



Migrantisches Unternehmer:innentum in Deutschland

Vorschlag einer Differenzierung

Migrantisches Unternehmer:innentum in Deutschland

Vorschlag einer Differenzierung

Impressum

© Januar 2022
Bertelsmann Stiftung
Carl-Bertelsmann-Straße 256
33311 Gütersloh
www.bertelsmann-stiftung.de

Verantwortlich

Armando García Schmidt

Autor:innen

Alexandra David, Judith Terstriep, Kristina Stoewe, Alexander Ruthemeier,
Maria Elo, Armando García Schmidt

Empfohlene Zitierweise

David, A., Terstriep, J., Stoewe, K., Ruthemeier, A., Elo, M., & Garcia
Schmidt, A. (2022). Migrantisches Unternehmer:innentum in Deutschland.
Bertelsmann Stiftung. <https://doi.org/10.11586/2022002>

Titelbild:

© BalanceFormCreative - stock.adobe.com

Inhaltsverzeichnis

1	Vorwort – Was uns motiviert.....	5
2	Perspektiven auf die unternehmerische Tätigkeit von Migrant:innen in Deutschland	7
2.1	Die lange übersehenen Gründer:innen	7
2.2	Steigende Relevanz, aber fehlendes Vokabular	7
2.3	Vom Dönerbuden-Narrativ zum innovativen Hightech-Unternehmen	8
2.3.1	Die Generation der Gastarbeiter:innen	8
2.3.2	Die Generation der Spätaussiedler:innen	9
2.3.3	Generationen von Fluchtmigrant:innen und die EU-Osterweiterung.....	9
2.3.4	Beharrlichkeit tradierter Narrative rund um migrantisches Unternehmer:innentum	10
2.3.5	Migrantische Unternehmen als Teil des Lokalen	11
2.4	Merkmale der unternehmerischen Tätigkeit von Migrant:innen in Deutschland.....	11
3	From Ethnic to (Im)Migrant to Refugee Entrepreneurship – Eine europäische Annäherung	13
3.1	USA – Wiege der „Ethnic Entrepreneurship“-Forschung	13
3.2	Vereinigtes Königreich – eine europäische Annäherung von der Insel.....	14
3.3	Migrantisches Unternehmer:innentum auf dem europäischen Festland	14
3.4	Evolution der Forschung zu (im)migrationsbezogenem Unternehmer:innentum	15
3.4.1	Ethnisches Unternehmer:innentum.....	15
3.4.2	(Im)Migrantisches Unternehmer:innentum.....	16
3.4.3	Refugee Entrepreneurship	17
3.5	Zwischenfazit.....	18
4	Eine Definition, viele Gesichter – zur begrifflichen Vielfalt.....	19
4.1	Merkmale des migrationsbezogenen Unternehmer:innentums.....	19
4.1.1	Branchenzugehörigkeit	19
4.1.2	Transnationalität.....	20
4.1.3	Entwicklungsstadium: Vom Start-up zum etablierten Unternehmen.....	21
4.1.4	Diaspora/Enklave	21
4.1.5	Generationen	21
4.1.6	Geschlecht	22
4.1.7	Zuwanderungsmotive.....	23
4.1.8	Qualifikation und Bildung	23
4.1.9	Ressourcenausstattung	24
4.2	Synthese der Begriffsdefinitionen.....	25
5	Zusammenfassung und Implikationen.....	27
5.1	Facetten migrationsbezogenen Unternehmer:innentums in Deutschland.....	27
5.2	Implikationen für Politik und Praxis	28
5.2.1	Migrantisches Unternehmer:innentum als Wirtschaftsfaktor begreifen.....	28
5.2.2	Rollenmodelle sichtbar machen.....	28
5.2.3	Vorsicht im Umgang mit Labels und Verallgemeinerungen.....	29
5.2.4	Unternehmer:innentum zielgruppengerecht denken und fördern.....	29

5.2.5	Migrantisches Unternehmer:innentum proaktiv denken und angehen.....	29
5.2.6	Explizite Förderung der Gründungsbestrebungen internationaler Studierender.....	29
5.2.7	Nachhaltige Finanzierungsstrukturen für Forschung etablieren.....	30
5.3	Implikationen für die Wissenschaft.....	30
5.3.1	Transdisziplinäre Zugänge nutzen	30
5.3.2	Bewusstsein für die Vielschichtigkeit migrantischen Unternehmer:innentums etablieren	30
5.3.3	Vertiefende Erforschung des Selbstverständnisses migrantischer Unternehmer:innen	30
5.3.4	Neukonfiguration des Ökosystems	31

Referenzen.....	32
------------------------	-----------

Über die Autor:innen	37
-----------------------------------	-----------

1 Vorwort – Was uns motiviert

Migrantisches Unternehmer:innentum hat als Gegenstand wissenschaftlicher Forschung Konjunktur in Deutschland. Immer mehr wissenschaftliche Publikationen und Fachkongresse u.a. aus dem Bereich der Sozial-, Raum- und Wirtschaftswissenschaften widmen sich der Frage nach Ausmaß, Ursachen und Wirkung von Gründungstätigkeit und Selbständigkeit von Zuwander:innen. Auch die mediale Aufmerksamkeit für das Thema hat durch die zunehmende Zahl wissenschaftlicher Publikationen, Fachkongresse, Themenkreise und Konferenzen Fahrt aufgenommen.

Es scheint realisiert worden zu sein, dass Zugewanderte und ihre Nachkommen nicht nur als Beschäftigte, sondern ebenso als Unternehmer:innen aktiv sind und als solche nicht nur eine wirtschaftliche Größe darstellen, sondern in zunehmendem Maße auf den gesamtgesellschaftlichen Integrationsprozess und auch auf ihre lokalen und regionalen Umfelder einwirken.

Die Aufmerksamkeit für das Thema bleibt jedoch nicht bei Forschung und Medien stehen. Auch Politik und Wirtschaftsverbände schenken dem Thema zusehends Aufmerksamkeit. Auf Landesebene haben etwa der Berliner Senat und die nordrhein-westfälische Landesregierung ressortübergreifende Programme zur Unterstützung migrantischer Unternehmer:innen aufgelegt. Die Bundesregierung hat in der zurückliegenden Legislaturperiode Forschungsvorhaben initiiert und ebenfalls ressortübergreifend Initiativen zur Förderung internationaler Gründer:innen angestoßen. Und auch auf kommunaler Ebene sind vielfältige Aktivitäten zu beobachten.

