werden, um neue Strukturen zu schaffen. Es wäre fatal, diese Gruppe lediglich als Problemgröße zu definieren und sich nur mit diesem Blick auf sie zu konzentrieren, ohne dabei auf deren Entwicklungspotenziale einzugehen.“ Und in einem der eingereichten Berichte für das Bürgerforum heißt es rückblickend: „Die Wichtigkeit der türkischen Unternehmen wurde durch die Finanzierung eines solchen Projektes bekräftigt und die Wertschätzung dieser Unternehmen gewährleistet. Diese Wertschätzung seitens der Institutionen, der Mitbürger ist für türkische Unternehmen sehr wichtig.“

Solche verbindliche Wertschätzung ist Teil des Neuköllner Aktivkapitals. Sie ist für die Entwicklung unseres Bezirkes unerlässlich. Dass durch 40.000 Euro LSK-Mittel die Wertschätzung materialisiert werden konnte und dass dadurch auch wirtschaftliche Integration gefördert wurde, freut uns alle.

Anmerkungen

¹ Durch das Programm LSK (Lokales soziales Kapital) werden im Land Berlin Kleinstvorhaben (Mikroprojekte) finanziell unterstützt, die sich dafür einsetzen, den sozialen Zusammenhalt zu stärken und lokale Beschäftigungschancen für benachteiligte Personengruppen zu entwickeln. Die Förderung wird durch Mittel des Europäischen Sozialfonds (ESF) finanziell und in Kooperation mit den bezirklichen Bündnissen für Wirtschaft und Arbeit durchgeführt.

² Gesellschaft für soziale Unternehmensberatung.



Café
in der Selchower Straße



Asiatisches Lebensmittelgeschäft
in der Karl-Marx-Straße

Ethnische Ökonomien – Kontext, Ausprägungen und Potenziale

Prof. Dr. Felicitas Hillmann – Institut für Geographie, Fachbereich Sozialwissenschaften, Universität Bremen

Das Thema der „ethnischen Ökonomien“ hat seit einigen Jahren stark Konjunktur. In meinem Beitrag heute befasse ich mich mit der Frage, warum das so ist und welches die Merkmale von „ethnischen Ökonomien“ sind. Meine These ist, dass „ethnische Ökonomien“ in vielen europäischen Städten zu einem wichtigen Bestandteil von Stadtentwicklungsprozessen geworden sind – so auch in der internationalen Stadt Berlin. Diese Entwicklung ist das Ergebnis des Zusammenwirkens von verschiedenen Prozessen, vor allem auch stellt sie eine Form sozialer Innovation in der bundesdeutschen Gesellschaft dar und ist damit von Interesse für die gesamte Zivilgesellschaft.

Der erste Abschnitt meines Beitrages umreißt den Kontext der ethnischen Ökonomien, insbesondere auch die Situation der ausländischen Bevölkerung auf dem Arbeitsmarkt; der zweite Abschnitt bezieht sich auf die Ausprägungen der ethnischen Ökonomien in Deutschland. Der dritte Abschnitt widmet sich dem Fallbeispiel Berlin und im Fazit zeige ich die Potentiale und die Schwierigkeiten von ethnischen Ökonomien für die Stadtentwicklung auf.

Kontext

Auf europäischer Ebene gibt es mittlerweile eine Fülle von Maßnahmen, die auf die in vielen Großstädten entstandene verstärkte sozialräumliche Ungleichentwicklung zugeschnitten sind. Handlungsbedarf besteht in der Logik der Fördermaßnahmen, insbesondere bei a) den am Arbeitsmarkt marginalisierten Gruppen (hierauf zielen zum Beispiel die EQUAL-Initiativen der EU-Gemeinschaftsinitiative) und b) auf der lokalräumlichen Ebene (zum Beispiel in Form des Quartiersmanagements). Das Gros der Migranten und Migrantinnen ist in fast allen Städten Teil beider Zielgruppen. Unterstützungsprogramme zielen inzwischen – eben weil man davon ausgehen muss, dass es sich um verstetigte Formen von Tendenzen zur Ungleichentwicklung handelt – bewusst auf die Stärkung von sogenannten „endogenen Potenzialen“, das heißt auf Aspekte der Selbsthilfe. Sie richten sich auf eine bessere Ausnutzung der verfügbaren individuellen Ressourcen vor Ort. Eine Handlungsoption bildet die Unterstützung von lokalen Ökonomien und dezidiert auch die von ethnischen Ökonomien als einer Möglichkeit, die lokale Entwicklung effektiv zu unterstützen. Was ist das Besondere an solchen „ethnischen Ökonomien“? Man sollte sich vergegenwärtigen, dass es keine allgemeingültige Definition dessen gibt, was gängigerweise als „ethnische Ökonomie“ bezeichnet wird. Doch in der Regel werden bestimmte Merkmale als Kriterien herangezogen. Diese sind:

- erstens, dass eine horizontale und vertikale Vernetzung zwischen den Unternehmen einer Minderheit besteht, eventuell auch deren räumliche Häufung zu beobachten ist;
- zweitens, dass Zulieferer und Produkte aus den Herkunftsländern der jeweiligen Minderheit stammen;
- drittens, dass die Kunden vornehmlich aus der jeweiligen Minderheit stammen,
- viertens, dass die Arbeitskräfte aus der eigenen Minderheit rekrutiert werden und dass Familienarbeit als Teil des Geschäfts vorkommt;
- fünftens, dass eine gewisse Identifikation mit der eigenen Community besteht.

Man sieht gleich, dass es im wirklichen Leben Überschneidungen zwischen den verschiedenen Kriterien geben muss und dass es sich eher um eine gedankliche „Richtschnur“ handelt, denn um eine ganz festgelegte Definition. Überhaupt besteht zweifelsohne die Gefahr, dass man bei einer solchen Herangehensweise wirtschaftliches Handeln auf einen bestimmten ethnischen Hintergrund zurückführt, anstatt dieses Handeln aus bestimmten wirtschaftlichen und sozialen Zwängen heraus zu verstehen und zu erklären. Auch wenn dies eine gewisse Gefahr der „Ethnisierung“ mit-

bringt, so sollte man doch versuchen, die Rolle von „ethnischen Ökonomien“ zu erfassen und schließlich auch in Worte zu fassen. Datenmaterial ist nur schwer zu bekommen und umständlich zu erheben – da sich immer wieder die Frage stellt, wie „gemessen“ werden soll: nach Staatsbürgerschaft oder will man alle diejenigen befragen, die in ihrer Familie über Migrationserfahrung verfügen (also erste und zweite Generation, eingebürgerte Migranten und Migrantinnen etc)?

Auch die Forschung hat sich in den vergangenen Jahren stärker als je zuvor mit der Thematik der „ethnischen Ökonomien“ befasst. In der deutschsprachigen Geographie wird das Thema der ethnischen Ökonomien bezüglich der Arbeitsmarktintegration von Hillmann (2005, 2007) behandelt; Pütz (2004) untersucht Unternehmer türkischer Herkunft und untersucht die kulturellen Bezugssysteme der Akteure. Eine große, durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit finanzierte Studie umreißt die Merkmale der ethnischen Ökonomien in Deutschland und betont vor allem die starke Zunahme der „ausländisch-stämmigen“ Selbstständigkeit (in Abgrenzung von der amtlichen Statistik, die die Staatsangehörigkeit erfasst). Damit kann das Thema der „ethnischen Ökonomien“ im zivilgesellschaftlichen und im politischen Raum als etabliert angesehen werden. Die Phase der Umsetzung politischer Programme hat eingesetzt und es werden Formen von „best practises“ gesucht wie auch konkrete Projekte initiiert (Schulery-Hartje 2005).

Hinzu kommt, dass die Politik das Thema entdeckt hat und nunmehr viel stärker als noch in den Jahren zuvor die möglichen positiven Seiten, die ethnisches Unternehmertum für eine Stadt haben kann, betont. So heißt es bei der Begrüßung der Asiatisch-Deutschen Unternehmervereinigung im September 2005:

„Wirtschaftspolitisch gibt es derzeit sicher nicht allzu viele gute Nachrichten zu vermelden [...]. Aber dennoch: es gibt Hoffungszeichen. Jahr für Jahr lassen sich kreative und findige Menschen nicht abschrecken von Bürokratie oder Problemen bei der Kreditvergabe: sie machen sich selbstständig und gründen einen Betrieb, ein Unternehmen. [...] In ganzen Stadtteilen sichern sie das soziale Gleichgewicht, sorgen für eine ausgeglichene Bevölkerungsmischung.“¹

Das Thema der „Ethnischen Ökonomien“ wird daher aus verschiedenen Gründen im öffentlichen Diskurs attraktiv:

Erstens hofft man von Seiten der Politiker, die wirtschaftliche Integration von Migrantinnen und Migranten zu stärken;
zweitens verspricht man sich wichtige Impulse für die loklräumliche Entwicklung, bestenfalls eine Stabilisierung von benachteiligten Stadtteilen und mancherorts sogar die Aufwertung einer bestimmten Gegend (das ist für die Stadtplaner und Sozialentwicklung interessant);
und drittens braucht man unabhängige Forschung, um überhaupt eine Vorstellung von den mit dieser Wirtschaftsform verbundenen Möglichkeiten und Schwierigkeiten zu bekommen.

Zudem kann die Etablierung von „ethnischen Ökonomien“ in einigen Städten Deutschlands als Teil eines breiteren gesellschaftlichen Veränderungsprozesses gesehen werden. Man denke nur daran, wie selbstverständlich es für uns ist, bestimmte nicht einheimische Lebensmittel zu erwerben; ethnischen Paraden wie dem Karneval der Kulturen und anderen kulturellen Veranstaltungen beizuwohnen – diese Entwicklung ist keine Selbstverständlichkeit, sondern Teil gesellschaftlicher Veränderungs- und Gestaltungsprozesse. Mitgetragen und unterstützt wird diese Veränderung auch von den in Verbänden und Institutionen organisierten Migranten und Migrantinnen selbst.

Ausprägungen und Potenziale: Deutschland

Eine große, durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit finanzierte und vom Institut für Mittelstandsforschung (IFM, Mannheim) durchgeführte empirische Studie² beschäftigte sich mit den Merkmalen der ethnischen Ökonomien in Deutschland und betonte vor allem die starke Zunahme der „ausländisch-stämmigen“ Selbstständigkeit (in Abgrenzung von der amtlichen Statistik, die die Staatsangehörigkeit erfasst).

Die Ergebnisse dieser Studie zeigen, dass circa die Hälfte der insgesamt 286 000 ausländischen Selbstständigen im Jahre 2003 aus einem der 15 EU-Länder stammte, wobei Italiener in dieser Gruppe den größten Anteil stellten. Unter den 15 Nicht-EU-Ausländern³ waren die Türken am stärksten vertreten. Deren Zahl der Selbstständigen hat sich seit Anfang der 1990er-Jahre verdoppelt und besitzt seitdem die prozentual stärkste Zuwachsrate. Diese steigende Selbstständigenquote hängt, so der Bericht, mit der sinkenden Erwerbstätigenquote bei den meisten ausländischen Gruppen zusammen. Insgesamt wagen Menschen ohne deutschen Pass inzwischen häufiger den Schritt in die Selbstständigkeit als Deutsche (IFM 2005: 7) und sie unterscheiden sich in ihren Gründungsformen und Strategien von denjenigen, die im Besitz eines deutschen Passes sind. Sie sind stärker als die einheimischen Gründer auf eine Gründung im Haupterwerb ausgerichtet und ein Viertel der Existenzgründungen sind Betriebsübernahmen. Starke regionale Unterschiede gibt es in der regionalen Verteilung der ausländischen Selbstständigen. Das Nahrungsmittelgewerbe bildet mit Abstand den wichtigsten Wirtschaftszweig. In der Studie werden als wichtigste Merkmale dieser Unternehmen hervorgehoben:⁴

- Diejenigen Migranten, die bereits die (deutsche) Staatsbürgerschaft erworben haben, erbringen eher unternehmensnahe und freiberufliche Dienstleistungen als diejenigen Migranten, die sich (noch) nicht eingebürgert haben. Erklärt wird dies durch die Verbesserung des Zugangs der formal Integrierten zu den entsprechenden Segmenten des Arbeitsmarkts.
- Die Migranten springen an den Stellen ein, „wo deutsche Betriebsinhaber ihren Tante-Emma-Laden aufgegeben haben und sie helfen, eine dezentrale und wohnortnahe Versorgung zu sichern“ (IFM 2005: 10).
- Die meisten Unternehmen beschäftigen im Durchschnitt nur eine bis vier Personen (deutsche Betriebe sind etwa doppelt so groß).
- Die Wochenarbeitszeiten liegen im Schnitt höher als die der einheimischen Selbstständigen (zwischen drei und sechs Stunden mehr in der Woche).
- Die Zahl der unentgeltlich helfenden Familienmitglieder liegt bei den ausländischen Selbstständigen wesentlich höher als bei den einheimischen Selbstständigen und es besteht nach wie vor eine Tendenz der türkisch-stämmigen Unternehmer, überdurchschnittlich oft weitere Mitarbeiter aus der eigenen ethnischen Gruppe zu rekrutieren.

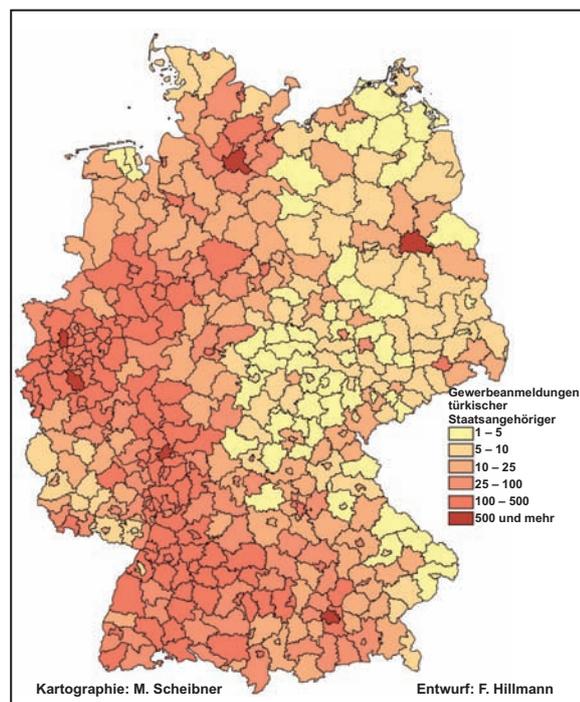
Die Kundschaft besteht in weiten Teilen nicht aus der jeweiligen ethnischen Gruppe, sondern ist eine Mischung aus einheimischen und zugewanderten Kunden.

Die IFM-Untersuchungsergebnisse zeigen auch, dass die Bedeutung der kulturellen Einflussfaktoren für die Unternehmensgründer eine untergeordnete Rolle spielen: orthodoxe Ethnizität, das heißt, die in den Herkunftsländern erworbenen und geprägten kulturellen Eigenheiten, spielte kaum eine Rolle. Höchstens in Form von reaktiver Ethnizität, das heißt, in Auseinandersetzung mit der Situation im Ankunftsland kamen kulturelle Einflüsse zum Tragen. Die Gründungen erfolgten indes häufiger nicht aus der Arbeitslosigkeit heraus, sondern aufgrund drohender Arbeitslosigkeit.

keit. Als weitere starke Motive für die Selbstständigkeit wurden Prestigegewinn und eine höhere Einkommenserwartung genannt.

Eigene Auswertungen der Gewerbestatistik zeigen einen relativ klaren regionalen Trend auf: So wird ein großer Teil an Unternehmensgründungen längst von Menschen ohne deutschen Pass getätigt; in allen Bundesländern liegt der Anteil der Gewerbeanmeldungen der ausländischen Bevölkerung bei über 5 Prozent (mit Ausnahme Schleswig-Holstein und Thüringen); in einigen Bundesländern wie zum Beispiel Hessen und Berlin sogar bei über 25 Prozent. Die erstmalige Auswertung (!) der aktuellen Daten zu den Gewerbean- und abmeldungen (dem einzigen aussagekräftigen Indikator der amtlichen Statistik) unterstreicht zwar die Bedeutung des städtischen Kontextes für die Herausbildung von ethnischen Ökonomien. Eine alleinige Konzentration hat sich jedoch zugunsten eines dispersen Verteilungsmusters aufgelöst. Abbildung 1 unterstreicht die inzwischen konsolidierte Bedeutung der Gewerbeanmeldungen der ausländischen Bevölkerung für fast alle Bundesländer.

