

Berliner Unternehmer türkischer Herkunft: „Ethnic Business“?

Berlin ist die Stadt mit den meisten Einwohnern ohne deutschen Pass. Auffällig ist, dass die größte Zunahme an Betriebsgründungen durch türkische Staatsangehörige auf die erste Hälfte der 1990er Jahre zu datieren ist. Dies hängt vor allem damit zusammen, dass eine Krise am Arbeitsmarkt zu hoher Erwerbslosigkeit führte. Die Neugründungen sind oftmals Überlebensstrategien und häufig keine gute Voraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg. Die meisten Unternehmer/innen gründen Kleinbetriebe, da diese kaum fachliche Vorqualifikationen und nur geringes Kapital benötigen. Der Großteil dieser Unternehmen scheitert jedoch an der hohen Konkurrenz, welche sich vor allem durch bessere Bildungsabschlüsse auszeichnen.

Des Weiteren ist es schwierig in Deutschland ein Unternehmen ohne deutschen Pass (vor allem als kein/e Bürger/in der EU) zu gründen, wodurch viele den Betrieb durch einen Strohmann oder über den Ehepartner anmelden.

Jedoch wurde das Ausländerrecht in jüngerer Vergangenheit liberalisiert. Dies führte dazu, dass das Verbot der Selbstständigkeit bei Aufenthaltsberechtigung aufgehoben wurde. Jedoch verfügen zahlreiche türkische Staatsbürger/innen in Deutschland über einen Aufenthaltstitel und dennoch ist ihnen die Selbstständigkeit untersagt. Die Folgen sind entweder Schwarzarbeit oder den Betrieb auf jemand anderen anzumelden.

Embeddedness und soziales Kapital als „ethnische Ressourcen“?

Ressourcenmodelle betonen vermeintlich gemeinsame Eigenschaften von Menschen gleicher Herkunft.

Zentrale Annahme: bestimmte Gruppen verfügen über einen vermeintlich homogenen und geteilten kulturellen Hintergrund und damit über spezifische „ethnische Ressourcen“, die den Gang in die Selbstständigkeit erleichtern.

Zwei Kritikpunkte:

1. Immanente und problematische Tendenz der Ethnisierung
2. Ein essentialistisches Kulturverständnis

Embeddedness-Konzept: ökonomisches Handeln ist immer auch soziales Handeln und ist damit eingebettet in Systeme sozialer Beziehungen.

- Relationale Embeddedness: Beziehungen zwischen zwei Akteuren
- Strukturelle Embeddedness: eine ökonomische Tauschhandlung zwischen zwei Personen auch vom Kontext ihrer Beziehungen zu Dritten beeinflusst wird

Eng verwoben mit den Embeddedness-Ansätzen sind Konzeptualisierungen „sozialen Kapitals“. Gemeinsamer Kern der Ansätze ist die Auffassung von sozialem Kapital als eine Ressource, die zwar individuell verfügbar ist, die sich aber ausschließlich aus sozialen Beziehungen zu anderen ergibt.

Rolle persönlicher Beziehungen bei der Betriebsgründung und -führung

Persönliche Beziehungen sind für die Anschaffung von Startkapital viel wichtiger als formelle Verträge mit Kreditinstituten. Oft muss zur Anschubfinanzierung auf Familienmitglieder zurückgegriffen werden, Kreditvereinbarungen werden auf den Namen von Familienmitgliedern geschlossen oder jemand aus dem privaten Umfeld bürgt für den Kredit. Das soziale Kapital, das hierbei aktiviert werden kann, beruht auf Zugehörigkeit, ist aber nicht in irgendeiner Weise an die Erwartung materieller Gegenleistungen gebunden.

Bei der Informationsbeschaffung werden als Ratgeber eher der erweiterte Freundeskreis herangezogen. Professionelle Unterstützung durch Unternehmensberater als auch öffentliche Angebote kaum wahrgenommen werden. Das ist vor allem darauf zurückzuführen, dass entsprechende Dienstleistungen in türkischer Sprache fehlen oder die Zielgruppe nicht erreichen.

Konstruktion national etikettierter Netzwerke:

Jede ökonomische Handlung bedeutet immer auch ein soziales Handeln, soziales Handeln ist daher die Basis für einen wirtschaftlichen Zyklus.

Die nationale Etikettierungskultur kann oftmals Nachteile verschaffen.

„Türken“ haben es schwer da die „Deutschen“ oftmals einen fiktiven Idealtypus haben. Es entsteht ein dominanter Diskurs „anders“ oder „türkisch“ zu sein, dieser entspringt durch Selbst- oder Fremdzuschreibungen. Dies hat für ein Unternehmen Konsequenzen auf der Handlungsebene. Somit wird man durch die Herkunft segmentiert und regionalisiert.

Beispiel Unternehmer Veli:

Dieser greift auf das soziale Kapital zurück der Mitarbeiter/innen zurück (Sprache).

z.B. „Türken“ können mit Kunden auf Türkisch sprechen, somit wird die Kommunikation erleichtert.

Nationale etikettierte Grenzen sind nichts naturgegebenes, sondern Konstrukte, die diskursiv vermittelt werden und durch die Handlungspraxis (re)produziert wird. Somit kommt ein kollektives festmachen von Normen und Werte zustande.

(Pütz, Robert: Themenheft 'Berlin's Changing Geography' - Heft 3, Die Erde – 134, Periodical)