



IMP

INTERNATIONAL
MIGRATION PRESS



IMP Working Papers
on Migration, Integration, Diversity

„Ethnische Unternehmen“ & „Ethnic Entrepreneurs“ in Österreich

by

Petra Aigner

Working paper no. 02/2011

Edited by the International Association for Migration Studies

Email: iams@migrationstudies.at
Website: <http://iams.migrationstudies.at>

A-4040 Linz/ Austria

Impressum

Series

"IMP Working papers on
Migration, Integration, Diversity"

Working Paper no. 02/2011



Petra Aigner

„Ethnische Unternehmen“ und „Ethnic Entrepreneurs“ in Österreich

© 2012 by



INTERNATIONAL
MIGRATION PRESS

<http://imp.migrationstudies.at>

Linz/D., Austria

Bibliographic Informations

(Austrian and German National Library):

The Austrian National Library registers this publication in the „Austrian Bibliography“; as well as the German National Library in the „German National Bibliography“.

Detailed bibliographical infos
are online available via:

<http://allegro.onb.ac.at/biblio>, or
<https://portal.d-nb.de>.

ISBN 978-3-902877-00-0

(E-paper version)

ISBN 978-3-902877-01-7

(Printed version)

This is the E-paper version; permanent download link:

http://migrationstudies.at/Ethnische_Unternehmen_Austria.pdf.

This free online copy is a protected "print only version".

For a full use copy please contact the publisher ([International Migration Press](http://imp.migrationstudies.at)).

„Ethnische Unternehmen“ & „Ethnic Entrepreneurs“ in Österreich¹

Petra Aigner

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITENDE BEMERKUNGEN.....	5
1.1	Migration und ethnisch-kulturelle Gruppen in Österreich	6
1.2	Erwerbstätigkeit von Menschen mit Migrationshintergrund	8
1.3	Die Entwicklung von Ethnic Entrepreneurship in Österreich	9
2	DATEN & FAKTEN ZU „ETHN. ENTREPRENEURS“ IN ÖSTERREICH	11
2.1	Herkunftsländer „Ethnischen Unternehmertums“ in Österreich	11
2.2	Branchenverteilung.....	14
2.3	Aktuelle allgemeine Trends bis 2011	15
2.4	Hinweise zu regionalen Aspekten	17
3	STRATEGIEN Z. ETABLIERUNG VON ETHN. ENTREPRENEURSHIP .	19
3.1	Marktbedingungen für „Ethnische Unternehmen“	19
3.2	Erfolgsstrategien und migrationspolitische Bedingungen.....	20
3.3	Marktbedingungen & Unternehmensentwicklungen in Österreich	21
4	ZUR ENTSTEHUNG VON „ETHNISCHEM UNTERNEHMERTUM“	23
4.1	Das „Nischenmodell“	23
4.2	Das „Kulturmodell“	24
4.3	Das „Reaktionsmodell“	24

1 Dieses paper wurde 2010 ursprünglich als draft für einen Beitrag zur Reihe "Migrationsmanagement" (hg. Gudrun Biffli, Nikolaus Dimmel, vorgesehen im Verlag Omnium, Leobersdorf/ Wien) verfasst. Der relevante Band (Migrationsmanagement Band 2) ist jedoch bisher (bis Mai 2012) nicht erschienen, und das copyright für diese erste Fassung wurde Gudrun Biffli und dem Verlag inzwischen auch wieder entzogen.

Das ursprüngliche paper von 2010 wurde für Zwecke dieser Publikation 2012 sehr eingehend überarbeitet, es stellt daher eine neue, eigenständige Publikation dar.

5	SOZIO-KULTURELLE FUNKTIONEN „ETHN. UNTERNEHMEN“ & INTEGRATIONSWECHSELWIRKUNGEN	25
5.1	„Networks of Trust“	25
5.2	Anerkennung durch „Schließung von Marktlücken“	25
5.3	Brückenbildung zwischen Mehrheits- & Minderheitsgesellschaft	26
5.4	Bildung von „Parallelgesellschaften“ vs. Integration	26
5.5	Berry’s Akkulturationsmodell	27
6	EIN EIGENES MODELL „ETHNISCHEN UNTERNEHMERTUMS“	29
6.1	Ein Modell der sozio-kulturellen Bedeutung „ethnischen Unternehmertums“	29
6.2	Die sozio-kulturelle Bedeutung von „ethnic Entrepreneurs“	30
7	FAZIT UND INTERNATIONALER VERGLEICH	31
7.1	Großbritannien	31
7.2	Frankreich	31
7.3	Deutschland und Österreich	32
7.4	Abschließende Bemerkung	32
8	ABBILDUNGS- UND TABELLENVERZEICHNIS	34
8.1	Verzeichnis der Abbildungen	34
8.2	Verzeichnis der Tabellen	34
9	LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS	35
10	ABOUT THE AUTHOR	38
11	ABSTRACTS	39
11.1	English Abstract	39
11.2	German Abstract	40

1 Einleitende Bemerkungen

Migrationen aller Art nach Österreich (wie die sog. „GastarbeiterInnen-Migration“, aus der Türkei, aus (Ex-)Jugoslawien, aus Italien, Spanien oder Griechenland der 60iger und 70iger Jahre des vergangenen Jahrhunderts, aber auch spezifische Flucht- und Asylmigrationen (Ungarn 1956, Tschechien 1968, Ex-Jugoslawien 1991-2000, Ex-UdSSR 1990-2003, sowie die dzt. permanenten Quell-Länder für Asylsuchende auch in Europa, wie Afghanistan, Palästina, Iran, Irak, Sudan, Somalia, Ruanda, & weitere subsaharische afrikanische Länder), dazu die generelle Globalisierung (siehe hier u.a. die fernöstlich-asiatische Migration), aber beispielsweise auch die EU-Erweiterungen der EU-10 (2004)² und EU-2 (2007)³: all diese Migrationsbewegungen führten in den letzten Jahrzehnten in Österreich zu einem Anstieg an Diversität der ethnisch-kulturellen Gruppierungen, der Personen mit Migrationshintergrund, und in Folge zur Diversität der erwerbstätigen Bevölkerung.

Von diesen Veränderungen waren der Arbeitsmarkt im Allgemeinen (s. hier Biffli/ Aigner et al. 2009, 2010), die „workforce“ innerhalb der Betriebe hinsichtlich „diversity management“ (vgl. Aigner 2012a, 2012b), aber auch der Sektor selbstständigen Wirtschaftens in Österreich betroffen.

MigrantInnen aller Generationen als UnternehmerInnen (= „Ethnisches Unternehmertum“) machen inzwischen ca. 10% aller Selbstständigen in Österreich aus (s. Statistik Austria 2011), und „Ethnisches Unternehmertum“ wird damit zu einem beachtenswerten Sektor der österreichischen Wirtschaft.

Dieses paper zu „Ethnischem Unternehmertum“ in Österreich versucht angesichts der o.a. Entwicklungen Folgendes zu leisten:

1. Information über Daten & Fakten zu „Ethnischem Unternehmertum“ in Österreich;
2. Es beleuchtet auch, wer als „Ethnic Entrepreneur“ in der österr. Wirtschaft tätig wird;
3. Beleuchtung von Strategien, die zur Etablierung von „Ethnischem Unternehmertum“ verwendet werden bzw. werden können;
4. Es geht den generellen sozio-ökonomischen und sozio-kulturellen Funktionen und Wirkungsweisen von „Ethnischem Unternehmertum“ nach;
5. Es verweist auf international vergleichbare Trends zu Migration, Arbeitsmarkt und Erwerbstätigkeit von Personen mit Migrationshintergrund.

² EU-10 (= EU-Beitritt 2004): Estland (EST), Lettland (LAT), Litauen (LIT), Malta (MT), Polen (PL), Slowenien (SLO), Slowakei (SVK), Tschechien (CZ), Ungarn (HUN), Zypern (CYP).

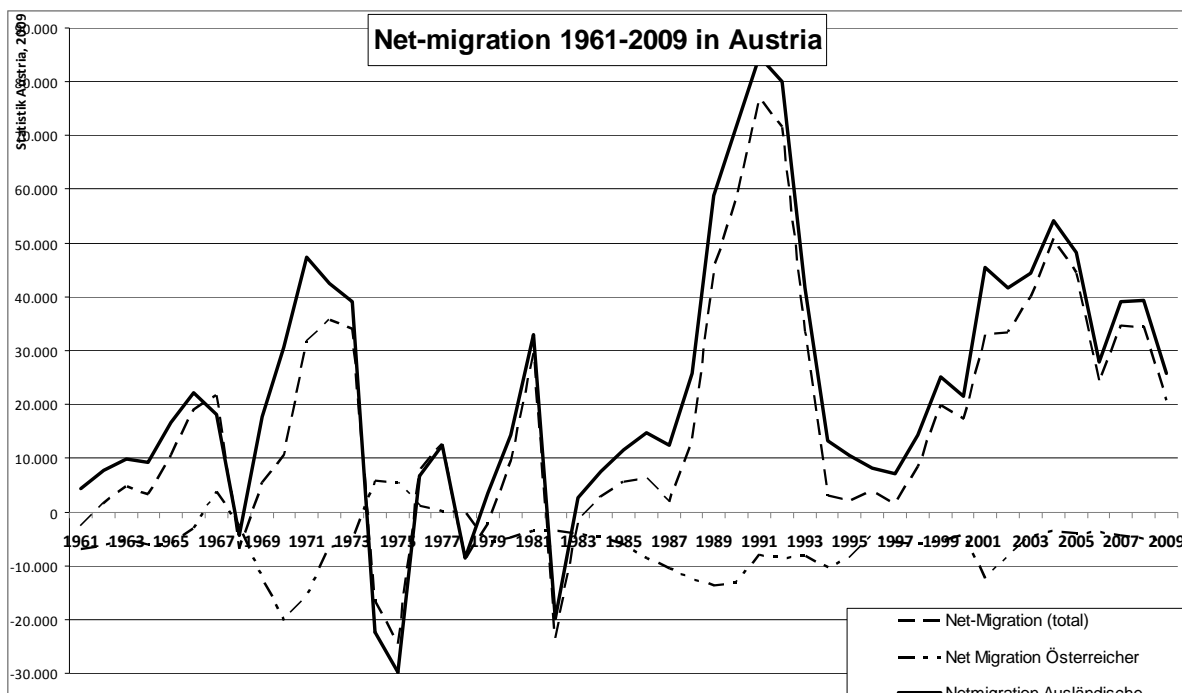
³ EU-2 (= EU-Beitritt 2007): Bulgarien (BUL), Rumänien (ROM).

1.1 Migration und ethnisch-kulturelle Gruppen in Österreich

Ethnisches Unternehmertum in Österreich ist geprägt von den Immigrationsströmen nach Österreich und der österreichischen Immigrationsgeschichte, ebenso wie auf internationaler Ebene ethnisches Unternehmertum von Immigrationsbewegungen geprägt ist.

Die folgende Abbildung 1 der sog. *Netto-Migration* in Österreich zeigt die Migrationsströme der letzten Jahrzehnte, die maßgeblich die Zusammensetzung der ethnisch-kulturellen Minderheitsgruppen Österreichs prägen.

Abbildung 1: Netto-Migration in Österreich 1961-2009



(Quelle: Statistik Austria 2010 (Bevölkerungsstatistik (bis 1995), Migrationsstatistik (ab 1996), neu dargestellt und kalkuliert durch die Autorin mittels der ISIS-Datenbank)

Österreichs Bevölkerung ist gemäß den hier sichtbaren Immigrationspitzen unter anderem geprägt vom sog. „*Gastarbeitermigrationsmodell*“ der 1960iger und 1970iger Jahre, aber auch von der *Fluchtmigration während der Jugoslawienkriege*. In vielen Fällen wurden die Einwanderer solcher Migrationsepochen bereits eingebürgert. Beispielsweise waren im Jahr 2011 immerhin 13,7% (1,138.700 Personen) der österreichischen Bevölkerung *Zuwanderer der Ersten Generation* (s. Statistik Austria 2011, MZ 2011).

Allerdings ist der Prozentanteil an *Personen mit Migrationshintergrund insgesamt* deutlich höher als der der Zuwanderer Erster Generation: 2011 waren immerhin 18,6% oder 1,543.300 Personen der österreichischen Bevölkerung in Privathaushalten Perso-

nen mit *Migrationshintergrund* (darunter Erste-Generation-MigrantInnen (1.138.700 Personen = 74%), und Zweite-Generation-MigrantInnen (404.600 = 26%)⁴, beides s. Statistik Austria, MZ 2011).

MigrantInnen ohne österreichische Staatsbürgerschaft (= in Österreich ansässige AusländerInnen) werden mit 927.612 oder 11% der Bevölkerung berechnet (ibid.).

