

PROF. FELICITAS HILLMANN,
LEA ROHMEYER
Institut für Geographie
Universität Bremen

Stadtteilökonomie Bremen-Gröpelingen

Großstädte wie Bremen müssen seit vielen Jahren lernen, mit mehr Vielfalt, mit einer stärkeren Polarisierung der Einkommen und wachsenden Ungleichheiten zwischen wohlhabenden und ärmeren Quartieren zu leben (›Spaltung der Stadt‹). Gerade durch die Vielfalt der migrantischen Bevölkerung treten diese Entwicklungen augenfällig hervor. Aussiedler, Ausländer und Deutsche mit einem Migrationshintergrund ›unterschichten‹ zum einen die etablierten einheimischen Milieus, während gleichzeitig ein wachsender Teil von ihnen eine gut gebildete Mittelschicht herausbildet. Angesichts dieser Veränderungen in der Bremer Stadtgesellschaft hat die Arbeitnehmerkammer im Frühjahr 2012 eine lokale Expertise für den Stadtteil Gröpelingen in Auftrag gegeben.¹ Neben den Hauptgruppen der sozialversicherungspflichtigen und der geringfügig Beschäftigten sollte auch das ›dritte Standbein‹ migrantischer Erwerbstätigkeit, die Selbstständigen näher untersucht werden.

Der Stadtteil Gröpelingen wurde ausgewählt, weil er wie kaum ein anderer schon seit vielen Jahrzehnten in einem besonderen Maße durch Migration geprägt ist (Zu- und Abwanderung). Obwohl Gröpelingen für die Gesamtstadt eine weit überdurchschnittliche Integrationsleistung erbringt, ist das Image des Stadtteils zwiespältig. Gröpelingen ist ein junger und internationaler Stadtteil mit erheblichen Zukunftspotenzialen. Die räumliche Nähe zu den aufgewerteten Wasserlagen der Überseestadt und den ehemaligen Hafengebieten, bietet vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten. Im Alltag ist jedoch gerade der Kontrast zwischen dem modernen Wohnen in der Überseestadt und den angrenzenden Quartieren mit hoher Arbeitslosigkeit (25 Prozent) und einem hohem Armutsrisiko der jungen Menschen besonders schroff (50 Prozent der unter 18-Jährigen). Diese Spannungsverhältnisse haben aktuell dazu geführt, dass der ›Bremer Westen‹, einschließlic von Gröpelingen, zu einem Schwerpunkt der Bremer Stadtentwicklung und der Bildungsförderung erklärt wurde. In neuen Ansätzen der Stadt- und Stadtteilentwicklung² gilt besonders die Förderung und Weiterentwicklung der Stadtteilökonomie als ein zentraler

›Hebel‹: für lokale Beschäftigungs- und Ausbildungsförderung, zur Verbesserung des ›Images‹ und des sozialen Zusammenhalts. Damit kommt den dort tätigen Selbstständigen, insbesondere den vielen migrantischen Geschäftsleuten und ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, eine wichtige Funktion zu. Sie betreiben im Stadtteil überwiegend Kleinunternehmen und wenige mittelgroße Betriebe.

Die Ziele der lokalen Expertise zu den migrantischen Gewerbetreibenden in Gröpelingen lagen in der näheren Klärung folgender Fragen:

- In welchen Bereichen und unter welchen Bedingungen arbeiten die Menschen mit einem Migrationshintergrund (Arbeitszeiten, Beschäftigte, Qualifikation, Einkommen, Stabilität beziehungsweise Ertrag der Gewerbe)?
- Welche Rolle spielt das migrantische Unternehmertum, inwiefern trägt es zur Stärkung des sozialen Zusammenhalts in den Quartieren bei und wie kann es weiterentwickelt werden?

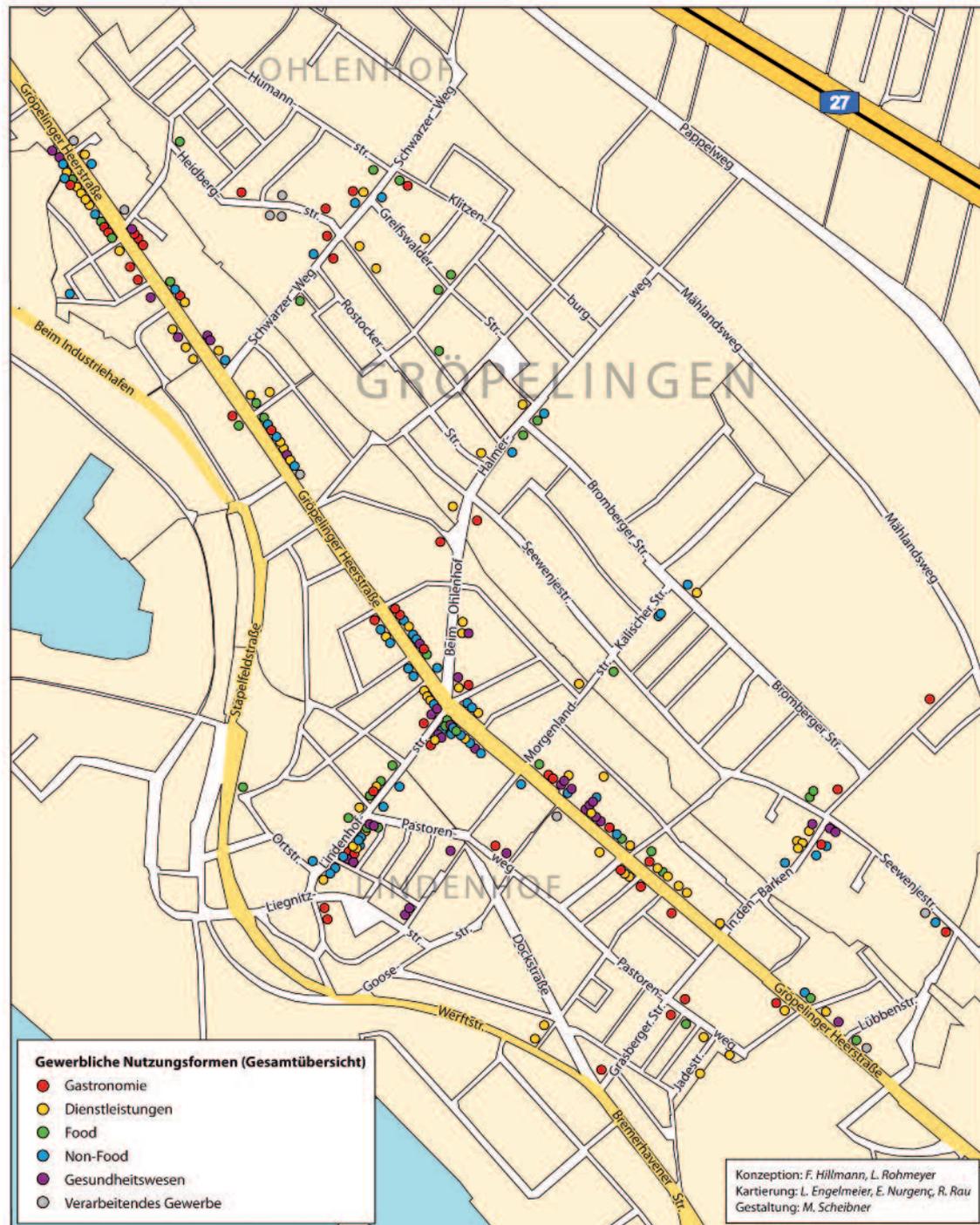
Für die Expertise und zur Beantwortung der genannten Fragen wurden in den Ortsteilen Gröpelingen, Lindenhof und Ohlenhof insgesamt 268 gewerbliche Nutzungsformen erfasst und in einer Karte festgehalten (siehe Abb. 2). Die Karte zeigt, dass sich die Unternehmen besonders entlang der ›Gröpelinger Heerstraße‹ zwischen ›In den Barken‹ und ›Morgenlandstraße‹, an der Ecke ›Gröpelinger Heerstraße‹/›Lindenhofstraße‹, in der ›Lindenhofstraße‹ am ›Schwarzen Weg‹ und zwischen ›Rostocker Straße‹ und ›Humannstraße‹ konzentrieren.