In klassischen Einwanderungsländern wie dem Vereinigten Königreich und den USA ist schon lange bekannt, dass Unternehmer:innen mit Zuwanderungsgeschichte einen besonderen Beitrag zu wirtschaftlicher Dynamik und gesellschaftlichem Zusammenleben leisten (können). Entsprechend viel wurde bereits zu dem Thema geforscht und entsprechend groß sind in beiden Ländern auch die wissenschaftlichen Communities, die sich mit dem Thema befassen.

Nicht so in Deutschland. Ein detaillierter Blick in die deutschsprachige Fachwelt zeigt, dass die Forschung zum Thema migrantisches

Unternehmer:innentum hier bisher noch in einer kleinen Wissenschaftscommunity stattfindet, die im Austausch mit den wenigen deutschlandweit zu findenden Intermediären bzw. Unterstützungseinrichtungen steht. Diese Community — so der Eindruck der Autor:innen — wächst derzeit und widmet sich neben prozessualen Erscheinungsformen vermehrt neuen Aspekten und Merkmalen der unternehmerischen Tätigkeit von Migrant:innen in Deutschland.

Dabei verwundert es, dass obwohl in der deutschsprachigen Forschung vielfach aufgezeigt, die unternehmerischen Aktivitäten von Migrant:innen vielfältig sind, die öffentliche Debatte häufig weiterhin vom Narrativ der Gastarbeiter:innen dominiert wird und sich nicht oder kaum weiterzuentwickeln scheint. Schnell und einfach zu skizzierende Bilder eines scheinbar randständigen Phänomens und von einer eher prekären Art von Selbständigkeit, vor allem aber einer, die „ethnisch“ gefärbt ist, werden so immer wieder in Umlauf gebracht: es sind Bilder von türkisch geführten Dönerbuden, italienischen Pizzerien oder osteuropäischen Handwerkern.

Erst in jüngerer Zeit setzt sich ein zweites Narrativ daneben. Ein Ehepaar steht paradigmatisch dafür: Im Jahr 2020 traten die BioNtech-Gründer:innen Uğur Şahin und Özlem Türeci als treibende Kräfte eines innovativen Biotechunternehmens ins Scheinwerferlicht. Vielfach wurde in der medialen Berichterstattung dabei explizit auf den Migrationshintergrund des Paares verwiesen. Und auch wissenschaftlich wird die Innovationskraft zugewandelter Gründer:innen verstärkt ins Blickfeld genommen. 2021 veröffentlichten der Bundesverband Deutsche Startups e.V. und die Friedrich-Naumann-Stiftung erstmalig den „Migrant Founders Monitor“, der die Rolle von Gründer:innen mit Migrationshintergrund im deutschen Startup-Ökosystem hervorhebt (Hirschfeld et al., 2021).

In anderen Worten: Migrantisches Unternehmer:innentum findet im öffentlichen Diskurs in Deutschland aktuell vor allem zwischen zwei polarisierenden Extremen statt, dem „Dönerbuden-Narrativ“ auf der einen Seite und den „innovativen Hightech-Unternehmen“ auf der anderen.

Weiterhin – und trotz quantitativer Zunahme an Forschung zu dem Thema – wird sich in der deutschsprachigen Wissenschaftscommunity vor allem der Literatur aus dem Ausland bedient. Hierbei

sind es primär die Niederlande, das Vereinigte Königreich und die USA, die als Vorreiter der „Migrant Entrepreneurship“-Forschung gelten. Oftmals sind die Publikationen kontextspezifisch und nur begrenzt auf Deutschland übertragbar.

Diese Punkte werfen mehrere Fragen auf: Bilden die verwendeten Darstellungen und Narrative der migrant:innengeführten Unternehmen in Deutschland die Realität ab? Wollen wir als Gesellschaft auf dem Level des Dönerbuden-Narratives verharren? Oder ist die vielfältige unternehmerische Tätigkeit von Migrant:innen nicht doch einer genaueren Analyse wert – alleine schon deswegen, weil sie nicht nur individuelle (Aufstiegs-) Chancen birgt, sondern auch wirtschaftliche und gesellschaftliche Mehrwerte?

Und: ist das Labelling dieser Gruppe von Unternehmer:innen zielführend? Die Problematik hinter jeglichem Labeln von Gruppen besteht schließlich darin, dass die gleichen Bilder und die damit zusammenhängenden sozioökonomischen Verhältnisse dieser Personengruppen reproduziert werden (Högborg et al., 2014). Die Gefahr, dieses Label nicht mehr ablegen zu können und mehr dem „migrantischen“ als dem „Unternehmer:innentum“ zugeschrieben zu werden, ist groß.

Vor diesem Hintergrund versteht sich dieser Beitrag als Anstoß und Grundlage für eine Diskussion der definitorischen Einordnung migrantischer Unternehmer:innen in Deutschland. Diese Diskussion kann nur vor dem Hintergrund einer differenzierten Auseinandersetzung mit der aktuellen Situation migrantischer Unternehmer:innen in Deutschland geführt werden. Auch dies bietet der vorliegende Text, der im Kapitel 1 Perspektiven auf die unternehmerische Tätigkeit von Migrant:innen in Deutschland aufzeigt und existierende Narrative diskutiert. Mit einem historischen Rückblick anfangend, verweist Kapitel 2 auf die Evolution der Forschung zu (im)migrationsbezogenem Unternehmer:innentum und stellt die gängige Terminologie vor. Eine merkmalsbezogene Definition des Phänomens migrantischer Unternehmen in Deutschland bietet Kapitel 3. Das abschließende Kapitel 4 bietet eine Klassifizierung migrantischer Unternehmen anhand unternehmensspezifischer Merkmale. Es folgen Implikationen für Politik, Praxis und die Wissenschaft.

Als Autor:innen-Team bewegt uns vor allem eine Frage: Wie wollen wir künftig das Phänomen der unternehmerischen Tätigkeit von Migrant:innen denken und wie wollen wir darüber sprechen?