Abbildung 1: Türkische Gewerbeanmeldungen in Deutschland, 2005

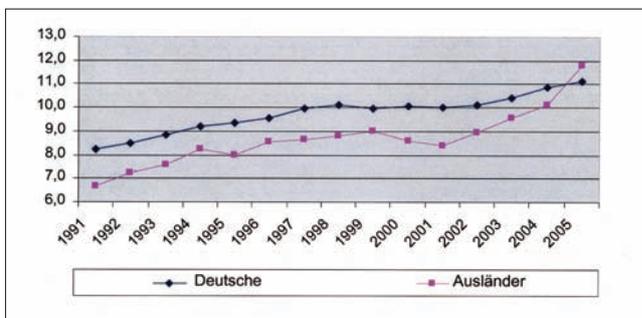


Arbeitsmarktintegration

Die aktuellen amtlichen Zahlen zur Arbeitsmarktintegration der ausländischen Bevölkerung belegen, dass die in den 1990er-Jahren schon vorhandene Desintegration von Teilen der ausländischen Bevölkerung in den vergangenen Jahren weiter zugenommen hat – und dass ein Ausdifferenzierungsprozess nach nationalen Gruppen eingesetzt hat. Der Anteil der von Arbeitslosigkeit betroffenen ausländischen Bevölkerung ist im Jahre 2005 im nationalen Durchschnitt mit 20,5 Prozent doppelt so hoch wie derjenige der Gesamtbevölkerung; für einige nationale Grup-

pen liegt sie in einigen Kreisen bei mehr als 40 Prozent. Insbesondere Langzeitarbeitslosigkeit und mangelnde berufliche Bildung sind weiterhin die Merkmale der Ausländerarbeitslosigkeit – wobei nach nationalen Gruppen differenziert werden muss. Hinsichtlich der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten lässt sich eine kontinuierliche Abnahme der ausländischen Bevölkerung an diesem Beschäftigungssegment konstatieren. Erhöht hat sich hingegen in diesem Zeitraum die Selbstständigenquote. Sie liegt mittlerweile nur knapp unter derjenigen der Gesamtbevölkerung und hat sich seit 1991 kontinuierlich angeglichen. Besonders interessant sind die Zahlen zum Anteil der Selbständigen in Deutschland, sobald man diese in ihrem zeitlichen Ablauf betrachtet. Dann erst wird deutlich, wie sehr sich der Anteil der ausländischen Selbständigen im Vergleich mit der „deutschen“ Bevölkerung erhöht hat (vgl. Abbildung 2).

Abbildung 2: Anteil der Selbständigen an den Erwerbstätigen in Deutschland, differenziert nach Staatsangehörigkeit (Zeitraum 1991–2005)

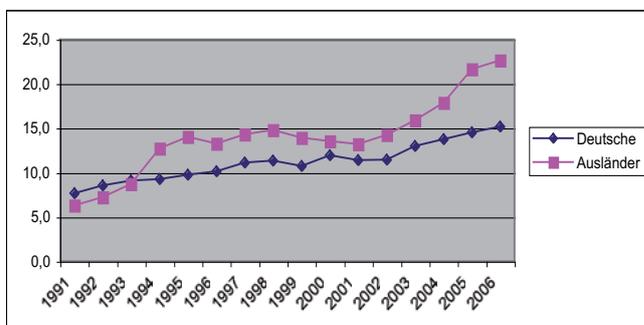


Quelle: Mikrozensus; Anmerkung: Die Zahlen des Mikrozensus geben bis einschließlich 2004 den jeweiligen Stand der letzten feiertagsfreien Woche im April eines Jahres wieder. Ab 2005 geben die Zahlen des Mikrozensus Durchschnittswerte für das jeweilige Jahr an.

Ausprägungen und Potenziale: Berlin

Ebenfalls in Berlin besteht dieser Trend der ökonomischen Selbstständigkeit bei der ausländischen Bevölkerung (vgl. Abbildung 3). Hier ist die Ausgrenzung der ausländischen Bevölkerung am Arbeitsmarkt ausgeprägter als in anderen Gebieten der Bundesrepublik: teilweise liegt der Anteil der arbeitslosen Bevölkerung bei der jeweiligen Herkunftsgruppe bei über 40 Prozent. Die durch den Subventionswegfall in Berlin seit der Wende sehr stark voranschreitende Deindustrialisierung wirkte sich besonders auf die Beschäftigten im produzierenden Gewerbe aus und damit besonders auf die in diesem Segment häufig tätige ausländische Bevölkerung. Es verwundert daher nicht, dass bereits seit 1993 der Anteil der Selbständigen vor allem bei der ausländischen Bevölkerung hoch liegt.

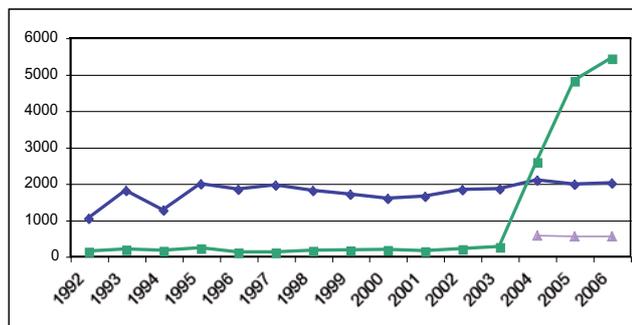
Abbildung 3: Anteil der Selbständigen an den Erwerbstätigen in Berlin, differenziert (1991–2006)



Quelle: Mikrozensus 2005; Anmerkung: Die Zahlen des Mikrozensus geben bis einschließlich 2004 den jeweiligen Stand der letzten feiertagsfreien Woche im April eines Jahres wieder. Ab 2005 geben die Zahlen des Mikrozensus Durchschnittswerte für das jeweilige Jahr an. Statistisches Landesamt Berlin, Datenanfrage 2007, basierend auf dem Mikrozensus.

Die einzige valide Quelle über die Zahl der ausländischen Gewerbetreibenden bildet die oben bereits zitierte Quelle der Gewerbean- und abmeldungen. Die für Berlin wichtigsten Gruppen sind in der Abbildung 4 dargestellt: Türk/innen (in der Grafik blau dargestellt), Vietnames/innen (in der Grafik grau dargestellt) und Pol/innen (grün dargestellt). Bei Betrachtung der Zeitreihe fällt auf, dass die Gewerbeanmeldungen der türkischen Bevölkerung als stabil einzuschätzen sind, ebenso diejenigen der vietnamesisch-stämmigen Bevölkerung (diese werden erst seit dem Jahr 2003 in dieser Klassifizierung erhoben).

Abbildung 4: Einzelmeldungen in Berlin nach Nationalitäten, 1992–2006



Quelle: Statistisches Landesamt Berlin, Datenanfrage 2007. Dargestellt sind: Meldungen von türkisch-stämmigen Unternehmern (blau markiert); Meldungen von polnischen Unternehmer/innen (grün markiert); Meldungen von vietnamesischen Unternehmern (grau markiert).

Die Gewerbean- und -abmeldungen im Jahre 2005 für Berlin und Brandenburg weisen einen sehr hohen Grad an Fluktuation auf: vielen Anmeldungen steht eine nur etwas niedrigere Zahl von Abmeldungen gegenüber. Im Fall der türkischen Bevölkerung überwiegen 2005 die Anmeldungen die Abmeldungen nur leicht (2012 Anmeldungen gegenüber 1 669 Abmeldungen); ebenso im Falle der vietnamesischen Bevölkerung (548 Anmeldungen gegenüber 429 Abmeldungen); bei Afrika ohne Marokko gab es 231 Anmeldungen und 163 Abmeldungen. Spitzenreiter in Berlin sind die zehn neuen EU-Beitrittsländer: insgesamt 5 318 Gewerbe wurden angemeldet und „lediglich“ 1 287 Gewerbe abgemeldet. Diese Gruppe ist auch in Brandenburg die aktivste Gruppe (insgesamt 535 Anmeldungen versus 161 Abmeldungen). Die zweitwichtigste aktive Gruppe, die Türken, haben mehr Geschäfte geschlossen als neu eröffnet (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Gewerbean- und -abmeldungen für die Bundesländer Berlin und Brandenburg

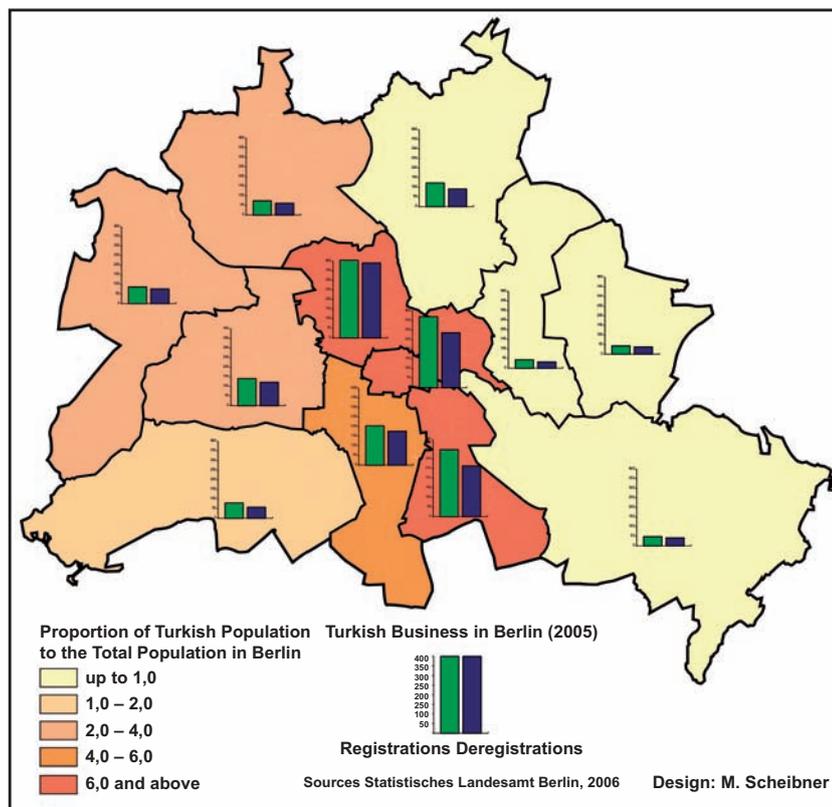
	Gewerbeanmeldungen		Gewerbeabmeldungen	
	Berlin	Brandenburg	Berlin	Brandenburg
Türkisch	2012	159	1 669	167
Marokkanisch	10	4	14	k.A.
Vietnamesisch	548	176	429	160
EU15ohne D.	718	106	573	83
EUNeu10	5 313	535	1 287	163
Europa Ost	702	141	455	90
Afrika o. Mar.	231	17	163	9
Asien o. Vie.	767	95	555	84
EU Rest	181	15	k.A.	k.A.
Sonstige	309	34	329	30

Quelle: Forschungsdatenzentrum der Statistischen Landesämter 2006, eigene Datenanfrage.

Für einige Migrantengruppen liegen mittlerweile Untersuchungen vor, die weitgehend ähnliche Ergebnisse wie die im vorigen Abschnitt genannte Studie erbrachten: lange Arbeitszeiten, sehr oft Mitarbeit der Familie, geringe Profitmargen, Konzentration auf bestimmte Arbeitsfelder (in der Regel solche mit niedrigen Zugangsvoraussetzungen) mit einer starken Konkurrenzsituation sowie eine deutliche Mischung der Klientel (das heißt keine alleinige Ausrichtung auf die Community). Man könnte hier auch, Einzelfälle ausgenommen, von Überlebensökonomien sprechen. In den allermeisten Fällen ist den Unternehmern nicht geläufig, dass es Fördermöglichkeiten von staatlicher Seite gibt.

Ein weiteres Merkmal für die beiden größten ethnischen Ökonomien, die von den türkischen und den vietnamesischen Unternehmern und Unternehmerinnen getragen wird, ist die räumliche Verteilung in Berlin. Abbildung 5 zeigt die Gewerbean- und -abmeldungen der türkischen Bevölkerung in Berlin nach Bezirken untergliedert. Mitte, Kreuzberg und Neukölln sind die Gebiete, in denen am häufigsten an- und abgemeldet wurde – gefolgt von Schöneberg. Ergänzte man diese Karte mit den registrierten vietnamesischen Gewerbean- und -abmeldungen, dann würde der Ost-West-Gegensatz noch deutlicher zu Tage treten (deutlich mehr vietnamesische Geschäftsründungen im Ostteil der Stadt).

Abbildung 5: Gewerbean- und -abmeldungen der türkischen Bevölkerung in Berlin, 2005



Quelle: Statistisches Landesamt Berlin 2006, Datenanfrage.

Fazit

Die in meinem Beitrag präsentierten Daten erlauben einen gewissen Überblick über die quantitative Bedeutung der ethnischen Ökonomien in Deutschland, insbesondere in Berlin. Die hier für Deutschland auf Kreisebene dargestellten Daten zeigen, dass die berufliche Selbstständigkeit der ausländischen Bevölkerung längst fester Bestandteil der sozio-ökonomischen Entwicklung in der gesamten Bundesrepublik geworden ist – mit starken Zentren in den großen Städten mit hohen Migrantenanteilen. Über die qualitative Bedeutung dieser Wirtschaftsform für die Stadtentwicklung lassen sich zu diesem Zeitpunkt aufgrund noch fehlender detaillierter empirischer Untersuchungen nur erste Aussagen treffen. Hier besteht eindeutig Forschungsbedarf, der über die kurzfristige anwendungsbezogene Forschung hinausweist. Aus verschiedenen kleineren qualitativen Untersuchungen und aus Gesprächen mit Experten ergibt sich die folgende Einschätzung:

Erstens handelt es sich, bis auf Ausnahmen, weitgehend um Überlebensökonomien, die untereinander noch keine starke Vernetzung aufweisen und die als Kleinbetriebe gelten können, die wiederum auf Familienarbeit angewiesen sind. Die berufliche Selbstständigkeit der Migranten und Migrantinnen bringt vermutlich allein schon durch die Belebung ansonsten nicht mehr versorgter Gebiete in der Stadt eine stabilisierende Funktion in der lokalräumlichen Entwicklung mit sich. Wie sich an vereinzelt Beispielen zeigt, besitzt die gesellschaftliche und wirtschaftliche Integration der Migranten vielmehr Ansätze sozialer Innovation – zum Beispiel in Form von ethnischen Paraden (diverse Festivals nach dem Vorbild des „Karnevals der Kulturen“ in Berlin-Kreuzberg) und anderer kultureller Events oder aber von interkulturellen Handelszeitschriften (wie zum Beispiel „Ethnotrade“) und kreativer Stadtentwicklung, die in der Regel insbesondere von gemischten Milieus ausgehen. Vereinzelt haben Städte, beispielsweise Toronto, „Multikulturalismus“ und „Diversität“ in den Rang von Stadtentwicklungsstrategien gesetzt; dies ist in Deutschland bislang nur punktuell auf Ebene einzelner Akteure, zum Beispiel in Berlin-Neukölln, der Fall. In der stärkeren Vernetzung dieser Potenziale könnte eine Chance zu einer nachhaltigen Stadtentwicklung in Neukölln liegen. Eine Gefahr wiederum liegt darin, dass man nun von politischer Seite von den ausländischen Unternehmern und Unternehmerinnen (nachdem man diese viele Jahre ignoriert hat und für diese große bürokratische Hürden zu überwinden waren) viel zu viel und viel zu schnell erwartet.

Bislang liegen nur einige wenige qualitativ hochwertige Studien zum wirklichen Potenzial und zu den gruppenspezifischen Schwierigkeiten vor, sprich: man weiß zum jetzigen Zeitpunkt noch viel zu wenig über die einzelnen Gruppen. Hinsichtlich der Stadtentwicklung scheint es jedoch schon so zu sein, dass man mit kleinen Schritten und mit institutioneller Unterstützung kontinuierlich an einer auf Kiezebene vernetzten und überregional beworbenen Gewerbestruktur arbeiten müsste. Die Potenziale für eine innovative Stadtentwicklung sind gegeben, ob diese auch genutzt werden, hängt dann von den Akteuren selbst, von den Institutionen und letztlich auch von der wirtschaftlichen Entwicklung und der Mehrheitsgesellschaft selbst ab.

Literaturhinweise

- Blaschke, J. (2001): Ausgrenzung und Integration in der ethnischen Ökonomie Berlins. In : Verein für Gegenseitigkeit e.V. im Europäischen Migrationszentrum (Hrsg.), Ethnische Unternehmen in Europa – ein Konferenzbericht.
- Ceylan, R. (2006): Ethnische Kolonien. Entstehung, Funktion und Wandel am Beispiel türkischer Moscheen und Cafés. Wiesbaden: VS Verlag.
- Ertekin, K. (2001): Die türkische Ökonomie und die gesellschaftliche Integration der türkischen Migranten. In: Verein für Gegenseitigkeit e.V. im Europäischen Migrationszentrum (Hrsg.), Ethnische Unternehmen in Europa – ein Konferenzbericht.
- Genc, A. (2001): Die Rolle der türkischstämmigen Ökonomie in Berlin. In: Verein für Gegenseitigkeit e.V. im Europäischen Migrationszentrum (Hrsg.), Ethnische Unternehmen in Europa – ein Konferenzbericht.
- Goldberg, A. & Sen, F. (1997): Türkische Unternehmer in Deutschland. Wirtschaftliche Aktivitäten einer Einwanderungsgesellschaft in einem komplexen Wirtschaftssystem. In: Häussermann, H. & Oswald, I. (Hrsg.), Zuwanderung und Stadtentwicklung. Leviathan: Sonderheft Nr. 17.
- Hillmann, F. (2007): Migration als räumliche Definitionsmacht? Beiträge zu einer neuen Geographie der Migration in Europa. Reihe „Erdkundliches Wissen“, Steiner Verlag, Band 141.
- Hillmann, F. und H. Rudolph (1997): Döner contra Boulette. Döner und Boulette. Berliner türkischer Herkunft als Arbeitskräfte und Unternehmer im Nahrungsgütersektor. In: Leviathan, Sonderheft Zuwanderung und Stadtentwicklung, hrsg. v. Ingrid Oswald und Hartmut Häussermann, S. 85–105.
- Hillmann, F. (2005): Riders on the storm: Vietnamese in Germany's 2 migration systems. Erscheint in: Asian migrants on European labour markets, hrsg. v. Ernst Spaan, Felicitas Hillmann und Ton Van Naerssen, Routledge, S. 80–100.
- IFM (Institut für Mittelstandsforschung) (2005): Die Bedeutung der ethnischen Ökonomie in Deutschland. Push- und Pullfaktoren ausländischer und ausländisch-stämmiger Mitbürger. Universität Mannheim.
- Pütz, R. (2004): Transkulturalität als Praxis. Unternehmer türkischer Herkunft in Berlin, Transkript Verlag.
- Schulery-Hartje, U. K. et al. (2005): Ethnische Ökonomie. Integrationsfaktor und Integrationsmaßstab. Deutsches Institut für Urbanistik/Schader Stiftung (Auftraggeber). Darmstadt/Berlin.