Die Herkunftsländer und Regionen der Immigrationen der vergangenen Jahrzehnte prägen die ethnisch kulturellen Gruppen Österreichs folgendermaßen:

- Von den nicht eingebürgerten, aber in Österreich ansässigen MigrantInnen, waren im Jahr 2011 die Mehrheit (60%, 559.674) Drittstaatenangehörige, und 40% EU Staatsbürger (367.938).
- Die Mehrheit der Drittstaatenangehörigen stammte aus dem ehemaligen Jugoslawien (294.337, 32%). 12,2% der Drittstaatenangehörigen stammten aus der Türkei (113.457).
- Die ethnisch-kulturelle Gruppe der Asiaten wuchs von 36.889 in 2002 auf 64.459 (8% insgesamt) im Jahr 2010, und die Gruppe der AfrikanerInnen stieg von 15.127 Personen in 2002 auf 22.290 (2,4%) Personen im Jahr 2010 an.
- Von den im Ausland geborenen in Österreich ansässigen ethnisch kulturellen Gruppen, stammen 21,7% (201.830) aus dem EU-14 Raum (z.B.: 146.392 Deutsche), 104.328 (11%) aus dem EU-10 Raum, und 53.124 (5,7%) aus den EU-2 Staaten. (s. Statistik Austria, Statistik des Bevölkerungsstandes, 2011).

⁴ Zur Definition:

* Personen, die im Ausland geboren wurden (= Erste Generation);

* Personen, von denen *mindestens ein Elternteil im Ausland geboren wurde* (= Zweite Generation), unabhängig vom derzeitigen Staatsbürgerschaftsstatus. (s. Biffli, Aigner et al. 2009).

1.2 Erwerbstätigkeit von Menschen mit Migrationshintergrund

Hinsichtlich der Erwerbstätigkeit der Personen mit Migrationshintergrund 2010 in Österreich ist eine Mehrheit als Angestellte tätig, und es befindet sich nur ein kleiner Prozentsatz in der selbständigen Erwerbstätigkeit, beispielsweise in „ethischen Unternehmen“ (vor allem Klein und Mittelbetriebe (KMUs)) und damit als „ethnic entrepreneurs“⁵.

Auch ist es signifikant, dass Personen der ersten und der zweite Generation mit Migrationshintergrund unterschiedlich intensiv bei selbständiger oder unselbständiger Erwerbstätigkeit vertreten sind.

Abbildung 2:
Erwerbstätigkeit erste Generation

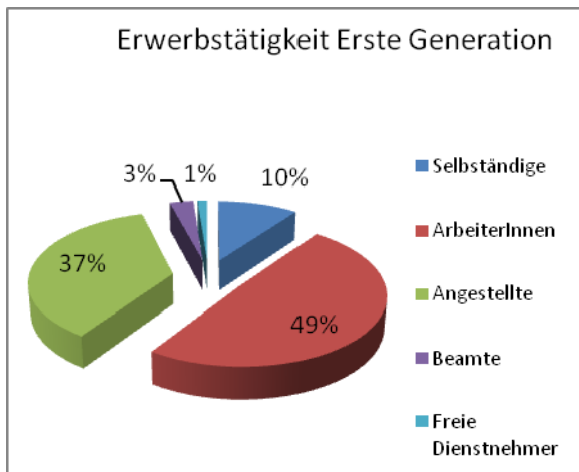
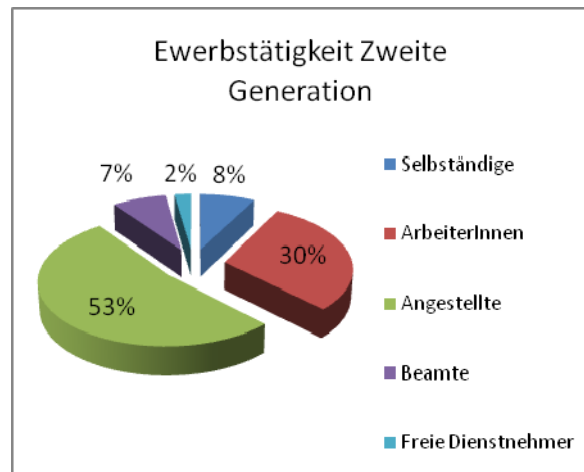


Abbildung 3:
Erwerbstätigkeit zweite Generation



(Quelle: Statistik Austria 2011 (Mikrozensus Arbeitskräfteerhebung, neu dargestellt und kalkuliert durch die Autorin)

Signifikant ist, dass der ArbeiterInnenanteil von 49% in der ersten Generation mit Migrationshintergrund auf knapp 30% bei der zweiten Generation fällt, wogegen der Angestelltenanteil der zweiten Generation von 36,4% bei der ersten Generation auf über 50% (52,6%) bei dieser zweiten Generation steigt.

⁵ **Ethnische UnternehmerInnen:** dieser Terminus bezieht sich auf europäische Unternehmen und Geschäfte, die von MigrantInnen aufgebaut und/oder geführt werden, häufig Klein- und Kleinstunternehmen (1-Person-Unternehmen). Ethnische Unternehmen weisen ein weites Wirkungsfeld auf im Produktionsbereich auf; sie reichen vom Catering, über die Produktion von Textilien und Bekleidung bis hin zum Handwerk, Kunsthandwerk und zur Kunst (Haberfellner, 2000). Weiters sind in den Branchen der Dienstleistungssektoren (Altenpflege, Zeitungskolportage), Transport (Taxiunternehmen), Restaurants, oder Lebensmittelläden, Übersetzungsbüros, Reparaturwesen (Schneidereien) ebenfalls häufiger „ethnic Entrepreneurs“ zu finden. (ibid.)

Der Anteil der selbständig Tätigen sinkt hingegen von knapp 10% (10,1%) der ersten Generation mit Migrationshintergrund auf 7,7% Personen zweiter Generation. Verglichen mit dem Selbständigenanteil der Österreicher, der bei 14% liegt, liegt der Anteil der selbständig Erwerbstätigen ausländischer Herkunft in der Gruppe der Menschen mit Migrationshintergrund etwas darunter (10%, Statistik Austria, 2011).

1.3 Die Entwicklung von Ethnic Entrepreneurship in Österreich

Die selbständige Erwerbstätigkeit von Personen mit Migrationshintergrund („ethnic Entrepreneurship“), stieg insgesamt in den letzten Jahrzehnten an. Nach Steinmayr (2006) wuchs der Selbständigenanteil der Bevölkerung mit Migrationshintergrund zwischen 1981 und 1991 jedoch nur geringfügig an, wogegen der Selbständigenanteil zwischen 1991 und 2001 mit 57% gegenüber dem Ausgangswert sehr deutlich anstieg (ibid.).

Der Personenanteil ohne österreichische Staatsbürgerschaft an allen selbständig Erwerbstätigen stieg von 3,2% im Jahre 1981 auf 7,1% im Jahre 2001 an (Vergleich der VZ-Daten, siehe Schmid, 2006).

Aktuell (2011) ist der Anteil von „Ethnic Entrepreneurs“ mit Migrationshintergrund an allen Selbständigen in Österreich inzwischen auf über 10% gestiegen (Statistik Austria, MZ 2011).

2 Daten & Fakten zu „Ethnic Entrepreneurs“ in Österreich

Die diversen ethnisch-kulturellen Gruppen weisen ebenfalls gruppenspezifische Verteilungen von Selbständigkeit und „ethnischem Unternehmertum“ auf.⁶

2.1 Herkunftsländer „Ethnischen Unternehmertums“ in Österreich

Wie in Tabelle 1 (unten), sowie in den Abbildungen 4 und 5 (nächste Seite) ersichtlich ist, weisen Personen aus dem ehemaligen Jugoslawien mit 14% im Jahr 2001 den höchsten Anteil an Selbständigen auf (berechnet von der Zahl der gesamten ethnischen Unternehmer, nicht der gesamten selbständigen Erwerbstätigen), wie auch Personen aus den EU-14-⁷ und EFTA /EWR-Staaten⁸ mit insgesamt 37% , Personen aus den neuen EU Mitgliedstaaten (18%) sowie Personen aus Afrika mit 4% und AsiatInnen (9%) (vgl. hier Steinmayr, 2006).

Tabelle 1: Selbstständige in Österreich nach Gender & Geburtsland (2001, absolut)

	Männer	Frauen	Gesamt
Österreich	220.016	123.357	343.373
Nicht-Österreich, davon	23.400	12.680	36.080
EU-14/ EFTA/ EWR	8.150	5.239	13.389
Früheres Jugoslawien (ohne Slowenien)	3231	1.641	4.872
Neue EU Staaten	3.744	2.574	6.318
Sonstiges Europa	1.368	898	2.266
Türkei	1.704	446	2.150
Naher Osten	571	72	643
Asien	2.423	911	3.334
Amerika & Ozeanien	815	686	1.501
Afrika	1.394	213	1.607
GESAMT	243.416	136.037	379.453

(Quelle: Statistik Austria, VZ-Ergebnisse 2001, nach Steinmayr 2006, eigene Zusammenfassung)

⁶ Nur im Ausland geborene Personen (= erste Generation), werden in dieser Statistik angeführt.

⁷ EU-14: Die „alten“ 15 EU-Staaten (vor der Erweiterung 2004: AUT, BE, DEN, ESP, FIN, FR, GER, GR, IRL, IT, LUX, NL, POR, SWE, UK), für Zwecke dieser Statistik jedoch ohne Österreich (AUT).

⁸ EFTA & EWR: Die sog. „EFTA-Freihandelszone“, gegründet 1960, war eine Reaktion auf die EU (damals EWG), umfasste zuletzt (1991) 10 Staaten (AUT, DEN, IRL, ISL, LIE, NOR, POR, SWE, SUI, UK) und verlor mit dem sukzessiven Beitritt wesentlicher Mitglieder zur EU stark an Bedeutung. Heute gehören der ehem. EFTA nur mehr Norwegen, Liechtenstein, die Schweiz und Island (s. hier jedoch das EU-Beitrittsansuchen 2009) an, die zusammen mit der EU den nunmehr eigenständig geregelten sog. „Europäischen Wirtschaftsraum“ (EWR, = EU + Rest-EFTA) bilden.

Überraschend gering ist der Selbständigenanteil der Personen aus der Türkei (6%) (ibid.). Damit stellen AsiatInnen und Personen aus dem ehemaligen Jugoslawien vergleichsweise hohe Selbständigenprozentätze, und die TürkInnen vergleichsweise geringe Selbständigenquoten (im Vergleich zum %-Anteil der jeweiligen ethnisch kulturellen Gruppe an der Bevölkerung. In allen ethnischen Gruppen findet man einen höheren Anteil an Selbständigkeit bei Männern als bei Frauen vor.

Abbildung 4:
Ethnic Entrepreneurs nach Gender und Herkunftsland (abs.)

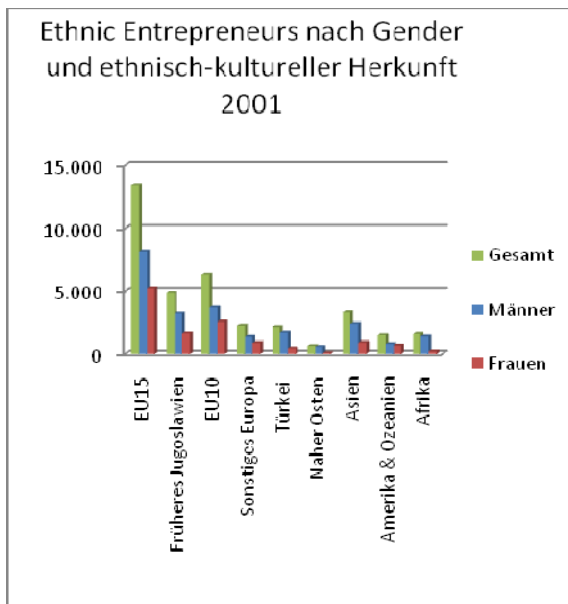
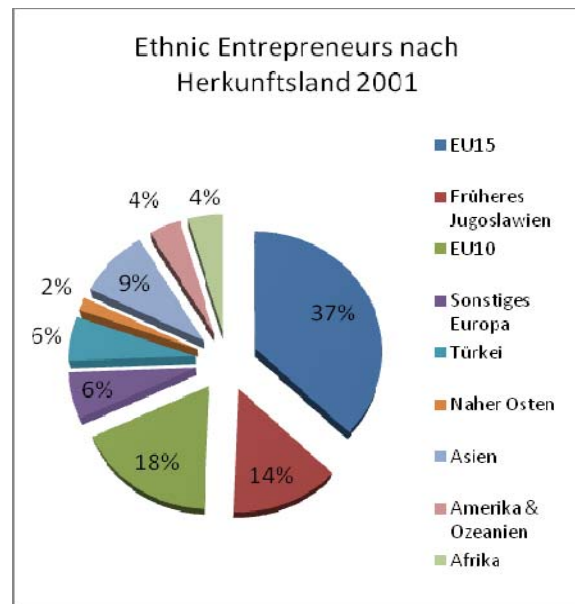


Abbildung 5:
Ethnic Entrepreneurs nach Herkunftsland (in Prozent)



(Quelle (beide Abb.): Statistik Austria, VZ-Ergebnisse 2001, nach Steinmayr 2006, eigene Darstellung)

Die Tabelle 2 (siehe nächste Seite) beschreibt andererseits die Anzahl der Selbständigen nach Staatsangehörigkeit 2001, sowie die branchenspezifische Verteilung der Personen mit Migrationshintergrund an allen Selbständigen (ebenfalls VZ 2001).