2 Perspektiven auf die unternehmerische Tätigkeit von Migrant:innen in Deutschland

2.1 Die lange übersehenen Gründer:innen

Es gibt viele Hürden, die alle zu nehmen haben, die sich selbständig machen wollen. Diese sind für Zugewanderte jedoch oft schwerer zu nehmen als für Herkunftsdeutsche: Behördengängen, Businesspläne, Zugang zu Kapital und vielfache bürokratische Auflagen. Darüber hinaus blendeten Politik und Verwaltung das Thema in Deutschland lange aus. In einer politischen und administrativen Kultur, die grundsätzlich als nicht sonderlich gründungsfreundlich zu bezeichnen ist, lag das Gründen durch Zugewanderte abseits vom Fokus. Politik und Verwaltung setzten integrationspolitisch lange Zeit ausschließlich darauf, den Zugang von Migrant:innen in den regulären Ausbildungs- und Arbeitsmarkt zu organisieren (Knuth, 2016; David & Coenen, 2017; Knuth, 2019; David et al., 2019a).

Eine Unterstützungsinfrastruktur, die reguläre und rechtliche Beratung für gründungswillige Migrant:innen anbietet, fehlte bis weit in die 2000er Jahre. Gründungen von Migrant:innen wurden damit zwar nicht verhindert, aber lange auch nicht aktiv unterstützt (David & Coenen, 2017). In der Folge mussten sich migrantische Unternehmer:innen der ersten Generation lange Zeit zunächst ihrer eigenen Netzwerke bedienen und gründeten meistens in Branchen, deren Eintrittsbarrieren im Vergleich zu wissensintensiven Branchen geringer sind. Eine vorausschauende Gründungsunterstützungsinfrastruktur für diese Zielgruppe, die Hightech- und Zukunftsbranchen umfasst, fehlt bis heute. Dort, wo es sie gibt, ist sie vielfach selbstorganisiert (Schäfer, 2021; David et al., 2019b; David & Coenen, 2019).

Was auf der internationalen Bühne bereits lange „State of the Art“ ist, nämlich, dass migrantische Unternehmer:innen auch zu erhöhten Patenten und Innovationsfähigkeit eines Landes beitragen, wurde in Deutschland erst spät thematisiert. Dabei führen gerade migrantische Unternehmer:innen in der Gründungsphase verstärkt regionale Marktneuheiten ein

(Kohlisch & Koppel, 2021; Schäfer, 2021; David et al., 2019a).

2.2 Steigende Relevanz, aber fehlendes Vokabular

Nicht zuletzt waren es die Fluchtmigration 2015/2016 und neue Phänomene der Globalisierung wie „Entrepreneurial Migrants“, die nur zwecks Gründungsvorhaben nach Deutschland kommen, welche dem Thema der unternehmerischen Tätigkeiten von Migrant:innen verhalfen, politisch wahrgenommen zu werden (Ruthemeier, 2021; David & Coenen, 2017). So konnte sich die unternehmerische Tätigkeit von Migrant:innen in Deutschland erst in der letzten Dekade als politisch und gesellschaftlich wahrgenommenes Phänomen etablieren.

Was auf den ersten Blick erfreulich ist, birgt die Gefahr, dass sowohl politisch Agierende als auch lokale Stakeholder:innen, die nun migrantische Unternehmen als Wirtschafts-, Innovations- und Integrationsfaktor schätzen gelernt haben, sich von dem wissenschaftlichen Diskurs entkoppelt in einem Rahmen bewegen, in dem definitorisch die Charakteristika „migrantisch“ und „Unternehmer:innentum“ als Oberbegriffe für Unternehmer:innen mit sehr unterschiedlichen Merkmalen und Herausforderungen erhalten müssen (s. Abschnitt 3).

Dass es sowohl generationelle, qualifikatorische, geschlechtsspezifische, kulturelle, sektorale und/oder ethnische Unterschiede in der Gruppe der migrantischen Unternehmer:innen – wie auch bei nicht-migrantischen Unternehmer:innen – gibt, wird dabei oft übersehen. So waren und sind etwa die Migrant:innen der ersten Generation mit völlig anderen Herausforderungen konfrontiert, als dies für jene der zweiten Generation, die das deutsche Bildungssystem durchlaufen haben, der Fall ist (Schäfer, 2021; David et al., 2020).

Diese Heterogenität (s. Abschnitt 4.1) bleibt im öffentlichen Diskurs weitgehend unberücksichtigt. So steht das migrantische Unternehmer:innentum als ein all-umfassendes Label - auch für viele, die sich selbst gar nicht als „migrantisch“ im engen Sinne verstehen würden.

Im Jahr 2017 wurde von der IQ Fachstelle Migrantenökonomie der Versuch unternommen, eine zusammenfassende Definition für diese Art von Unternehmen („migrantische Ökonomien“) zu finden. Hiernach wird *„migrantische Ökonomie als die Gesamtheit der von Menschen mit Migrationshintergrund gegründeten [und] oder geführten Unternehmen [verstanden]. Dies umfasst sowohl die seit mehreren Jahrzehnten in Deutschland Lebenden (mit oder ohne deutschen Pass), ihre Nachkommen sowie erst kürzlich Zugewanderte – hierunter fallen Personengruppen aus EU-Ländern, Nicht-EU-Ländern und die Neuzugänge der Flüchtlinge“* (IQ, 2017: 1).

Auf diese Definition setzen bis heute viele Forschungsvorhaben, nicht zuletzt auch deshalb, weil eine der wichtigsten Datenquellen zur Untersuchung migrantischer Selbständigkeit der Mikrozensus des Statistischen Bundesamtes ist. Dieser lässt eine andere Fokussierung als die auf den wie oben definierten „Migrationshintergrund“ nicht zu. Die zweite wichtige Datenquelle, die Gewerbeanzeigenstatistik, bietet demgegenüber einen berechtigterweise von den meisten Forscher:innen als zu eng wahrgenommene Definition. Hier wird ausschließlich auf die Staatsbürgerschaft geschaut, die die Person im Augenblick der Anzeige angegeben hat (Kay & Nielen, 2020; Sachs, 2020).

Die Definition der IQ Fachstelle Migrantenökonomie ist stimmig. Der Fokus auf die Gesamtheit aller Personen „mit Migrationshintergrund“ verwehrt jedoch den genaueren Blick auf die Heterogenität dieser Gruppe und auf spezifische Charakteristika. Vor diesem Hintergrund plädiert dieser Beitrag für eine differenzierte Betrachtung der unternehmerischen Tätigkeit von Migrant:innen in Deutschland. Ziel ist es, zu einem gemeinsamen und zugleich facettenreichen Verständnis dieses Unternehmer:innentums in Deutschland beizutragen.