Die Betriebe wurden in die Kategorien ›Einzelhandel‹, ›Dienstleistungen‹, ›Gastronomie‹, ›Gesundheitsbereich‹, ›verarbeitendes Gewerbe‹ und ›Sonstiges‹ unterteilt. Unter ›Einzelhandel Food‹ sind sämtliche Bäcker, Discounter, Kioske, Obst- und Gemüsehändler und (kleine) Supermärkte gefasst. Mit ›Einzelhandel Non-Food‹ sind Drogerien, Fachhandel, Blumenläden und so weiter gemeint. Die Kategorie ›Dienstleistungen‹ fasst Friseure, Änderungsschneidereien, Fahrschulen, Versicherungsbüros und anderes, zur Kategorie ›Gastronomie‹ gehören

1 Vgl. Hillmann/Rohmeyer (2012).

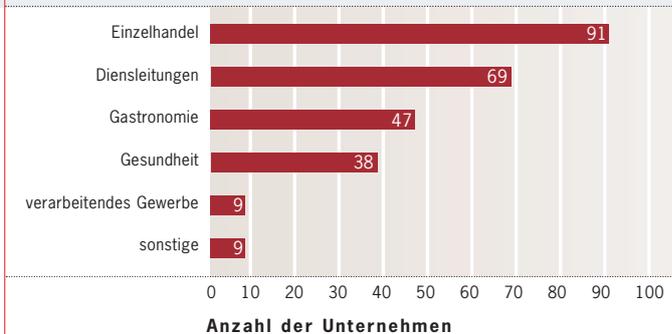
2 Der Senator für Wirtschaft und Häfen verweist in seiner Mittelstands- und Existenzgründungsoffensive auf die besonderen Potenziale und den engen Zusammenhang zwischen lokaler Ökonomie und der Kreativwirtschaft (vgl. Der Senator für Wirtschaft und Häfen 19.05.2009). Ebenso die Ansätze und Projekte des IBA-Programms ›Lokale Ökonomie‹ im Hamburger Stadtteil Wilhelmsburg.

Abbildung. 2:
Verteilung der erhobenen gewerblichen Nutzungen nach Kategorien



Quelle: ???

Abbildung 1:
Die Unternehmen der Kartierung nach Branchen



Quelle: Eigene Erhebung, Darstellung: Rohmeyer.

Einrichtungen wie Restaurants, Imbisse, Kneipen, Gaststätten und Cafés. Der ›Gesundheitsbereich‹ vereint Arztpraxen, Orthopäden und Physiotherapeuten. Unter ›Sonstige‹ sind in dieser Studie Gemeinschaftshäuser, Kulturvereine und soziale Einrichtungen gefasst (Abb. 1).

Abbildung 1 zeigt, dass der Einzelhandel in den Ortsteilen Ohlenhof, Gröpelingen und Lindenhof dominiert. Ein ebenfalls bedeutsamer Bereich sind die Dienstleistungen, gefolgt von der Gastronomie. 38 Betriebe sind der Kategorie ›Gesundheit‹ zuzuordnen und neun dem verarbeitendem Gewerbe.

³ EFRE ist ein EU-Förderprogramm, in dessen Rahmen Projekte in Städten und Stadtrandgebieten mit wirtschaftlichen und sozialen Defiziten gefördert werden.

Bei 87 von insgesamt 268 Unternehmen hat der Geschäftsinhaber oder die Geschäftsinhaberin einen Migrationshintergrund, dies entspricht 33 Prozent. Bereits dieser Befund widerspricht vielen in der Stadt und im Stadtteil Gröpelingen verbreiteten Vorurteilen, dass die Stadtteilökonomie ›in türkischer Hand‹ sei oder einem ›Basar‹ gleiche (›Klein-Istanbul‹). Rund 43 Prozent aller Geschäftsleute der Gastronomiebetriebe und 37 Prozent der Einzelhandelsbetriebe (›Food‹ und ›Non-Food‹) besitzen einen Migrationshintergrund, ebenso wie 35 Prozent aus dem Dienstleistungssektor und 21 Prozent aus dem Gesundheitsbereich.

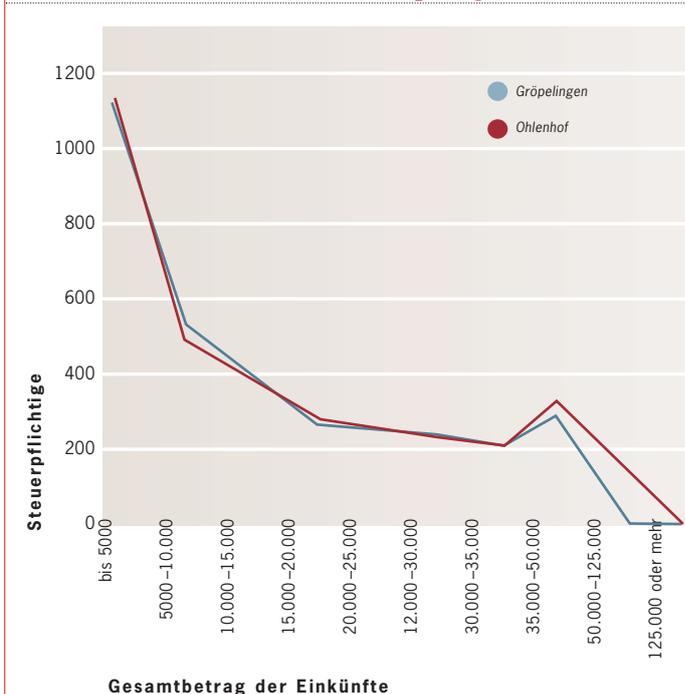
Es gibt in Gröpelingen aber nicht allein die einzelnen Unternehmen, sondern ein gewachsenes Netzwerk, das über eine klassische Interessenvertretung der Einzelhändler weit hinausgeht. Ursprünglich gefördert mit EU-Mitteln (EFRE³-Projekten), verfolgt dieses Netzwerk eine integrierte Förderung der wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Entwicklung des Stadtteils. Wichtig für die Arbeit des Netzwerkes ist, dass keine besonderen Unterschiede zwischen Mitgliedern mit oder ohne Migrationshintergrund gemacht werden: ›Alle spielen nach den gleichen ›Regeln‹. Insgesamt ist es aber auch im Gröpelinger Alltag nicht immer einfach, die sehr unterschiedlichen Vorstellungen der Geschäftsleute ›unter einen Hut‹ zu bringen. Alle Beteiligten benötigen Ausdauer, Kommunikations- und Konfliktfähigkeit und auch unterstützende Ressourcen.