Anmerkungen

- ¹ Günter Piening, Beauftragter des Berliner Senats für Integration und Migration, September 2005, anlässlich der Gründung der Asiatisch-Deutschen Unternehmervereinigung e.V.
- ² Die Untersuchung analysiert die Gewerbeanzeigenstatistik, Kammerdaten, das sozioökonomische Panel und den Mikrozensus. Die ergänzend durchgeführte Primärerhebung befragte telefonisch 2010 Unternehmensinhaber (465 griechischer, 467 italienischer, 565 türkischer Herkunft sowie eine Vergleichsgruppe von 513 deutschen Selbstständigen).
- ³ In der amtlichen Statistik wird der Begriff des „Ausländers“ immer dann benutzt, wenn man die Bevölkerung mit nicht deutscher Staatsangehörigkeit von derjenigen Bevölkerung mit deutscher Staatsangehörigkeit abgrenzen möchte. Diese Abgrenzung differenziert nicht nach anderen migrationsrelevanten Faktoren wie zum Beispiel doppelter Staatsangehörigkeit oder aber Migrationshintergrund. Für die hier untersuchten „ethnischen Ökonomien“ sind diese Daten von hoher Relevanz und werden daher in der Ausdrucksweise der amtlichen Statistik übernommen.
- ⁴ Die hier pointiert wiedergegebenen Ergebnisse der anwendungsorientierten Forschung zeigen, dass sich die Forschung im Forschungsfeld der ethnischen Ökonomien von wissenschaftlichen Beiträgen hat inspirieren lassen und anfänglich auch orientiert hat (zum Beispiel in der Frage nach der Nischenfunktion, der sozialräumlichen Segregation, der geschlechtsspezifischen Dimension).

Ethnische Ökonomien in Neukölln – Bestandsaufnahme und Perspektiven

Jana Taube – Bürgerstiftung Neukölln

In den letzten Jahren ist das Thema „ethnisches Unternehmertum“ oder „ethnische Ökonomie“ verstärkt ins Interesse von Stadtplanern und Kommunalpolitikern gerückt. „Angesichts des angespannten Arbeitsmarkts in vielen Städten der Bundesrepublik erhoffen sich viele von einem florierenden ethnischen Unternehmertum eine Belebung der städtischen Arbeitsmärkte“, stellt die Humangeografin Felicitas Hillmann in ihrem Artikel „Ethnische Ökonomien: eine Chance für die Städte und ihre Migrant(inn)en“ fest. Aus dieser Perspektive wird die berufliche Selbstständigkeit gern als Chance für Migrant/innen gesehen, wobei übersehen wird, dass neben den Problemen, die sich für deutsche Gründer/innen ebenso wie für Immigrant/innen ergeben, Menschen mit Migrationshintergrund zusätzliche Probleme haben, zum Beispiel das Aufeinandertreffen unterschiedlicher Kulturen, verschiedene Vorstellungen vom Wirtschaftsleben, verschiedene Sprachen, Normen, Werte und Herangehensweisen.

Obwohl das Thema „ethnische Ökonomien“ bereits seit einiger Zeit wissenschaftlich untersucht wird, wissen wir immer noch sehr wenig über die reale Situation von Unternehmer/innen mit Migrationshintergrund in Deutschland. Bisher wurde „ethnisches Unternehmertum“ oft nur mithilfe quantitativer Daten wie Statistiken erfasst.

Studien wie diejenigen, die unter anderem dank der Finanzierung durch LSK-Projekte 2006 durchgeführt werden konnten, wollen einen Beitrag zur Verkleinerung des Informationsdefizits liefern, indem sie auf Basis von Gesprächen mit Akteuren mit Migrationshintergrund ihre Situation reflektieren.

„Ethnische Ökonomien“ in Neukölln

In Neukölln leben Menschen aus über 160 verschiedenen Nationen.

Neukölln war traditionell ein Industriebezirk, doch mit der zunehmenden Deindustrialisierung fielen immer mehr Arbeitsplätze weg, vor allem im ungelerten Sektor, der zu einem großen Teil von Immigrant/innen besetzt worden war. Seit dem Mauerfall haben viele Industriebetriebe und Fabriken geschlossen.

In diesem Zusammenhang ist ein Phänomen zu beobachten: Die Zahl der Unternehmensgründer/innen mit Migrationshintergrund wächst stetig. Gerade in den letzten zwei, drei Jahren wurden viele Unternehmen in Neukölln gegründet.

Im Rahmen verschiedener LSK-Projekte wurden Studien zu türkischen, arabischen, polnischen, asiatischen und afrikanischen Ökonomien in Neukölln durchgeführt und dabei mit Unternehmern und Unternehmerinnen über ihre derzeitige Situation gesprochen. Unter anderem wurden dabei folgende Themen angesprochen:

- In welchen Branchen wurde gegründet?
- Was waren die Startmotivationen und die Startbedingungen?
- Sind Beratungsangebote bekannt und werden sie genutzt?
- Wie wird der Standort Neukölln eingeschätzt?
- Welche Probleme und Schwierigkeiten gibt es im Geschäftsbetrieb?

Obwohl es in den verschiedenen Kulturen Unterschiede bezüglich Gründungsbedingungen, Geschäftsverlauf usw. gibt, kann man anhand der Studienergebnisse auch erstaunlich viele Ge-

meinsamkeiten ausmachen, die wiederum eng mit lokalen (Neukölln) und nationalen strukturellen Bedingungen (Gesetzeslage bezüglich Selbstständigkeit) verbunden sind.

In welchen Branchen wird vorrangig gegründet?

Die meisten Unternehmen sind im Bereich Gastronomie, Einzelhandel, Gewerbe, vereinzelt Handwerk, in zunehmendem Maß auch Dienstleistungen angesiedelt.

Verallgemeinernd lässt sich sagen, dass sehr oft in Branchen gegründet wird, die folgende Strukturen aufweisen:

- keine spezielle Qualifikation notwendig,
- relativ geringes Startkapital,
- große Arbeitsintensität,
- großer Konkurrenzdruck, da in diesen Branchen Überrepräsentanz herrscht.

Startmotivationen

Die Unternehmensgründung erfolgt bei den meisten Gründern aus einer Notwendigkeit heraus. Oft wird die Selbstständigkeit als „einziger Ausweg aus der Misere“ gesehen. Die Situation am Arbeitsmarkt verschlechtert sich in zunehmendem Maß und gerade für Migranten und Migrantinnen ist es besonders schwierig, einen Arbeitsplatz im Angestelltenverhältnis zu finden. Nicht selten spielen dabei „unzureichende“ Sprachkenntnisse eine wichtige Rolle.

Weitere Faktoren, die bei Gründungen eine Rolle spielen:

- Festigung des Aufenthaltsstatus, Verbesserung der Einbürgerungsmöglichkeiten,
- „Ausbruch“ aus schlecht bezahlten Angestelltenverhältnissen,
- mangelnde Weiterbildungs-, Beschäftigungs- und Einkommensalternativen.

Von den befragten Unternehmen wurde ein Großteil in den letzten zwei Jahren gegründet.



Indisches Bekleidungsgeschäft
in der Karl-Marx-Straße



Lebensmittelgeschäft
in der Karl-Marx-Straße

Startbedingungen

Fast alle der befragten Unternehmer/innen gründeten mit privatem Eigenkapital, das sie selbst angespart oder von Familienangehörigen, Freunden und Bekannten aus der Community geliehen hatten.

Die Wenigsten wissen von öffentlichen Beratungsangeboten. Sind diese bekannt, werden sie dennoch oft nicht genutzt. Ursachen sind unter anderem:

- Oft geht das Informationsangebot öffentlicher Beratungsstellen an tatsächlichen Bedürfnissen der Existenzgründer/innen vorbei.
- Die bürokratischen Wege werden als zu lang und unflexibel eingeschätzt.
- Es herrscht eine allgemeine Skepsis bzw. Angst gegenüber deutschen Verwaltungen, Behörden und Institutionen.

So wissen auch nur sehr wenige, dass es Förderungsmöglichkeiten für Existenzgründungen gibt. Begründet wird dies unter anderem folgendermaßen:

- Informationen dringen nicht bis in die ethnischen Communities vor.
- Angebotene Förderungen sind für Migranten/innen viel zu kompliziert und dadurch fast unerreichbar. So scheitert oft allein das Formulieren eines Business-Plans an Sprachdefiziten.

Häufig wird in Branchen gegründet, in denen die Gründer/innen sogenannte „Quereinsteiger“ sind. Das hängt erstaunlich oft mit der fehlenden Anerkennung von im Heimatland erworbenen Ausbildungen, Qualifikationen und Abschlüssen durch die deutschen Behörden zusammen. So ist die Möglichkeit, sich selbstständig zu machen, auf bestimmte Branchen beschränkt.

Andererseits gründen viele türkische Unternehmerinnen in den Bereichen, in denen sie zuvor gearbeitet haben: zum Beispiel Reinigungsunternehmen.

Warum wird in Neukölln gegründet?

Hier wurden vorrangig genannt:

- relativ preiswerte Gewerbemieten,
- Kundennähe,
- eigene Community als Haupt-Zielpublikum,
- existierende und gut funktionierende ethnische Netzwerke.

Struktur der Unternehmen

- kleine Unternehmen mit ein bis drei Mitarbeiter/innen;
- Familienunternehmen – abhängig von der Mitarbeit von Familienmitgliedern, aber gleichzeitig Schaffung von Arbeitsplätzen;
- im Allgemeinen nimmt die Zahl der Frauen, die Unternehmen gründen, zu. Vor allem Frauen mit türkischem und polnischem Migrationshintergrund machen sich selbstständig, aber auch in zunehmenden Maße Frauen mit afrikanischem Migrationshintergrund.

Probleme, die sich für den allgemeinen Geschäftsbetrieb in Neukölln ergeben

- sehr hoher Konkurrenzdruck aufgrund verschärften Wettbewerbs in einigen Branchen;
- geringe Kaufkraft vor allem in Nord-Neukölln;
- verschiedene Probleme mit dem Ordnungsamt;
- Parkplatzknappheit in bestimmten Straßen. Kunden ziehen daher Center mit Parkhäusern vor;
- Sicherheitsprobleme in bestimmten Lagen: es wird eingebrochen und gestohlen;
- Negativ-Image Neuköllns – Touristen bleiben fern.

Allgemeine Probleme

- beklagt wird weiterhin die deutsche Bürokratie: Unverständlichkeit von Schreiben, zu lange Bearbeitungszeiten, Unflexibilität,
- zu hohe Steuern und Lohnnebenkosten (Personalkosten).

Erwartungen, die an Verwaltungen und Behörden gestellt werden

- Bürokratische Schranken sollten so niedrig wie möglich gesetzt werden, damit sich der/die Unternehmer/in auf das Kerngeschäft konzentrieren können;
- bessere, an die ethnische Wirtschaft angepasste Förder- und Finanzierungsinstrumente und -produkte: zum Beispiel ein System der Mikrofinanzierung;
- Verbesserung der sogenannten interkulturellen Kompetenz der Vertreter von Behörden und Institutionen;
- Beratungen in verschiedenen Sprachen;
- Politiker des Bezirks sollten die Interessen der lokalen ethnischen Wirtschaft besser kennen und vertreten.

Aber auch auf Seiten der Migrant/innen muss Aufklärungsarbeit über die Notwendigkeit einer „geplanten und durchdachten“ Unternehmensgründung geleistet werden. Es fehlt an Aufklärungsarbeit auf beiden Seiten, die durch Kommunikationsbarrieren erschwert ist. Wege der Vermittlung könnten vielleicht auch durch kulturelle Übersetzer/innen gefunden werden.



Geschäfte
in der Selchower Straße



Pizzeria Il Sole in der Allerstraße 43
mit Koch und Wirt

Lokales Netzwerk arabisch-orientalischer Gewerbetreibender

Ali El-Jomaa und Alexander Würtz – Gesellschaft für internationale Kooperation e.V. – Globe

Vorbemerkung

Im Rahmen des LSK-Projekts „Lokales Netzwerk arabisch-orientalischer Gewerbetreibender“ in Neukölln sind Gespräche mit 24 Inhabern von Unternehmen bzw. Firmen geführt worden, die vor allem das Thema der Bildung eines Netzwerks bzw. langfristig die Gründung eines Verbandes von arabischen Unternehmen in Neukölln zum Inhalt hatten. Auf dieser Grundlage soll 2007 eine Beratungs- und Servicestelle entstehen, die insbesondere die Schaffung von zusätzlichen Arbeits- und Berufsausbildungsplätzen befördert, daneben Beratungsangebote und einen Informationsaustausch organisiert. Darüber hinaus ist, nicht losgelöst von bestehenden Strukturen, die Unterstützung bei Existenzgründungen vorgesehen. Daneben soll über den Verband der Kontakt zwischen arabischen Gewerbetreibenden und Behörden (Wirtschaftsamt, Bezirksamt, Gewerbe- und Ordnungsamt) sowie Handwerkskammer, Handelskammer und Berufsverbänden verbessert werden.

Neben der Verfolgung der Kernziele des Projekts sind – allerdings als Nebenergebnis – auch Informationen über die einzelnen Betriebe gesammelt worden, verbunden mit den Diskussionen zwischen den Beteiligten auf den Treffen der Arbeitsgruppe der LSK-Projekte zur ethnischen Ökonomie Neuköllns.

Eine quantitative Ausarbeitung der gewonnenen Erkenntnisse ist nicht unterblieben; aufgrund des limitierten Projektrahmens konnte hinsichtlich Umfang und Niveau jedoch nicht allen impliziten und nachträglichen Anforderungen entsprochen werden. Einzelne finanziell bzw. wirtschaftlich relevante Fragestellungen waren ausdrücklich nicht Bestandteil der Gespräche mit den Firmeninhaberinnen und -inhabern, weil sie zunächst einer gegenseitigen Vertrauensbildung offenkundig zuwiderliefen.

Die nachfolgende Darstellung folgt dem von der Bürgerstiftung Neukölln vorgelegten Fragenkatalog.

Die Situation arabisch-orientalischer Gewerbetreibender in Neukölln

Entsprechend der Nachfrage der arabischen Gemeinde auf den verschiedenen Teilmärkten sind arabisch geführte Firmen in Neukölln vor allem in folgenden Branchen anzutreffen:

- **Gastronomie, Lebensmittel**
Lebensmittelhändler (Einzel- und Großhandel), Bäckereien, Konditoreien, Cafés (unter anderem sogenannte Wasserpfeifen-Cafés), Imbisse, Restaurants
- **Handel**
Elektro- und Computer-Einzelhandel, Medien, Musik, Telekommunikation, Video, Foto, Juweliers, Textil, Möbel, Gebrauchtgüterhandel, Apotheken
- **Handwerk**
Trockenbau, Baunebenbetriebe, Kfz-Werkstätten
- **Gewerbliche Dienstleistungen**
Reisebüros, Werbung, Druckereien, Friseursalons, Kosmetik, Videoarbeiten, Fotografien, Transporte
- **Freie Berufe**
Ärzte, Rechtsanwälte, Dolmetscher/Übersetzer
- **Sonstige**
Islamische Bestattungsinstitute

Die Gründe für die Standortwahl unterscheiden sich nicht wesentlich von den Standortentscheidungen anderer (deutscher) Firmen – Kundennähe, Infrastruktur, Höhe der Geschäftsmieten und anderes mehr.

Als Gründe für eine Unternehmensgründung wurden hauptsächlich genannt:

- Interesse an selbstständiger Berufstätigkeit und Unabhängigkeit,
- Beendigung der Arbeitslosigkeit, teilweise verbunden mit der Möglichkeit der Inanspruchnahme von Fördermitteln (zum Beispiel sogenannte Ich-AG-Förderung),
- mangelnde Weiterbildungs-, Beschäftigungs und Einkommensalternativen,
- Festigung des Aufenthaltsstatus, Verbesserung der Einbürgerungsmöglichkeiten.

Weitere Kennzeichen sind, dass die Mehrzahl der Unternehmer Quereinsteiger sind. Die Branche der Selbstständigkeit stimmt nicht überein mit der Ausbildung oder dem Studiengang. Studienabschlüsse und Abschlüsse in handwerklichen Berufen, die in arabischen Ländern erlangt wurden, werden hier nicht oder nur zum Teil anerkannt. Die Beispiele hierfür sind vielfältig. Darüber hinaus gehen in den Herkunftsländern erlangte berufliche Fähigkeiten häufig im Zuge der Phase der Duldung, des Asylverfahrens, der fehlenden Arbeitserlaubnis und der Arbeitslosigkeit verloren. 90 Prozent der befragten Betriebe wurden in den letzten fünf Jahren gegründet.

Die meisten von ihnen sind kleine (Familien-)Betriebe mit zumeist ein bis drei Mitarbeitern. Eine Minderzahl hat vier bis zehn Mitarbeiter; ein Unternehmen hatte mehr als elf Mitarbeiter.

Drei der Betriebe werden von Frauen geführt: ein Friseurladen und zwei Reisebüros. In anderen Betrieben treten nicht selten Frauen in führender Position nach außen auf.