2.3 Vom Dönerbuden-Narrativ zum innovativen Hightech-Unternehmen

Um ein Gefühl für die Heterogenität des Phänomens migrantischen Unternehmer:innentums in Deutschland zu bekommen, ist es nötig zunächst einen Blick auf die Geschichte der Zuwanderung in die Bundesrepublik zu werfen.

2.3.1 Die Generation der Gastarbeiter:innen

Im Oktober 2021 wurde vielfach an das 60. Jubiläum des Anwerbeabkommens zwischen der Bundesrepublik und der Türkei gedacht. Bereits seit 1955 bestand ein entsprechendes Abkommen mit Italien. Bis zum Anwerbestopp im Jahr 1973 kamen 14 Millionen Menschen aus diesen beiden und weiteren vorwiegend südeuropäischen Ländern nach Deutschland (Trost & Linde, 2016) – die Generation der so genannten „Gastarbeiter:innen“. Davon gingen im Laufe der Jahre elf Millionen Menschen zurück in ihre Heimatländer.¹

Einige der damaligen so genannten Anwerbeländer wie die Türkei, Marokko und Tunesien werden einem anderen als dem „westlichen“ Kulturkreis zugerechnet, was zu einer kulturellen Diversifizierung der Bevölkerung in der Bundesrepublik beitrug, aber auch zu Konflikten, die teilweise in strukturellen Ghettoisierungen in westdeutschen Großstädten mündeten. Mit dem Anwerbestopp zwischen 1970 und 1974 wurden für die in Deutschland verbliebenen so genannten Gastarbeiter:innen, Möglichkeiten des Familiennachzugs vereinfacht (Berlinghoff, 2018).

Die Wirtschaftskrise Ende der 1970er und Anfang der 1980er Jahre ließ vielen Migrant:innen keine andere Möglichkeit als die Selbstständigkeit, um am Arbeitsmarkt zu partizipieren (Yildiz, 2017; Wilpert, 2000). Die heute vielfach sichtbaren Dönerbuden, italienischen Restaurants, griechischen und jugoslawischen Imbisse – bleibt man nur im Bereich der Gastronomie und vernachlässigt erst einmal weitere Branchen – haben durch den Schritt vieler „Gastarbeiter:innen“ in die Selbstständigkeit die Stadtbilder und die lokalen Ökonomien westdeutscher Städte verändert.

¹ Dieser knappe historische Abriss über die wesentlichen Zuwanderungswellen und -gruppen bezieht sich für die Zeit vor 1990 ausschließlich auf die Bundesrepublik. Auch in die DDR gab es Zuwanderung, u.a. im Rahmen von Abkommen mit anderen kommunistischen Staaten wie Polen, Kuba, Algerien oder Vietnam.

Diese Zuwanderung blieb jedoch zahlenmäßig und in ihren gesellschaftlichen Auswirkungen weit hinter der Zuwanderung in die Bundesrepublik zurück, was sich bis heute in der stark voneinander abweichenden Verteilung der Bevölkerung mit Migrationshintergrund zwischen West- und Ostdeutschland niederschlägt.

Bis heute prägt die Generation der so genannten „Gastarbeiter:innen“ hiermit das Bild und Narrativ der unternehmerischen Tätigkeit von Migrant:innen in Deutschland.

Was einst aus der Not entstand, wurde schnell zu einem Merkmal von Großstädten wie Berlin (Hillmann & Sommer, 2011) oder als „Melting Pot“ charakterisierter Regionen wie dem Ruhrgebiet in Nordrhein-Westfalen (David et al., 2019a). Heute sind die eingeführten Speisen – teilweise weiterentwickelt – nicht mehr wegzudenkender Bestandteil der kulinarischen Alltagskultur Deutschlands. Zudem stellte die Gastronomie Anfang der 1980er Jahre ein lukratives Geschäft dar, das sich für viele „Gastarbeiter:innen“ und auch ihre Nachkommen besser auszahlte als beispielsweise die Arbeit unter Tage.

2.3.2 Die Generation der Spätaussiedler:innen

Die prägnanteste darauf folgende Zuwanderungsgruppe war die der so genannten Spätaussiedler:innen. Schon seit Ende des Krieges zogen immer wieder Gruppen von Deutschen oder Nachfahren von Deutschen aus Mittel- und Osteuropa in die Bundesrepublik. Verstärkt zogen Spätaussiedler:innen ab Anfang der 1980er Jahren zunächst aus Polen und Rumänien, seit dem Fall der Mauer v. a. aus Nachfolgestaaten der Sowjetunion in die Bundesrepublik. Von rund 3,5 Millionen Menschen geht das Bundesverwaltungsamt für die Zeit von 1980 bis 2009 aus. Formal unterschied diese Gruppe von allen anderen Zuwander:innen, dass sie sofort als Deutsche galten. Dennoch machten auch sie vielfach die Erfahrung zunächst am Rand der Gesellschaft zu stehen, wurden sie doch von der Mehrheitsbevölkerung zunächst als osteuropäische Zuwander:innen angesehen.

Obwohl diese Gruppe zunächst weniger mit Selbständigkeit in Verbindung gebracht wurde, haben sie dennoch das ethnische Unternehmer:innentum (s. Abschnitt 3.4.1) in Deutschland mitgeprägt. Dieses hat als Charakteristikum die Fokussierung des Geschäftsmodells auf Dienstleistungen und/oder Waren für eine bestimmte ethnische Gruppe wie z. B. Einzelhandelsläden mit polnischem oder russischem Sortiment, die sich gezielt an eine Klientel richten, die aus diesen Ländern stammt. Vielfach haben Spätaussiedler:innen solche Nischen besetzt (David et al., 2019a).

2.3.3 Generationen von Fluchtmigrant:innen und die EU-Osterweiterung

Seit Beginn der 1990er Jahre erlebte Deutschland infolge der jugoslawischen Zerfallskriege einen ersten in der öffentlichen Wahrnehmung spürbaren Zuzug von Geflüchteten. Aufgrund der damals rigiden Aufenthaltbestimmungen für Geflüchtete, war eine Integration in den Arbeitsmarkt oder unternehmerische Tätigkeit aus dieser Gruppe heraus nicht denkbar.