Vor allem in den vergangenen fünf Jahren wurde verstärkt in den Gewerbestandort Gröpelingen investiert: ›Vom Stand der privaten Investitionen, die hier gemacht wurden, sehe ich gute Perspektiven, wenn das ordentlich begleitet wird.‹ Derzeit steigen außerdem langsam die Immobilienpreise, nachdem sie über Jahre eher gesunken sind. Bei diesen Entwicklungen handelt es sich jedoch um recht allgemeine Trends.

Genauere Anhaltspunkte über die ökonomische Situation in den Ortsteilen Gröpelingen und Ohlenhof bietet die Steuerstatistik. Die Abbildung 3 gibt zum einen Auskunft über die Jahreseinkommen der Steuerpflichtigen und damit indirekt auch über die lokale Kaufkraft.

Auch diese Angaben widersprechen dem langläufigen Vorurteil, der Stadtteil sei vor allem durch weitverbreitete Armut gekennzeichnet. Hier soll keineswegs die vorhandene Armut im Stadtteil

Abbildung 3:
Steuerstatistik für die Ortsteile Gröpelingen und Ohlenhof



Quelle: ???

Gröpelingen infrage gestellt werden, die für einen viel zu großen Teil der Bewohnerschaft als verfestigte Armut zu Perspektivlosigkeit führt. Und das gerade in Familien mit Kindern, die zu 50 Prozent in Haushalten aufwachsen, die mit Hartz IV wirtschaften müssen. Diese prekäre materielle Situation unterstreicht die extrem steil abfallende Linie auf der linken Seite der Abbildung. Sie zeigt eine Art ›Armutsspitze‹ durch eine weit überdurchschnittlich hohe Anzahl von Steuerpflichtigen mit einem Jahreseinkommen von unter 10.000 Euro. Auch diese steuerpflichtigen Personen leben in Armut oder sind armutsgefährdet – zusätzlich zu denjenigen, die von öffentlichen Sozialleistungen leben müssen. Neben dieser ›Armutsspitze‹ in beiden Ortsteilen ist aber auch ein ›Plateau‹ von bescheidenen und mittleren Einkommen zu erkennen (20.000 bis 50.000 Euro). Gerade diese ›Mittelschicht‹ ist für die Stabilisierung des sozialen Zusammenhalts von zentraler Bedeutung, wie auch für die ›Nachfrage‹ nach Gütern und Dienstleistungen der Stadtteilökonomie.

Was bedeuten diese Anhaltspunkte zur materiellen Situation im Stadtteil Gröpelingen nun aber genau für die Stadtteilökonomie und die Situation der migrantischen Unternehmerinnen und Unternehmer? Wie schätzen sie ihre Geschäftssituation und ihren Arbeitsalltag ein?

Ergebnisse der Befragung selbstständiger Geschäftsleute in Gröpelingen

Von den insgesamt 87 Geschäftsleuten wurden insgesamt 30 Selbstständige mit Migrationshintergrund exemplarisch befragt. Die Ausgewählten spiegeln recht genau die tatsächliche Verteilung der verschiedenen Herkunftsländer der migrantischen Bevölkerung in Gröpelingen wider sowie die Verteilung auf die unterschiedlichen Branchen. Von den Befragten waren sechs weiblich und 24 männlich. Ihr Alter lag zwischen 27 und 55 Jahren.

Herkunft

Von den 30 Befragten sind lediglich fünf in Deutschland geboren, ein Befragter ist in den 1960er-, sechs in den 1970er-, fünf in den 1980er-, ein Drittel der Befragten in den 1990er-Jahren und vier seit 2000 zugewandert. Die kürzeste Aufenthaltsdauer liegt bei sechs Jahren. Sieben Geschäftsinhaberinnen und Geschäftsinhaber besitzen die deutsche Staatsangehörigkeit, einer die türkische

und die deutsche. 16 Befragte besitzen die türkische Staatsangehörigkeit, zwei die griechische und jeweils ein Befragter die französische, libanesische, afghanische und syrische.

Es dominiert eine abgeschlossene Lehre, oft nicht im deutschen Bildungssystem erworben

Eine abgeschlossene Lehre ist der häufigste Abschluss, lediglich zwei Personen haben ein Hochschulstudium. Fast die Hälfte der Befragten hat die berufliche Ausbildung nicht im deutschen Bildungssystem absolviert. Beinahe die Hälfte aller Befragten hat auch ihren Schulabschluss nicht in Deutschland erworben. Von den sechs weiblichen Befragten haben zwei eine abgeschlossene Berufsausbildung samt Meistertitel. Eine Frau hat einen Hochschulabschluss, eine die Realschule absolviert und zwei geben an, die Ausbildung nicht im deutschen Ausbildungssystem absolviert zu haben. Von den männlichen Befragten geben 14 an, ihre Ausbildung nicht im deutschen Bildungssystem vollendet zu haben, sieben haben eine Lehre abgeschlossen als höchsten Bildungsabschluss (teilweise nicht nach deutschem Bildungssystem) und einer einen deutschen Universitätsabschluss in Wirtschaftswissenschaften.

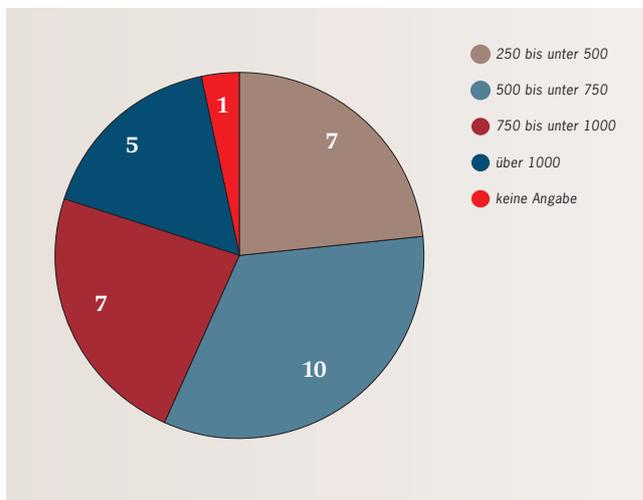
Die Hälfte ist durch Familiennachzug eingereist, fünf sind in Bremen geboren

Fast die Hälfte der Befragten sind als Familienangehörige zugewandert (14), ein Fünftel ist mit einem Touristenvisum eingereist, drei sind als Flüchtlinge (zwischen 1988 und 1993) nach Deutschland gekommen und einer ist illegal eingereist. Lediglich fünf Personen sind in Bremen aufgewachsen (Alter: zwischen 27 und 43 Jahren). In Bremen aufgewachsen zu sein stellt demnach eine Ausnahme dar – was angesichts der jungen Bevölkerungsstruktur im Stadtteil überraschend ist.