Vor allem Betreiber von Imbissen, Restaurants und Lebensmitteläden, die als personalintensiv gelten, suchen meist Hilfe und Unterstützung bei Familienangehörigen; auch Jugendliche helfen in begrenztem Umfang.

Bei Ärzten, Zahnärzten und Apothekern werden oft Ausbildungs- bzw. Praktikumsplätze angeboten. Da die Mehrheit der Patienten Menschen mit Migrationshintergrund sind, werden Bewerberinnen und Bewerber mit arabischen bzw. türkischen Sprachkenntnissen bevorzugt.



Arabisches Restaurant
in der Karl-Marx-Straße



Arabisches Süßwarengeschäft
in der Richardstraße

In anderen Betrieben wird das Thema Ausbildung zwar grundsätzlich als wichtig angesehen; konkrete Angebote in dieser Richtung bestehen aber nicht, oft mangels entsprechender Informationen, aber auch weil das tägliche Geschäftsleben es häufig nicht zulässt, sich in geeigneter Form mit übergreifenden Themen zu befassen.

Aufgrund des sichtbaren Auftretens der Geschäfte am Markt kann festgestellt werden, dass mit der Gründung auch die Präsentation der eigenen (arabischen, islamischen, ethnischen) kulturellen Identität verbunden wird.

Dies spiegelt sich nicht nur im Interieur der Geschäfte und Betriebe wider, sondern äußert sich auch im kommunikativen Verhalten, bei dem unter anderem der Prozess der geschäftlichen Vertrauensbildung, die Bedeutung persönlicher Beziehungen, die ethnische Herkunft, der Umgang mit bürgerlich-rechtlichen und handelsrechtlichen Normen sowie die konkrete Beanspruchung des Faktors Zeit anderen Regeln und Mechanismen folgen, als dies bei der deutschen Mehrheitsgesellschaft landläufig ist.

Bedingt durch die spezifischen Lebensumstände arabischer Migranten sind Hemmnisse bei der Gründung und Führung von Unternehmen verbreitet, wie Mangel an Sprachkenntnissen, an fachspezifischen Kenntnissen, Erfahrung im Umgang mit Formalien und Verwaltung sowie im Erfassen der (Geschäfts-)Mentalität in Deutschland. Nicht selten resultieren daraus spezifische wirtschaftliche sowie rechtliche Probleme.

Soweit es sich in den Gesprächen ergab, war erkennbar, dass die Betriebe ausschließlich privat finanziert werden. Die Nutzung öffentlicher Kreditprogramme war nicht festzustellen.

Dabei ist grundsätzlich anzumerken, dass die Beschaffung von zusätzlichem Kapital für das eigene Unternehmen im arabischen, islamischen bzw. orientalischen Kulturkreis vollkommen anderen Regeln folgt. Das heißt, dass etwa der Einsatz von verzinslichen Krediten weniger verbreitet, bei Verfolgung islamischer Kapitalbeschaffungsmethoden sogar verboten ist. Als Alternative bieten sich Möglichkeiten an, die denen der offenen oder stillen Beteiligung am Unternehmen ähneln und dabei Gewinne wie Verluste unter den Gesellschaftern, Teilhabern bzw. zwischen den Mitunternehmern verteilt werden.

Zwar ist das Interesse an der Inanspruchnahme von Krediten vereinzelt vorhanden gewesen. Bekanntermaßen sind allerdings der Kreditvergabe durch Banken subjektiv wie objektiv hohe Hürden von beiden Seiten gesetzt.

Öffentliche Fördermöglichkeiten für Existenzgründungen, wie sie sich aus verschiedenen Regelungen des Sozialgesetzbuches (SGB) ergeben – Überbrückungsgeld, Existenzgründungszuschuss (sog. Ich-AG-Förderung) und Einstiegsgeld, gelegentlich verbunden mit der Förderung von Beratungsleistungen und Coaching – werden verbreitet in Anspruch genommen.

Zu anderen öffentlichen Fördermöglichkeiten besteht aufgrund der geforderten und als hoch angesehenen Eigenbeteiligung kein Zugang. Es darf angenommen werden, dass bei der Sicherung des Lebensunterhalts die Kombination der Inanspruchnahme von staatlichen Transferleistungen aus Arbeitslosengeld II und der Erwirtschaftung eigener Einnahmen eine verbreitete Rolle spielt. Mitunter sind die Unternehmer/innen bereits in ihrem Herkunftsland selbstständig gewesen. Vereinzelt hat es auch praktische Erfahrungen mit der Gründung und Führung von Betrieben in Deutschland im Vorfeld einer Neugründung gegeben.

Vorkenntnisse im Bereich der Unternehmensgründung und -führung sind häufig nicht oder nur in geringem Maß vorhanden. Maßnahmen, Defizite hierbei bereits im Vorfeld auszugleichen, werden selten ergriffen. „Learning by doing“ ist als praktischer Ansatz verbreitet; Beratungsleistungen werden bei Bedarf bzw. im Notfall in Anspruch genommen.

Informationen zur Unternehmensgründung werden meist über persönliche oder private Ebenen beschafft. Öffentliche Beratungsstellen sind häufig nicht bekannt oder werden aus Gründen mangelnder gegenseitiger Vertrauensbildung nicht genutzt.

Dabei sind unzureichende Deutsch-Kenntnisse einerseits sowie auf Seiten der Aufnahmegesellschaft mangelnde interkulturelle sowie sprachliche Kompetenzen im Umgang mit der arabischen Community von Bedeutung.

Ethnische Netzwerke oder Community-Organisationen spielen als Vermittler und Türöffner im Zugang zu öffentlichen bzw. öffentlich geförderten Beratungsangeboten eine wichtige Rolle, die jedoch aufgrund unzureichender struktureller und personeller Stabilität nicht mit der Kraft und Kompetenz ausgefüllt wird, wie dies wünschenswert wäre.

Fortbildungsangebote werden teilweise aufgrund fehlender Bekanntheit oder mangelnder Sprachkenntnisse nicht oder nur in geringem Maß wahrgenommen. Die Bedeutung von Qualifizierung im Vorfeld wird mitunter als zu gering eingeschätzt.

Bezüglich der ethnischen Struktur der Käuferschichten konnte Folgendes ermittelt werden:

Branche	Migranten	Deutsche/ Berliner
Arabische Ärzte	60%	40%
Apotheker	40%	60%
Lebensmittelläden	80%	20%
Werbung und Druckereien	85–95%	5–15%
Restaurant	30%	70%
Friseursalon/ Kosmetik	90%	10%
Dolmetscher/ Übersetzungsbüros	99%	1%
Islamisches Bestattungsinstitut	99%	1%

Quelle: Eigene Schätzungen und Gespräche mit Geschäftsinhabern.

Der Standort Neukölln wird im Allgemeinen positiv bewertet, vor allem wegen der Kundennähe, aber auch der Nähe zu Lieferanten. Vieles könnte besser sein, was den öffentlichen Raum betrifft. Die Beratung durch öffentliche Stellen wird vor allem aufgrund sprachlicher Kommunikationshemmnisse als erschwert wahrgenommen.

Ein erhebliches Problem für die Unternehmen stellt die schwache Kaufkraft der Konsumenten aufgrund hoher Arbeitslosigkeit und relativ geringer Einkommen dar. Daraus resultieren geringere Umsätze und Gewinne, vor allem in den Bereichen Lebensmittel, Gastronomie, Telekommunikationsbedarf und Textil. Hohe Konkurrenz, tendenzielle Verwahrlosung von Geschäftsgebäuden, zu hohe Mieten sind weitere Problemfelder.

Seitens der arabisch-orientalischen Unternehmerinnen und Unternehmer würde es begrüßt werden, wenn sie in ihrer kulturellen, ethnischen und mitunter religiösen Identität stärker angenommen und ihnen mit Respekt begegnet werden würde, woraus sich ein besseres Verständnis entwickeln könnte, verbunden mit mehr Kenntnissen bezüglich der gesellschaftlichen, kulturellen und politischen Verhältnisse in ihren Herkunftsregionen/-ländern – Stichworte unter anderem: Islamphobie, Antisemitismus.

Auf Seiten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Verwaltungen sollte nicht verkannt werden, dass das Vertrauensverhältnis zu staatlichen Institutionen häufig aufgrund persönlicher Erfahrungen in den jeweiligen Herkunftsregionen negativ belastet ist.

Interkulturell kompetente und sachkundige Mitarbeiter mit Arabischkenntnissen bzw. eine Möglichkeit der Inanspruchnahme von Übersetzungsleistungen könnten zu einer beschleunigten Vertrauensbildung beitragen.

Bei Mitarbeitern in Jobcentern wurden in Einzelbereichen oftmals mangelnde Sachkenntnisse festgestellt.

Sofern die bestehenden Angebote von Beratung und Förderung überhaupt bekannt sind, werden sie als mit erheblichen Hindernissen und schwer zu realisierenden Bedingungen behaftet betrachtet; kurz: sie sind nicht auf die Belange der Zielgruppe zugeschnitten.

Die Bedeutung deutscher Sprachkenntnisse für die Führung des eigenen Betriebs wird nicht verkannt. Dennoch würde es als sehr hilfreich und vertrauensbildend angesehen werden, wenn wichtige Informationsmaterialien auch in Arabisch vorlägen. Ziel: eine kundenfreundliche interkulturelle Öffnung der Verwaltung.

Resümee

Die sogenannte ethnische Ökonomie existiert nicht losgelöst von der Ökonomie der Mehrheitsgesellschaft. Sie unterliegt als Teilsektor vielfältigsten Verknüpfungen und wechselseitiger Bedingtheiten innerhalb der Ökonomie der Mehrheitsgesellschaft.

Äußerlich kann die ethnische (arabische) Ökonomie in Neukölln als prosperierend, lebendig und vielfältig wahrgenommen werden. Die Zahl von arabisch geführten Betrieben lässt sich für Neukölln mit ca. 150 angeben. Über die daraus resultierende Leistungskraft sowie den Beitrag zu Beschäftigung und Steueraufkommen können gegenwärtig nur Mutmaßungen angestellt werden.

Einzelne arabisch-orientalische Betriebe arbeiten Existenz sichernd, selbstständig, weisen eine kulturell und ethnisch vielschichtige Kunden- und Lieferantenstruktur auf und können als vollständig integriert angesehen werden. Andere Firmen funktionieren lediglich innerhalb der eigenen Zuwanderungscommunity und werden von der Mehrheitsgesellschaft als Teil einer Parallel- oder Segregationsgesellschaft wahrgenommen. Ein weiterer Teil von Unternehmen ist wirtschaftlich mutmaßlich instabil, von staatlichen Transferleistungen abhängig sowie an zum Teil selbstausbeuterische Leistungen Dritter etwa innerhalb der familiären Gemeinschaft gebunden. Zwischen allen Arten existieren Mischformen.

Zwischen den mit Firmen, Wirtschaft und Beschäftigungsförderung befassten Akteuren der Mehrheitsgesellschaft (IHK, Handwerkskammern, Senatsverwaltungen, Gewerbeamt, Wirtschaftsberatung auf Bezirksebene, Arbeitsagentur, Jobcenter und anderen) einerseits und den Unternehmen mit Inhaberinnen und Inhabern arabisch-orientalischer Herkunft andererseits bestehen unter anderem erhebliche Kommunikationsdefizite, die nicht nur einer verbesserten Integration, sondern insbesondere auch einer beschleunigten Akquisition von Ausbildungsplätzen im Wege stehen.

Nachhaltige Initiativen für die Öffnung der ethnischen (arabischen) Ökonomie zur Mehrheitsgesellschaft und umgekehrt verbunden mit dem Aufbau entsprechend vernetzter Mittler-, Beratungs- und Fortbildungsstrukturen (Runder Tisch, Arbeitsgruppe Ethnische Ökonomie Neukölln, Stärkung von Netzwerken und anderes) sind zur Schaffung von zusätzlichen Arbeits- und Ausbildungsplätzen wünschenswert und durch zunehmende Defizite im Bereich von Ausbildung und Beschäftigung insbesondere bei jungen Migrantinnen und Migranten dringend geboten.



Arabisches Restaurant
in der Sonnenallee



Copyshop
in der Sonnenallee

Arabische Unternehmen auf der Sonnenallee Nr. 1 bis 106

Laura Kolland und Mahmoud Al-Aray – AKI e.V.

Das vorliegende Papier ist Teil der im November 2006 stattgefundenen Tagung „Ethnische Ökonomien in Neukölln“, deren Anliegen es war, sich differenziert mit ethnischen Unterschieden bezüglich wirtschaftlicher Arbeitsweisen zu befassen. Die vorangegangenen Untersuchungen, die von verschiedenen Tagungsteilnehmern durchgeführt wurden, bezogen sich dabei konkret auf den Berliner Stadtteil Neukölln.

In Neukölln leben schätzungsweise über 10 000 Menschen arabischer Herkunft. Viele von ihnen sind aus unterschiedlichen Gründen nicht voll in die deutsche Gesellschaft integriert. Ausschlaggebend hierfür sind zahlreiche Aspekte; zu den wichtigsten und wohl auch bekanntesten Gründen gehören jedoch nach wie vor kulturelle Unterschiede und eine inkonsequente Integrationspolitik. Vernachlässigt werden dabei jedoch die im Hintergrund stehenden wirtschaftlichen Aspekte des Integrationsprozesses, obwohl multiethnisches Zusammenleben natürlich auch bedeutet, dass verschiedene Formen traditionell geprägten Arbeitslebens nebeneinander existieren und einen bedeutsamen sowie folgenreichen Anteil für die Integration in die deutsche Gesellschaft ausmachen.

Das Arabische Kulturinstitut AKI e.V. hat es sich seit seiner Gründung zur Aufgabe gemacht, die Integration von Mitbürger/innen arabischer Herkunft in die deutsche Gesellschaft zu fördern und unterstützend zu begleiten. Ein bedeutender Teil der Arbeit des AKI e.V. liegt somit darin zu verstehen, wo und warum Integrationsbarrieren bestehen und wie diese überwunden werden können.

Insofern ist es für das AKI e.V. eine Selbstverständlichkeit, sich an einer differenzierten Erfassung ethnischer Ökonomien zu beteiligen und damit einen Beitrag zu leisten, dass der ökonomischen Diversität künftig verstärkt öffentliche Beachtung geschenkt wird und das Engagement bzw. die spezifischen unternehmerischen Probleme von Mitbürger/innen nicht deutscher Herkunft Anerkennung finden. Darüber hinaus möchte sich das AKI e.V. jedoch auch an der Entwicklung von Ideen und neuen Ansätzen beteiligen, die künftig sowohl staatlichen Institutionen als auch Unternehmen als kreative Anregung dienen sollen.

Mitarbeiter des AKI e.V. haben sich deshalb im September 2006 intensiv mit den Unternehmensstrukturen arabischstämmiger, in Neukölln lebender Bürger auseinandergesetzt und dazu exemplarisch die Sonnenallee Nr. 1 bis 106 untersucht.

Die Ergebnisse des AKI e.V. sind in diesem Arbeitspapier zusammengefasst und sollen die Grundlage für Diskussionen und die Ausgestaltung kreativer Konzepte liefern.

Theoretische und methodische Rahmenbedingungen

Die Untersuchung der Sonnenallee Nr. 1 bis 106 erfolgte in mehreren Schritten:

Für die Untersuchung von arabischen Unternehmen auf der Sonnenallee Nr. 1 bis 106 wurde zunächst eine Kartierung vorgenommen, die Aufschluss über die Gesamtanzahl der Geschäfte auf der Sonnenallee gab. Anschließend wurde erfasst, wie viele dieser Geschäfte offensichtlich¹ von arabischen Unternehmen betrieben werden. Die Gesamtzahl der arabischen Unternehmen auf der Sonnenallee stellt in dieser Untersuchung die Grundgesamtheit dar.

Des Weiteren wurde klassifiziert, welche Unternehmenssparten auf der Sonnenallee existieren. Der Klassifikation der Unternehmen wurde die Einteilung des Statistischen Bundesamtes in primäre

(Landwirtschaft, Forstwirtschaft, Fischerei, Bergbau), sekundäre (verarbeitendes Gewerbe), tertiäre (Dienstleistung) und quartäre (Informationsdienstleistung) Wirtschaftssektoren zugrunde gelegt. Anhand dieser ersten Untersuchungsschritte war es nun möglich, vorläufige Hypothesen zu formulieren und einen Fragebogen zu konzipieren.

Im nächsten Untersuchungsschritt erfolgte die Datenerhebung durch persönliche, standardisierte Interviews mit den Geschäftsführern oder, falls diese nicht erreichbar waren, mit deren Mitarbeitern vor Ort.

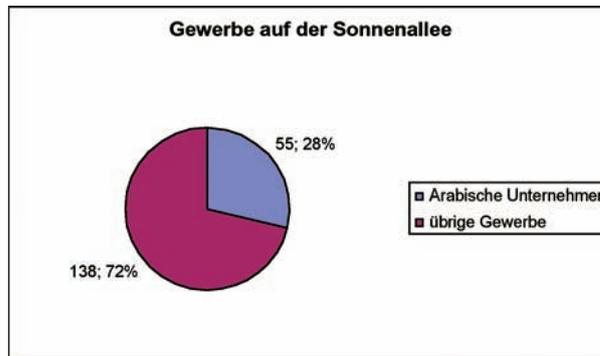
Um eine hohe Ausschöpfungs- und Ergebnisquote zu gewährleisten und um Repräsentativitätsansprüchen genügen zu können, wurde versucht, möglichst alle arabischen Geschäftsinhaber des zu untersuchenden Abschnitts der Sonnenallee zu befragen. Allerdings war dies in vielen Fällen nicht möglich, da viele von ihnen entweder nicht erreichbar waren² oder sich weigerten, uns Auskünfte zu erteilen. Dies hatte leider zur Folge, dass die endgültige Nettostichprobe relativ gering ausfiel: von insgesamt 55 arabischen Unternehmen konnten lediglich 16 befragt werden.