Mit der EU-Osterweiterung im Jahr 2004 verstärkte sich die EU-Binnenmigration. Wobei die letzten Beschränkungen für die freie Wahl des Arbeitsplatzes für Arbeitnehmer:innen aus den mittel- und osteuropäischen Beitrittsstaaten von der deutschen Regierung erst 2011 aufgehoben wurden. Seitdem hat das Phänomen soloselbständiger Osteuropäer:innen im Bereich der Pflege und des Handwerks zugenommen. Bis 2011 war die Selbständigkeit in Handwerken, die keine Meisterpflicht haben, vielfach der einzige legale Weg in den deutschen Arbeitsmarkt für Staatsbürger:innen der damaligen Beitrittsstaaten (Leicht et al., 2017; David et al., 2019a; Kay & Nielen, 2020).

Mit dem „langen Sommer der Migration“ begann eine neue Phase in der Zuwanderungsgeschichte in die Bundesrepublik. In den Jahren 2015 und 2016 kamen Geflüchtete vor allem aus den Kriegsgebieten Syriens aber auch aus Ländern wie dem Irak und Afghanistan als Schutzsuchende nach Deutschland (David & Terstriep, 2020; Oltmer, 2016; Knuth, 2016; David et al. 2019b).

Anders als in den 1990er Jahren war die Politik schnell offen, den Weg auch für Geflüchtete in den Arbeitsmarkt zu öffnen. Viele kamen gut gebildet und mit jahrelanger beruflicher Erfahrung nach Deutschland. Zudem fiel der Zuzug der Geflüchteten zeitlich zusammen mit einer intensiven öffentlichen Debatte über den immer offensichtlicher werdenden Fachkräftemangel. Mit dem neuen Integrationsgesetz von Juli 2016 dürfen auch Asylbewerber:innen nach drei Monaten in Deutschland arbeiten. Jedoch müssen durch die Vorrangprüfung noch fünfzehn Monate lang Bewerber:innen aus Deutschland und der EU bei der Arbeitsplatzvergabe bevorzugt werden. Ausnahmen hiervon gibt es für Regionen mit geringer Arbeitslosigkeit.

In diesem Zuge hat auch das Thema „Refugee Entrepreneurship“ (Heilbrunn et al., 2019; David &

Coenen, 2017) Einzug in die politische Agenda gehalten und wird inzwischen als ein Weg der Arbeitsmarktintegration von Geflüchteten betrachtet (David, 2019). Ähnlich wie die Gastarbeiter:innen gründen Geflüchtete zum Teil aus der Not heraus mangels geeigneter Alternativen auf dem Arbeitsmarkt, zum Teil aber, weil sie bereits im Heimatland selbständig tätig waren (Stichwort: Re-starter) oder den bürokratischen und eher langsamen Weg der Arbeitsmarktintegration umgehen wollen (Stoewe, im Erscheinen).

In den vergangenen Jahren wurden für Geflüchtete vermehrt zielgruppenspezifische Maßnahmen wie Mentoring-Programme oder Gründungszentren seitens der EU als auch einzelner Mitgliedsstaaten umgesetzt, um den Gründer:innenanteil unter Geflüchteten zu erhöhen. Dies wurde u. a. durch das steigende politische Interesse an migrantischen Unternehmen allgemein vorangetrieben.

2.3.4 Beharrlichkeit tradierter Narrative rund um migrantisches Unternehmer:innentum

Migrantisches Unternehmer:innentum hat das Potenzial, ein Zukunftsthema zu werden. Im Jahr 2020 lebten laut Statistischem Bundesamt fast 22 Millionen Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland, 11,4 Millionen davon mit einer ausländischen Staatsbürgerschaft. Im Jahr 2014 haben sich in Deutschland insgesamt 915.000 Personen selbständig gemacht, darunter rund 179.000 Personen mit Migrationshintergrund (Metzger, 2016), die unter dem Label „migrantische Ökonomien/migrantische Unternehmer:innen“ subsumiert werden können (David et al., 2019a).

Menschen mit Migrationshintergrund gründen in zunehmendem Maße in Deutschland. Sie machen sich in einer Vielzahl von Sektoren selbstständig und betreiben Unternehmen verschiedener Größen und variierender Geschäftsmodelle. Sie leisten einen wichtigen Beitrag zur Beschäftigungsdynamik in Deutschland: Die Zahl, der in von Personen mit Migrationshintergrund geführten Unternehmen Beschäftigten wuchs zwischen 2005 und 2018 um 50 Prozent auf rund 1,5 Millionen Menschen. Schnell und massiv verändert sich das Profil der Unternehmer:innen mit Migrationshintergrund: Mehr als die Hälfte der Selbstständigen mit Zuwanderungsgeschichte ist heute im Dienstleistungsbereich außerhalb von Handel und Gastronomie tätig. Handel

und Gastgewerbe machen nur noch rund 25 Prozent aus, ein Rückgang um 13 Prozent im Vergleich zu 2005. Knapp 198.000 Unternehmer:innen und damit 18.000 weniger als 2005 arbeiteten 2018 in Handel und Gastgewerbe. In allen anderen Branchen – mit Ausnahme der Landwirtschaft – gab es 2018 mehr Unternehmer:innen mit Migrationshintergrund als 2005 (Sachs, 2020).

Und dennoch: das Dönerbuden-Narrativ bleibt erhalten. Dieses Narrativ, gestützt durch vielfältige Literatur im Themenfeld der lokalen Ökonomie und migrantischer Selbständigkeit, erzählt fortwährend die Geschichte von Migrant:innen und ihrer durch Notgründungen geprägten unternehmerischen Tätigkeiten (David et al., 2019c).

Die bisherigen Definitionen zur unternehmerischen Tätigkeit von Migrant:innen und ihren Nachkommen negieren vor allem die Gründungsaktivitäten in wissens- und technologieintensiven Branchen und implizieren, dass es sich bei migrantisch geführten Unternehmen vorrangig um Notgründungen handelt. Dass dies eben nicht zwingend der Fall ist, zeigen die Studien von Metzger (2016), Leicht et al. (2017) und Sachs (2020), die darauf verweisen, dass die meisten Migrant:innen Chancengründer:innen sind, also gründen, weil sie *wollen* und nicht, weil sie *müssen* (David et al., 2019c).