Man erkennt im Vergleich der Tabellen 1 und 2 oben erstens, dass ein signifikanter statistischer Unterschied besteht, wenn Personen mit Migrationshintergrund (eingebürgert oder nicht eingebürgert) insgesamt, und im Gegensatz dazu ausschließlich nicht eingebürgerte Personen statistisch erfasst werden.

Beispielsweise wurden bei nicht eingebürgerten selbständigen Erwerbstätigen nur 1.460 TürkInnen als selbständig Erwerbstätige erfasst (Tabelle 2), wogegen bei der Erfassung von sowohl eingebürgerten als auch nicht eingebürgerten Türkischstämmigen (Tabelle 1) immerhin 2.150 selbständig erwerbstätige Personen statistisch erfasst wurden.

Tabelle 2: Selbstständige MigrantInnen, nicht-österr. Staatsangehörigk. 2001 (abs.)

Staatsangehörigkeit	Anzahl	Staatsangehörigkeit	Anzahl	Staatsangehörigkeit	Anzahl
Deutschland	5.555	Indien	418	Mazedonien	178
Serbien-Monteneg.	1.625	Ägypten	389	Slowenien	162
Türkei	1.460	Rumänien	369	Schweden	150
Italien	1.044	Niederlande	320	Griechenland	148
Bosnien-Herzegow.	994	Slowakei	283	Pakistan	119
Kroatien	910	Bulgarien	269	Bangladesch	113
Polen	815	Frankreich	258	Ukraine	98
UK	577	Tschech. Republik	255	Nigeria	74
Ungarn	556	China	254	Sonstige Afrikanische Staaten	91
USA	522	Russ. Föderation	232		
Schweiz	516	Iran	214	Sonstige weltweit zus.	584

(Quelle: Statistik Austria, ISIS Datenbank, nach Schmid et al. 2006, eigene Berechnungen)

Bemerkenswert ist außerdem, dass hinsichtlich einzelner Herkunftsländer die Einwanderungsgruppe der *Deutschen* die höchste Anzahl an selbständig Erwerbstätigen (5.555) stellt⁹, gefolgt von *Serbien* (1.625), *Türkei* (1.460) und *Italien* als am stärksten vertretenen nicht-dt.sprachigem Land der „alten“ EU-14 (1.044). Auch aus Ländern der ehemaligen k.u.k. Monarchie¹⁰ (v.a. Ungarn, Tschechien & Slowakei, Ex-Jugoslawien, tw. Polen, Ukraine) kommen viele „ethnic Entrepreneurs“.

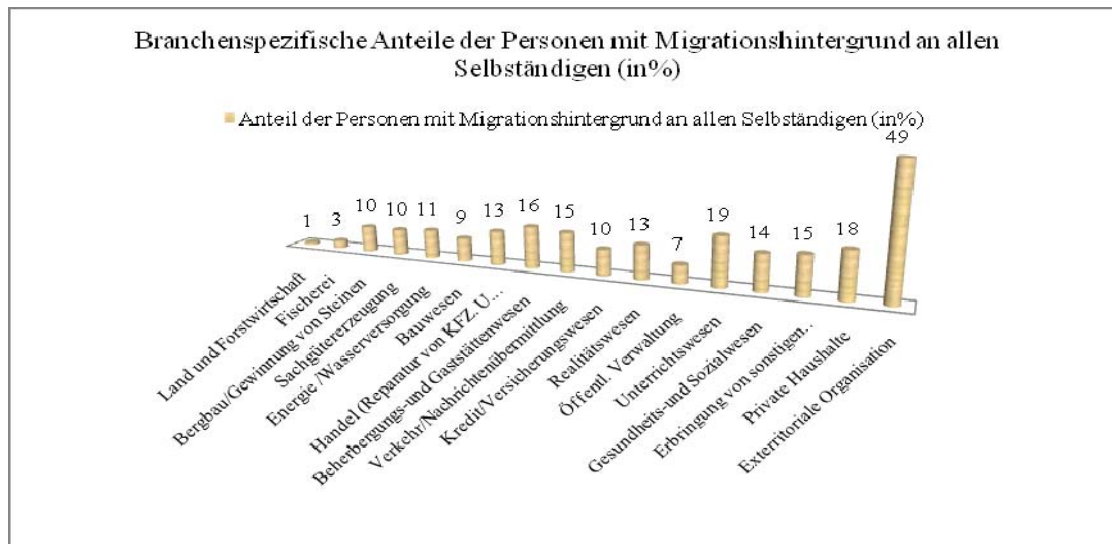
⁹ Hier dürfte die geographische und kulturelle Nähe (gleiche Sprache) ausschlaggebend dafür sein, dass das Nachbarland so stark bei den „ethnischen Unternehmungen“ vertreten ist.

¹⁰ Die *k.u.k. (kaiserliche und königliche) Doppelmonarchie Österreich-Ungarn*, auch *Donaumonarchie* genannt, bezeichnet den Gesamtstaat des Habsburgerreiches in Mittel- und Südosteuropa für den Zeitraum zwischen 1867 und 1918. Er bestand nach dem Umbau des Kaisertums Österreich zu einer Doppelmonarchie auf der Grundlage des sog. österreichisch-ungarischen Ausgleiches von 1867 bis Ende 1918 (einseitiger Austritt Ungarns nach Ende des Ersten Weltkrieges, und folgender Demontage der österr. Habsburger-Monarchie, besiegelt im Friedensvertrag von St. Germain (1919) zwischen der „Rumpfrepublik Österreich“ und den Siegermächten).

2.2 Branchenverteilung

Ein höherer Anteil an Personen mit Migrationshintergrund in der Selbständigkeit (s. Abb. 6) findet sich in den ÖNACE-Branchen¹¹ *Unterrichtswesen* (19%), *Private Haushalte* (18%), *Beherbergung- und Gaststättenwesen* (16%), *Verkehrs- & Nachrichtenübermittlungsdienste* (15%), *Gesundheits- und Sozialwesen* (14%), *Handel inkl. KFZ-Reparatur*, sowie *Realitätswesen* (inkl. Hausreinigung & -verwaltung) (beide 13%).

Abbildung 6: Branchenverteilung der „Ethnic Entrepreneurs“ in Österreich



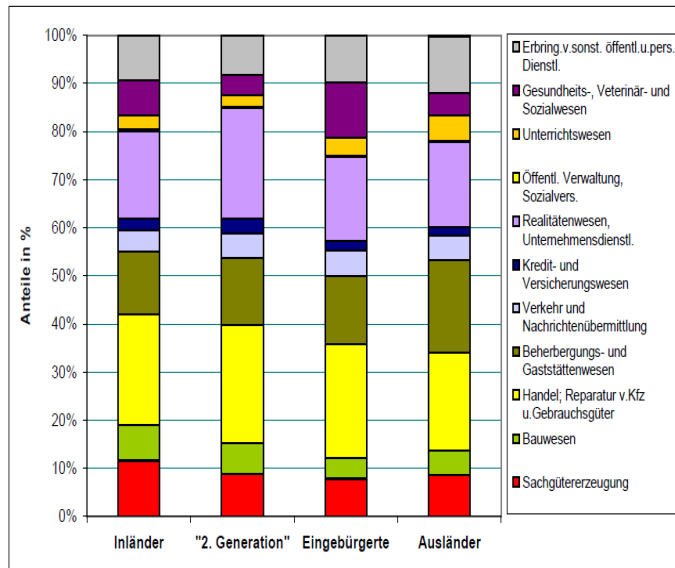
(Quelle: Statistik Austria, ISIS Datenbank, nach Schmid et al. 2006, eigene Darstellung)

Der sehr hohe Anteil von „Ethnic Entrepreneurs“ bei „*Exterritorialen Organisationen*“ (49%) ist auf das österreichische Spezifikum zurückzuführen, dass Wien der Sitz einer Reihe von bedeutenden UNO- bzw. Internationalen Organisationen ist.¹²

Abbildung 7: Branchenverteilung nach Migrationsstatus

¹¹ Die Branchen sind hier nach den sog. *ÖNACE-Hauptcodes* dargestellt. Diese Codes werden von der Statistik Austria vorgegeben und gliedern die Beteiligung am Wirtschaftsleben nach der EU-Klassifikation wirtschaftlicher Tätigkeiten „Nomenclature européenne des activités économiques“ (NACE, gültig seit 2007). Auf österr. nationaler Ebene wird daher ab 2008 die sog. *ÖNACE-Klassifikation* angewandt. Diese Aktivitätsklassifikation im Wirtschaftsbereich untergliedert die europäische NACE-Klassifikation mittels Unterklassen noch detaillierter, sodass österreichische Spezifika berücksichtigt werden können, die auch spezifisch österr. Zusammenfassungen erlaubt.

¹² Derzeit haben 30 internationale Organisationen der UNO und andere Vereinigungen ihren Sitz in Österreich. Neben dem Wiener UNO-Büro *UNOV (United Nations Office Vienna)* sind zu nennen: die *UNIDO (UN Industrial Development Organisation)*, und die *IAEA (International Atomic Energy Agency/Organisation)*. Auch andere internationale Organisationen, die nicht zu den Vereinten Nationen gehören, wie die *OPEC (Organization of the Petroleum Exporting Countries)*, die *OSCE (Organization for Security and Co-Operation in Europe)* oder das *IIASA (International Institute for Applied Systems Analysis)* haben ihren Sitz in oder bei Wien etabliert. Hier gibt es viele Peripherie-Aktivitäten (Lobbying, Research etc.), die naturgemäß von Nicht-ÖsterreicherInnen auch auf selbstständiger Basis ausgeübt werden.



Quelle: ISIS-Datenbank der Statistik Austria; ibw-Auswertungen; Anmerkung: vgl. Grafik 7

(Quelle: Statistik Austria, ISIS Datenbank, ibw-Berechnungen nach Schmid et al. 2006)

In Abbildung 7 (oben) ist ersichtlich, dass die Branchenverteilung zwischen Inländern, der zweiten Generation mit Migrationshintergrund, sowie zwischen Eingebürgerten und Nicht-Österreichischen Staatsbürgern unterschiedlich ausfällt.

Nicht österreichische Staatsbürger sind vergleichsweise stärker im Beherbergungs- und Gaststättenwesen tätig, wogegen die zweite Generation vornehmlich in Handel (inkl. Reparatur von KFZ) tätig ist, ebenso wie im Bereich der Unternehmensdienstleistungen. Inländer sind am stärksten in der Sachgütererzeugung vertreten.

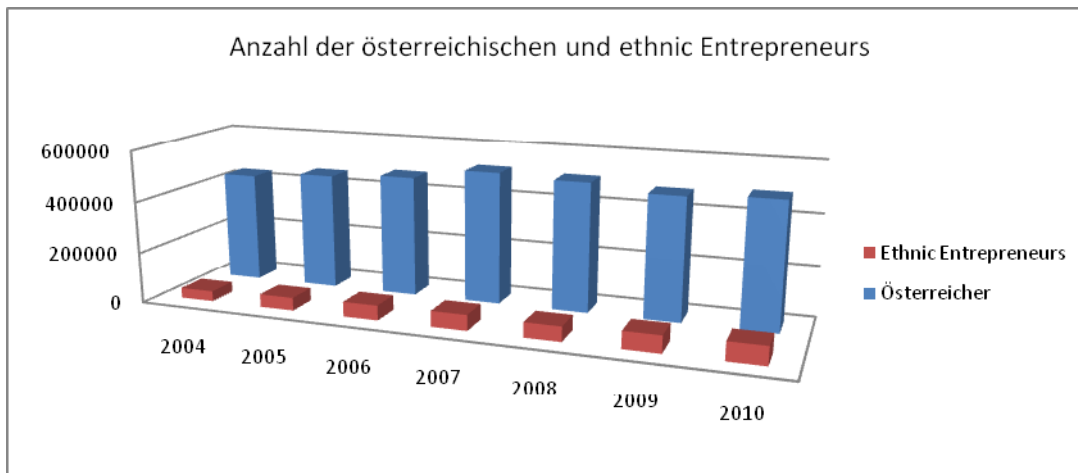
Laut dieser Analyse von Schmid et al. (2006) sind *bereits Eingebürgerte* überdurchschnittlich im Gesundheits-, Veterinär- und Sozialwesen; *legale „Ausländer“* (nicht-österr. StaatsbürgerInnen) im Beherbergungs- und Gaststättenwesen; und die *„zweite Generation“* im Realitätenwesen (Hausbesorgung) und den Unternehmensdienstleistungen tätig (Schmid et al. 2006).