Auf Grundlage intensiver Beobachtung der Unternehmensstruktur auf der Sonnenallee und aufgrund jahrelanger Erfahrung mit den Problemen arabischstämmiger Bürger und deren kulturellem Hintergrund konnten wir allerdings dennoch zu Schätzungen und auch zu Aussagen gelangen, die eine Bilanzierung und Ausarbeitung von Empfehlungen zulassen.

Untersuchungsergebnisse

Zahlen und Fakten

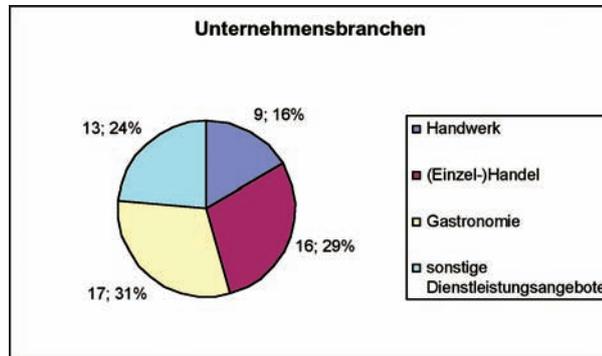
Auf der Sonnenallee Nr. 1 bis 106 gibt es 193 Geschäfte, von denen 55 offensichtlich von arabischstämmigen Mitbürger/innen betrieben werden.³



Die von arabischstämmigen Unternehmern betriebenen Gewerbe sind ausschließlich dem tertiären und quartären Arbeitssektor zuzuordnen. Der tertiäre Handwerkssektor ist mit einem Anteil von nur 16 Prozent allerdings deutlich schwächer vertreten als der quartäre Sektor, dem 84 Prozent der arabischen Unternehmen zuzurechnen sind.⁴

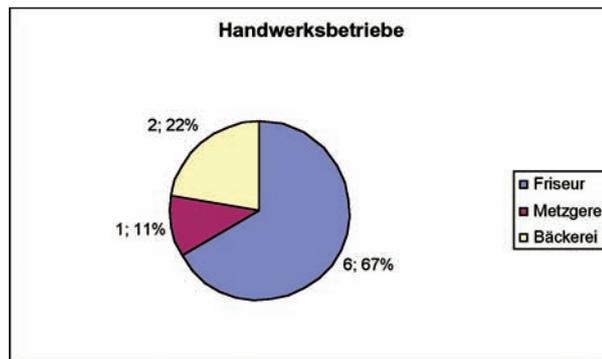
Der quartäre Sektor wurde in die Teilbereiche (Einzel-)Handel, Gastronomie und sonstige Dienstleistungen unterteilt.

Daraus ergibt sich folgende Verteilung:



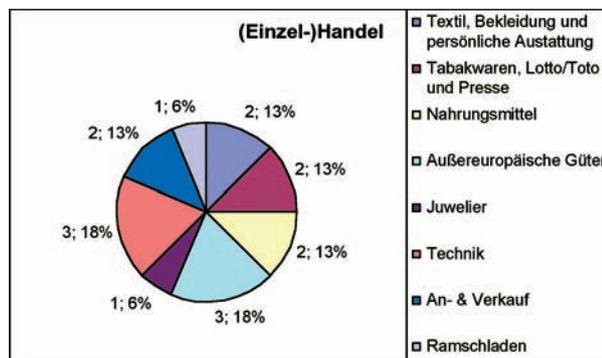
Handwerk

Die von arabischstämmigen Unternehmern betriebenen Gewerbe beschränken sich auf die Ausübung von drei Handwerken: Friseur, Metzgerei und Bäckerei, von denen keiner ein Ausbildungsbetrieb ist.



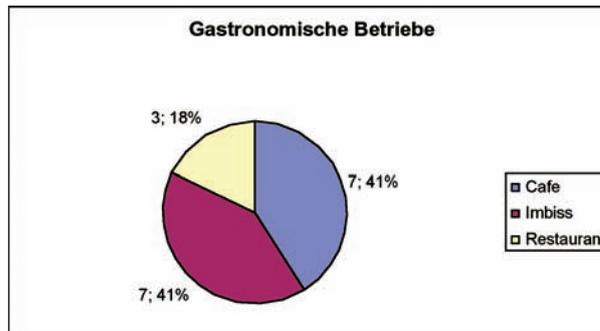
(Einzel-)Handel

Besonders stark vertreten sind auf der Sonnenallee Geschäfte, die Importware aus der arabischen Welt anbieten (zum Beispiel Kleidung, Stoffe, Schmuck, Lebensmittel, Teppiche, Möbel), aber auch technische Geräte werden viel und oft an- bzw. verkauft.



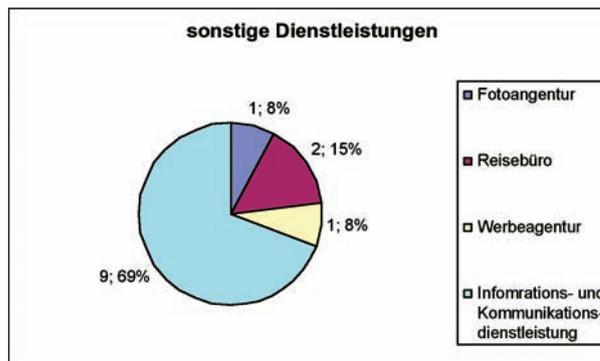
Gastronomie

Bei den gastronomischen Betrieben handelt es sich zum Großteil um kleinere Imbisse, die sehr preisgünstig orientalische Gerichte und/oder Fastfood anbieten. Daneben gibt es zahlreiche Cafés.



Sonstige Dienstleistungen

Wie aus der folgenden Grafik deutlich hervorgeht, bilden Informations- und Kommunikationsdienstleistungen, also sogenannte Internetcafés und Call-Shops, den größten Teil des Dienstleistungsangebots der Sonnenallee und machen für sich allein genommen bereits 16 Prozent der Grundgesamtheit aus.



Ergebnisse aus den Beobachtungen auf der Sonnenallee

Bei der Kartierung der Sonnenallee ist zunächst deutlich geworden, dass auf manchen Straßenabschnitten fast ausschließlich arabische Gewerbetreibende tätig sind, wohingegen auf anderen Straßenabschnitten türkische Unternehmen dominieren. Von daher könnte es interessant sein, Gründe für solch eine ethnische Segmentierung bei den Hausbesitzern oder der jeweiligen Hausverwaltung zu erfragen.

Bei einem Spaziergang über die Sonnenallee wird zudem schnell sichtbar, dass es viele arabische Cafés gibt, die ein spezielles Angebot für eine arabische Kundschaft offerieren und einen sozialen Treffpunkt für arabische Café- und Lebenskultur anbieten. Auffällig dabei ist allerdings auch, dass sich die Kundschaft offenbar vollständig aus Männern zusammensetzt.

Betrachtet man die Geschäfte auf der Sonnenallee, so fällt schnell auf, dass die Varianz der Geschäftsbranchen sehr gering ist und sich bei einigen Geschäften das Angebot sogar mit dem des Nachbarladens überschneidet. So gibt es beispielsweise allein neun von arabischstämmigen Unternehmern betriebene sogenannte Internetcafés.

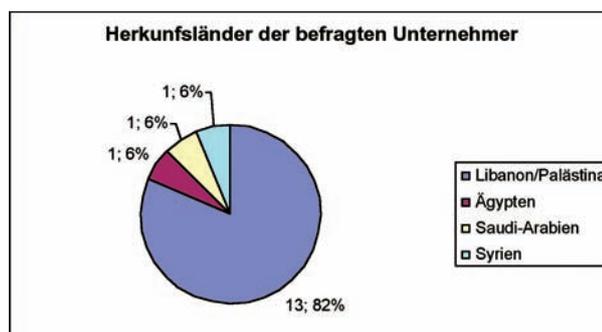
Dies deutet auf eine problematische Geschäftspolitik hin, da auf diese Weise eine starke Konkurrenzsituation entsteht, was von den Befragten auch immer wieder bestätigt wurde. Sie erinnert jedoch auch an die Struktur eines orientalischen Basars, in dem auch jeweils Konzentrationen eines Gewerbes oder eines Sortiments zu finden sind. Zudem gaben diejenigen Geschäftsinhaber, die mit ihren Produkten oder Leistungen quasi eine Marktlücke in der Sonnenallee füllen, an, mit dem Geschäftsumsatz besonders zufrieden zu sein.

Auffallend ist zudem, dass viele Geschäfte verschiedene Geschäftszweige integrieren. So bieten beispielsweise viele Internetcafés auch einen Reparaturservice für technische Geräte an oder sind sogar als An- & Verkauf von Handys tätig. Zusätzlich sind sie so etwas wie ein Klein-Kiosk, der ein begrenztes Sortiment von Presse-, Tabak- und Süßwaren verkauft. Aber auch andere Geschäfte haben ein breit gefächertes Sortiment: So kann man beispielsweise in einem Laden, der außer-europäische Produkte verkauft, Lebensmittel, Musik, Bücher, Möbel und vieles mehr erstehen.

Ergebnisse aus der Befragung arabischstämmiger Unternehmer

Bei der Durchführung der Interviews wurde schnell deutlich, dass arabische Unternehmer nach wie vor mit zum Teil großen sprachlichen Barrieren zu kämpfen haben. Auch deshalb wurden alle Interviews fast vollständig auf Arabisch geführt.⁵

Die befragten Unternehmer waren ausschließlich männlich, schätzungsweise zwischen 25 und 45 Jahren alt und stammten entweder aus Libanon/Palästina, Ägypten, Saudi-Arabien oder Syrien. Mit mehr als 80 Prozent war Libanon/Palästina das am häufigsten genannte Heimatland arabischer Unternehmer auf der Sonnenallee (vgl. Grafik). Alle befragten Unternehmer gaben an, nach wie vor enge Kontakte zu ihrem Heimatland zu pflegen.

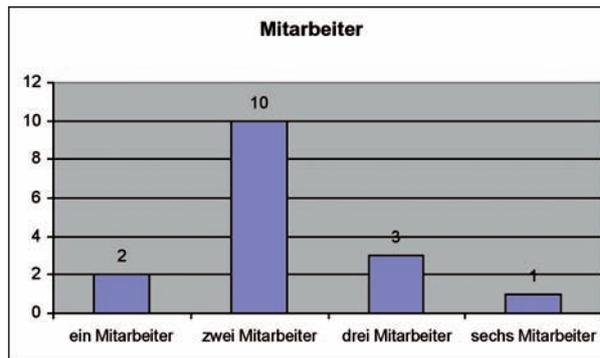


Die Gewerbe wurden alle mit eigenen Mitteln finanziert. Auf die Frage, ob man vor Geschäftseröffnung wusste, dass der Staat finanzielle Unterstützungen bei Existenzgründungen anbietet, antworteten nur acht (50 Prozent) mit ja. Interessanterweise haben von diesen acht Unternehmern sieben staatliche Hilfen dann auch in Anspruch genommen.

Signifikant war zudem, dass alle Unternehmer vor Geschäftseröffnung in einem anderen Berufsfeld tätig gewesen waren und viele schon mehrfach an Umschulungen teilgenommen hatten. Manche Gewerbetreibende arbeiteten vorab in Berufen, die keine Qualifikation erfordern. Die meisten von ihnen waren jedoch zuvor in der Handwerksbranche tätig, für deren Ausübung in Deutschland ein Zertifikat erforderlich ist. Da allerdings in vielen anderen Ländern, wie zum Beispiel in den Herkunftsländern der befragten Unternehmer, andere arbeitsrechtliche Vorschriften gelten, wurden ihre Qualifikationen nicht anerkannt, weshalb ihnen keine Zulassung für die jeweilige Handwerksausübung erteilt wurde.

Das Handwerk stellt nur 16 Prozent der arabischen Unternehmen auf der Sonnenallee. Allerdings ist keiner dieser Handwerksbetriebe auch ein Ausbildungsbetrieb, obwohl eine positive Resonanz auf die Frage, ob man ausbilden wolle, deutlich erkennbar war.

Bei den befragten Unternehmen handelt es sich ausschließlich um Kleinbetriebe, die durchschnittlich 2,3 Mitarbeiter beschäftigten (vgl. Grafik). In 13 der 16 befragten Geschäfte war von diesen 2,3 Mitarbeitern mindestens ein Beschäftigter ein Familienangehöriger (zum Beispiel Ehefrau, Kinder), aber auch Freunde der Familie sind häufig Mitarbeiter des Betriebs.

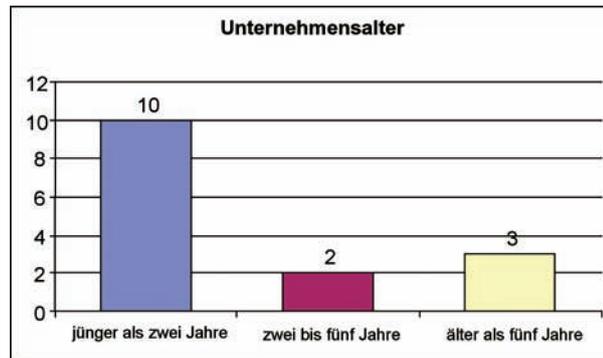


Es scheint, als schlagen sich bei der Beschäftigung in arabischen Unternehmen traditionelle Familienstrukturen und Rollenverteilungen durch, wie zum Beispiel die spezielle Bildungssituation arabischer Frauen und auch die vergleichsweise hohe Zahl von Kindern.⁶

Andererseits ist anzunehmen, dass viele arabische Unternehmen gezwungen sind, Familienangehörige und/oder Freunde für wenig Lohn oder auch ohne Lohn zu beschäftigen: Wie bereits erwähnt, herrscht auf der Sonnenallee durch die sich stark überschneidenden Angebote ein großer Wettbewerbsdruck. Hinzu kommt, dass auch die Kundschaft, die größtenteils aus Neukölln stammt, aufgrund der hohen Arbeitslosigkeit wenig zahlungskräftig ist. Die Unternehmer in der Sonnenallee müssen folglich, wenn sie in der Konkurrenzsituation überleben wollen, ihre Produkte zu vergleichsweise niedrigen Preisen anbieten. Wohl auch deshalb verzichten die meisten Unternehmer auf Werbeausgaben.

Über die Kundschaft arabischer Geschäfte auf der Sonnenallee erfuhren wir weiterhin, dass sich diese nach Auskunft der befragten Unternehmer hauptsächlich aus Arabern und Deutschen (ca. 50 Prozent), zum Teil aber auch aus Türken zusammensetzt.

Ferner ergaben sich durch die Befragungen konkrete Anzeichen darauf, dass die Lebenszeit der in der Sonnenallee ansässigen Betriebe relativ niedrig ist (vgl. Grafik). Überraschenderweise gab dennoch die Mehrheit der Befragten an, mit dem Geschäftsumsatz zufrieden zu sein.



Diese Angaben entsprechen dem Gesamteindruck, den uns die arabischen Unternehmer auf der Sonnenallee vermittelten: Sie zogen insgesamt eine recht positive Bilanz und scheinen mit dem Standort Neukölln durchaus zufrieden zu sein; denn 13 von 16 Befragten beantworteten die Frage nach der Zufriedenheit mit ja.

Allerdings wurden trotzdem auch konkrete Probleme der Sonnenallee als Geschäftsstraße benannt:

- Besonders häufig wurde uns von Sicherheitsproblemen berichtet, die zum Teil so immens seien, dass sich einige Versicherungen sogar weigern würden, Versicherungsschutz zu gewährleisten.
- Oft genannt wurden, wie bereits mehrfach erwähnt, auch die starke Konkurrenz auf der Sonnenallee und die geringe Kaufkraft der Kundschaft.
- Des Weiteren bestehe auf der Sonnenallee eine Parkplatzknappheit, die die Belieferung erschwere und Kundschaft vergraule.
- Zudem gibt es immer wieder Probleme mit dem Ordnungsamt. Da es sich hierbei allerdings um ein heikles Thema zu handeln scheint, wollte man uns keine genaueren Auskünfte erteilen.
- Als problematisch und störend empfunden wird auch die Klientel der Cafés in der Sonnenallee, da sich Passanten, insbesondere Frauen, immer wieder belästigt fühlten.

Abschließend fragten wir nach der Zufriedenheit mit dem Standort Deutschland. Auch hier war die Bilanz überwiegend positiv, obwohl einheitlich folgende Probleme benannt wurden:

- zu viel Bürokratie, zu lange Bearbeitungszeiten,
- zu hohe Preise und Lohn(neben)kosten.

Fazit und Empfehlungen

Erst seit wenigen Jahren hat Deutschland erkannt, dass es ein Einwanderungsland ist. Folge dieser verspäteten Einsicht ist, dass es zu wenige differenzierte Studien über das Leben von Migrant/innen in Deutschland und deren Probleme im Arbeitsalltag gibt. Es dürfte allerdings deutlich geworden sein, dass die bisherigen politischen Regelungen, gerade was den Aufenthaltsstatus

anbelangt, integrationshinderlich waren oder zum Teil immer noch sind: So hat die unzureichend geklärte Frage des Aufenthaltsstatus auch dazu geführt, dass es für Mitbürger/innen nicht deutscher Herkunft schwierig oder rechtlich sogar unmöglich war, auf dem Arbeitsmarkt Fuß zu fassen. Von daher wird es notwendig sein, noch mehr professionelle Untersuchungen durchzuführen. Wir wollen und können hier nur den Anstoß dazu geben.