In eine ähnliche Richtung weisen die Ergebnisse des Global Entrepreneurship Monitors 2020, die zeigen, dass das Ziel mit dem neugegründeten Unternehmen „die Welt verändern zu wollen“ mit 66,3 Prozent der Nennungen deutlich häufiger im Vordergrund steht als bei einheimischen Bevölkerungsgruppen mit 42,0 Prozent (Sternberg et al., 2021). Ebenso hat die Erkenntnis, dass Unternehmer:innentum als eine Form der Arbeitsmarktintegration verschiedener Gruppen von Migrant:innen der ersten Generation betrachtet werden kann, erst jüngst Einzug in die politische Agenda gehalten (Stoewe, im Erscheinen; Ruthemeier, im Erscheinen; David, 2019; David & Coenen, 2017).

Aus räumlicher Perspektive und mit Hinblick auf die Rolle transnationaler migrantischer Unternehmen rückt gegenwärtig außerdem das lokale Ökosystem verstärkt in den wissenschaftlichen Fokus (David et al., 2021; Schäfer, 2021; Ruthemeier, 2021; Harima & Baron, 2020).

2.3.5 Migrantische Unternehmen als Teil des Lokalen

Weitgehend unbestritten ist, dass die Stadt- und Quartiersentwicklung von Migrant:innen als lokale Unternehmer:innen gerade in kleinen und mittelgroßen Städten profitieren (Räuchle et al., 2017; Röhrlich, 2016; Nuissl & Schmiz, 2015; Oberste & Ehrich, 2015; Hillmann, 2011; Hillmann & Sommer, 2011). Dort, wo deutschstämmige „Tante-Emma-Läden“ aus diversen Gründen schließen, leisten Migrant:innen als Unternehmer:innen einen wichtigen Beitrag zur Aufrechterhaltung der Grundversorgung (David et al., 2019a). Zugleich verändern sie im Falle einer Clusterung ganze Stadtbilder. Das Brautmodencluster in Duisburg Marxloh, das Dong-Xuan-Center in Berlin Lichtenberg oder das japanische Viertel in Düsseldorf („Little Tokyo am Rhein“) veranschaulichen diese Dynamik exemplarisch.

2.4 Merkmale der unternehmerischen Tätigkeit von Migrant:innen in Deutschland

Deutschland machte selten wegen eines erhöhten Gründungsgeschehens Schlagzeilen. Eher ist es als das Land von Risikoabwägung bekannt. So weisen etwa Kriegesmann et al. (2015) darauf hin, dass in Deutschland kulturelle und arbeitsmarktspezifische Pfadabhängigkeiten in bestimmten Regionen nach wie vor eine zurückhaltende Einstellung zum Gründen stützen. Im OECD-Vergleich liegt Deutschland regelmäßig hinter vergleichbaren Industriestaaten und auch direkten Nachbarstaaten wie Frankreich, Belgien oder den Niederlanden zurück, was das Gründungsverhalten angeht.

In den Jahren vor der COVID 19-Pandemie² schienen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland besonders gründungsaktiv zu sein (Sachs, 2020; Leifels & Metzger, 2019; Leicht et al., 2017; Metzger, 2016).

Diesbezüglich stellen Leicht et al. (2017) fest, dass die nicht-migrantische Bevölkerung eine niedrigere Gründungsneigung aufweist als Menschen mit ausländischen Wurzeln. Es sind somit Personen mit ausländischen Wurzeln, die eher den Schritt in die Selbständigkeit wagen.

Rund 46,5 Prozent aller Selbständigen mit Migrationshintergrund kommen aus den EU-28 Ländern. Darunter nehmen polnische Zuwanderer:innen mit 14 Prozent die Spitzenposition ein. Ihr Anteil an der Unternehmer:innenschaft in Deutschland hat sich zwischen 2005 und 2016 verdoppelt. Es folgen mit Anteilen von 12 Prozent, 6 Prozent und 3 Prozent Türk:innen, Italiener:innen und Griech:innen (Leicht et al., 2017; IQ Netzwerk Migrantenökonomie; eigene Berechnung auf der Basis von Mikrozensus 2005, 2019). Obwohl in der Öffentlichkeit vielfach nicht im engeren Sinne als migrantische Unternehmer:innen wahrgenommen, kamen Französ:innen, Niederländer:innen, Brit:innen, Österreicher:innen und Schweizer:innen 2016 insgesamt auf 71.000 Selbständige in Deutschland.

Nach Berechnungen des IQ Netzwerk Migrantenökonomie ist die Zahl migrantischer Selbständiger im Zeitraum 2005 bis 2019 von 532.000 auf insgesamt 860.000 gestiegen. Prozentual ergibt dies einen Zuwachs von 61,7 Prozent binnen 19 Jahren. Dieses Wachstum spiegelt sich auch in der Verteilung selbständiger Personen mit Migrationshintergrund nach Geschlecht wider. Für den gleichen Zeitraum hat das IQ Netzwerk Migrantenökonomie (ebd.) einen Anstieg an männlichen Selbständigen von 370.000 auf 574.000 berechnet (8,3 Prozent) und bei Frauen 8,5 Prozent. Den Ergebnissen des jüngsten Global Entrepreneurship Monitor (Sternberg et al., 2021) folgend, weisen Migrant:innen im Vergleich zur einheimischen Bevölkerung in Deutschland 2019 mit 11,8 Prozent gegenüber 7,4 Prozent eine deutlich höhere TEA-Quote³ auf.

Metzger (2016) charakterisiert die Gruppe migrantischer Unternehmer:innen als im Durchschnitt jünger

² Obwohl der KfW-Gründungsmonitor (Metzger, 2019) für das Jahr 2018 keine Abnahme des Gründungsgeschehens feststellte, ist die Gründungstätigkeit in Deutschland im Jahr 2020 zurückgegangen (Metzger, 2021). Ein Grund dafür sind die mit der pandemischen Lage einhergehenden Beschränkungen in allen Lebensbereichen, die den selbständigen Voll- und Nebenerwerb gleichermaßen hart trafen (ebd.).