Die Geschäfte bieten den meisten ökonomische Unabhängigkeit

Knapp zwei Drittel der Befragten geben an, dass die Einnahmen aus dem Geschäft den kompletten Unterhalt der Familie decken, wenn auch teilweise knapp. Bei acht Befragten sind durch die Einnahmen die laufenden Kosten gedeckt. Wie bei allen Untersuchungen zur Selbstständigkeit, gestaltet sich die Frage nach den Einnahmen und Ausgaben schwierig. Die Befragten fürchten häufig, dass die

Abbildung 4:
Darstellung der Monatsmiete für die Geschäfte in Euro



Quelle: Eigene Erhebung, Darstellung: Rohmeyer.

gemachten Angaben doch irgendwie bei der falschen Adresse landen könnten. Dennoch hat etwas mehr als die Hälfte der Interviewpartner diese Frage beantwortet. Das monatliche Familieneinkommen liegt bei einer/einem Befragten bei unter 500 Euro, bei drei zwischen 500 Euro und unter 1.000 Euro, bei fünf zwischen 1.000 Euro und unter 1.500 Euro, bei einer/einem zwischen 2.000 Euro und unter 2.500 Euro und bei fünf der Befragten über 2.500 Euro. Bei acht dieser Geschäftsinhaberinnen und -inhaber tragen noch weitere Einkünfte zum Lebensunterhalt der Familie bei. Diese sind zum einen Gehälter des Partners oder auch eines Kindes sowie Harz IV/Sozialhilfe. Rund 67 Prozent der Befragten geben an, über keine Ersparnisse zu verfügen. Fallen Ersparnisse an, werden diese größtenteils auf Sparbüchern angelegt, meistens für die Kinder.

Ein Drittel dynamisch, ein Drittel stagnierend, ein Drittel in schwieriger Situation

Die Entwicklung der Geschäfte seit der Eröffnung verlief bei den Befragten erwartungsgemäß sehr unterschiedlich. Neun geben an, dass sich der Umsatz verbessert habe, bei der gleichen Anzahl an Befragten verschlechterte sich der Umsatz jedoch. Dieses relativ ausgeglichene Bild wird von der Tatsache, dass etwa bei einem Drittel der Geschäftsleute das Einkommen etwa gleich geblieben ist, weiter bestätigt. Als Gründe für eine Verbesserung sehen die Geschäftsleute den Aufbau eines festen Kundenstamms, zunehmende »Mundpropa-

ganda« und Erfahrungsgewinne. Die Gründe für eine Verschlechterung liegen an zunehmender Konkurrenz (größere Filialen, Internet), einer veränderten wirtschaftlichen Lage (zunehmende Arbeitslosigkeit) sowie einer lediglich jahreszeitlich bedingten Flaute (»Januar und Februar sind schlechte Monate«). Auch ein Blick auf die Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten bestätigt das relativ ausgeglichene Bild: Zwölf Befragte haben heute mehr Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als zur Eröffnung des Geschäfts, fünf geben an, weniger zu haben, bei sieben ist die Anzahl der Beschäftigten gleich geblieben. Damit »kämpfen« die Unternehmerinnen und Unternehmer mit einem sogenannten Migrationshintergrund mit ganz ähnlichen Problemen wie auch die einheimischen Unternehmen.

Die meisten Geschäfte sind jüngerer und mittleren Datums

Das älteste Geschäft in der Befragung besteht seit dem Jahr 1994. Im Zeitraum von 1995 bis 2005 liegt die Gründung von vier weiteren Unternehmen. Fast 50 Prozent der Unternehmen wurden hingegen zwischen 2006 und 2010 eröffnet und weitere 27 Prozent seit 2011. Werden die Befragten, die in Deutschland geboren wurden, nicht einbezogen, zeigt sich, dass zwischen der Einreise ins Land und der Eröffnung eines eigenen Geschäfts im Durchschnitt etwa 15 Jahre vergehen. Konkret zeigen sich jedoch sehr unterschiedliche Zeitspannen bis zu einer Gründung. Sechs Unternehmen wurden sofort beziehungsweise bis zu fünf Jahre später gegründet, sieben Geschäfte 9 bis 15 Jahre nach der Einreise nach Deutschland. Vier Eröffnungen fanden 16 bis 20 Jahre später, fünf 21 bis 25 Jahre später und drei 26 bis 30 Jahre später statt. Insgesamt sind die Unternehmen zeitlich relativ stabil.

Meist ein bis zwei Räume auf 50 bis 99 Quadratmetern bei überwiegend 500 bis 1.000 Euro Miete

Die Geschäftsräume sind zwischen 20 und 1.050 Quadratmetern groß, wobei die 1.050 Quadratmeter mit großem Abstand eine Ausnahme darstellen. Über die Hälfte der Unternehmen haben zwischen 50 und 99 Quadratmeter Ladenfläche, rund 17 Prozent zwischen 20 und 49 Quadratmeter, zwei weitere Läden zwischen 110 und 115 Quadratmeter. Die Hälfte der Läden besteht aus ein bis zwei Räumen (14), neun weitere haben drei oder vier Räume. Die

Miete der Geschäftsräume liegt zwischen 250 Euro und über 1.000 Euro. Lediglich in einem Fall ist das Geschäft im Eigentum. Sieben Geschäftsleute zahlen zwischen 250 und 499 Euro Miete, 17 zwischen 500 und 1.000 Euro. Über 1.000 Euro Miete fallen bei vier der Befragten an.

Gründungsmotive: drohende Erwerbslosigkeit, mehr Selbstbestimmung und Vorbilder aus der Familie

18 Befragte haben ihr Geschäft selbst eröffnet, zwölf hingegen haben es übernommen. Eine Übernahme erfolgte überwiegend von Geschäftsleuten aus dem Bekannten- oder Familienkreis. Von ihnen hatten sie die Information, dass das Geschäft übernommen werden kann. Als Gründe für die Selbstständigkeit wurden schlechte Beschäftigungsperspektiven genannt, wenn zum Beispiel die eigene Ausbildung nicht anerkannt wird, eine Alternative zum Angestelltenverhältnis, sein ›eigener Chef‹ sein zu können sowie über mehr Selbstbestimmung oder über mehr Geld verfügen zu können. Eine wichtige Rolle spielt für viele auch die Vorbildfunktion der Eltern, die das Leben als Selbstständige ›vorgelebt‹ haben. ›Ich hatte keinen guten Job und meine Eltern waren auch immer selbstständig, daher war mir das nicht unbekannt.‹ ›Wir sind da hineingeboren, es war immer klar, dass ich das Geschäft übernehme.‹ ›Außerdem hat mein Vater ein ähnliches Geschäft.‹ Ein Drittel der Befragten war bereits vor der Geschäftsübernahme oder der Neugründung selbstständig. Als Motive für einen ›Neubeginn‹ als Geschäftsleute wurden Umzüge aus dem Ausland oder auch im Quartier genannt oder weil das alte Geschäft ›nicht lief.‹

Gründungsfinanzierung durch eigene Ersparnisse, Verwandte, kaum über Gründungszuschüsse

19 Befragte mussten Geld für die Neugründung auf den Tisch legen. Im Durchschnitt lagen diese Kosten zwischen 10.000 und 15.000 Euro, vereinzelt wurden bis zu 20.000 Euro gezahlt. Die Gründungsfinanzierung erfolgte dabei bei einem Drittel der Befragten über eigene Ersparnisse und über Verwandte. Acht Befragte nahmen Kredite bei einer Bank in Anspruch, nur einmal wurden staatliche Gründungszuschüsse erwähnt. Sie spielten bei den Befragten keine Rolle. Die Kredite zur Gründungsfinanzierung wurden von zwei der sechs weiblichen

Befragten und von sechs der männlichen Personen aufgenommen. Die entsprechenden Geschäftsinhaber sind alle im mittleren Alter (zwischen 31 und 48 Jahren).