Die meisten ethnischen Unternehmen sind den KMUs zuzuordnen, und sind oft Ein-Mann/ Frau Betriebe (ibid.).

2.3 Aktuelle allgemeine Trends bis 2011

Wie in Abbildung 8 (nächste Seite) ersichtlich, stieg nach 2004 der Anteil der selbständigen „Ethnic Entrepreneurs“ an, obwohl dieser mit 10% auch 2010 immer noch unter dem der selbständig erwerbstätigen Österreicher (insgesamt 14% anteilig an der Erwerbstätigkeit) lag.

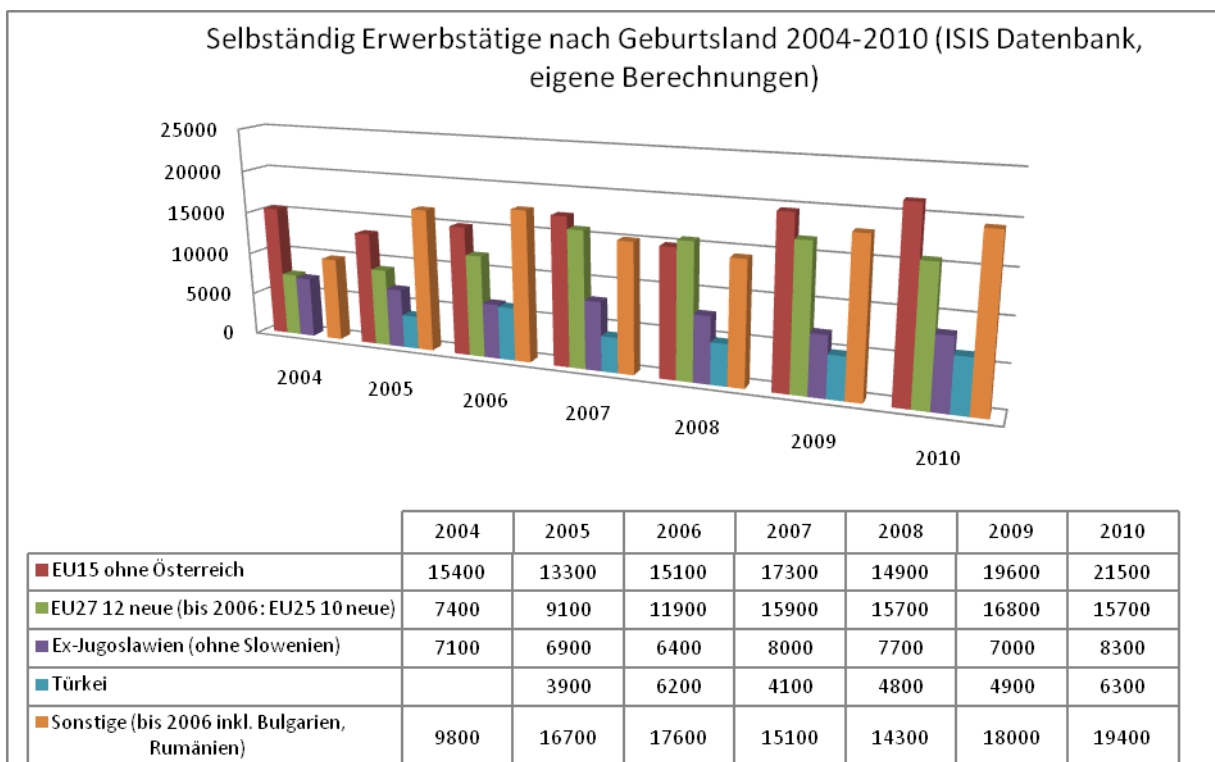
Abbildung 8: Anzahl Selbstständiger (Österr. & „Ethnic Entrepreneurs“), 2004-2010



(Quelle: Statistik Austria, ISIS Datenbank, MZ Arb.kräfte-Erhebung 2011, eig. Darstellung)

Hier ist bemerkenswert, dass zwischen 2007 und 2009 der Anteil der selbständig erwerbstätigen Österreicher fiel, bevor er 2010 wieder anstieg, wohingegen der Anteil der „Ethnischen Entrepreneurs“ kontinuierlich anstieg.

Abbildung 9: Selbstständig Erwerbstätige nach Herkunftsländern 2004-2010



(Quelle: Statistik Austria, ISIS Datenbank, MZ Arb.kräfte-Erhebung 2011, eig. Darstellung)

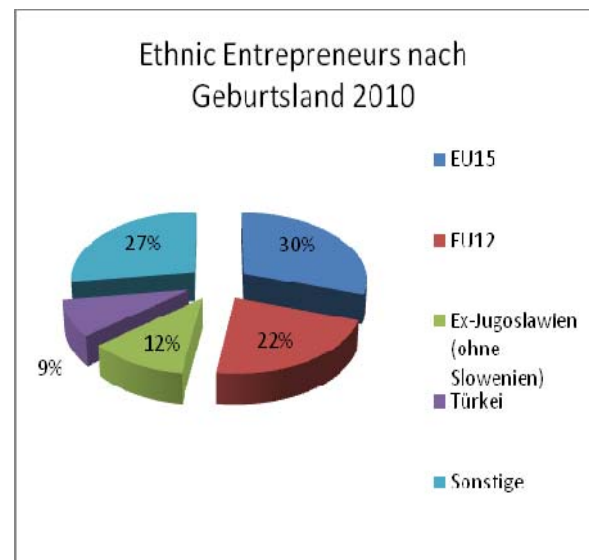
In der Abbildung 9 (vorige Seite) ist die selbstständige Erwerbstätigkeit der unterschiedlichen Herkunftsgruppen zwischen 2004 und 2010 ersichtlich. Signifikant ist hier u.a., dass der Anteil der türkischen Selbständigen kurzfristig zwischen 2006 und 2009 sank, bevor er 2010 wieder anstieg. Mit der EU Erweiterung der EU-2 (Rumänien & Bulgarien 2007), stieg der Anteil der EU-12¹³ Selbständigen ab 2008 stark an, und fiel gleichzeitig in der Kategorie „Sonstige“.¹⁴

Auch wenn der Anteil der Selbständigen zwischen 2005 und 2010 in jeder ethnisch-kulturellen Herkunfts-Kategorie insgesamt anstieg, waren weiterhin und unverändert weniger Personen mit türkischem oder jugoslawischem Hintergrund selbständig erwerbstätig als andere Quellländer (Abbildungen 10-11):

Abbildung 10: Ethnic Entrepreneurs nach Geburtsland 2005 (in Prozent)



Abbildung 11: Ethnic Entrepreneurs nach Geburtsland 2010 (in Prozent)



(Quelle: Statistik Austria, ISIS Datenbank, MZ Arb.kräfte-Erhebung 2011, eig. Darstellung)

Was jedoch auch deutlich sichtbar wird, ist die Steigerung des Anteils an „Ethnic Entrepreneurs“ aus den neuen EU-12-Staaten im letzten Jahrfünft (von 18% 2005 auf 22% 2010). Auch die alten EU-15-Staaten nahmen zu (von 27% 2005 auf 30% 2010).

2.4 Hinweise zu regionalen Aspekten

Nach regionalen Charakteristika betrachtet, existiert in *Wien* die größte Anzahl an „Ethnischen Unternehmen“ und deren Hintergrund an „ethnischer Ökonomie“. Bei-

¹³ EU-12 = die aktuellen EU-Erweiterungen 2004 (EU-10 = 10 Länder, s.o.) und 2007 (EU-2 = 2 Länder, s.o.) zusammen genommen.

¹⁴ Dies ist ausschließlich auf den Statuswechsel der Migration aus Bulgarien und Rumänien zurückzuführen. Diese war bis 2007 eine externe Migration, und wechselte mit dem Beitritt dieser beiden EU-2 Länder ab Jänner 2007 zur internen EU-Migration.

spielsweise weist fast ein Fünftel der Wiener EinzelunternehmerInnen Migrationshintergrund (18% = 9.631) auf (vgl. ORF, 2011).

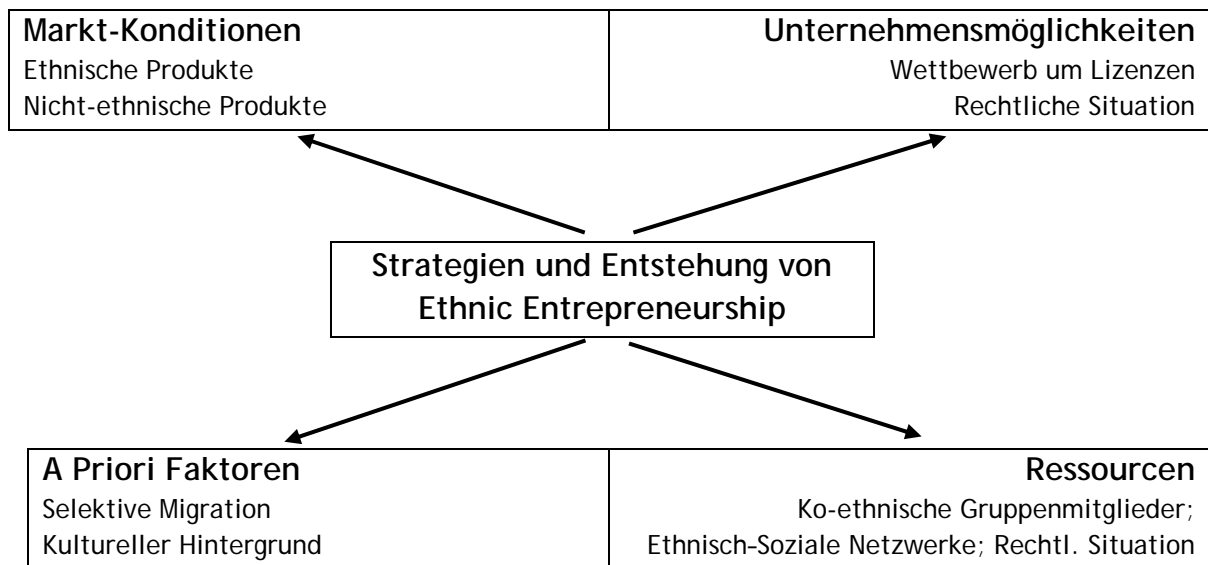
Weitere 16.000 UnternehmerInnen haben in Wien vermutlich Migrationshintergrund (hier auch viele mit zumeist polnischem Migrationshintergrund). Diese Unternehmen agieren in den Branchen: *Gewerbe und Handwerk* (36 %, davon 88% Polinnen und Polen), *Handel* (31%, davon 45% Türkinnen und Türken) und *Information und Consulting* (30%, davon 40% Bulgarinnen und Bulgaren). (ibid.)

Im Gegensatz dazu sind beispielsweise in Oberösterreich im Jahr 2010 ca. 7.300 Unternehmer und Unternehmerinnen mit nicht-österreichischer Staatsbürgerschaft tätig, wobei die selbständige Erwerbstätigkeit von Personen mit Migrationshintergrund (inklusive der Einbürgerungen) insgesamt 13% (und damit mehr als der österr. Durchschnitt von etwas mehr als 10% beträgt).

Die „Ethnischen Entrepreneurs“ in Oberösterreich kommen vor allem aus dem ehemaligen Jugoslawien und aus der Türkei. Die meisten „Ethnischen Unternehmen“ im Beispiel Oberösterreich gibt es in den Sparten Gewerbe und Handwerk, Transport und Verkehr, Tourismus und Freizeitwirtschaft, sowie Handel (siehe WKO 2010).

3 Strategien zur Etablierung von Ethnic Entrepreneurship

Abbildung 12: Ein Modell zur Entwicklung von „Ethnic Entrepreneurship“



(Quelle: Modifiziert nach Waldinger, Aldrich & Ward 2006)

Abbildung 12 beschreibt die diversen Strategien, die von „ethnic Entrepreneurs“ angewendet werden können, um ein Unternehmen erfolgreich zu etablieren.

Darüber hinaus sollen Faktoren, die die Etablierung von einem „ethnischen Unternehmen“ hemmen oder begünstigen, dargestellt werden.