³ Die Total Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)-Quote weist den prozentualen Anteil an Menschen in der Bevölkerung zwischen 18 und 64 Jahren aus, welche entweder ein:e angehende:r Unternehmer:in oder Eigentümer:in/Geschäftsführer:in eines neuen Unternehmens sind (<https://www.gemconsortium.org/wiki/1154>).

bei der Gründung (38,6 Jahre) im Vergleich zu deutschen Gründer:innen (42,7). Zudem greifen Personen mit ausländischen Wurzeln beim Gründen selten auf öffentliche Finanzquellen zurück, sondern stattdessen auf familiäre oder eigene Rücklagen (24,4 Prozent im Vergleich zu deutschen Gründer:innen mit 13,1 Prozent, ebd.). Als weitere Merkmale identifiziert Metzger (2016) das häufigere Gründen im Team, den überdurchschnittlichen Beitrag zur Beschäftigung und die Einführung regionaler Marktneuheiten. Letzteres bestätigen die Studien von David et al. (2019a) und Schäfer (2021), hier im Kontext von innovativen migrantischen Start-ups.

Im Jahr 2016 gründete die Mehrheit der Migrant:innen (46,5 Prozent) im Dienstleistungssektor. Davon entfielen 19,2 Prozent auf wissens- oder technologieintensive Dienstleistungen und 27,3 Prozent auf sonstige Dienstleistungen, einschließlich Körperpflege. Etwa jede:r vierte Migrant:in (24,4 Prozent) gründete im Handel und 12,5 Prozent im verarbeitenden Gewerbe, einschließlich Handwerk (Terstriep et al., 2021). Mit einem Anteil von rund 10 Prozent sind Gründungen im Baugewerbe weniger stark ausgeprägt. Diese Zahlen überraschen nicht, da migrantische Gründer:innen zuvor häufiger im Dienstleistungssektor und im Handel abhängig beschäftigt waren (IAB/ZEW, 2016).

Diese Zahlen decken sich auch mit den Ergebnissen von Leicht et al. (2017), die einen höheren Anteil migrantischer Gründer:innen in nicht-wissensintensiven Dienstleistungen, im Großhandel und im Baugewerbe betonen sowie eine Unterrepräsentativität dieser Gruppe in wissens- und technologieintensiven Dienstleistungen feststellen. Allerdings beobachten die Autoren:innen eine Zunahme der Gründungsaktivitäten in den letztgenannten Sektoren sowie im Baugewerbe (ebd.). Überraschend ist, dass eine Unternehmensgründung in der Branche des Handels gleichermaßen beliebt bei Migrant:innen mit Hochschulabschluss (17,2 Prozent) zu sein scheint und 2016 nur von technologieintensiven Dienstleistungen überholt (18,9 Prozent) wird.

Die hier genannten Merkmale und Charakteristika migrantischer etablierter Unternehmen und Gründungen dürfen jedoch keineswegs darüber hinwegtäuschen, dass es sich bei den Unternehmer:innen mit Migrationshintergrund bei weitem nicht um eine homogene Gruppe handelt. Vielmehr zeichnen sie sich durch eine hohe Heterogenität aus.

Der Vielfalt des migrantischen Unternehmer:innentums wird in der deutschen Forschungslandschaft in steigendem Maße Rechnung getragen, wie im folgenden Abschnitt im Zeitverlauf (Abschnitte 3.1 bis 3.3) und am Beispiel von drei „Forschungswellen“ (Abschnitt 3.4) dargestellt wird.

3 From Ethnic to (Im)Migrant to Refugee Entrepreneurship – Eine europäische Annäherung

Europa zählt spätestens seit dem zweiten Weltkrieg als attraktive Einwanderungsregion. Baycan-Levent und Nijkamp (2007) identifizieren seit dem Ende des Zweiten Weltkriegs vier Phasen der Migration in Mitteleuropa: (1) Nachkriegsanpassung, (2) Massenflüchtlingsströme und Dekolonisierung, (3) Arbeitsmigration und zurückhaltende Migration sowie (4) Fluchtmigration, Asylsuchende und illegale Einwanderung. Im Gegensatz zu den USA verstehen sich die meisten europäischen Staaten nicht als Einwanderungsländer. Dies galt auch lange für Deutschland. Unbestritten ist aber, dass die west- und mitteleuropäischen Länder seit Jahrzehnten bei Migrant:innen an Popularität gewinnen (Elo & Servais, 2018; OECD, 2020).

Mit Blick auf die internationalen Migrationsströme spielt Deutschland insofern eine besondere Rolle, als dass es zu den 20 Ländern weltweit zählt, die insgesamt 67 Prozent, also zwei Drittel aller internationalen Migrant:innen aufnehmen (UN, 2017). Neben Frankreich, Spanien und dem Vereinigten Königreich gehört Deutschland zu den beliebtesten Zielländern in Europa. Mit über 13 Millionen Migrant:innen im Jahr 2019, davon rund 1,4 Millionen Geflüchtete (10,7 Prozent), hatte Deutschland in absoluten Zahlen die größte im Ausland geborene Bevölkerung aller europäischen Länder (IOM, 2019; UN Desa, 2019). Gemessen an der Gesamtbevölkerung belief sich der Anteil auf 15,7 Prozent. Deutschland rangiert damit hinter der Schweiz (29,9 Prozent), Schweden (20,0 Prozent), Österreich (19,9 Prozent) und Belgien (17,2 Prozent).

Die Migrationsgeschichte Europas ist einzigartig, weshalb sie auch ihre eigenen Narrative zum Thema migrantisches Unternehmer:innentum braucht. Im Vergleich zu den USA wurde die unternehmerische Tätigkeit von Migrant:innen in Europa erst relativ spät als eigenständiges Forschungsobjekt entdeckt, wie im Folgenden dargestellt.

3.1 USA – Wiege der „Ethnic Entrepreneurship“-Forschung

In den USA wird der Einfluss von Einwanderer:innen auf die Wirtschaft in Form unternehmerischer Aktivitäten aufgrund der frühen (Massen-)Migration zwischen 1815 und 1914 als natürlich angesehen (Wadhwani, 2016). Ein weiterer Faktor, der das Thema migrantisches Unternehmer:innentum in den USA begünstigt, ist der US-amerikanische Blick auf das Unternehmer:innentum als Baustein des „American Dream“, welcher allen amerikanischen Bürger:innen Chancengleichheit mit Blick auf eine Selbständigkeit bzw. das Unternehmer:innentum bietet. Damit zusammenhängend spielt das liberale Staatsverständnis mit den geringeren regulativen Hürden für Gründungswillige eine große Rolle bei der Betrachtung von (migrantischem) Unternehmer:innentum in den USA (Ram et al., 2017). In anderen Worten: Wer gründen möchte, kann dies relativ einfach tun.