Arbeitszeiten im Durchschnitt neun bis zehn Stunden pro Tag

Etwas mehr als die Hälfte der Befragten arbeitet zwischen sieben und zehn Stunden am Tag, vier müssen zwischen elf und zwölf Stunden und zwei zwischen 13 und 14 Stunden pro Tag arbeiten. Letztere haben keine festen Pausen, nehmen sich jedoch eine Auszeit von etwa einer halben Stunde pro Tag. Noch längere Arbeitszeiten nannten fünf der Befragten: drei gaben an, dass sie zwischen 15 und 16 Stunden arbeiten. Es handelt sich bei ihnen um Geschäftsleute aus dem Einzelhandel (Lebensmittel) und der Gastronomie. Ebenfalls aus der Einzelhandelsbranche stammen die beiden Geschäftsinhaber, welche die längsten Arbeitszeiten mit bis zu 19 Stunden angeben. Gemeinsam ist diesen beiden, dass ihre Läden erst vor Kurzem eröffnet wurden. Sie geben an, auch keinen Ruhetag einzulegen, genauso wie zehn weitere Befragte. Die Hälfte der Befragten hat allerdings einen festen Ruhetag, zumeist am Sonntag.

Keine Einschränkung auf eine bestimmte Klientel

Bei fast zwei Drittel der Befragten sind Kunden unterschiedlicher Nationalitäten üblich. In acht Geschäften ist der Kundenstamm überwiegend deutsch und bei nur drei Geschäften überwiegend türkisch. In diesen drei Läden sind auch alle Beschäftigten türkischer Nationalität. Die Geschäftsleute haben diese Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über private Netzwerke und Eigeninitiative der Beschäftigten ›gefunden.‹ Es handelt sich bei den Angestellten in zwei Fällen teilweise, in einem ausschließlich um Familienangehörige. Als Vorteile der Beschäftigung von Familienangehörigen sehen die Befragten vor allem das gegenseitige Vertrauen. Die Befragten, die angeben, dass ihr Kundenstamm überwiegend deutscher Herkunft ist, beschäftigen Angestellte verschiedener Nationalitäten. In dieser ›Gruppe‹ gibt jeweils nur ein Befragter an, die Angestellten über private Netzwerke gefunden zu haben oder aus dem Familienkreis zu beschäftigen (und auch dies nur teilweise und nicht ausschließlich).

Inhaber überwiegend männlich, Personal überwiegend weiblich

Insgesamt beschäftigen die Befragten 72 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, von denen die Mehrheit zwischen 25 und 45 Jahren alt ist. Je nach Unternehmen sind von keinem bis zu zwölf Beschäftigte angestellt. Bei sechs Betrieben handelt es sich um ›Ein-Mann-‹ oder ›Eine-Frau-‹ Betriebe. Von den insgesamt sechs Frauen sind in dieser Gruppe zwei Frauen vertreten. Sieben Betriebe haben jeweils einen, sechs Betriebe drei und vier zwei Beschäftigte. Viele der Angestellten sind türkischer Herkunft, quantitativ gefolgt von denen deutscher Herkunft, von Rumänen, Griechen und Persern (jeweils deutlich weniger Personen). 44 Angestellte sind weiblich und 28 männlich. 13 Geschäftsleute haben ›ihre Angestellten‹ über private Netzwerke gefunden, acht über Bekanntschaften, drei über die Zeitung und sieben über Eigeninitiative. Lediglich drei Betriebe beschäftigen ausschließlich Familienangehörige, acht der Befragten teilweise und zwölf beschäftigen keine Familienangehörigen in ihren Geschäften. Als Gründe für die Beschäftigung von Familienangehörigen wurden vor allem das gegenseitige Vertrauen und der monetäre Zugewinn im Familieneinkommen genannt.

Leichte Tendenz zu Minijobs, bei etwa acht Euro Stundenlohn

Die Art der Anstellung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist sehr unterschiedlich. Von einer Vollzeitbeschäftigung über Teilzeitanstellungen bis hin zu Minijobs ist alles vertreten. Die Minijobs überwiegen insgesamt leicht. In 13 Fällen wird ein Vollzeitbeschäftigungsverhältnis angegeben, für zwölf Beschäftigte Teilzeitverträge sowie für 17 Minijobs. 13 Befragte machten darüber hinaus Angaben zum Verdienst ihrer Angestellten. Die Stundenlöhne liegen demnach im Durchschnitt bei rund acht Euro Stundenlohn (netto).

Kaum Zeit und kaum Ressourcen, um ein Ausbildungsbetrieb zu werden

Vier Betriebe bilden aus. Die Gründe der Geschäftsleute, die sie davon abhalten, in Ihren Betrieben auszubilden, sind fehlende Meisterbriefe oder die ›anstrengende‹ Ausbildereignungsprüfung. Dafür sei weder Zeit noch Geld vorhanden.

Im Großen und Ganzen zufrieden, aber Bedrohung durch Filialisten

Zufrieden mit ihrer Situation als Selbstständige sind die Befragten vor allem aufgrund ihrer Kundenkontakte, ihrer Selbstbestimmung, bei einer guten Entwicklung des Geschäfts, wenn sie mit den Angestellten zufrieden sind und teilweise auch mit dem Einkommen. Als Faktoren der Unzufriedenheit wurden zu lange Arbeitszeiten genannt, zu wenig Zeit für die Familie sowie der Konkurrenzdruck (vor allem gegenüber großen Filialen und Ketten). Pläne für die Zukunft des Unternehmens zielten immer wieder auf eine Umsatzsteigerung, mehr Aufgaben an das Personal abzugeben, eventuell neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einzustellen oder weitere Filialen zu eröffnen. Vier Befragte sehen hingegen die Schließung des Geschäfts voraus, zwei davon wollen Deutschland dann verlassen. Fünf Befragte haben keine konkreten Pläne und sind zufrieden, wenn es so weiterläuft wie bisher.

Bessere finanzielle Lage, aber weniger Zeit für die Familie

Neben der Bedeutung der Familienbeziehung im Geschäft durch Beschäftigte aus der Familie oder durch die Unterstützung bei der Gründungsfinanzierung, wurde auch nach den Auswirkungen der Geschäftseröffnung auf die familiäre Situation gefragt. Die wesentlichen Veränderungen sind hierbei, dass die Familien finanziell durch die Selbstständigkeit zwar überwiegend besser gestellt sind, dies jedoch mit weniger Zeit für Familie und Privatleben einhergeht. Oftmals sind die Befragten die Alleinverdiener und für den Familienunterhalt zuständig. Es konnten dabei keine großen Unterschiede zwischen weiblichen und männlichen Befragten festgestellt werden. Auf die Frage nach Zukunftswünschen für die Familie nennen die meisten Gesundheit und Glück sowie eine gute Ausbildung oder ein Studium für die Kinder. Für die eigenen Kinder möchten nur wenige Befragte, dass sie das Geschäft übernehmen, einige wollen dies sogar auf keinen Fall. Sie begründen diese Aussage mit der Hoffnung, dass die nachfolgende Generation etwas ›Besseres‹ oder etwas ›Vernünftiges‹ machen sollen.