3.1 Marktbedingungen für „Ethnische Unternehmen“

Grundsätzlich ist die Etablierung eines „ethnischen Unternehmens“ von den Marktbedingungen und Bedingungen, dem Absatzmarkt, und dem Abnehmersegment abhängig. Faktoren, die den Erfolg oder Misserfolg maßgeblich beeinflussen, sind:

- *rechtliche Rahmenbedingungen*, und Reglements bezüglich Unternehmertum;
- *ebenso zur Verfügung stehende Ressourcen*, wie Subventionen, und Möglichkeiten der Zugriffe auf *eigene ko-ethnische Netzwerke*;
- *Der Standort eines Unternehmens*, und entsprechende *Marktbedingungen* können entweder Produkte und Kundensegmente favorisieren, die auf ethnische Minderheiten abzielen oder/und auf Mitglieder der Mehrheitgesellschaft;
- Entweder ethnische Unternehmer *spezialisieren sich anfangs auf Nischenprodukte ihrer kulturellen Herkunft*, die von kulinarischen Spezialitäten bis zu Kunsthandwerk reichen, oder/und gleichzeitig auf *Kundinnen der eigenen ethnischen Gruppe*, und/oder sie expandieren nach und nach in Märkte, die auch für die Mehrheitgesellschaft relevant sind.

3.2 Erfolgsstrategien und migrationspolitische Bedingungen

Multikulturelle Gesellschaften und entsprechende Marktkonditionen, wie traditionelle Einwanderungsländer, oder ehemalige Kolonialmächte (wie UK, USA, Kanada, oder Frankreich), favorisieren Kleinstunternehmer, die sich auf ihre eigene kulturelle Gruppe als Kundinnen und Abnehmer spezialisieren und oftmals dementsprechend ethnische Nischenprodukte anbieten.

In sowohl traditionellen, als auch ehemaligen Kolonialgesellschaftssystemen, werden multikulturelle Integrationsdynamiken gefördert, und Regierungen versuchen, Reglements bezüglich „Ethnischen Unternehmensgründungen“ auf KMU Ebene durchlässig zu gestalten. Dies wiederum erleichtert eine „Ethnische Unternehmensgründung“ in Ländern wie USA/ Kanada, oder Großbritannien und Frankreich.

Die verschiedenen Stadien und Strategien, um „ethnische Unternehmen“ zu etablieren, beruhen oft im Anfangsstadium auf der Etablierung als *Nischenmarkt* (s.u.), mit Nischenprodukten, oft für die eigenen ethnisch-kulturelle „communities“. Der von Indern oder Pakistanis geführte Kleinstbetrieb „Corner Shop“ in England oder den USA ist hierfür ein Beispiel, und floriert in von denselben ethnischen Gruppen besiedelten Stadtteilen (Chinesische Shops in Chinatown etc.) Dies ist in *multikulturellen settings mit traditioneller Einwanderungskultur* eine einfache und erfolgreiche Strategie der Etablierung und Entwicklung.

Eine Erweiterung dazu sind Unternehmen, die eigene Produkte anbieten, z.b. Kebab- oder andere „ethnic food“-Shops, aber damit bereits die Mehrheitgesellschaft ebenso als Kundensegment entdeckt haben.

Im Gegensatz dazu bieten sich den „ethnischen Unternehmen“ andere Marktkonditionen und strikteres Reglement bezüglich Gründungen in Gesellschaften, die *temporäre Migration wie das Gastarbeitermodell* anwenden, wie dies nach wie vor in Deutschland, Österreich oder der Schweiz der Fall ist. Diese betreiben *Assimilationpolitik*, und daher richten sich die Marktkonditionen und Zugangsregeln für „ethnische Unternehmen“ eher nach dem Bedarf der Mehrheitsgesellschaft¹⁵ (und nur fallweise auch nach Bedarfen der Minderheitsgesellschaften).

Allgemeine Erfolgsstrategien, um ethnische Unternehmen zu etablieren, sind aber nicht nur, *Nischenprodukte* für ein Nischenkundensegment anzubieten, sondern eben-

¹⁵ Als Beispiel der letzten Zeit ist die Legalisierung der privaten 24h-Altenpflege und Altenbetreuung durch die Schaffung des freien selbstständigen Gewerbes der „Personenbetreuung“ gem. § 159 der österr. Gewerbeordnung zu nennen (Novelle derselben 2008). Die bis dato oft im illegalen Bereich tätigen Altenpflegerinnen aus den EU-10 und EU-2-Staaten (sowie aus dem osteuropäischen Bereich außerhalb der EU) wurden derart als „ethnische Unternehmerinnen“ (1-Frau-Unternehmerinnen) legalisiert, was hinsichtlich Kosten und Sozialversicherungsrecht dem Bedürfnis der Mehrheitsgesellschaft entsprach, das Problem der häuslichen Altenbetreuung kostengünstig zu lösen.

so die Anwendung allgemein bewährter *Wettbewerbsstrategien*, wie längere *Öffnungszeiten* als der lokale Markt, günstigere Produktangebote, oder stark spezialisierte Dienstleistungen.

Auch die Möglichkeit, günstigere Arbeitskräfte über sog. „Ko-ethnische Netzwerke“ zu gewinnen oder Familienbetriebe aufzubauen, begünstigt den Erfolg von „ethnischem Unternehmertum“.

3.3 Marktbedingungen & Unternehmensentwicklungen in Österreich

„Ethnische Unternehmen“ in Österreich verfolgen diverse der oben genannten Strategien, allerdings unter den eher restriktiven Bedingungen der österreichischen Migrationspolitik generell. Hierzu können genannt werden:

- 1-Personen-Unternehmen, Kleinstunternehmen und Familienbetriebe, wie die sprichwörtlichen *Kebabshops*, oder *Zeitungskolporteurs* (vgl. Fuchs 1992), auch *Taxiunternehmen*, oder Tourismusbetriebe. Neuerdings kommt die *Personenbetreuung* (Altenpflege, vgl. FN 15) dazu.
- Zu den erfolgreichen in Österreich angesiedelten und tw. über Jahrzehnte in größere Dimensionen gewachsenen „ethnic Entrepreneurs“ zählen beispielsweise das Touristik-Unternehmen „*GULET-Reisen*“¹⁶, oder Unternehmen im Bereich der Vermittlung von Pflegepersonal¹⁷,

¹⁶ „GULET Reisen“ begann als Spezialanbieter für Segelurlaube an der Türkischen Riviera („Gulet“ ist die türkische Bezeichnung für einen traditionellen zweimastigen, hölzernen Motorsegler). Gegründet 1987 von Türken der 1. & 2. Generation (Cem Cinay und Oguz Serim), wuchs GULET durch Nutzung des spezifischen Know How (mit einigem Auf und Ab, vor allem nach den Terroranschlägen 1993 in türkischen Ferienorten) vor allem durch die Ausweitung auf türkische All-Inclusive-Clubs (Marke „Magic Life Clubs“) zu einem führenden Pauschal-Reiseanbieter für das östliche Mittelmeer in Österreich. Nachdem GULET 1998 selbst den österr. Mitbewerber Touropa (eine AUA-Tochter) geschluckt hatte (für die GULET-Firmengeschichte 1987-1998 s. Riffert 1998), wurde die GULET-Touropa-Holding selbst 2005 vom dt. Branchenriesen TUI durch Fusion zur TUI Group Austria übernommen, aber als Marke weitergeführt (vgl. Gudenus 2005).

¹⁷ Beispiele für solche neueren „ethnischen Unternehmen“ zur Vermittlung von selbstständigem Altenpflegepersonal (vgl. FN 15) aus den EU-10, EU-2 (und zunehmend auch nicht-EU-Ländern) gem. § 159 GWO sind zahlreich, aber die Inhaberschaft durch genuine „ethnic Entrepreneurs“ oft schwer nachweisbar, da auch viele österreichische EinzelunternehmerInnen, gemeinnützige Organisationen, sowie entsprechende eingetragene österreichische Vereine in diesem Feld tätig sind/ waren. Von den seit 2009 ca. 300 einschlägigen Organisationen dürften ca. ein Drittel (100 selbstständige Unternehmen) „ethnic Entrepreneurs“ sein, die österreichweit als Vermittler tätig sind.

- sowie auch „DO & CO“¹⁸, oder im Bereich der Telekommunikation seit neuerem: MITACS¹⁹.

¹⁸ „DO & CO“ begann 1981 als Firma eines Wr. Türken der 2. Generation, *Attila Dogudan*, und zunächst als kleines Restaurant in Wien. Der Durchbruch ins Catering-Geschäft begann 1987 mit dem Einstieg ins Airline Catering bei der LAUDA Air. Es folgte der Schritt ins Event Catering mit dem Formula 1 Grand Prix Budapest 1992. Seither ist die inzwischen börsennotierte „DO&CO Restaurants & Catering AG“ durch ausgewählte Gourmet-Restaurants weltweit vor allem an Flughäfen präsent, ist auch „Platzhirsch“ für Event & Airline Catering in Österreich, & inzwischen auch Europa- und weltweit (vgl. <http://www.projektxchange.at/cv.php?id=26>, dl. 05/2012).

¹⁹ Mit Telefonie-Lösungen für Call-Shops & Wertkarten bedient MITACS den Bereich ethnischer Märkte in Österreich, vor allem hinsichtlich kostengünstiger Telefonie in Heimatländer. MITACS wurde 2001 von einem Inder der 1. österr. Generation (*Siby* (Vorname) *Thomas*) gegründet, und begann als Anbieter für günstige call-by-call Auslandstelefonate (siehe u.a. als „Silver Server GmbH“, oder als „Youtalk“, ein Angebot u.a. innerhalb von Tele2 Austria). Inzwischen ist MITACS marktführender Anbieter günstiger Auslandstelefonie in Österreich für alle Kundensegmente (s. <http://www.mitacs.com/deutsch>).

4 Zur Entstehung von „ethnischem Unternehmertum“

In der internationalen Migrationsforschung gibt es bisher drei Erklärungsansätze für das Entstehen ethnischer Ökonomien (vgl. Floeting et al. 2004):

- das sog. „Nischenmodell“,
- das sog. „Kulturmodell“ und
- das sog. „Reaktionsmodell“.

Die Entstehung ethnischer Ökonomien lässt sich meist aus einer Mischung der genannten Erklärungsansätze begründen, wenngleich die einzelnen Erklärungsansätze typisch für bestimmte Phasen der Migration erscheinen.

4.1 Das „Nischenmodell“

Das „*Nischenmodell*“ bezieht sich eher auf die *Einwanderer erster Generation*. Diese versuchen, Bedürfnisse der eigenen ethnischen Gruppe zu decken, und entdecken daher die eigene ethnische Gruppe als ihr Kundensegment, meist in Kombination mit dem Vertrieb von spezifisch ethnisch kulturellen Produkten und/oder Dienstleistungen.

Die Betriebe ergänzen die Wirtschaft des Ziellandes und stehen zunächst kaum mit ihr in Konkurrenz (= *Ergänzungsökonomie*; vgl. Blaschke/ Ersöz 1987, p. 64, as cited in Floeting et al. 2004).

Beispiele dafür sind von Ausländern geführte *Ex- und Importläden, Gastronomiebetriebe, Lebensmittelgeschäfte, spezialisierte Reisebüros* usw. (ibid.). Eine Steigerung des Nischenmodells wird erreicht, wenn zunächst kleine ethnische KMU Betriebe, die großteils ihre eigenen ethnischen Produkte vertreiben, sich zu größeren selbständigen Betrieben wandeln, um aber weiter für ethnische Gruppen eigene Produkte und Dienstleistungen zu vertreiben (ibid.).

Die nächste Stufe des Nischenmodells beinhaltet nicht nur die Vergrößerung eines Kleinbetriebs, sondern ebenso das Interesse der Unternehmer, ihr *Kundensegment zu erweitern*, indem (1) mit *demselben Angebot* durch neue Vertriebskanäle auch Mitglieder der ethnisch-kulturellen *Mehrheitsgruppe* angesprochen werden, oder/ und (2) eine *Produkterweiterung des Angebots* auch das Kundensegment der Mehrheitsgesellschaft anspricht.

Gastronomieketten, aber vor allem auch *Medienunternehmen* und die *Unterhaltungsindustrie*, sowie auch *Banken und Versicherungen* (wie beispielsweise Banken, die auf „*Islamic Banking*“ spezialisiert sind) gehören daher zu diesem erweiterten Nischenmodell.

4.2 Das „Kulturmodell“

Das „*Kulturmodell*“ erklärt die Entstehung ethnischer Ökonomien als Ergebnis der mentalen und kognitiven Prägung durch das Herkunftsland der „ethnic Entrepreneurs“ (vgl. Floeting et al. 2004).

Dies wird als eine kulturell vorgeprägte sog. „*Handelsmentalität/ Mentalität der Selbständigkeit*“ bezeichnet, und es wird angenommen, dass in einigen europäischen Zielländern und in spezifischen Quellländern diese Mentalitäten stärker verbreitet sind.

Dieser kulturelle Unterschied (einer mental-kognitiven Prägung der Einstellungs- und Umsetzungsmentalitäten hinsichtlich Bereitschaft zur Selbstständigkeit) wirkt sich möglicherweise auch bei UnternehmensgründerInnen aus Ländern mit entsprechender Grundmentalität (z.B. stärker aus Italien, aus Griechenland, aber auch aus der Türkei, damit aber entsprechend geringer aus subsaharischen afrikanischen Ländern) aus.