Ein Resultat der bisherigen deutschen Ausländerpolitik lässt sich an der unter Migranten besonders hohen Arbeitslosenquote ablesen, deren Auswirkung ein in vielen Migrantenfamilien finanzieller, aber auch verstärkter sozialer Notstand ist. Darüber hinaus bringt Arbeitslosigkeit aber auch den Effekt sozialer Isolation mit sich. Denn ein Arbeitsplatz bietet soziale Kontakte und erleichtert dadurch das Erlernen der deutschen Sprache, was für viele Mitbürger/innen nicht deutscher Herkunft nach wie vor ein großes Problem ist.

Ein weiterer prekärer Aspekt, mit dem sich Mitbürger/innen, die nach Deutschland übergesiedelt sind, konfrontiert sehen, ist, dass ihre Abschlüsse und Qualifikationen in Deutschland häufig nicht anerkannt werden. Dadurch haben viele Fachkräfte nicht die Möglichkeit, ihre Berufe auszuüben, was in vielen Fällen zu großer Frustration und Resignation führt.

So bleiben Mitbürger/innen nicht deutscher Herkunft oft nur die Möglichkeiten, entweder in Berufen zu arbeiten, die keine Qualifikation erfordern, oder sich in einer zulassungsfreien Branche selbstständig zu machen.

Infrage kommen dafür vor allem diejenigen Geschäftszweige, die auch wir bei unseren Untersuchungen auf der Sonnenallee verstärkt vorgefunden haben: Import/Export-Läden, Informations- und Kommunikationsdienstleistung und kleine Cafés oder Imbisse.

Allerdings können solche Branchen nur sehr begrenzt zu einer Entspannung des deutschen Arbeitsmarkts beitragen und offensichtlich ebenso wenig die angespannte Ausbildungsplatzsituation beheben. Daneben erscheint es fraglich, inwieweit kleine Unternehmen wie zum Beispiel ein Imbiss oder ein Call-Shop in der Lage sind, Sozialabgaben zu leisten.



Arabisches Geschäft
in der Sonnenallee



Arabisches Geschäft
in der Sonnenallee

Trotz der wenig zukunftsfruchtig erscheinenden Arbeitsplätze, die durch für die Sonnenallee typischen Unternehmen geschaffen werden können, bestehen dennoch Anreize zu ihrer Gründung, da sie vergleichsweise wenig Investitionskapital erfordern. Denn andernfalls wäre der Weg in die Selbstständigkeit für viele Unternehmer nicht möglich und ist häufig auch bei vergleichsweise wenig erforderlichem Startkapital nur mit finanzieller Unterstützung durch die Familie oder durch gut arbeitende Netzwerke durchführbar.

Alles in allem scheinen dichte Netzwerke und ein starker gemeinschaftlicher Zusammenhalt in den Communities von außerordentlicher Bedeutung für die Gründung ethnischer Ökonomien zu sein. Vermutlich liegt diesem Zusammenhalt auch die Erwartung zugrunde, dass der Erfolg eines einzelnen Mitglieds der Gemeinschaft schließlich auch der gesamten Gemeinschaft zu Erfolg verhelfen könnte.

Andererseits wird mit dieser Strategie eine Bildung ökonomischer Enklaven begünstigt, die zu einer wirtschaftlichen Ghettoisierung führen kann. In diesen könnten dann zwar traditionelle Arbeitsweisen und Besonderheiten weitergeführt, zugleich aber auch Prozesse des voneinander Lernens behindert werden.

Für eine funktionierende multiethnische Binnenwirtschaft ähnlich hinderlich ist es allerdings, die durchaus wachsenden wirtschaftlichen Leistungen, die Bürger nicht deutscher Herkunft mittlerweile für Deutschland erbringen, nicht ausreichend anzuerkennen.

Aber auch Behörden und Beratungsstellen sollten häufiger Geschäftsvorhaben unterstützen und ihr Beratungs- und Begleitangebot für die Ausarbeitung von kreativen und innovativen Geschäftsideen ausweiten.



Arabischer Friseursalon
in der Sonnenallee



Arabisches Restaurant
Ecke Reuterstraße und Sonnenallee

Denkbar wäre auch, spezielle Beratungsangebote für ambitionierte Unternehmer nicht deutscher Herkunft anzubieten, die beispielsweise die Erstellung professioneller Businesspläne, Einführung in die Buchhaltung und Kassenführung sowie ein Sprachtraining beinhalten. Dass auf diesem Gebiet Nachholbedarf besteht, zeigt die harsche Konkurrenzsituation auf der Sonnenallee.

Außerdem gilt es, eine Neuregelung bezüglich der Anerkennung von Abschlüssen zu entwerfen; vorstellbar wären hierbei zum Beispiel Nachschulungen. Nicht vergessen werden sollte darüber hinaus, insbesondere auch für Frauen Möglichkeiten zu schaffen, die es zulassen, trotz Kindern und einer finanziell prekären Familiensituation, einen Beruf zu erlernen und auszuüben.

Anmerkungen

- ¹ Erkennbar durch arabische Schrift und Namen.
- ² Eine wichtige Rolle spielte dabei einerseits der Libanon-Krieg, andererseits wohl auch der Ramadan.
- ³ Stand: September 2006.
- ⁴ In Deutschland insgesamt.
- ⁵ Ein weiterer Grund für die Interviewführung in arabischer Sprache war allerdings auch ein Vertrauensaspekt.
- ⁶ Eine arabische Familie hat im Durchschnitt 3,5 Kinder; deutsche Familien hingegen weniger als zwei.



Arabisches Geschäft
in der Sonnenallee



Arabisches Restaurant
Ecke Fuldastraße und Sonnenallee

Afrikanische und asiatische Ökonomien in Neukölln

Jana Taube – Bürgerstiftung Neukölln

Einleitung

Von Juni bis November 2006 wurde von mir die empirische Studie „Afrikanische und asiatische Ökonomien in Neukölln“ durchgeführt. Neben einer quantitativen Bestandsaufnahme von Branchen, Anzahl von Geschäften und deren Standorten habe ich mit 13 Unternehmerinnen und Unternehmern mit afrikanischem sowie mit 19 mit asiatischem Migrationshintergrund gesprochen. Zusätzlich habe ich sieben Expert/innen-Interviews geführt (vier mit afrikanischem und drei mit asiatischem Migrationshintergrund).

Einschränkend ist zu festzuhalten, dass ich hier die arabisch sprechenden Länder Afrikas und Asiens vernachlässigt habe, da das Thema „Arabische Ökonomien in Neukölln“ von anderer Seite bearbeitet wurde.

Forschungsergebnisse

Sowohl Afrika als auch Asien sind große und heterogene Kontinente mit vielen unterschiedlichen gesellschaftlichen, politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Strukturen und vielen verschiedenen Sprachen.

In Berlin leben Menschen aus über 50 afrikanischen und über 50 asiatischen Ländern. Im Rahmen meiner Arbeit war es mir jedoch nicht möglich, mich mit jedem Land einzeln zu beschäftigen, was auch nicht eingeplant war. Vielmehr ging es in erster Linie um eine Bestandsaufnahme und allgemeine erste Beschreibung der Situation von afrikanischen und asiatischen Ökonomien in Neukölln.

Gerade auf der Ebene einer ersten Beschreibung wurden erstaunlich viele Gemeinsamkeiten zwischen afrikanischen und asiatischen Ökonomien sichtbar. Diese Gemeinsamkeiten hängen eng mit dem Standort Neukölln und den strukturellen Gegebenheiten in Deutschland zusammen. Im Rahmen meiner Untersuchung habe ich auf drei Fragen fokussiert:

1. In welchen Branchen gründen Unternehmer/innen mit asiatischem und afrikanischem Migrationshintergrund in Neukölln?
2. Mit welchen Motivationen wird in diesen Branchen in Neukölln gegründet?
3. Unter welchen Startbedingungen wird gegründet?



Christiana Wehrspohn vor ihrem westafrikanischen Restaurant in der Boddinstraße 56



Gäste im Restaurant von Christiana Wehrspohn

In welchen Branchen gründen Unternehmer/innen mit asiatischem und afrikanischem Migrationshintergrund in Neukölln?

Afrikanische Ökonomien sind im Gegensatz zu asiatischen Ökonomien in Deutschland weniger verwurzelt und stehen daher noch am Anfang ihrer Entwicklung. Dennoch ist gerade in den letzten zwei Jahren eine Zunahme von afrikanischen Geschäften in Neukölln zu beobachten. Sicherlich sind vielen Passanten schon einmal die Aufschrift „Afro Shop“ über einem Geschäft aufgefallen. Allein in Nordneukölln befinden sich zurzeit mindestens 15. In diesen Läden ist zumeist eine Produktmischung aus Lebensmitteln, Kosmetik- und Haar- sowie Haarpflegeprodukten zu finden. Ein weiterer, in den letzten zwei Jahren zunehmender Bereich, in dem Unternehmer/innen mit afrikanischem Migrationshintergrund eine Existenz gründen, sind sogenannte „Call Shops und Tele Cafés“, von denen es bereits neun gibt. In der Gastronomie wird weniger gegründet.

Menschen mit asiatischem Migrationshintergrund gründen in Neukölln vorrangig im Bereich Gastronomie. An zweiter Stelle steht der Einzelhandel vor allem im Bereich Lebensmittel und Geschenkartikel/Textilien. Weiterhin sind vietnamesische Blumenläden auszumachen und immer mehr im Bereich der Dienstleistungen sogenannte „Thai-Massage-Salons“ und Nagelstudios. Interessanterweise gibt es bereits mindestens zwei „Afro-Asia Shops“

Alle von mir befragten Unternehmen zeichnen sich mehr oder weniger durch folgende Strukturen aus:

- Kleinunternehmen mit durchschnittlich zwei bis drei Mitarbeiter/innen,
- Familienunternehmen,
- Generation von Immigrant/innen, Alter zwischen 30 und über 50 Jahren,
- oftmals Handel mit Produkten aus den Heimatländern.

Afrikanische Ökonomien

- eigene Community als Hauptzielpublikum,
- mindestens die Hälfte der in Neukölln existierenden Afro-Shops wird von Frauen geführt.

Asiatische Ökonomien

- Hauptzielpublikum sind Deutsche und andere,
- Frauen scheinen eher Mitarbeiterinnen zu sein.



Afro-Shop
in der Boddinstraße



Geschäftsschild
in der Selchower Straße

Mit welchen Motivationen wird in diesen Branchen in Neukölln gegründet?

- Selbstständigkeit als „Ausweg aus der Misere“ aufgrund schlechter Arbeitsmarktsituation,
- Ablehnung von Arbeitslosigkeit,
- Ausbruch aus schlecht bezahlten Angestelltenverhältnissen,
- sein/ihr eigener Chef/in sein wollen.

Warum wird vorrangig in bestimmten Branchen gegründet?

- geringes Startkapital,
- keine besonderen Qualifikationen notwendig,
- Nicht-Anerkennung von im Heimatland erworbenen Ausbildungen, Qualifikationen und Abschlüssen durch deutsche Verwaltungen und Behörden (mindestens 50 Prozent der von mir Befragten haben in ihren Heimatländern studiert, aber keiner von ihnen arbeitet in seinem erlernten Berufsfeld),
- Versorgung der eigenen Community mit bestimmten Produkten.

Warum wird in Neukölln gegründet?

- Gründung am Wohnort,
- preiswerte Gewerbemiete,
- Nähe zur eigenen Community – Versorgung der eigenen Community,
- in Neukölln leben viele Migrant/innen, was im Allgemeinen positiv bewertet wird.
- Afrikanische Ökonomien sind zum Großteil in kleinen Seitenstraßen und oftmals mehrere in unmittelbarer Nähe angesiedelt.
- Asiatische Ökonomien befinden sich dagegen vorrangig in den großen Hauptstraßen Hermannstraße, Karl-Marx-Straße, Sonnenallee und oft an U- oder S-Bahn-Stationen.

Unter welchen Startbedingungen wird gegründet?

Ethnische Netzwerke spielen eine besonders wichtige Rolle im alltäglichen Leben der Menschen und damit auch bei unternehmerischen Ideen und Tätigkeiten, denn durch und über sie werden Informationen bezogen, vermittelt und ausgetauscht.

Der Großteil der von mir befragten Unternehmer/innen mit afrikanischem Migrationshintergrund wusste nicht, dass es öffentliche Beratungsstellen für Existenzgründungen gibt. Unternehmer/innen mit asiatischem Migrationshintergrund dagegen war dies eher bekannt, sie nutzten diese jedoch ebenso wenig.

Auch hierfür sind die Gründe vielschichtig:

- In den Augen meiner Interviewpartner/innen gehen Beratungsangebote oft an den realen Bedürfnissen von Migrant/innen vorbei.
- Es herrscht eine allgemeine Skepsis und Misstrauen deutschen Behörden und Verwaltungen gegenüber (dies habe ich mehr als einmal deutlich zu spüren bekommen).
- Von Seiten der Migrant/innen wird eine Beratung oftmals als nicht notwendig empfunden.

Folglich wissen die Wenigsten, dass es Möglichkeiten finanzieller Unterstützung bei Existenzgründungen gibt. Nur drei der insgesamt 32 Befragten (ein Afrikaner, zwei Asiaten) haben Existenzgründungshilfen in Anspruch genommen.

Die „private Gründung“ hat aber auch weitere vielschichtige Gründe:

- die Auffassung, dass das eigene Geschäft selbst finanziert werden muss,
- die Gründung soll schnell und unkompliziert verlaufen; die „deutsche“ Prozedur dauert vielen zu lange, vor allem auch, wenn Gründungen aus der Not heraus erfolgen,
- es ist sehr schwer oder fast unmöglich, Kredite zu bekommen, weil
 - ein Businessplan erforderlich ist,
 - keine Kredite für Mikro-Unternehmen vergeben werden.

Im Allgemeinen werden aufwendige Bürokratie, hohe Steuern und multiple Verbote oder Einschränkungen durch das Ordnungsamt beklagt (beispielsweise sind einige Körper- oder Haarpflegeprodukte, die von Menschen mit afrikanischem Migrationshintergrund genutzt werden, in Deutschland verboten).

Allgemeine Schlussfolgerungen

Ich habe hier den Fokus auf die Gemeinsamkeiten zwischen afrikanischen und asiatischen Ökonomien gelegt, weil ich zeigen wollte, dass Unternehmertum von Migrant/innen ebenso in lokale und nationale Strukturen eingebettet ist und diese sich auf deren Situation auswirken.

Die meisten der von mir Befragten sind mit dem Verlauf ihres Geschäfts nicht zufrieden und leben am Existenzminimum.

Während meiner Studie wurde mir allzu deutlich, dass es eine große Kommunikationsbarriere zwischen den Communities der Migranten und deutschen Verwaltungen und Behörden gibt. Von deutscher Seite wird gern angeführt, dass bei den Migrant/innen die Bereitschaft zur Integration fehle. Von Seiten der Migrant/innen kommt dagegen der Vorwurf, dass sie ignoriert und nicht ernst genommen würden und ihnen somit die Chance auf eine gleichberechtigte Teilhabe am gesellschaftlichen, politischen, kulturellen und wirtschaftlichen Leben nicht gegeben sei.

Wir wissen bisher nur sehr wenig über die realen Lebens- und Arbeitssituationen von Unternehmern und Unternehmerinnen mit Migrationshintergrund.

Es fehlen Vermittlungen zwischen den verschiedenen beteiligten Akteuren. Annäherungen könnten, so glaube ich, mit Hilfe von „Interkulturellen Übersetzer/innen“ (Vermittler/innen) erreicht werden.

Polnische Ökonomien in Neukölln

Lucyna Jachymiak Krolikowska – NIKE Polnische Unternehmerinnen e.V.

Neukölln gehört für polnische Migranten und Migrantinnen traditionell zu den beliebtesten Berliner Ansiedlungsbezirken. Polen und Polinnen sind vor allem in Charlottenburg-Wilmersdorf und Mitte zahlreich vertreten, doch insbesondere die polnische Wirtschaftsgemeinschaft ist heute in Neukölln angesiedelt. Speziell für die polnischstämmigen Handwerker und Handwerkerinnen scheint die Neuköllner Infrastruktur sehr anziehend zu sein.

So sind im *Gewerbe* 500 polnischstämmige Kleingewerbetreibende in Neukölln (Berliner Durchschnitt: 260 pro Bezirk), aber nur neun im Handelsregister (Berliner Durchschnitt: 14 pro Bezirk) verzeichnet.

Rechnet man die Polnischstämmigen mit deutschem Pass hinzu, wird diese Zahl vermutlich doppelt so hoch sein. Dabei sind diese Betriebe vermutlich stabiler und im Durchschnitt größer.

Im *Handwerk* existieren in Berlin insgesamt: 2 342 polnische Firmen (Berliner Durchschnitt: 195 pro Bezirk), in Neukölln jedoch 540, also fast das Dreifache. Hier sind hauptsächlich 14 zulassungspflichtige Handwerke, 313 zulassungsfreie Handwerke und 213 handwerksähnliche Gewerbe vertreten. Darunter sind 211 Fliesen-, Platten-, Mosaik-, Parkett- und Bodenleger (ca. ein Drittel der gesamten Stadt), 88 Gebäudereiniger (hier sind vermutlich viele Frauen tätig), 17 Raumausstatter, 132 Holz- und Bautenschützer, 27 Baufertigteileeinbauer. Im Frauenhandwerk gibt es drei Kosmetikerinnen, eine Friseurin und eine Änderungsschneiderin. Insgesamt überwiegen also die typischen Männerhandwerksberufe.