Freunde und Bekannte als wichtigste Ratgeber und Kontaktpersonen

Rund 87 Prozent der Befragten haben eine Partnerin oder einen Partner, 77 Prozent von diesen sind verheiratet, häufig sind bei den Geschäftsinhabern die Ehefrauen als ›Hausfrauen‹ tätig. Aber nicht alle Befragten leben mit ihren Partnern zusammen, zwölf leben allein und 17 mit ihrer Familie. Neben den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern hat der Grossteil der Selbstständigen regelmäßigen Kontakt zu anderen Geschäftsleuten, sieben regelmäßig zu offiziellen Behörden und fünf zu Verbänden. Nur zwei der Befragten geben an, keine regelmäßigen Kontakte zu einer dieser Gruppen zu pflegen. Als weitere wichtige Einrichtungen wurden soziale Einrichtungen, Sportvereine und die Moschee genannt. Die Frage nach einer intensiven Zusammenarbeit mit anderen Unternehmerinnen und Unternehmern bejahten fünf Geschäftsleute. Bei beruflichen Fragen wenden sich die Befragten an Freunde und Bekannte oder an andere Geschäftsleute im Stadtteil mit mehr Erfahrung, den Steuerberater oder an die jeweilige ›Kammer‹. Bei der Unterstützung spielen insgesamt die Familie und Freunde eine wichtige Rolle. Einige äußern auch direkt den Wunsch nach mehr staatlicher Unterstützung, sowohl in finanzieller Hinsicht als auch in Form eines ›Coachs‹.

Vernetzung im Stadtteil: auf einem gutem Weg in der Stadt: noch zu leisten

Die überwiegende Mehrheit gab in der Befragung an, dass ihr Geschäft im Stadtteil bekannt sei. Als eine grundlegende Bedingung für den Erfolg der Unternehmung deutet dieses Ergebnis auf eine gute Vernetzung im Stadtteil hin. Ganz anders jedoch zeichnet sich die Situation hinsichtlich anderer Stadtteile ab. Nur neun Befragte gehen davon aus, dass ihr Geschäft über die Grenzen Gröpelingens bekannt ist. Zwei Drittel der Befragten leben auch privat in Gröpelingen, einige in Bremen-Nord. Eher eine Ausnahme sind Geschäftsleute aus Ritterhude, Tenever und aus der Gartenstadt Vahr. Die Mehrheit ist zufrieden mit dem aktuellen Wohnort. Gefragt nach Verbesserungen für den Stadtteil, antworteten die Selbstständigen, man müsste das Image des Stadtteils, vor allem nach außen, verbessern, die Bildungseinrichtungen stärken, die Arbeitslosigkeit bekämpfen und langfristig eine Aufwertung der Sozialstruktur erreichen. Ver-

änderungswünsche wurden selten genannt und zielten dann in Richtung Schwachhausen, Borgfeld, in die Neustadt oder ins Bremer Umland.

Mehr als nur Versorgung: Kommunikation und Orientierung - Integration!

Die Funktion ihres Unternehmens für den Stadtteil sehen viele Besitzer neben der Versorgung der Bevölkerung mit Gütern, Waren und Dienstleistungen vor allem auch in der Kommunikation. Die Geschäfte seien soziale Treffpunkte, in denen auch Hilfe und Orientierung gegeben wird. Darüber hinaus sehen sich viele Geschäftsleute als Vorbilder für andere Personen und auch für die nachfolgende Generation. Wichtig seien neben den vielen Gesprächen auch Freizeitaktivitäten (Vereine, Sport) und für einige auch Treffen in den Moscheen (Mevlana und Fatih Moschee). Am intensivsten sei die Einbindung über die eigenen Kinder, die überwiegend im Stadtteil in Kindertageseinrichtungen oder in die Schulen gehen und ihrerseits über Freizeitaktivitäten in soziale Netze eingebunden sind.

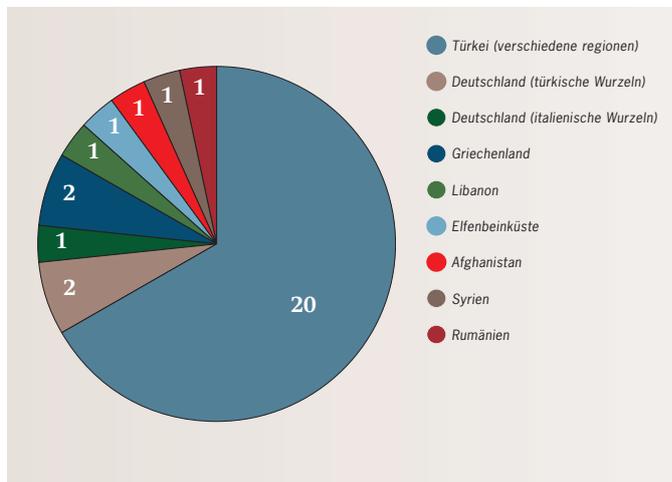
Mobilität und Transnationalität: starke Verbindung ins Herkunftsland

Die meisten Befragten verbringen ihre Freizeit, sofern sie welche haben, in der Nähe ihres Wohnortes, beim Sport, in der Stadt oder der Natur. Immerhin zehn Geschäftsleute geben an, dass sie keine oder nur ganz selten freie Zeit haben. Das beliebteste Urlaubsziel ist die Türkei. Allerdings sagen sieben Befragte, dass sie länger nicht mehr in den Urlaub fahren konnten (bis zu 18 Jahren). Weitere Nennungen sind europäische Mittelmeerorte, es gibt aber auch Ziele wie Thailand, die Elfenbeinküste und den Nordirak. Die meisten Urlaubsreisen dauern zwei bis drei Wochen, in Ausnahmefällen vier bis sechs Wochen (ein Betrieb wird dann geschlossen). Lediglich drei Befragte geben an, keinen Kontakt mehr ins Herkunftsland zu haben. Die anderen 27 halten den Kontakt zur Familie und zu den Freunden sehr regelmäßig.

Fazit - migrantische Gewerbetreibende stabilisieren die lokale Mittelschicht, den sozialen Zusammenhalt im Stadtteil und können zukünftig ein ›Motor‹ der Stadtteilentwicklung sein

Weil Menschen mit Migrationshintergrund, besonders aber Ausländerinnen und Ausländer, häufiger von Arbeitslosigkeit und unsicheren

Abbildung 5:
Die Herkunftsländer der Befragten



Quelle: Eigene Erhebung, Darstellung: Rohmeyer.

Beschäftigungsverhältnissen betroffen sind, steigt in den letzten Jahren die Zahl der Selbstständigen in Deutschland. Dennoch greift die weit verbreitete Ansicht zu kurz, Migrantinnen und Migranten würden sich vor allem selbstständig machen, wenn sie keinen akzeptablen Arbeitsplatz finden. Es handelt sich lediglich um einen Aspekt unter anderen. Lag die Quote der ausländischen Selbstständigen zu Beginn der 1990er-Jahre noch bei rund sechs Prozent, hatte sie sich bis 2010 mehr als verdoppelt,

