

Anke Kaschlik, Jörg Lahner, Mehmet Fatih Rüzgar & Leonie Wagner

MIGRANTISCHE GRÜNDUNGEN IN LÄNDLICHEN KOMMUNEN

Potenzial für die wirtschaftliche Entwicklung

Kurzfassung

Migrantische Gründungen besitzen ein großes Potenzial für ländliche Regionen: Menschen mit Migrationshintergrund gründen häufiger, schaffen dadurch Arbeitsplätze und sind damit ein wichtiger Faktor für die wirtschaftliche Entwicklung der ländlichen Räume. Dieser Artikel beschreibt, warum dieses Potenzial bisher kaum genutzt wird und welche Probleme daraus entstehen.

Um dieser Situation zu begegnen und migrantische Gründungen zu fördern, haben die Mitarbeiter*innen von MIGOEK verschiedene interdisziplinäre Lösungsansätze entwickelt und getestet. Dabei wurde auf Erkenntnisse der Regionalentwicklung, der Wirtschaftsförderung und der Sozialen Arbeit zurückgegriffen. Die entsprechenden Erfahrungen und Schlussfolgerungen des Projektes werden ebenfalls überblicksartig skizziert.

aus: Abt, Jan / Blecken, Lutke / Bock, Stephanie / Diringer, Julia / Fahrenkrug, Katrin (Hrsg.): Kommunen innovativ – Lösungen für Städte und Regionen im demografischen Wandel. Ergebnisse der BMBF-Fördermaßnahme. Berlin 2020.

Migrantische Gründungen und Unternehmen – ein Viertel der Bevölkerung als Potenzial

Welches Unternehmen kann es sich leisten, ein Viertel seiner Kund*innen zu ignorieren? Keines natürlich! Denkt man, aber nichts Anderes passiert, wenn Menschen wegen ihrer Migrationsgeschichte von der Wirtschaftsförderung nicht mitgedacht werden. Von den rund 83 Millionen in Deutschland lebenden Menschen haben 20,8 Millionen einen Migrationshintergrund (vgl. Bundeszentrale für politische Bildung bpb 2019), fast die Hälfte davon besitzt die deutsche Staatsbürgerschaft. Seit den 1990er Jahren hat sich die Zahl der Gründungen durch Menschen mit Migrationshintergrund immer weiter erhöht, mit einem Anteil von knapp 40 Prozent verzeichnet dieser Personenkreis überdurchschnittlich viele Gründungen (vgl. RKW 2016). Obwohl durch diese Gründungen die wirtschaftliche Entwicklung vorangetrieben, Arbeitsplätze geschaffen und Leerstand vermieden wird, werden sie in der wirtschaftlichen Entwicklung ländlicher Räume häufig nicht als relevanter Faktor gewürdigt und spielen etwa im Gründungsberatungsgeschehen eine untergeordnete Rolle.

Personen mit Migrationshintergrund haben jedoch generell einen stärkeren Wunsch nach beruflicher Selbstständigkeit als die Gesamtbevölkerung (vgl. KfW 2019). In vielen Fällen ist die Gründung dabei eine attraktive Alternative zur abhängigen Beschäftigung und den dort im Vergleich schlechteren Arbeitsmarktzugang. In der öffentlichen Wahrnehmung herrscht deshalb nicht selten der Eindruck, dass Personen mit Migrationshintergrund nur aus der Not heraus und im Nischensegment gründen. Migrantische Gründungsideen basieren laut der öffentlichen Meinung häufig auf kulturellen Eigentümlichkeiten und werden zum Teil als Sackgasse wahrgenommen. Zwar gründen Migrant*innen tatsächlich noch immer überwiegend im Dienstleistungsbereich und in der Gastronomie, dieser Trend nimmt allerdings ab und die Diversität der Branchen nimmt stetig zu und umfasst inzwischen das gesamte Spektrum. Der aktuelle wissen-



schaftliche Diskurs bestätigt, dass migrantische Gründer*innen häufig über einen hohen Bildungsgrad verfügen und zunehmend in wissensintensiven Bereichen oder im Handwerk gründen (vgl. FES 2014).

Der „Nationale Aktionsplan Integration“ der Bundesregierung hielt bereits 2011 fest, dass migrationsspezifische Angebote notwendig sind, um diese Zielgruppe besser anzusprechen und bei den Gründungsberatungen anteilig stärker zu berücksichtigen. Um die migrantische Ökonomie zu erreichen und gezielt zu unterstützen, wurden fünf Handlungsempfehlungen formuliert (vgl. evers & jung 2011): (1) Schaffung eines offenen Gründungsklimas, (2) Vereinfachung der rechtlichen Regulierung, (3) Erleichterung des Zugangs zu Angeboten, (4) Etablierung einer zielgruppensensiblen Beratung sowie (5) Unterstützung von Unternehmensübernahmen. Diese Handlungsempfehlungen sind zwar in vielen Großstädten oft weitgehend umgesetzt

Migrantische Gründungen – Beispiel Friseursalonbetreiberin Irina Leinweber

(Projekt MIGOEK)

Das Projekt

„MIGOEK – Ländliche Kommunen fördern und nutzen die Wirtschaftskraft von Migrant*innen“ ist ein Vorhaben der BMBF-Fördermaßnahme „Kommunen innovativ“.