Besonders auffallend ist die Überrepräsentation zulassungsfreier Handwerke, bei denen eine Beteiligung am deutschen dualen Ausbildungssystem von vornherein ausgeschlossen ist. Die von Männern dominierte Struktur lässt vermuten, dass viele von ihnen in Berlin arbeiten, während ihre Familien weiterhin in Polen leben.

Die meisten Handwerker/innen arbeiten als Einmann- bzw. Einfrau-Betriebe.

Die in den letzten zwei Jahren deutlich gestiegene Anzahl der Unternehmensgründungen von Polnischstämmigen ist dadurch zu erklären, dass der Berliner Arbeitsmarkt für die polnischen Arbeitskräfte bis 2009 geschlossen ist. Der Weg zur Arbeit führt also hauptsächlich über die Selbstständigkeit. Für die Kleinst-, oft nur Einmann- bzw. Einfrau-Betriebe sind die erschwinglichen Neuköllner Mieten und die gute Verkehrsanbindung (innenstädtisch) von größter Bedeutung. Auch leben hier seit den 1980er-Jahren viele Polen, die aufgrund der gesellschaftlichen Auseinandersetzung in den Jahren der Solidarność-Bewegung in Polen nach Berlin und nach Neukölln gekommen sind. Auf diesem bereits vorhandenen Netz kann leichter aufgebaut werden.

In der polnischen Wirtschaftsgemeinschaft hat es geradezu explosionsartig Neugründungen gegeben. Es wird angenommen, dass jede Woche bis zu ca. 100 neue Gewerbe- und Handwerksneugründungen angemeldet werden. Laut Angaben des Landesamts für Statistik hat sich die Anzahl der in Berlin angemeldeten Polen/innen um fast ein Drittel erhöht und beträgt jetzt deutlich über 40 000.

Hierbei handelt es sich überwiegend um kleine, meist Kleinstbetriebe, in Polen „Mikrounternehmen“ genannt. Die Betreiber/innen beschäftigen in erster Linie sich selbst, später auch das Familienumfeld. Die meisten Familienangehörigen arbeiten als kaufmännische Hilfe oder als Hilfsarbeiter/innen im Unternehmen mit. Diese Firmen wachsen sehr langsam und sind durch

zahlreiche Risikofaktoren der lokalen Wirtschaft und einen viel zu hohen bürokratischen Aufwand ständig bedroht.

Über die Anzahl der in diesen Betrieben arbeitenden Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen werden keine verlässlichen Erhebungen geführt. Keine der entsprechenden Kammern konnte darüber Auskunft geben. Die meisten Betriebe bzw. Firmen sind Einzelunternehmen, danach folgen das Handwerk und der Einzelhandel mit einigen Betrieben, in denen die Mitarbeiterschaft aus einer bis höchstens fünf Personen besteht.

Frauen als Unternehmerinnen sind hauptsächlich im Wellnessbereich aktiv. In Neukölln gib es gut funktionierende Friseurgeschäfte, Kosmetik- und Massagesalons usw. Freiberufler wie Ärzte (Internisten, Gynäkologen) sowie Rechtsanwälte und Dolmetscher sind insbesondere in der Karl-Marx-Straße (im Abschnitt bis zum Rathaus) ansässig.

Kaum eines der polnischen Unternehmen bildet Lehrlinge aus, von den Handwerksbetrieben praktisch keiner. Allerdings nehmen einige der Unternehmen regelmässig Praktikanten/innen auf. Das Interesse an der Lehrlingsausbildung ist derzeit gering, denn das deutsche duale System genießt den Ruf, sehr teuer, viel zu kompliziert und überreguliert zu sein. Die bestehenden Betriebe sind darüber hinaus in der Regel viel zu klein, als dass sie die erforderliche Betreuung der Ausbildung garantieren könnten.

Die meisten Polen und Polinnen mögen es ganz und gar nicht, von Deutschen belehrt zu werden. Für sie sind Deutsche zu steif, zu bürokratisch, zu unkreativ. Sie als Polen dagegen seien das Gegenteil: individualistisch, bereit, jede schwierige Situation zu meistern. Und so erfolgen auch die Unternehmensgründungen: Geschäftsidee, Standort und der erste Kunde reichen für den Anfang und danach „werden wir schon sehen ...“ Langfristig wird kaum geplant. Falls es mit einem Gewerbe, zum Beispiel einem Lebensmittelladen, nicht klappen sollte, werden halt Blumen verkauft, und wenn auch das nicht geht, wird ein Import-Export-Geschäft eröffnet usw.

Die meisten Unternehmen werden privat finanziert, da sie nur selten die von den Banken geforderten Sicherheiten nachweisen können. Ein System der Mikrofinanzierung gibt es in Deutschland nicht, was besonders für die ethnische Wirtschaft dringend erforderlich wäre.

Die bisher angebotenen staatlichen Förderungen sind für die meisten Migrant/innen viel zu kompliziert und dadurch fast unerreichbar gewesen. Auch die Informationen darüber sind mangelhaft und dringen in die Communities eher selten ein.

Derzeit siedeln sich viele Polen und Polinnen in Berlin an, die bereits in ihrem Heimatland unternehmerisch tätig waren. Es gibt viele sogenannte Quer einsteiger, die insbesondere in den 1980er-Jahren Unternehmen gegründet haben. Dagegen war die Community des „alten Polonia“ eher akademisch geprägt und musste sich erst im Laufe der Zeit den Unternehmensbereich erobern.

Beide Gruppen haben einen starken Nachholbedarf in unterschiedlicher Ausprägung.

Notwendige Informationen für eine Unternehmensgründung bzw. -führung gibt es in der polnischen Community hauptsächlich über Existenzgründerseminare, die von NIKE seit vier Jahren angeboten werden. Darüber hinaus sind zahlreiche Berater für Existenzgründungen aktiv, einige von ihnen im Existenzgründerbeirat von NIKE vertreten.

Das Informationsangebot der öffentlichen Beratungsstellen geht oft an den tatsächlichen Bedürfnissen der ethnischen Existenzgründer/innen vorbei. Die Mehrheit der Gründungen erfolgt mehr oder weniger „spontan“. Erst danach, wenn Probleme auftauchen, wird nach Hilfe gesucht, viel zu häufig aber nicht gefunden.

Über die Käuferstruktur der polnischen Unternehmen sind die Auskünfte sehr unterschiedlich. Viele Handwerksbetriebe leben hauptsächlich von deutscher Kundschaft, insbesondere in der Baubranche. Der Wellnessbereich dagegen existiert hauptsächlich von polnischen Kundschaft (60–70 Prozent). Auch Freiberufler führen Dienstleistungen hauptsächlich für Polnischstämmige aus, auch die Buchhandlungen werden fast ausschließlich von Landsleuten besucht.

Die positiven Standortfaktoren Neuköllns bestehen in billigen Gewerbemieten, der Nähe zu Wohnbezirken wie Rudow, einem guten Branchenmix in den Geschäftsstraßen, gut funktionierendem Netzwerk der polnischstämmigen Wirtschaftsgemeinschaft, polnischen Dienstleistungen durch polnische Ärzte, Rechtsanwälte, dem polnischen Schulverein „Oswiata“ und der Nähe zur Polnischen Katholischen Mission.

Hemmnisse dagegen gibt es für höherwertige Dienstleistungen, Einzelhandel und Gastronomie. Hier ist die Bereitschaft, in Neukölln zu gründen, eher gering. Wem es besser geht, der siedelt sich in „besseren“ Bezirken Berlins wie Mitte oder Charlottenburg-Wilmersdorf an.

Auch die Kinder werden lieber auf (Privat-)Schulen in anderen Bezirken geschickt, um den Spannungen und Integrationsproblemen sowie dem Disziplinmangel in Neukölln zu entgehen.

Die Zufriedenheit polnischer Unternehmer und Unternehmerinnen mit dem Geschäftsverlauf hängt von der jeweiligen Branche ab. Die meisten Befragten waren generell zufrieden, obwohl auch sie schon bessere Zeiten in Neukölln erlebt haben, doch sie haben es gelernt, auch auf Sparflamme zu überleben, in der Hoffnung auf Belebung der Konjunktur.

Ihre Probleme sind vergleichbar mit den Problemen im gesamten Stadtgebiet. In Neukölln kommt jedoch hinzu, dass außerhalb der großen Einkaufs- und Geschäftszonen die Kaufkraft der Einwohner/innen sehr schwach ist.

Dies führt Unternehmen immer wieder in die Insolvenz. Sie müssen ihre Tätigkeit vor allem dann einstellen, wenn die Personalausgaben zu hoch sind und die Preise durch Billiganbieter dermaßen unterboten werden, dass Personal und Betriebskosten nicht länger gedeckt sind. Auch die schlechte Zahlungsmoral macht insbesondere den polnischstämmigen Handwerkern zu schaffen und die Bereitschaft, in Vorleistung zu gehen, ist derzeit sehr gering.

Darüber hinaus herrscht innerhalb der polnischen Wirtschaftsgemeinschaft ein großer Konkurrenzdruck. Berlin ist ein Discounter-Dienstleistungsmarkt, auch im Bereich des Handwerks. Dadurch ist der Sparzwang bei Betriebs- und Personalausgaben für die Unternehmer/innen noch zwingender.

Einerseits kann man im Bereich der polnischen Handwerker/innen einen Gründungsboom feststellen, andererseits fürchten die bereits länger am Markt Ansässigen um ihre Kundschaft und fühlen sich durch das sinkende Preisniveau bedroht.

Von den polnischen Unternehmern und Unternehmerinnen wird erwartet, dass die bürokratischen Schranken so niedrig wie möglich gesetzt werden, damit sie sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können. Gewünscht werden auch bessere, an die ethnische Wirtschaft angepasste Förder- und Finanzierungsinstrumente und -produkte sowie eine Verbesserung der interkulturellen Kompetenz von Vertretern der Behörden und Institutionen. Die Politiker im Bezirk sollten die Interessen der lokalen ethnischen Wirtschaft besser kennen und vertreten.

Aus Sicht der polnischstämmigen Unternehmer/ innen besitzen die ethnischen Ökonomien in Neukölln ein gutes Entwicklungspotenzial. Die polnische Wirtschaft selbst ist im Grunde genommen nicht ethnisch. Auch in Neukölln wird man kaum Firmen und Geschäfte finden, die das Polnische in den Vordergrund stellen. Das kann auch als Zeichen überdurchschnittlich guten Integrationswillens und -praxis der Polnischstämmigen bewertet werden und ein Hinweis für eine gut funktionierende neue Kraft der Neuköllner KMU-Wirtschaft sein.

Insgesamt besteht ein großer Bedarf an Qualifizierung der handwerksähnlichen Gewerbevertreter und zulassungsfreien Handwerker, damit sie am hiesigen Handwerks- und Ausbildungssystem gleichberechtigt teilhaben können, denn sonst ist eine wirkliche Integration in diesem Teil der Wirtschaft kaum möglich, auch wenn den Polnischstämmigen die Integration eher leicht zu fallen scheint.

NIKE ist bereit, ihre Erfahrungen und Kompetenzen für Qualifizierungsprojekte in Zusammenarbeit mit dem Bezirk und dem Land Berlin einzusetzen.



Glaserei Kubitza in der Weisestraße 11,
in der Tür der Inhaber



Polnische Buchhandlung
in der Lilienthalstraße

Türkische Unternehmen und Handwerksbetriebe in Neukölln

Dipl.-Ing. Hüseyin Yilmaz – Türkischer Unternehmer und Handwerker in Berlin e.V. – TUH

Im Rahmen des Projekts „Türkische Unternehmen und Handwerksbetriebe in Neukölln“ haben wir türkischstämmige Unternehmen erfasst. Anfangs haben wir die Unternehmen nach Branchen (zum Beispiel Kfz-Mechaniker, Ärzte, Handwerker, Friseure und Beschäftigte im Einzelhandel) eingeladen und Fragen gestellt bzw. die von der Bürgerstiftung entwickelten Fragebögen ausfüllen lassen.

Dabei haben wir festgestellt, dass es viele gemischte Unternehmen gibt und versucht, die Unternehmen vor Ort zu besuchen. Bisher haben wir mit ca. 300 Unternehmen bzw. Gewerbetreibenden Kontakt aufgenommen und Daten gesammelt.

Unserer Erfahrung nach sind die Probleme bei allen Unternehmen mit Migrationshintergrund – außer in einigen speziellen Fällen – sehr ähnlich.

Obwohl die türkischstämmigen Unternehmen in fast allen Industriezweigen vertreten sind, ist jedoch der überwiegende Teil der Unternehmen in der Lebensmittelbranche angesiedelt. Grund hierfür ist, dass man in dieser Branche kaum behördliche Genehmigungen benötigt. Auffällig ist, dass sich die Migranten meist aus einem gewissen Zwang heraus selbstständig machen, da sie in der Regel längere Zeit vor der Selbstständigkeit arbeitslos waren bzw. keine Arbeit fanden. Deshalb versuchen die meisten von ihnen, durch die Selbstständigkeit aus ihrer existenziellen Krise herauszukommen.

Positiv ist festzustellen, dass sich auch immer mehr Frauen selbstständig machen und mitunter sogar mehr Erfolg darin haben als Männer. Das zweite positive Ergebnis ist, dass die Unternehmen bereit sind, sich über Ausbildungsmodalitäten zu informieren. Sie sind bereit, Ausbildungsplätze zu schaffen, wenn sie über die Bedingungen von Ausbildung und entsprechende Möglichkeiten hierzu informiert werden bzw. bei den bürokratischen Abläufen unterstützt werden. Die meisten Unternehmen werden bei der Existenzgründung durch ethnische Netzwerke und Kontakte informiert. Ein Großteil der Beschwerden besteht darin, dass die Unternehmen mit Migrationshintergrund die Fördermöglichkeiten nicht ausnutzen können, dies allerdings nicht aufgrund rechtlicher Benachteiligung, sondern aus Unwissenheit oder sprachlichem Unvermögen.



Türkisches Café
in der Selchower Straße



Arabisches Back- und Süßwarengeschäft
in der Sonnenallee 45

Die meisten Beschwerden beziehen sich auf:

- Liquiditätsprobleme,
- Finanzprobleme,
- schlechte Rentabilität bzw. Umsätze im Vergleich zu zurückliegenden Jahren,
- immer billigere Angebote (Discounter).

Im handwerklichen Bereich:

- Türkischstämmige Friseure beschwerten sich darüber, dass ihre Zeugnisse, zum Beispiel die Meisterausbildung in der Türkei, in Deutschland nicht anerkannt werden (TUH e.V. arbeitet an einer entsprechenden Veränderung mit Erfolg).
- Einzelhändler aus der Karl-Marx-Straße und der Hermannstraße beschwerten sich über das Ordnungsamt, dass schnell Strafen wegen Ordnungswidrigkeiten verhängt werden, weil zum Beispiel Kunden mit Pkw mangels Parkplätzen kurzfristig auf der Straße anhalten. Deshalb gingen die Kunden vermehrt in die Einkaufszentren, wo sie schneller einen Parkplatz fänden.

Aufgrund der strukturellen Veränderungen in Deutschland und Berlin sowie des erhöhten Konkurrenzdrucks mussten bereits viele Geschäfte schließen, weil sie sich nicht so schnell an diese Veränderungen anpassen konnten.

Zum Schluss möchte ich feststellen, dass die Unternehmen mit Migrationshintergrund in Berlin durch die Globalisierung eher negativ beeinflusst worden sind.

Es gibt also viel zu tun. Neben einer denkbaren bürokratischen Entlastung müssen auch türkischstämmige Mitbürger hart an sich arbeiten und dazulernen. Hierfür wollen wir als Verein einen Beitrag leisten.



Türkischer Imbiss
in der Karl-Marx-Straße



Türkisches Lebensmittelgeschäft am Richardplatz
in der Karl-Marx-Straße

Gewerbetreibende Unternehmen mit türkischem Migrationshintergrund

Türkisch-Deutsches Zentrum – TDZ e.V.

Das Projekt Ethnische Ökonomie ist auf gewerbetreibende Unternehmen mit türkischem Migrationshintergrund in Neukölln ausgerichtet.

Ziele dieses Projekts sind:

- Erstellung einer Datenbank Neuköllner türkischer Unternehmen,
- Vernetzung von türkischen Unternehmen miteinander und mit Institutionen,
- Initiierung, Begleitung und Erweiterung eines Unternehmergegesprächskreises,
- Organisation von Info-Veranstaltungen nach Bedarf der türkischen Unternehmen.

Wir haben fast 300 türkische Unternehmen in Neukölln persönlich kontaktiert und eine Datenbank mit harten Daten erfasst. Durch die Gespräche haben wir Einblicke gewonnen, die von großer Bedeutung sind.

Es ist notwendig, ein Vertrauensverhältnis aufzubauen, um in Gesprächen die Bedürfnisse und Belange der einzelnen Unternehmen zu erfahren und zu analysieren, um dann entsprechende Themenabende zu organisieren. Die türkische Sprache war für uns von großem Vorteil, da wir sehr offenherzig empfangen wurden.

Die Bedeutung türkischer Unternehmen wurde durch die Finanzierung unseres Projekts bekräftigt und die Unterstützung durch diese Unternehmen war gesichert. Die Wertschätzung türkischer Unternehmen seitens staatlicher Institutionen ist sehr wichtig.