4 Vgl. Die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration (2012).

5 Alle Zahlen aus dem 8. Integrationsbericht 2010: S. 160.

6 Vgl. Jung, Martin u.a. (2011).

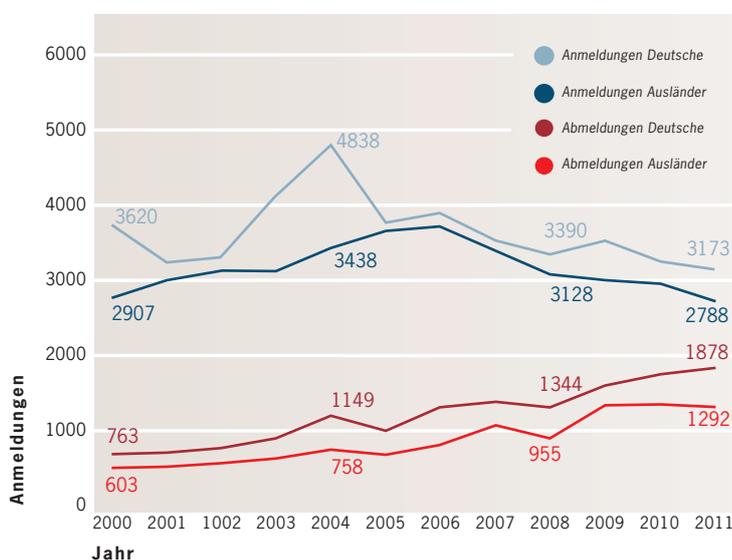
auf 12,5 Prozent.⁴ Sie lag damit auch höher als bei den Menschen mit Migrationshintergrund (9,9 Prozent) und deutlich höher als bei den Zuwanderern mit deutscher Staatsangehörigkeit (7 Prozent).⁵ Aktuell gibt es in Deutschland etwa 600.000 Unternehmen von Migranten mit geschätzten 2 bis 2,5 Millionen Erwerbspersonen. Demnach hat ungefähr jeder zwanzigste Erwerbstätige in Deutschland einen Arbeitsplatz in einem Migrantenunternehmen. Durch diese Entwicklung gewinnt die Selbstständigkeit als ein Weg zur wirtschaftlichen Integration an Bedeutung und wird als Alternative zur abhängigen Beschäftigung auch gefördert. Diese Entwicklung kann aber nicht allein als beruflich-soziale Aufstiegschance interpretiert werden. Trotz steigender Gründungsraten bei ausländischen gegenüber deutschen Unternehmerinnen und Unternehmern, haben erstere höhere Konkurs- und Insolvenzraten.⁶

Für das Jahr 2009 liegen, neben den Zahlen für die Selbstständigen in Deutschland, auch Zahlen für die Bundesländer vor. In Hamburg lag die Quote der Selbstständigen insgesamt bei 16 Prozent, da 22 Prozent der Erwerbstätigen mit einem Migrationshintergrund und 15 Prozent ohne Migrationshintergrund selbstständig waren. In Berlin lag im selben Jahr die Quote insgesamt bei 13,5 Prozent, da in etwa zu gleichen Teilen Erwerbstätige mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund in diesem Umfang selbstständig waren. Für das Bundesland Bremen liegen für diesen offiziellen Vergleich keine vergleichbaren Daten vor. Geschätzt wird in der Stadt Bremen eine Gesamtzahl von rund 9.000 ausländischen Selbstständigen.

Durch diesen Mangel an vergleichbaren, offiziellen Zahlen für Bremen kann als ein wichtiger Anhaltspunkt für den Zeitraum von 2000 bis 2011 auf die Zahl der Gewerbeanmeldungen zurückgegriffen werden. Sie reduzierte sich von 6.527 Anmeldungen im Jahr 2000 auf 5.925 im Jahr 2011. Gleichzeitig verdoppelten sich die Gewerbeabmeldungen von 1.366 im Jahr 2000 auf 3.170 im Jahr 2011 (Abb. 6).

Interessant ist vor allem die insgesamt gegenläufige Entwicklung zwischen den Anmeldungen von Deutschen und von Ausländern. Während die Gewerbeanmeldungen von deutschen Selbstständigen von einem höheren Niveau aus rückläufig sind, steigen die Gewerbeanmeldungen der Ausländer kontinuierlich. Sowohl bei den deutschen als auch

Abbildung 6:
Gewerbean- und -abmeldungen im Land Bremen von 2000 bis 2010



Quelle: Statistisches Landesamt Bremen, Darstellung: Rohmeyer.

den ausländischen Personen liegt die Zahl der Anmeldungen konstant über der Zahl der der Gewerbeabmeldungen. Die Zahl der Selbstständigen steigt dadurch auch im Bundesland Bremen. Weil Selbstständige rechtlich nicht dazu verpflichtet sind, ein Gewerbe auch abzumelden, sind die Gewerbeabmeldungen aber lediglich unter Vorbehalt zu betrachten. In den Jahren zwischen 2000 und 2011 gehörten im Bundesland Bremen die Gewerbetreibenden mit türkischer und polnischer Nationalität⁷ zur aktivsten ausländischen Gruppen.

Unter den geschilderten Rahmenbedingungen bestätigt die lokale Expertise zum Stadtteil Gröpelingen einige der allgemeinen Entwicklungen und konkretisiert sie gleichzeitig detailreich. Es bestätigt sich, dass die Motivation lediglich zum Teil mit den schwierigen Arbeitsmarktchancen, insbesondere für Ausländerinnen und Ausländer zusammenhängt. Ein erheblicher Teil der in Gröpelingen Befragten machte sich selbstständig, um selbstbestimmter arbeiten zu können (›sein eigener Chef sein‹) oder um über mehr Geld verfügen zu können. Ein Teil von ihnen kannte eine Kultur der Selbstständigkeit bereits von den Eltern oder aus dem weiteren Familienkreis oder war bereits vor der Geschäftsübernahme beziehungsweise einer Neugründung selbstständig.

Obwohl die befragten Selbstständigen in einem Stadtteil mit vergleichsweise niedriger Einkommensstruktur leben und wirtschaften, sehen sich zwei Drittel der Befragten in einer insgesamt gesicherten materiellen Situation. Lediglich ein Drittel der Befragten schildert eine schwierige Geschäftslage und erzielt monatlich weniger als 1.500 Euro beziehungsweise muss ergänzend Sozialleistungen beantragen. Ein weiteres Drittel der Befragten ist hingegen insgesamt zufrieden ohne dass es größere Verbesserungen oder Verschlechterungen gibt. Sie erzielen bescheidene Einkommen, mit denen sie jedoch den Betrieb und die Familie unterhalten können. Es gibt aber auch eine Gruppe von Selbstständigen, die ihre Geschäftslage als gut charakterisieren, ein solides Einkommen erzielen, weitere Beschäftigte eingestellt haben und zuversichtlich in die Zukunft schauen. Sie beklagen lediglich, dass ihnen für den wirtschaftlichen Erfolg weniger Zeit für die Familie und für Privates bleibt. Insgesamt spiegeln die migrantischen Geschäftsleute in etwa die ungleichen Lebensverhältnisse des gesam-

ten Stadtteils wider, seine materiell schwierigen Facetten, aber auch seine Chancen.

Auffällig ist, dass fast alle Gewerbetreibenden die Geschäftsräume angemietet haben und nicht Eigentümer sind. Zwei Drittel von ihnen mussten allein für die Geschäftsübernahme beziehungsweise eine Neugründung erhebliche Investitionen tätigen (10.000 bis 20.000 Euro). Dazu haben sie vor allem auf eigene Ersparnisse oder auf Unterstützungsleistungen von Familienangehörigen und Freunden zurückgegriffen. Öffentliche Fördermittel oder Darlehen zur Existenzgründung⁸ spielten hingegen fast überhaupt keine Rolle. Vergleichbar mit der sehr ungleichen materiellen Situation der Unternehmen im Stadtteil, ist auch ihre zeitliche Stabilität. Es gibt Unternehmen, die schon über 20 Jahre im Stadtteil angesiedelt sind. Fast die Hälfte schaut aber lediglich auf bis zu sechs Jahre zurück und etwas weniger als ein Drittel ist ganz neu (Gründung 2011). Neben Kontinuität und einer relativen Stabilität, existiert auch ein Segment starker unternehmerischer Gründungsaktivitäten mit hoher Fluktuation.