Die Selbständigenquote bei „ethnischen Unternehmungen“, deren Gründer aus Herkunftsländern mit traditionell marktwirtschaftlichem System (und daher einer kulturell „*Handelsmentalität*“ sind, ist daher höher (vgl. Blaschke/Ersöz 1987, p. 55, as cited in Floeting et al. 2004).

4.3 Das „Reaktionsmodell“

Das „*Reaktionsmodell*“ bezieht sich auf die „selbstständige Unternehmerschaft“ von ethnisch-kulturellen Gruppen als Reaktion auf mangelhafte Eingliederung der Minderheiten in den lokalen Arbeitsmarkt.

Selbstständigkeit ist nach diesem Modell als eine Form von Flucht vor der Arbeitslosigkeit, aber ebenso als Flucht vor Diskriminierungen am Arbeitsmarkt, wie beispielsweise Dequalifizierungen, oder der folgenden Verschiebung in Niedriglohnsegmente, zu sehen.

Floeting et al. (2004), argumentieren, dass dieser Ansatz großteils auf die zweite Zuwanderergeneration angewendet werden müsste.

5 Sozio-kulturelle Funktionen „ethnischer Unternehmen“ & Integrationswechselwirkungen

In Folge nehmen „Ethnic Entrepreneurs“ eine wichtige Rolle und Funktion in unserer Gesellschaft ein, nämlich auf verschiedenen Ebenen, einer wirtschaftlichen, und einer gesellschaftlichen.

„Ethnische Unternehmen“ tragen zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung positiv bei: Arbeitsplätze werden sowohl für ethnisch-kulturelle Minderheiten geschaffen, als auch für Mitglieder der Mehrheitsgesellschaft.

Vor allem haben ethnische Unternehmen aber eine wichtige sozio-kulturelle Integrationsfunktion, nämlich für Mitglieder d. Mehrheits- & d. Minderheitsgesellschaft.

5.1 „Networks of Trust“

Beispielsweise sind die innerbetrieblichen Strukturen von „ethnischen Unternehmen“ traditionell meist auf sog. „*Networks of Trust*“ (siehe hier u.a. Cook & Hardin 2001) aufgebaut: die Anstellungsbasis für Arbeitnehmer in diesen spezifischen Betrieben ist häufig eine familiäre Bindung, oder die gleiche nationalstaatliche Herkunft, oder zumindest eine gleiche Minderheitsgruppenzugehörigkeit (z.b. entlang religiöser Identifikationslinien und Strukturen);

Daher werden „ethnische Unternehmen“ eher entlang von familiären oder ähnlichen Gruppencharakteristika aufgebaut/ organisiert und verstärken so die sozialen Netzwerke und die Gruppenbildung der ethnisch kulturellen Minderheiten, und somit das *soziale Kapital* (Bourdieu) der jeweiligen Gruppierungen.

5.2 Anerkennung durch „Schließung von Marktlücken“

Weiters kann man davon ausgehen, dass „*ethnic Businesses*“ diverse Marktlücken schließen, und wichtige Bedürfnisse nach Versorgung und Dienstleistung erfüllen. Daraus kann eine neue gesellschaftliche Anerkennung des spezifischen ethnisch-kulturellen Segments stattfinden.

Denkbar ist auch, dass diese Anerkennung durch Reorganisationsprozesse dieser Betriebe im Rahmen des Generationenwechsels noch gefördert wird. MigrantInnen der ersten Generation gründeten diese Betriebe vielfach als „*Networks of trust*“ (Familienbetriebe); in der zweiten Generation werden manche dieser Betriebe aber zu Arbeitgebern für Angehörige der Mehrheitsgesellschaftsmitglieder (vgl. hier Wahlbeck 2007).

5.3 Brückenbildung zwischen Mehrheits- & Minderheitsgesellschaft

„*Ethnic Entrepreneurship*“ orientiert sich auch vermehrt an zweierlei Kundensegmenten, nämlich den Personen mit und ohne Migrationshintergrund, und es kann daher „integrationstechnisch“ zu einer *Brückenbildung* zwischen Mehr- und Minderheitsgesellschaft kommen (hier sei erwähnt die starke Frequentierung von „ethnic food“, wie Kebab-Shops, Chinesischen Restaurants, und vergleichbaren Angeboten).

Wenn *einerseits* hiermit soziales Kapital (Bourdieu) der „Out“-Gruppe (ethnische Minderheiten) verstärkt wird, so ist es *andererseits* möglich, dass solche Betriebs- & Arbeits- sowie Konsumstrukturen zwar segregierend auf die „In-“ und „Out“-Gruppen Beziehungen, als auch *kohäsiv wirken* (durch Brückenbildungsfunktion).

Dies würde bedeuten, dass „ethnic Businesses“ selbst als ein geschlossenes Gruppensystem der ethnisch-kulturellen Minderheitsgruppen sozial agieren, und derart „mechanische Solidarität“ entsteht (Durkheim 1893). In diesem Fall würden die Berührungspunkte mit der „In“-Gruppe (oder der kulturellen Mehrheitsgruppe) nur in der Beziehung und Interaktion von Konsument/Klient und ethnischem Betrieb stattfinden.

5.4 Bildung von „Parallelgesellschaften“ vs. Integration

In Folge kann aber angenommen werden, dass es zwangsläufig zur *Bildung von Parallelgesellschaften* käme, besonders wenn die „ethnischen Unternehmen“ ihre Betriebe als Versorger der jeweiligen Minderheitengruppen einsetzen, und damit die KundInnen, die Klientel und die BetreiberInnen ebenfalls mehrheitlich zur selben ethnischen Gruppe gehören.

Dieser Fall wird oft durch die regionale Verteilung der „ethnischen Unternehmen“ in Vierteln und Regionen mit erhöhtem MigrantInnen-Anteil (in Österreich v.a. in Wien) noch verstärkt.

Andererseits kann sich theoretisch „ethnisches Unternehmertum“ auch als Integrationsbeschleunigungs- und Brückenbildungsfaktor, und nicht nur segregierend erweisen.

Z.B. wäre dies der Fall, wenn in „ethnischen Unternehmen“ bereits Mitglieder der Mehrheitsgruppen oder anderer ethnisch-kultureller Minderheiten angestellt sind. In diesem Fall tritt eine besondere Form von „Diversität“ in der Arbeitnehmerschaft ein (vgl. Aigner 2012), die Integrationsprozess-fördernd wirken könnte.

Hinsichtlich dieser Annahme wäre es durchaus auch möglich, dass bei längerem Bestehen von „ethnischen Betrieben“, und der Übernahme dieser elterlichen Betriebe durch eine *zweite Generation*, diese in dem oben genannten Sinne umstrukturiert werden, und dass dementsprechend dem „ethnischen Unternehmen“ eine neue Rolle

und Funktion in der Gesellschaft auf der Achse „Parallelgesellschaft vs. Integration“ zugewiesen wird.

5.5 Berry's Akkulturationsmodell

Prinzipiell kann angenommen werden, dass sich Interaktions- und Integrationsmechanismen von „In-“ und „Out“-Gruppen im folgenden Akkulturationsrahmen migrantischer Integration nach Berry (1997/ 2004) abspielen:

Abbildung 13: Modell migrantischer Integration nach Berry (2004)

Werden Beziehungen & Interaktionen zu anderen ethn. Gruppen aufrechterhalten?	Wird die eigene kulturelle Identität beibehalten?	
	„JA“	„NEIN“
„JA“	INTEGRATION	ASSIMILATION
„NEIN“	SEPARATION/ SEGREGATION	MARGINALISIERUNG

(Quelle: Berry 1997/ 2004, cit. nach Biffli, Aigner etc. 2009)

Berry's Modell besagt, dass bei der Eingliederung und der Interaktion von/ zwischen kulturell-ethnischen Minderheitsgruppen in einem Aufnahmeland folgende Prozesse stattfinden können:

- (vollständige) *Integration* findet statt, wenn die eigene kulturelle Identität beibehalten, sowie eine Beziehung zu anderen ethnischen Gruppen (Kulturen) aufrechterhalten wird; Integration bedeutet, dass die eigene *kulturelle Identität* aufrecht erhalten wird, bei gleichzeitiger Integration & Partizipation in der Mehrheitsgesellschaft;
- *Assimilation* findet statt, wenn eine Einwanderungsgruppe bereit ist, ihre eigene Identität abzulegen, aber gleichzeitig Beziehungen zur Mehrheitgesellschaft und anderen Minderheiten pflegt. Assimilation bedeutet in diesem Kontext, dass kulturelle Identität preisgegeben, und tendenziell restlos von der Mehrheitgesellschaft vereinnahmt wird;
- *Segregation und Separation* finden statt, wenn die eigenen kulturelle Identität aufrechterhalten wird, aber keine Interaktion mit anderen Gruppen gepflegt wird. Es kommt zu einer Isolation der Minderheiten, da durch einen Prozess des *Withdrawal* keine Kontaktpunkte mit anderen Gruppen entstehen. Dies kann von der Mehrheitgesellschaft herbeigeführt werden (*Separation*) oder durch Eigenverhalten der Minderheiten entstehen (*Segregation*);

- Eine *Marginalisierung* findet statt, wenn sich Die Minderheiten von der Mehrheits-Gesellschaft und auch den eigenen Communities isolieren (Alienation und Identitätsverlust sind die Folgen);

6 Ein eigenes Modell „ethnischen Unternehmertums“

Das Akkulturationsmodell nach Berry zeigt eine Idealtypen-Bildung, jedoch finden in den gesellschaftlichen Eingliederungsprozessen, die sich durch „ethnisches Unternehmertum“ ergeben, in Wahrheit Mischtypenbildungen der Akkulturation statt.

6.1 Ein Modell der sozio-kulturellen Bedeutung „ethnischen Unternehmertums“

Die Akkulturationstheorie von Berry muss aus meiner Sicht mit systemtheoretischen Ansätzen (Buckley 1967²⁰, dazu Luhmann/ Baecker 2006) ergänzt, und auf ethnisches Unternehmertum und dessen Funktion im Integrationsprozess angewandt werden. Ein daraus resultierendes neues Modell könnte folgendermaßen aussehen:

Abbildung 14: Integrationsdimensionen „ethnischen Unternehmertums“

Identität/ Interaktion	Interaktion mit anderen Gruppen	Keine Interaktion mit anderen Gruppen
Beibehaltung von Identität	Integration und integrative permeable Systeme, Entstehen von Mischkulturen; Neuentstehung sozialer Systeme = Soziokulturelle Systeme (Offene Systeme, mit Interdependenzen, Vernetzungen)	Beibehaltung eigener Identität/ Keine Interaktion mit anderen Gruppen = Parallelgesellschaften; Segregation (Eigene Gruppe ist geschlossenes soziales Bezugssystem) = Mechanisch mehreseitige Systeme (koexistierend)
Aufgabe von Identität	Aufgabe eigener Identität/ Interaktion mit anderen Gruppen/ Eingliederung ins Mehrheits- system; Assimilierung = Mechanisch einseitige Systeme	Aufgabe der eigenen Identität/ keine Interaktion and. Gruppen/ Getrennte Systeme, aber marginale Koexistenz und Marginalisierung = Organisches oder mechanisch einseitiges System

²⁰ Nach Buckley (1967) kann zwischen soziokulturellen, mechanischen und organischen Systemen unterschieden werden. Mechanische Systeme sind geschlossene Systeme, organische sind halb offen, und soziokulturelle sind offene Systeme.

Geschlossene Systeme werden als entropisch, und offene als neg-entropisch verstanden. In diesem Sinne könnte man erstere (mechanische) als stagnierend oder selbst zerstörend definieren, und letztere (soziokulturelle) als sich strukturell weiterentwickelnd. Kybernetische Systeme (das zugrundeliegende Konzept) sind zumindest halb offen, agieren mit der Umwelt interaktiv, und Umwelteinflüsse können solche Systeme verändern. Diese Systeme könnten auf theoretischer Ebene wiederum diverse Formen der Integration & Integrationstheorien reflektieren, wie u.a. auch aus Luhmann/ Baecker (2006) ersichtlich ist. Niklas Luhmanns neuere soziologische Systemtheorie thematisiert vor allem die autopoietische Selbstdefinition der Systemgrenzen, und definiert damit generelle Bezugspunkte für konkrete Analysen und Darstellungen, wie auch bei den „Grenzgängern/ Systemüberschreitern“ der „Ethnische Unternehmen“ ersichtlich ist.

6.2 Die sozio-kulturelle Bedeutung von „ethnic Entrepreneurs“

„Ethnic Businesses/ ethnic Entrepreneurs“ können in diesem Kontext der Integration und der sozialen Systeme theoretisch vertieft analysiert werden. Beispielsweise könnte Buckley's Theorie der mechanischen, organischen und soziokulturellen Systeme angewandt werden, wie in der Abbildung oben ersichtlich.