Türkisches Unternehmertum prägt ganze Stadtteile, in Neukölln stellen sie auch die größte Gruppe der Migranten dar. Die Präsenz der türkischstämmigen Unternehmen ist in den Bereichen

- Lebensmittelhandel,
- Gastronomie,
- handwerksnahen Bereich,
- ansteigend in der Dienstleistung

besonders deutlich. Diese Bereiche decken somit nicht nur die Bedürfnisse der türkischen Mitbürger, sondern mittlerweile auch die Bedürfnisse der Neuköllner ab. Türken haben eine positivere Einstellung zur Selbstständigkeit als Deutsche. Für viele von ihnen ist es ein Traum, der eigene Chef zu sein und ein Unternehmen aufzubauen. Der Hang zur Selbstständigkeit und die damit verbundene Risikobereitschaft ist bei Türken stark ausgeprägt. Sie möchten auf eigenen Füßen stehen und erhoffen sich dadurch bessere Verdienstmöglichkeiten. Insbesondere verbinden sie mit der Selbstständigkeit eine gesellschaftliche Anerkennung.

In unseren Gesprächen konnten wir erfahren, dass die meisten der Unternehmen aus der Notwendigkeit heraus gegründet wurden, den Lebensunterhalt zu sichern bzw. für einen weiteren Arbeitsplatz zu sorgen. Viele dieser Unternehmensgründer haben nach dem Mauerfall die Arbeit verloren, waren wegen ihrer unzureichenden Qualifikation nicht vermittelbar und sahen somit die Lösung in der Selbstständigkeit und häufig die einzige Alternative, um die eigene Existenz zu sichern.

Durch diese Selbstständigkeit konnten weitere Familienmitglieder eingestellt werden. Die meisten dieser Unternehmen sind Familienbetriebe und setzten somit ganz gezielt ihren Fokus darauf. Sie wurden mit Eigenkapital bzw. mit finanzieller Hilfe der Familie gegründet. Mehrheitlich

handelt es sich um Kleinunternehmen und mehr als die Hälfte beschäftigt bis zu vier Mitarbeiter, darunter vor allem Familienangehörige.

Viele dieser Unternehmen haben bei der Gründung keine öffentlichen Beratungsstellen aufgesucht, keine Förderbildungsangebote in Anspruch genommen und können auch keine Vorkenntnisse vorweisen. Als Begründung wurden diesbezüglich Sprachdefizite benannt. Hier besteht noch Handlungsbedarf.

Vorkenntnisse sind in der Regel die im Heimatland erworbene Ausbildung, die in Deutschland jedoch nicht anerkannt wird. Dadurch haben viele Unternehmen Schwierigkeiten, Nachwuchs zu rekrutieren. So bestehen Hindernisse bei der Schaffung von Ausbildungsplätzen in türkischstämmigen Unternehmen. Hier muss mehr Aufklärungsarbeit geleistet werden, um die Bereitstellung von Ausbildungsplätzen zu gewährleisten, was zu einer Stabilisierung des Bezirks führen würde.

Als Probleme wurden meist erwähnt:

- Ausbildung,
- verschärfter Wettbewerb unter den gleichen Branchen (Internetcafé),
- Konkurrenzdruck,
- Ordnungsamt,
- negatives Image Neuköllns,
- weniger Anziehungskraft für Touristen.

Bei den einheimischen Organisationen besteht Nachholbedarf. Es müssen und sollten Konzepte erstellt werden, um gezielter Migranten anzusprechen und sie zu erreichen. Wege hierfür könnten zum Beispiel sein:

- ein Mitarbeiter mit interkultureller Kompetenz,
- Behördenweiser für Migranten.

Dieses könnte dazu führen, dass die Zusammenarbeit zwischen allen Beteiligten besser funktioniert.



Gençler Market von Pinar Genç
in der Herrfurthstraße 6a



Pinar Genç mit seiner Familie, die im Unternehmen
mitarbeitet, vor ihrer Croissanterie, Herrfurthstraße

FOREVER CLEAN – die Erfolgsgeschichte von Aynur Boldaz*

Ich werde nie vergessen, wie ich am 19. Dezember 1987 nach Deutschland kam – es war sehr kalt, sehr dunkel und ich sprach kein Wort Deutsch. Mit 19 Jahren bin ich aus meinem kleinen Dorf in Ostanatolien in die Großstadt Istanbul gereist, um das Visum für Deutschland zu beantragen. In Berlin erwartete mich mein Mann mit seiner Familie.

Da ich mit meiner kurdischen Familie leben würde, machte ich mir keine Gedanken darüber, dass ich kein Deutsch konnte. Anfangs war ich auch die meiste Zeit zu Hause, aber ein Problem wurde es, wenn ich zum Arzt oder einkaufen gehen musste. Ich hatte große Angst, den Weg nach Hause nicht mehr zu finden und bekam Panik. Alles war für mich fremd – die Sprache, das Land, die Menschen. Ich wurde krank. Der Arzt hat mir geraten, so schnell wie möglich Deutsch zu lernen. An der Volkshochschule begann ich dann, die Sprache zu lernen. Anfangs war das sehr schwer, aber es hat mir auch großen Spaß gemacht. Selbst als ich mit meiner Tochter schwanger war, habe ich weiter gelernt.

Nach vier oder fünf Jahren bekam ich eine Arbeitserlaubnis und durfte endlich arbeiten. In meinem ersten Job war ich am Wochenende Verkäuferin in einer Bäckerei. Das war schon ein Abenteuer, mit der deutschen Sprache und den Menschen umgehen. Ich war stolz darauf, mein eigenes Geld zu verdienen und kam endlich aus unseren vier Wänden heraus. Anschließend habe ich einige Monate in einem Betrieb gearbeitet, in dem Werbung auf Luftballons gedruckt wurde. Das war eine sitzende Tätigkeit, acht Stunden täglich. Das hat mir zwar auch viel Spaß gemacht, aber ich bin eher hyperaktiv und so lange sitzen, das konnte ich auf Dauer nicht. Ich musste mir also etwas anderes suchen.

Ich habe dann mit viel Freude als Reinigungskraft im Virchow-Krankenhaus gearbeitet. Nach ein paar Monaten wurde mir angeboten, Objektleiterin zu werden. Jeden Tag um drei Uhr morgens war ich auf der Arbeit, noch bevor meine Kolleginnen und Kollegen kamen, damit ich wusste, ob alle da sind oder ob jemand fehlt. Durch diese Verantwortung habe ich sehr viel gelernt, zum Beispiel wie man Stundenzettel schreibt oder die Schichtarbeit für 150 Mitarbeiter organisiert.

Eines Tages bekam ich von meiner Firma das Angebot, Telekom-Objekte zu leiten und war dann als Vorarbeiterin im Museum für Kommunikation in der Leipziger Straße als Vorarbeiterin von fünf Mitarbeiterinnen tätig. Das war ein Traumjob, aber da er sehr leicht war, stellte er keine Herausforderung für mich dar. Die damalige Leiterin des Museums sprach mich irgendwann einmal an und fragte, ob ich nicht Interesse hätte, auch politisch aktiv zu sein oder Mitglied einer Partei zu werden. Ich war neugierig und bin dann zu Veranstaltungen der CDU-Neukölln gegangen. Das hat mir sehr gefallen und ich bin schließlich Mitglied geworden. Hier haben sich mir ganz neue Horizonte eröffnet, ich habe neue Leute kennen gelernt, konnte mein Deutsch schulen, was mich selbstbewusster gemacht hat.

Langsam reifte in mir die Idee, mich selbstständig zu machen. Ich wusste noch nicht genau, was ich machen wollte, vielleicht einen Schmuckladen eröffnen. Ich habe bei meiner Firma gekündigt, um Schulungen und Seminare besuchen zu können und mich für die Selbstständigkeit zu qualifizieren.

Überall habe ich mich sachkundig gemacht, war bei der Bürgerberatung Neukölln und schließlich bei der Wirtschaftsberatung Neukölln. Die haben mich auf die gsub aufmerksam gemacht, die Leute auf die Selbstständigkeit vorbereiten. Ich habe dann sechs Wochen lang einen Vorbereitungskurs in Berlin und Köpenick besucht. Alles schien sehr schwer zu sein, die vielen Behördengänge, Genehmigungen einholen und vieles mehr. Ich habe mich davon aber nicht abschrecken lassen.

Beim Arbeitsamt habe ich dann erfahren, dass ich Überbrückungsgeld beantragen kann, wenn ich mich selbstständig mache. Ich hatte ja kein Eigenkapital. Außerdem hatte ich mich gerade von meinem Mann getrennt, ein kleines Kind zu versorgen und wusste immer noch nicht genau, was ich machen wollte.

Die Wirtschaftsberatung Neukölln hat mich auch zur IHK geschickt. Dort wurde mir empfohlen, eine Gebäudereinigung zu gründen, denn in dieser Branche hätte ich schon gearbeitet und Erfahrungen gesammelt. Außerdem würde in Berlin so viel gebaut werden, da wären Reinigungsfirmen in Zukunft gefragt.

Bei der Berliner Volksbank habe ich dann Branchenbriefe beantragt, weil ich wissen wollte, wie viele Reinigungsfirmen es in Berlin gibt. Das war ein Schock, als ich sah, wie viele sich auf dem Markt tummeln. Viele Freunde rieten mir auch ab, in dieser Branche zu gründen. Aber ich habe mir gesagt, ich werde etwas anbieten, was die anderen nicht machen.

Unsere Besonderheit ist unter anderem, dass wir in kürzester Zeit und sehr unkompliziert Leute zur Verfügung stellen können. Es sind kurze Wege für die Kunden, zu denen ich persönlich den Kontakt halte. Was bei anderen Firmen ein paar Tage dauert, schaffen wir in ein paar Stunden. Damit füllen wir eine Marktlücke aus.

Mein nächster Weg führte mich zur Investitionsbank (IBB), die zunächst ein Konzept für meine Firma forderte. Nach einigem Hin und Her und Veränderungen am Konzept wurden mir schließlich 30.000 DM bewilligt. Das war eine große Freude – mein erster Erfolg!

Meinen ersten Auftrag bekam ich von einem CDU-Büro, kurze Zeit danach kam ein zweiter Auftrag hinzu. Mit einer einzigen Reinigungskraft habe ich angefangen. Dreimal die Woche bin ich um vier Uhr morgens aufgestanden, habe von fünf bis sieben Uhr in einem der beiden Büros geputzt, bin dann schnell nach Hause und habe im Büro weitergearbeitet, das anfangs in meiner Wohnung war. Abends habe ich oft Veranstaltungen der CDU oder Seminare besucht. Das war eine harte Zeit. Schließlich musste ich mich auch um mein Kind kümmern.

Nach einem halben Jahr wurde mir von einem meiner Kunden ein Büroraum in Wilmersdorf angeboten. Eines Tages hat sich dort eine schwerbehinderte Frau aus Neukölln als Sekretärin bei mir beworben. Ich wollte mich schon immer sozial engagieren, weil es in meiner Heimat üblich ist, dass jeder jedem hilft und niemand allein gelassen wird. Also habe ich die schwerbehinderte Frau eingestellt, auch wenn sie nur 50 Prozent der Leistung bringen konnte und ich weiterhin neben der Reinigungsarbeit draußen im Büro mitarbeiten musste. Ich hatte dann aber das Glück, zusätzlich eine sehr erfahrene Kollegin einstellen zu können, so dass ich dann entlastet war.

2004 bewarben sich mehrere Frauen bei mir, die durch ihre körperlichen Einschränkungen keine Chancen auf dem Arbeitsmarkt hatten. Ich habe dann erfahren, dass es Zuschüsse gibt, wenn man Schwerbehinderte beschäftigt. Das bedeutete zwar wieder viel Bürokratie und wieder musste ich ein Konzept für das Landesamt schreiben, aber mich haben die Schicksale dieser Frauen sehr bewegt und ich wollte ihnen unbedingt eine Chance geben. Es war damals ein absolutes Novum und wir wurden in Berlin ein Pilot-Projekt, denn bis dahin gab es noch kein Unternehmen, vor allem nicht ein von einer Ausländerin geführtes, das nur schwerbehinderte Frauen beschäftigen wollte. Letztendlich haben wir dann acht Bewerberinnen mit Unterstützung vom Landesamt für Schwerbehinderte einstellen können. Zurzeit arbeiten 13 schwerbehinderte Mitarbeiter in meinem Betrieb.

Bis heute mache ich die Objektbesichtigungen selbst, bevor ich Angebote schreibe, und kenne jeden meiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sehr gut. Wir führen auch immer wieder Schulungen durch. Da wir auch mit Chemikalien arbeiten, steht Arbeitssicherheit bei uns an oberster Stelle. Wir haben zu 99 Prozent Schlüsselobjekte, womit wir eine große Verantwortung tragen. Ich muss mich auf meine Leute verlassen können. Der Erfolg von „Forever Clean“ ist nicht nur mein Erfolg, sondern auch der meiner Mitarbeiter. Wir sind ein Team. Nur wir zusammen können erfolgreich sein.

Es ist natürlich einfacher gesagt als getan, ein Unternehmen zu gründen, zu leiten und vor allem auch am Markt zu bleiben. Die Branche hat schwierige Zeiten durchgemacht, in der sich viele einen Eimer genommen und gesagt haben, ich mache Gebäudereinigung. Leider ist in unserer Branche Schwarzarbeit sehr verbreitet. Dann gab es Probleme durch die EU-Erweiterung. Viele betrachten die Gebäudereinigung als einen einfachen Job, aber das ist eigentlich eine sehr sensible Arbeit, denn durch Unprofessionalität kann man großen Schaden anrichten.



Es war auch immer schwer, mit den Behörden umzugehen. Als Ausländerin hatte ich oftmals das Gefühl, nicht ernst genommen zu werden. Ich habe jedoch nie locker gelassen, auch wenn mein Deutsch noch nicht so gut war. Immer war da diese Unsicherheit, ob man von seinem Gegenüber verstanden und ernst genommen wird oder nicht. Schließlich musste ich einen Fremden von meiner Idee überzeugen, sonst hätte ich keine Unterstützung bekommen. Schritt für Schritt habe ich alles nachgefragt, wo bekomme ich was, wie und wo kann ich mich vorbereiten und qualifizieren. Darüber hinaus muss man als Unternehmer die gesetzlichen Bestimmungen kennen und sich an diese halten, wenn man am Markt bleiben will. Halbe Sachen machen bedeutet, im nächsten Monat weg zu sein. Außerdem braucht man starke Nerven, um auch mit Schwierigkeiten umgehen zu können. Wenn zum Beispiel ein Kunde plötzlich Insolvenz angemeldet hat und man nicht weiß, ob man sein Geld bekommt und seine Leute bezahlen kann. Das muss man durchstehen können.

Um am Markt zu bleiben, ist es auch wichtig, aktiv zu sein, zum Beispiel sich in Beiräten zu engagieren, an Unternehmertreffen teilzunehmen und so weiter. Ich bin Mitglied der Innung und dort im Tarifausschuss tätig. Außerdem bin ich Vertreterin der Mitglieder der Berliner Volksbank eG, Mitglied der CDU Berlin-Wilmersdorf, der Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der

Berliner CDU, bin im Berliner Mittelstandsbeirat der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen aktiv und Mitglied der Bundesarbeitsgemeinschaft Integrationsfirmen e.V. (BAG).

Inzwischen bekomme ich aus Berlin und sogar deutschlandweit Anrufe von Frauen, die sich selbstständig machen wollen. Sie alle möchten wissen, wie ich das gemacht habe. Ohne Unterstützung hätte ich das sicherlich nicht geschafft. Vor allem meine deutschen Freunde haben mir immer wieder Mut gemacht und mir geholfen, weil sie gesehen haben, dass ich sehr motiviert bin. Aber auch die Neuköllner Wirtschaftsberatung hat mich sehr unterstützt, dort konnte ich immer wieder anrufen und um Rat fragen. Das war eine sehr große Hilfe.

Neukölln ist zwar mein Lieblingsbezirk, weil ich ihn sehr gut kenne. Doch sehe ich hier viele Menschen, die ohne Job sind und die große Schwierigkeiten haben. Bei Neukölln denke ich sofort an die Karl-Marx-Straße, die ja völlig saniert werden müsste, damit sich andere Geschäfte als die üblichen Billigläden hier ansiedeln. Die setzen sicherlich nicht auf Nachhaltigkeit, was für den Bezirk so nötig wäre.

Neukölln macht viel für Unternehmen, damit Arbeitsplätze geschaffen werden. Namenhafte Unternehmer aus Wirtschaft und Politik haben sich hier hohe Ziele gesetzt und bieten in umfangreichen Gremien und Institutionen ihre Mithilfe an.

„Forever Clean“ läuft inzwischen sehr gut. Deshalb habe ich vor acht Monaten das Bistro mit Souvenirverkauf „Zerne“ am Holocaust-Mahnmal eröffnet und damit für fünf behinderte Mitarbeiterinnen Arbeitsplätze geschaffen. Es macht mir viel Freude, hier türkische und kurdische Kultur zu präsentieren. Das würde ich auch gern in den Hackeschen Höfen tun. Auch in Istanbul möchte ich aktiv werden und dort eine Gebäudereinigungsfirma gründen. Dort gibt es viele Möglichkeiten. – Ich kann eben nicht lange stillsitzen.

* Der Beitrag basiert auf dem Redebeitrag von Aynur Boldaz auf der Tagung „Ethnische Ökonomien in Neukölln“ am 24. November 2006 und einem Gespräch mit ihr, das am 20. September 2007 von Barbara Hoffmann geführt wurde.



Im Bistro- und Souveniergehäft von Aynur Boldaz in der Geschäftszeile hinter dem Holocaust-Mahnmal am Potsdamer Platz