Bisher sind die migrantischen Selbstständigen in Gröpelingen (noch) überwiegend in den ›typischen‹ Branchen des Einzelhandels, der Gastronomie und der alltäglichen Dienstleistungen tätig. Es zeichnet sich jedoch mit dem Wechsel von der zweiten zur dritten Generation ein Wandel zu vielfältigeren und höherwertigen Angeboten ab. Diese jüngere Generation von Selbstständigen unterscheidet sich von der vorherigen durch eine andere Art des Wirtschaftens. Sie verfolgen ein gezielteres Marketing und sind seltener der prekären Ökonomie zuzuordnen. Aus Stadtteilsicht ist diese Entwicklung lediglich dann ambivalent, wenn erfolgreiche Selbstständige ihre Geschäfte in andere Stadtteile mit einer insgesamt höheren Kaufkraft verlagern, was selten geschied. Es gibt eher Geschäftsleute, die sich aufgrund der spezifischen Käuferstruktur gezielt in Gröpelingen ansiedeln. Eine weitere Entwicklung, die mit dem Wechsel der Generationen einhergeht, ist die Zunahme qualifizierter Dienstleistungen, bei der Mehrsprachigkeit bewusst als Kompetenz eingesetzt wird.

Die personelle Situation in den migrantischen Unternehmen ist relativ ›typisch‹. Von den 30 selbstständigen Inhaberinnen und Inhabern sind die meisten männlich (24 Männer, 6 Frauen), bei den 72 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern domi-

7 Für die polnischen Gewerbetreibenden stehen erst seit dem Jahr 2005 Daten zur Verfügung, was durch den Beitritt Polens zur EU 2004 veranlasst wurde.

8 Zu sehr ähnlichen Ergebnissen kommt eine von der Robert Bosch Stiftung geförderte Umfrage des Sachverständigenrats unter 478 Selbstständigen mit Migrationshintergrund.

nieren die Frauen (44 Frauen, 28 Männer).

Die Geschäftsleute haben etwa zur Hälfte weder ihre Schulbildung, noch ihre Berufsausbildung in Deutschland absolviert. Dennoch verfügen fast alle mindestens über eine berufliche Ausbildung, wenige haben einen Meistertitel und lediglich zwei Personen einen Hochschulabschluss. Ihr Arbeitsalltag ist durch relativ lange Arbeitszeiten gekennzeichnet, wie sie ebenfalls typisch für viele Selbstständige sind. Die Hälfte gibt Arbeitszeiten von sieben bis zehn Stunden an, einige arbeiten 12 Stunden oder sogar 15 bis 16 Stunden. In zwei gerade neu eröffneten Unternehmen wurden 19 Stunden genannt. Vier der Selbstständigen bilden in ihrem Betrieb aus. Die Kundschaft in den befragten Unternehmen ist vielfältig, lediglich drei haben überwiegend türkische Kunden, aber immerhin acht überwiegend deutsche Kunden.

Die Beschäftigten finden ihre Arbeitsstellen in den migrantischen Unternehmen überwiegend über private Netzwerke, einige aber auch durch Eigeninitiative und nur wenige über die Zeitung. In lediglich drei Unternehmen sind ausschließlich Familienangehörige beschäftigt, in fast der Hälfte keine. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind zu etwa gleichen Teilen in Vollzeit oder Teilzeit angestellt, rund 60 Prozent haben einen Minijob. Als durchschnittlichen Nettostundenlohn für ihre Beschäftigten gaben die Geschäftsleute rund acht Euro an.

Den migrantischen Selbstständigen wird im Stadtteil eine wichtige Bedeutung zugesprochen, die über die Versorgung mit alltäglichen Gütern und Dienstleistungen hinausgeht. Betont wird vor allem ihre besondere Rolle als Ansprechpartner für die lokalen Einrichtungen und öffentlichen Institutionen. Sie sind aber gleichzeitig für die migrantischen Bewohnerinnen und Bewohner und besonders für neu Zugewanderte auch Sprach- und Kulturinseln, wo Informationen und Tipps ausgetauscht werden und sie in ihrer Herkunftssprache sprechen können. Sie sind Orte der Kommunikation, der Information und auch der Identifikation. Die Ergebnisse der Studie zeigen außerdem, dass der weit überwiegende Teil der migrantischen Selbstständigen nicht eine materiell prekäre Nischenökonomie bildet. Sie sind Teil der im Stadtteil ebenfalls vorhandenen Mittelschicht und stabilisieren diese. Sie sind gleichzeitig ein stabilisierendes Element für die gesamte Stadtteilökonomie in

Göpelingen, die zu einem Drittel von ihnen getragen wird.

Die Einbindung der Selbstständigen in den Stadtteil verläuft in erster Linie über familiäre Netze und Kontakte zu anderen Gewerbetreibenden. Letztere genießen den Vorteil, dass es im Stadtteil seit 2007 einen lokalen Ansatz für eine integrierte Förderung der wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Entwicklung des Stadtteils gibt. Dieser geht über die klassische Interessenvertretung lokaler Einzelhändler weit hinaus und besteht aus zwei Partnern: dem Verein Gröpelinger Marketing und dem Verein Kultur vor Ort. Dieses Netzwerk besitzt derzeit 60 Mitglieder, neben Einzelhändlern und Gewerbetreibenden auch Vereine und Institutionen aus dem sozialen und kulturellen Bereich. In der Vergangenheit konnte mithilfe dieses Netzwerkes und durch öffentliche Fördermittel (EFRE und die ›Die soziale Stadt‹) wesentlich zur internen Stabilisierung, zur Vernetzung der Stadtteilökonomie und zur Stärkung des sozialen Zusammenhalts beigetragen werden. Zukünftig jedoch müssen in die bereits beginnenden Stadtentwicklungsplanungen für den ›Bremer Westen‹ Gewerbeentwicklungskonzepte integriert werden. An der Entwicklung dieser Konzepte und ihrer Umsetzung müssen die lokalen Geschäftsleute beteiligt werden, wozu auch spezifische interkulturelle Kompetenzen zwingend erforderlich sind. Denn Teile der migrantischen Selbstständigen in Gröpelingen können für diese Prozesse ein wichtiger ›Motor‹ sein.

Literatur

■ Der Senator für Wirtschaft und Häfen

19.05.2009: Vorlage Nr. 17/188-L für die Sitzung der Deputation für Wirtschaft und Häfen am 10. Juni 2009. Az.: 710-01-01/2-6-1 vom 19.05.2009. Strukturkonzept Land Bremen 2015 / Mittelstands- und Existenzgründungsoffensive.

■ Die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration (2010):

8. Bericht über die Lage der Ausländerinnen und Ausländer in Deutschland, Juni 2010.

■ Die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration (2012):

9. Bericht über die Lage der Ausländerinnen und Ausländer in Deutschland, Juni 2012.

■ Hillmann, Felicitas/Rohmeyer, Lea: Expertise im Auftrag der Arbeitnehmerkammer Bremen. Projektzeitraum: 01.01.2012 – 31.03.2012. Unter Mitarbeit bei der Datenerhebung von Lukas Engelmeier, Esra Nurgunç, Rafaela Rau.

■ IBA Hamburg: IBA-Programm „Lokale Ökonomie“.

■ Jung, Martin/Unterberg, Michael/Bendig, Mirko/Seidl-Bowe, Britta (2011): Unternehmensgründungen von Migranten und Migrantinnen. Untersuchung im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi), Juli 2011.