Wenn „ethnic Entrepreneurs“ mit „*Networks of Trust*“ (Vertrauensnetzwerken, oft familiäres) ökonomisch agieren, könnte dies als geschlossenes mechanisches System erachtet werden, das entropisch stagnierend strukturiert ist. Interaktion mit Kunden führt in diesem Bereich zu der Bildung eines organischen Systems, das halb offen ist und sich daher durch Interaktion zwischen Mehr und Minderheitsgesellschaftsangehörigen strukturell verändern und sich entwickeln kann.

Wenn allerdings „ethnic Entrepreneurship“ anders strukturiert ist, also beispielsweise nicht mit „*networks of Trust*“ im Rahmen von Minderheitsmitgliedern organisiert ist, sondern als *Diversitätseinrichtung* (Mehrheits- & Minderheitsgesellschaftsmitglieder arbeiten zusammen), könnte „ethnic Business“ mit offenen soziokulturellen Systemen gleichgesetzt werden, die als „neg-entropisch“ verstanden werden können.

Daher kann abgeleitet werden, dass geschlossene mechanische Systeme „ethnischen Entrepreneurships“ entsprechen, die auf familiären Bindungen und „*Networks of Trust*“ aufgebaut sind. Diese führen zu gesellschaftlicher Segregation im Rahmen der Integration und Integrationstheorien, können aber einen Gruppenkohesionseffekt für die „Out“-Gruppe der Personen mit Migrationshintergrund hervorrufen. Soziokulturelle Systeme können zugleich zu einer Integration von „In“- und „Out“-Gruppen beitragen und als Brückenfunktion angesehen werden.

7 Fazit und Internationaler Vergleich

Auch im Rahmen der Integrationsthematik auf nationalstaatlicher EU-Ebene kann diese Theorie angewendet werden. In den traditionellen Einwanderungsländern (insbesondere den ehemaligen Kolonialmächten Großbritannien und Frankreich), sind Bedingungen, ethnische Unternehmen zu gründen, erleichtert.

Allerdings kommt es auf Grund von Praktiken des Multikulturalismus, wegen Beibehaltung der eigenen ethnischen Gruppenidentität, und entweder einer Interaktion fast ausschließlich mit der eigenen ethnischen Gruppe, oder auch gleichzeitiger Interaktion mit der Mehrheitsgesellschaft, entweder (1) zu Separations- oder (2) zu Integrationsfunktionen durch ethnische Unternehmer.

Dies kann einerseits die multikulturellen Parallelgesellschaften verstärken, aber andererseits (im Integrationsbereich), auch die gegenseitige Wertschätzung und Interaktion zwischen Mitgliedern der Mehrheitsgesellschaft und Minderheitsgruppe fördern.

7.1 Großbritannien

In *Großbritannien* beispielsweise zeichnen sich jene Trends in der ethnischen Unternehmensgründung ab, die

- (1) abhängig von den in Großbritannien ansässigen ethnischen Gruppen sind: Vor allem Asiaten, besonders Pakistanis, bevorzugen selbständige Erwerbstätigkeit, und bauen ihre Betriebe mit Familiennetzwerken auf, besonders im Bereich des Caterings, und des Handels (Waldinger et al. 2006).
- (2) OstafrikanerInnen und Afro-Caribbeans sind ebenfalls im Bereich der ethnischen Unternehmensgründung stark vertreten.

7.2 Frankreich

In *Frankreich* ist selbständige Erwerbstätigkeit unter ethnischen Minderheiten geringer als unter der Mehrheitsbevölkerung, wobei NordafrikanerInnen am aktivsten beteiligt sind.

- (1) Vor allem AlgerierInnen & TunesierInnen betreiben Kaffeehäuser & Restaurants und haben sich auf die Versorgung ihrer eigenen communities konzentriert;
- (2) Schwarzafrikaner haben sich andererseits auf den Vertrieb von ethnischen Produkten (Arts & Crafts) spezialisiert;
- (3) Eine neue Gruppe, die die Selbständigkeit „ethnischer Unternehmen“ vertritt, sind auch Japaner (vgl. Waldinger et al. 2006).

7.3 Deutschland und Österreich

Im Gegensatz dazu, kommt es bei klassischen Gastarbeiter-Immigrationsländern (wie Deutschland und Österreich), die eine sog. *Assimilationsintegration* bevorzugen, zur Bildung von „ethnischen Unternehmen“, die sich entweder an die Mehrheitsgesellschaft bezüglich Produkten/ Dienstleistungen oder Personal anpassen, oder bei fehlender Interaktion in eine *Marginalisierung* münden.

Tritt der *Assimilationsfall* ein, können „ethnische Unternehmen“ wirtschaftlich erfolgreich sein, aber wenig zur gegenseitigen Wertschätzung oder Integration beitragen. Kommt es andererseits zum Fall der *Marginalisierung*, sind die Unternehmen wirtschaftlich nicht erfolgreich, und tragen weder zur kulturellen Integration bei, noch zu gesteigerter gegenseitiger Wertschätzung.

In Deutschland spiegelt sich die Immigrationsgeschichte Deutschlands in den ethnischen Unternehmen wieder. Türkische, italienische, griechische und spanische Restaurants und Corner Shops prägen derzeit die „ethnische Unternehmenslandschaft“.

Es konzentrieren sich derzeit vor allem aber die türkischen Unternehmen auf die Versorgung und Dienstleistung der eigenen communities, wie zum Beispiel exemplarisch der türkische Radiosender Metropol FM in Deutschland²¹.

7.4 Abschließende Bemerkung

Jedenfalls kann abschließend argumentiert werden, dass (laut allen statistischen Auswertungen) „ethnic Businesses“, bzw. „ethnisches Unternehmertum“ in Europa weiterhin stark ansteigen, und in naher Zukunft zu wirtschaftlicher Entwicklung und Integrationsmechanismen weiter beitragen werden. Dies gilt auch für Österreich.

Beispielsweise werden Nischen-Märkte für „ethnisches Unternehmertum“, wie Islamic Finance, in ganz Europa entdeckt²². Auch Nischen-Beispiele wie die verbreiteten Kebab-Shops, oder italienische, griechische und chinesische Restaurants, und andere „ethnic food“-Beispiele (Inder und Pakistani in Großbritannien, Nordafrikaner in Frankreich oder Spanien; sowie Türken, Griechen oder Italiener in Österreich und Deutschland) spielen eine wichtige Rolle.

²¹ Metropol FM ist ein deutsch-türkisches Radio, das hauptsächlich in türkischer Sprache mit Sitz in Berlin sendet: siehe: <http://www.metropolfm.de/> (last dl. May 11, 2012)

²² Nicht nur bieten multinationale und nationale Finanzinstitutionen und Banken das Segment des „Islamic Banking“ vermehrt an, sondern es kommt auch verstärkt zu Unternehmensgründungen oder Tochterfirmengründungen von Islamischen Banken, wie in Österreich die Gründung einer Tochterbank der türkischen Deniz Bank, die - Islamic Banking hin oder her - ganz aggressiv mit günstigen Kredit- und Einlagezinsen wirbt.

„Ethnische Unternehmen“ sind für Österreich in der *Arbeitsplatzschaffung* für Mitglieder der ethnisch-kulturellen Minderheiten ebenso wichtig, wie als *Versorger* für die österreichischen Kunden und die Kunden der eigenen „ethnic communities“. Gegenseitige Wertschätzung und Interaktion wird daher gefördert, und ethnische Unternehmen leisten letztendlich einen oft substantiellen Beitrag zur erfolgreichen soziokulturellen Integration zwischen der österreichischen Mehrheits- und den verschiedenen ethnischen Minderheitsgesellschaften..

8 Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

8.1 Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1: Netto-Migration in Österreich 1961-2009.....	6
Abbildung 2: Erwerbstätigkeit erste Generation	8
Abbildung 3: Erwerbstätigkeit zweite Generation	8
Abbildung 4: Ethnic Entrepreneurs nach Gender und Herkunftsland (abs.).....	12
Abbildung 5: Ethnic Entrepreneurs nach Herkunftsland (in Prozent)	12
Abbildung 6: Branchenverteilung der „Ethnic Entrepreneurs“ in Österreich	14
Abbildung 7: Branchenverteilung nach Migrationsstatus	14
Abbildung 8: Anzahl Selbstständiger (Österr. & „Ethnic Entrepreneurs“), 2004-2010	15
Abbildung 9: Selbstständig Erwerbstätige nach Herkunftsländern 2004-2010	16
Abbildung 10: Ethnic Entrepreneurs nach Geburtsland 2005 (in Prozent).....	17
Abbildung 11: Ethnic Entrepreneurs nach Geburtsland 2010 (in Prozent).....	17
Abbildung 12: Ein Modell zur Entwicklung von „Ethnic Entrepreneurship“	19
Abbildung 13: Modell migrantischer Integration nach Berry (2004)	27
Abbildung 14: Integrationsdimensionen „ethnischen Unternehmertums“	29

8.2 Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 1: Selbstständige in Österreich nach Gender & Geburtsland (2001, absolut)	11
Tabelle 2: Selbstständ. MigrantInnen, nicht-öst. Staatsangehörigkeit (2001, absolut)	13

9 Literatur- und Quellenverzeichnis

- Aigner, Petra (2008): *Migration and Politics*, Wien/ N.Y./ Oxford 2008: Verlag Peter Lang.
- Aigner, Petra (2012a): *Ethnic Entrepreneurship*. Vorlesungs- & Vortragsunterlage im ppt-Format, Linz/D. 2012: International Association for Migration Studies, online only: http://migrationstudies.at/Ethnic_Entrepreneurship.pdf (last dl. 05/2012).
- Aigner, Petra (2012b): *Diversity Management - Bridging the Gap between Theory and Practice with a Specific Focus on Ethnic Minority Groups: A Case Study in Upper Austria*, Saarbrücken etc. 2012: LAP Lambert Academic Publishing.
- Aigner, Petra/ Biffli, Gudrun/ Rössl, Lydia (2011): „Institutionelle Unterstützung der Integration von MigrantInnen und Diversitätsmanagement in Oberösterreich“, in: Biffli, Gudrun/ Dimmel, Nikolaus (Hg.) (2011): *Grundzüge des Managements von Migration und Integration (Migrationsmanagement Band 1)*, Leobersdorf/ Wien 2011: Omnium Verlag, pp. 515-554.
- Berry, John W./ Sam, David L. (1997/2004): „Acculturation and Adaption“. In: Berry, John, et al. (eds.): *Handbook of Cross-Cultural Psychology. Volume 3. Social Behaviour & Applications*. Boston/ Mass: 1997: Allyn & Bacon, pp. 291-326 (zit. n.d. 3. überarb. Auflage 2004).
- Biffli, Gudrun (Hg.)/ coop. Aigner, Petra/ Rössl, Lydia/ Skrivanek, Isabella (2011): *Vielfalt schätzen. Vielfalt nutzen! Analyse zu bestehenden Beratungs-/ Unterstützungs- und Projektangeboten in der Modellregion Linz/ Linz Land und Wels, und zu den bestehenden Arbeitsbeziehungen und Handlungsoptionen für die Integrationsarbeit in Oberösterreich*. Krems 2011: Donau Universität Krems, Department Migration & Globalisation (online: http://www.donau-uni.ac.at/imperia/md/content/departement/migrationglobalisierung/forschung/akooe_vielfalt_schaetzen_vielfalt_nutzen.pdf; last dl. Feb. 2, 2012).
- Biffli, Gudrun/ Aigner, Petra/ Rennert, Lea (2012): *Migrant Workers in Austria and Europe. Challenges for Industrial Relations, in particular Trade Unions*. Supported by Funds of the Österr. Nationalbank (Anniversary Fund, project number 13353), Krems 2012: Donau-Universität, Department Migration & Globalisation (online: <http://www.donau-uni.ac.at/imperia/md/content/departement/migrationglobalisierung/forschung/biffli-migrant-workers-oenb-2011.pdf>; last dl. March 25, 2012).
- Blaschke, Jochen/ Ersöz, Ahmet (1987): *Herkunft und Geschäftsaufnahme türkischer Kleingewerbetreibender in Berlin*, Berlin 1987: Express Edition.
- Böse, Martina/ Haberfellner, Regina/ Koldas, Ayhan (2001): *Mapping Minorities and Their Media: The National Context - Austria*, Wien 2001: ZSI - Zentrum für Soziale Innovation (= EMTEL II Research: Diasporic Minorities and Their Media in the EU), auch online: https://www.zsi.at/attach/MinoritiesMedia_AT2001.pdf (last dl. April 25, 2012).
- Böse, Martina/ Haberfellner, Regina/ Koldas, Ayhan (2005): *Unternehmensgründungen in Wien durch ImmigrantInnen*, Wien 2005: ZSI - Zentrum für Soziale Innovation, Forschungsbericht zum ÖNB-Projekt No. 9207, auch online: https://www.zsi.at/attach/OeNB_P9207.pdf (last dl. May 4, 2012).
- Buckley, Walter (1967): *Sociology and Modern System Theory*. London: Prentice Hall.
- Cahit, Sarialtin H. (2001): *Türkische Migranten als Unternehmer. Untersuchung der wirtschaftlichen Situation und des Beitrages zur Wiener Wirtschaft 70 ausgewählter Unternehmen in Wien*, Linz 2001: Diplomarbeit, Johannes Kepler Universität Linz.
- Cakir, Erkan (2004): *Ethnische Ökonomie ("ethnic business") am Beispiel des türkischen Kleingewerbes in Wien*. Wien 2004: Diplomarbeit, Wirtschaftsuniversität Wien.