Das Projekt „MIGOEK“ nutzt das Potenzial migrantischer Unternehmen für die Entwicklung ländlicher Regionen. Drei Landkreise in Niedersachsen bzw. Hessen erarbeiten mit der Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst Hildesheim/Holzminde/Göttingen bedarfsgerechte Beratungs- und Vernetzungsangebote.

weitere Informationen zum Projekt:

» www.kommunen-innovativ.de/migoeck

oder befinden sich auf der Agenda der Wirtschaftsfördereinrichtungen. Wichtiger Ausgangspunkt für die Projektarbeit von MIGOEK war aber, dass vergleichbare Anstrengungen im ländlichen Raum weder in Theorie noch Praxis erkennbar waren.

Regionale Wertschöpfung und Arbeitsmärkte stärken

Abgesehen von den sozialen und politischen Problemen, die entstehen, wenn eine ganze Bevölkerungsgruppe ignoriert wird, ergeben sich auch gesamtwirtschaftliche Nachteile. Inhabergeführte Unternehmen schaffen im ländlichen Raum wichtige Arbeitsplätze. Momentan sind 18 Prozent aller Beschäftigten in inhabergeführten Betrieben migrantischen Unternehmen zuzurechnen. Diese Zahl ließe sich sicher deutlich erhöhen, wenn migrantische Unternehmer*innen bereits bei ihrer Gründung häufiger und intensiver beraten würden. Qualifizierte Gründungsberatung, aber auch die Einbindung in lokale und regionale Netzwerke, Kammern, Verbände usw. sowie die zielgruppenadäquate Ansprache durch Informations- und Beratungsangebote der verschiedenen Intermediäre erhöhen nachweislich die Bestandsfestigkeit und das Entwicklungspotenzial von Unternehmen. Wenn migrantische Unternehmer*innen seltener qualifizierte Gründungsberatung erfahren, in Netzwerken wie Citygemeinschaften, Innungen oder gar örtlichen Gremien, Ausschüssen usw. deutlich unterrepräsentiert sind, wird diese wesentlich geringere Teilhabe für den Einzelbetrieb selbst zu einem

Migrantische Gründungen – Beispiel Vinh Nguyen, Skateshop „Consoul“ (Projekt MIGOEK)



Nachteil, bedeutet aber eben auch für die Stadt oder Region in der Summe ein erhebliches ungenutztes ökonomisches Potenzial für mehr Wertschöpfung und Arbeitsplätze.

Ortzentren entwickeln

Viele ländliche Regionen sind in besonderer Weise von Leerstand in den Ortszentren betroffen. Vor allem der stationäre Handel hat häufig einen schweren Stand und ist im Rückzug begriffen. Stärker als in den Metropolen wirken sich verändertes Konsumverhalten, Digitalisierung, Konkurrenz durch die „Grüne Wiese“ und Nachfolgeproblematiken im inhaber*innengeführten Einzelhandel aus, nicht selten wird eine Negativspirale von Leerständen, abnehmender Aufenthaltsqualität und weiteren Schließungen ausgelöst. Migrantische Unternehmen können diesen Trend nicht alleine aufhalten oder umkehren. Aber aufgrund der Branchenschwerpunkte und ihrer besonderen Gründungsneigung könnten migrantische Unternehmen einen (stärkeren) Beitrag zur Abmilderung von Leerstand und abnehmender Innenstadtattraktivität leisten, wenn sie entsprechend adressiert und einbezogen würden.

Migrantische Gründer*innen unterstützen

Menschen mit Migrationshintergrund haben für die wirtschaftlich-soziale Entwicklung der ländlichen Regionen eine zentrale Bedeutung und ungenutztes Potenzial. Sie müssen deshalb von Politik, Verwaltung, Stadtentwicklung, Wirtschaftsförderungen (...) als Zielgruppe und (Wirtschafts-)potenzial erkannt und mit bedarfsgerechten Angeboten angesprochen werden. Die Annahme, der ländliche Raum verfüge über den Vorteil „man kenne sich“ erweist sich allzu oft als Irrglaube. Weder kennen die Wirtschaftsförderungen die gründungsinteressierten Migrant*innen, noch bestehen Kontakte zu Migrant*innenselbstorganisationen (MSO) oder Integrationseinrichtungen, die als Mittler dienen könnten. Umgekehrt wissen Gründungsinteressierte mit Migrationshintergrund noch weniger als andere über die (kostenlosen) Beratungs- und andere Unterstützungsmöglichkeiten und auch die vertrauten Netzwerke der

sozialen Arbeit oder die MSOs sind an dieser Stelle aus Unkenntnis wenig hilfreich.