- Cook, Karen S./ Hardin, Russell (2001): „Norms of cooperativeness and networks of trust“. In: Hechter, Michael/ Opp, Karl-Dieter (eds.): *Social Norms*, New York etc. 2001: Russel Sage Foundation, pp. 327-347.
- Demircan, Halime (2003): *Türkische MigrantInnen. Vom Arbeiter zum Unternehmer*. Wien 2003: Diplomarbeit, Wirtschaftsuniversität Wien (auch zit. mit Jahreszahl 2004).
- Durkheim, Émile (1893): *De la division du travail social: Étude sur l'organisation des sociétés supérieures*, Paris 1893 : Félix Alcan Éditeurs (dt. Übersetzung: *Über die Teilung der sozialen Arbeit*. Dt. von Ludwig Schmidts. Suhrkamp, Frankfurt/M. 1977. (2. Auflage, neu übersetzt).
- Floeting, Holger/ Reimann, Bettina/ Schuleri-Hartje, Ulla (2004): *Ethnische Ökonomie: Integrationsfaktor und Integrationsmaßstab*, Darmstadt/ Berlin 2004: Schader-Stiftung (hg. Deutsches Institut für Urbanistik, Berlin).
- Fuchs, Bernhard (1992): *Freundlich lächelnde Litfaßsäulen: Zeitungskolporteurs - Typisierung und Realität*, Wien 1992: Diplomarbeit, Universität Wien (zugleich: Veröffentlichungen des Instituts für Volkskunde der Universität Wien no.12, 1998).
- Fuchs, Bernhard (1997): *Ethnischer Kapitalismus. Ökonomie der Südasiaten in Wien*, Wien 1997: Dissertation, Universität Wien (Institut für Volkskunde, Prof. Bockhorn).
- Gollner, Christoph (2001): *Lokale ethnische Ökonomien als Beitrag zur Stadtteilentwicklung. Die Wirkungen unternehmerischer Aktivität von MigrantInnen auf Entwicklungs- und Integrationsdynamik - eine Untersuchung am Beispiel Brunnenviertel und Volkertviertel in Wien*, Wien 2001: Diplomarbeit, Technische Universität Wien.
- Gudenus, Marie-Thérèse (2005): „Leben und Leben lassen“. In: *Die Wirtschaft. Österreichs größtes KMU Magazin*, Printausgabe vom 12.01.2005, auch online: <http://www.die-wirtschaft.at/leben-und-leben-lassen-3545.html> (last dl. May 10, 2012).
- Haberfellner, Regina/ Betz, Fritz/ Böse, Martina/ Riegler Johanna (2000): *"Ethnic Business"-Integration vs. Segregation*. Wien 2000: ZSI - Zentrum für Soziale Innovation, auch online: http://www.zsi.at/attach/Ethnic-Business_2000.pdf (last dl. April 25, 2012).
- Haberfellner Regina (2007): *Selbständige Erwerbstätigkeit von Personen mit Migrationshintergrund. Ein Überblick über die rechtlichen Rahmenbedingungen unter besonderer Berücksichtigung kreativwirtschaftlicher Tätigkeitsfelder in Wien*. Wien 2007: Mediacult, auch online: http://www.mediacult.at/de/publikationen/Bericht_Haberfellner_Recht.pdf (last dl. April 25, 2012).
- Lamadé, Rebecca (1995): *Afrikanisches Unternehmertum in Wien*. Wien 1995: Diplomarbeit, Grund- und Integrativwissenschaftliche Fakultät der Universität Wien.
- Leicht, René/ Leiß, Markus, unter Mitarbeit von Hermes, Kerstin (2006): *Bedeutung der ausländischen Selbständigen für den Arbeitsmarkt und den sektoralen Strukturwandel. Expertise für das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF)*, Universität Mannheim 2006: Institut für Mittelstandsforschung (auch online: http://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Publikationen/Expertisen/ifm-selbstaendige-migranten.pdf?__blob=publicationFile; last dl. May 11, 2012).
- Luhmann, Niklas/ Baecker, Dirk (Hg.) (2006): *Einführung in die Systemtheorie*, Heidelberg 2006: Auer-Verlag (3. Auflage, zuerst 2002).
- ORF (2011): *Österreichischer Integrationspreis*, available only online: http://integrationspreis.orf.at/show_content.php?hid=8 (last dl. April 15, 2012).

- Plunger, Barbara (1997): *Ethnische Minderheiten als Unternehmer. Versuch einer Systematisierung*, Wien 1997: Diplomarbeit, Wirtschaftsuniversität Wien.
- Rickert, Maren (1994): *Ethnisches Unternehmertum am Beispiel der Polen in Wien*. Wien 1994: Diplomarbeit, Wirtschaftsuniversität Wien.
- Riffert, Karl (1998): „Der Mann des Jahres 1997: Cem Kinay“. In: *Trend. Das österreichische Wirtschaftsmagazin*, no. 1/1998, auch derzeit online über: http://www.museumonline.at/1999/schools/classic/istanbul/ck_trend197/cover.htm (last dl. Mai 10, 2012)
- Schmid, Kurt/ Mandl, Irene/ Dorr, Andrea/ Staudenmayer, Bärbel/ Haberfellner, Regina (2006): *Entrepreneurship von Personen mit Migrationshintergrund*. Wien 2006: ibw - Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft (Studie i. Auftrag d. AMS Österr., KMU Forschung Austria), auch online: http://www.ibw.at/html/ex_berichte/entrepreneurship_migrationshintergrund_eb.pdf (last dl. May 5, 2012).
- Staatssekretariat für Integrationsfragen (Staatssekretär Sebastian Kurz, Hg.) (2011): *Integrationsbericht 2011*, Wien 2011: BMI - Bundesministerium für Inneres, auch online: <http://www.integration.at/download/publikationen> (last dl. April 12, 2012).
- Statistik Austria (2001-2011): *Diverse Statistiken/ Several migration relevant statistics*, Wien, online: <http://www.statistik.at> (last dl. May 5, 2012).
- Steinmayr, A. (2006): *Immigrant Business*, Wien 2006: Bakkalaureatsarbeit, Universität Wien.
- Wahlbeck, Östen (2007): „Work in the Kebab Economy: A Study of the Ethnic Economy of Turkish Immigrants in Finland“. In: *Ethnicities*, vol. 7 no. 4, pp. 543-563.
- Waldinger, Roger D./ Aldrich, Howard/ Ward, Robin (1996/2006): *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies*, London etc. 2006: Sage (= reprint of the second edition 1996; first edition: 1990).
- WKO (2010): *Wirtschaft lebt von der Vielfalt*, text online only: http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?AnglID=1&StID=535709&DstID=678 (last dl. May 5, 2012).

10 About the author

Petra Aigner (Ph.D. [TCD²³ Dublin], M.Phil. [TCD Dublin], B.Soc.Sc. (Hons.) [University of Birmingham]) is currently Assistant Professor at the Institute of Sociology, Johannes Kepler University (JKU) of Linz, Austria.

Previously she has been a researcher at the University of Leeds (Leeds Social Science Institute, LSSI), an EU Marie Curie Fellow at the European Forum for Migration Studies (EFMS, University of Bamberg), an IRCHSS (Irish Research Council for Humanities and Social Sciences) Fellow (Dublin), a research associate at Trinity College (TCD), University of Dublin, and a senior researcher at the Department of Migration and Globalisation, Danube University Krems/ Austria.

Her areas of teaching, research and expertise relate mainly to *Migration Studies*. Specifically, she focuses on international migration (f.e. African migration, South-South migration, remittances), migration and its effects in Austria, migration and the labour market, migration and integration, irregular migration, refugees & asylum seekers, and on ethnic diversity management and ethnic entrepreneurship.

Dr.ⁱⁿ Petra Aigner (M.Phil., B.Soc.Sc. (Hons.)) ist gegenwärtig Assistenzprofessorin am Institut für Soziologie der Johannes Kepler Universität (JKU) in Linz (Österreich).

Davor war sie u.a. Forscherin in Leeds/UK (Universität Leeds, Leeds Social Science Institute, LSSI), EU Marie Curie Fellow am Europäischen Forum für Migrationsstudien (EFMS, Universität Bamberg/ Deutschland), IRCHSS Fellow (Irish Research Council for Humanities and Social Sciences) und anschließend Research Fellow am Trinity College (TCD) Dublin, sowie Senior Researcher am Department „Migration and Globalisierung“, Donau-Universität Krems (Österreich, hier u.a. verantwortlich 2009-2010 für den Aufbau des Lehrgangs „Migrationsmanagement“).

Ihre Bereiche in Lehre, Forschung und Expertise beziehen sich hauptsächlich auf „*Migrationsstudien und Migrationsforschung*“. Dabei spielen Internationale Migration, Migrationsphänomene und Migrationseffekte in Österreich, Migration und Arbeitsmarkt, Migration und Integration, Irreguläre, Flucht- und Asyl-Migration, sowie Ethnische Diversität und Ethnisches Unternehmertum eine wesentliche Rolle in ihrer Forschungstätigkeit.

²³ TCD = Trinity College Dublin, University of Dublin, Republic of Ireland.

11 Abstracts

11.1 English Abstract

Migration (as for example, the „guestworker“ migration), globalisation, or the EU enlargements 2004 and 2007, resulted in increased immigration waves to Austria, and consequently to an increase of ethnic and cultural diversity in Austria, as well as an increase in ethnic and cultural diversity of employees. 2011 the percentage of ethnic minorities in Austria of the overall population was 18,6%. As a result, especially since the 1990s the percentage of ethnic entrepreneurs also increased. Specifically, ethnic entrepreneurships in the small and medium business sectors grew and gained importance. Ethnic entrepreneurs meanwhile manifest an important contemporary and future part of integration processes and are of importance to the Austrian economy also.

This paper focuses on data about ethnic entrepreneurs in Austria, and compares those internationally. The paper also focuses on the strategies of establishment of ethnic entrepreneurships. Secondly, it analyses the socio-economic and socio-cultural impact of ethnic entrepreneurs, thirdly, it highlights and develops the meaning of ethnic entrepreneurs for sociocultural integration processes and in this respect applies theories of social systems, as well as John Berry's acculturation model, and develops those theories in respect of integration processes and the role of ethnic entrepreneurs in those further.

11.2 German Abstract

Frühere Migrationen (wie beispielsweise die Gastarbeitermigration), Globalisierung, oder die EU-Erweiterungen 2004 und 2007, führten in Österreich zu einem Anstieg an Diversität der ethnisch-kulturellen Gruppierungen, der Personen mit Migrationshintergrund, und in Folge der Diversität der Arbeitnehmer und erwerbstätigen Bevölkerung. Als Folge dieser Immigrationsprozesse, beträgt im Jahr 2011 der Anteil der Personen mit Migrationshintergrund an der Gesamtbevölkerung Österreichs 18,6%. Die kontinuierlich steigende ethnisch-kulturelle Diversität der erwerbstätigen Bevölkerung, führte seit 1990 zu einem wachsenden Anteil von selbständig Erwerbstätigen mit Migrationshintergrund, den „Ethnic Entrepreneurs“. Ethnisches Unternehmertum, besonders im Bereich der Klein- und Mittelbetriebe, stellt mittlerweile einen wichtigen Integrations- und Wirtschaftsfaktor der Gegenwart und Zukunft dar.

Dieser Beitrag konzentriert sich, erstens, auf einen Überblick über statistische Daten und Fakten zu ethnischem Unternehmertum in Österreich im internationalen Vergleich, der die Entstehung und Etablierungsstrategien von ethnischem Unternehmertum ebenso in Betracht zieht. Zweitens, erörtert dieser Beitrag die sozio-ökonomische und sozio-kulturelle Bedeutung und Wirkungsweise von ethnischem Unternehmertum mit Bezug auf den Standort Österreich, und präsentiert auch hier internationale Vergleiche. Ebenso wird, drittens, auf die Bedeutung, die ethnische Unternehmen für „Integrationsprozesse“ haben, eingegangen, und diesbezüglich werden Theorien Sozialer Systeme, und auch John Berry's Akkulturationstheorie angewandt und insbesondere auch weiterentwickelt.