Überdies decken die vorhandenen Angebote nicht die tatsächlichen Bedarfe der Gründer*innen mit Migrationshintergrund, weil sie diese Zielgruppe weder inhaltlich noch räumlich und in ihrer Ansprache adäquat abholen. Dies liegt nicht zuletzt daran, dass Gründungsberater*innen oft über wenig interkulturelle Kompetenzen verfügen. Das Projekt MIGOEK hat deshalb drei Handlungsfelder identifiziert:

1. Information

Notwendig sind geeignete Formen und Wege der Informationsvermittlung. Das betrifft Inhalte, Sprache und Aufmachung, etwa von Informationsmaterial, aber auch die passende Ansprache und Verteilung desselben über Intermediäre, die die Zielgruppe erreichen. Informationsvermittlung umfasst nicht zuletzt auch eine bedarfsgerechte und proaktive Gründungsberatung (siehe auch Kaschlik/Yildiz in diesem Band).

2. Vernetzung

Die Vernetzung hat zum Ziel, die unterschiedlichen Stakeholder zusammenzubringen, um durch Kenntnis voneinander Synergien zu heben, Vertrauen zu schaffen und letztlich mehr migrantischen Gründungsinteressierten bessere Beratung zuteilwerden zu lassen. „Integration trifft Wirtschaftsförderung“ ist dabei ein wichtiges Element, zusätzlich müssen die MSOs auch direkt eingebunden werden. Die Professionalität und Nachhaltigkeit des Netzwerkmanagements ist zu sichern (siehe auch Lahner/Metz in diesem Band).

3. Weiterbildung

Das Handlungsfeld Weiterbildung bezieht sich auf die Entwicklung und Erprobung von Weiterbildungsangeboten für Gründungsberater*innen, um deren interkulturelle Kompetenzen zu stärken. Das eintägige Weiterbildungsmodul „Vielfalt in der Gründungsberatung“ adressiert dabei den speziellen Kontext sowie die spezifischen Anforderungen der Gründungsberatung und ist damit eine echte Innovation (siehe auch Thöle/Wagner in diesem Band).

Die Autor*innen

Prof. Dr. Leonie Wagner; Professorin für Pädagogik und Soziale Arbeit, HAWK Hochschule Hildesheim/Holzminden/Göttingen, Fakultät Management, Soziale Arbeit, Bauen; leonie.wagner@hawk.de

Prof. Dr. Jörg Lahner; Professor für Wirtschaftsförderung und Unternehmensführung, HAWK Hochschule Hildesheim/Holzminden/Göttingen, Fakultät Ressourcenmanagement; joerg.lahner@hawk.de

Dr. Anke Kaschlik; HAWK Hochschule Hildesheim/Holzminden/Göttingen, Fakultät Management, Soziale Arbeit, Bauen; anke.kaschlik@hawk.de

Mehmet Fatih Rüzgar, M.A.; HAWK Hochschule Hildesheim/Holzminden/Göttingen, Fakultät Management, Soziale Arbeit, Bauen

Literatur

- » bpb – Bundeszentrale für politische Bildung (2019): Bevölkerung mit Migrationshintergrund I. Online unter: <https://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/soziale-situation-in-deutschland/61646/migrationshintergrund-i> (zuletzt geprüft 21.06.2020).
- » evers & jung GmbH (Hrsg.) (2011): Unternehmensgründungen von Migranten und Migrantinnen. Online unter: http://tk.eversjung.de/www/downloads/Untersuchung_U Gruendungen_Migranten_2011.pdf (zuletzt geprüft 21.06.2020).
- » FES – Abteilung Wirtschafts- und Sozialpolitik der Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.) (2014): Ökonomische Bedeutung und Leistungspotenziale von Migrantunternehmen in Deutschland. Online unter: <https://library.fes.de/pdf-files/wiso/10948.pdf> (zuletzt geprüft 21.06.2020).
- » KfW Bankengruppe (2019): Migranten haben mehr Unternehmergeist. Online unter: https://www.kfw.de/KfW-Konzern/Newsroom/Aktuelles/Pressemitteilungen-Details_503616.html (zuletzt geprüft 21.06.2020).
- » RKW Kompetenzzentrum (2016): Gründungsfaktor Migration! Zahlen zu Gründungen von Migranten. Online unter: <https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/gruendung/blog/gruendungsfaktor-migration-zahlen-zu-gruendungen-von-migranten/> (zuletzt geprüft 21.06.2020).