Insofern verwundert es auch nicht, dass der Ursprung des Forschungszweiges „Ethnic Entrepreneurship“⁴ in den USA zu finden ist. Bereits in den 1960ern und 1970ern wurden dort Studien durchgeführt (Bonacich, 1973; Light, 1972; Blalock, 1967). Aus einschlägigen US-Statistiken ging hervor, dass die Gründungsquoten verschiedener ethnischer Gruppen sich von den Gründungsquoten der Bevölkerung insgesamt unterschieden (Drinkwater, 2017). Diese Abweichungen traten in beide Richtungen der Gründungsskala auf: Während einige Gruppen – darunter jene mit indischen, chinesischen und japanischen Wurzeln – besonders häufig gründeten, befanden sich die Gründungsquoten anderer Gruppen – allen voran jene mit afrikanischen Wurzeln – am unteren Ende der Skala (Light, 1972). Aus dieser Beobachtung entsprang der neue Forschungszweig, der im Wesentlichen auf der Annahme basierte, dass in der „ethnischen Ökonomie“ andere Wirkungszusammenhänge und Determinanten für die Gründung vorherrschten als bislang aus der breiteren Entrepreneurship-Forschung bekannt (Kloosterman, 2010). Gleichzeitig erfolgte in diesem Zuge eine stärkere Fokussierung auf „ethnische“ Charakteristika

⁴ Je nach Kontext und Studie auch als „ethnic minority“ und später auch als „immigrant“ oder „migrant entrepreneurship“

bezeichnet, wobei die Grenzen teilweise verschwimmen (Rialp & Aliagla-Isla, 2013).

migrantischer Unternehmer:innen und ihre Unternehmen.⁵ Die Ethnie wurde nicht nur als wesentliches Merkmal für den Schritt in die Selbständigkeit herangezogen, sondern auch für die räumliche Verortung der Unternehmen, die Zusammensetzung spezifischer Ressourcen zur Unternehmensgründung und den typischerweise als co-ethnisch identifizierten Kund:innenstamm.

3.2 Vereinigtes Königreich – eine europäische Annäherung von der Insel

Der Fokus auf ethnische Gruppierung als Determinante der unternehmerischen Tätigkeit von Migrant:innen wurde zunächst auch in Europa übernommen, wo der Forschungszweig seit den 1980er Jahren vor allem im Vereinigten Königreich an Bedeutung gewann (Soni et al., 1987; McGoldrick & Reeve, 1989; Ram & Sparrow, 1993). Ähnlich wie in den USA zeigte sich hier, dass es bestimmte ethnische Gruppen sind, die sich besonders häufig selbstständig machten, darunter jene mit chinesischen, pakistanischen, bangladeschischen und indischen Wurzeln (Clark & Drinkwater, 1998). Gleichzeitig stachen „Black Caribbean and African(s)“ als besonders gründungsfern hervor.

Die Ausschreitungen in Brixton von 1981 und 1985, bei denen die Polizei und jugendliche People of Colour in dem sozioökonomisch schwachen Londoner Stadtteil brutal aufeinanderstießen, erwiesen sich als weiterer Anlass, sich dem Thema Entrepreneurship als Weg des sozialen Aufstiegs für bestimmte Migrant:innengruppen zu widmen und dies auch auf die politische Agenda zu setzen (Scarman, 1986). Dies wiederum war Anlass, „ethnisches“ Unternehmer:innentum verstärkt empirisch zu untersuchen (Ram & Jones, 2008). Zu guter Letzt trugen und tragen bis heute in den USA und im Vereinigten Königreich die geringen regulativen Hürden auf dem Weg in die Gründung zu der verstärkten Präsenz des Themas (migrantisches) Unternehmer:innentum bei.

3.3 Migrantisches Unternehmer:innentum auf dem europäischen Festland

Auf dem europäischen Festland hingegen wurden die ersten prominenten Studien in den späten 1990er Jahren durch Forschung aus den Niederlanden publik (Kloosterman et al., 1999). Hier widmete sich der Forschungszweig zunächst der Beobachtung des Phänomens der Clusterung von Einwanderer:innen als Unternehmensgründer:innen und -eigentümer:innen auf lokalen Märkten und der städtischen Ebene sowie dem Ansatz der „Mixed Embeddedness“, der von der Verankerung der Zielgruppe in verschiedenen Settings als Beitrag zu Opportunitätsstrukturen ausgeht.

Vergleichbare Auslöser wie im Vereinigten Königreich, die das Thema auf die politische Tagesordnung brachten, gab es auf dem europäischen Festland in dieser Form nicht. Wohl aber fand das Thema vereinzelt auf EU-Ebene Beachtung, etwa als Chance der sozialen und wirtschaftlichen Integration sowie Mobilität benachteiligter Gruppen, worunter auch Migrant:innen erster Generation gefasst wurden (Liikanen, 2003).

Obwohl der Forschungsstrang des „Ethnic Entrepreneurship“ weiterhin verfolgt wird – vor allem in Großbritannien –, rekurren jüngere Publikationen vermehrt auf den Begriff „Immigrant Entrepreneur“ (Rath & Kloosterman, 2000; Rath, 2000; Rialp & Aliagla-Isla, 2013; Nazareno, Zhou & You, 2018), was als ein Hinweis darauf interpretiert werden kann, dass es sich bei den betrachteten Unternehmer:innen um Einwander:innen der ersten Generation handelt. Parallel dazu existiert etwa seit der Jahrtausendwende der verwandte Forschungszweig des „migrantischen Unternehmer:innentums“ (engl. „Migrant Entrepreneurship“) (Ram et al., 2017), der unter dem Begriff auch Nachfahren der Einwanderer:innen als Unternehmer:innen impliziert.

Die Abgrenzung zwischen der ethnischen und Migrant:innenökonomie, ethnischem und (im)migrantischem Unternehmer:innentum sowie der

⁵ Exemplarisch sind hier die beiden oft zitierten Werke „Ethnic Enterprise in America“ (Light, 1972) und „Ethnicity and Entrepreneurship“ (Aldrich & Waldinger, 1990) zu nennen.

unternehmerischen Tätigkeit Geflüchteter wird im folgenden Abschnitt 3.4 thematisiert.

3.4 Evolution der Forschung zu (im)migrationsbezogenem Unternehmer:innentum

Ähnlich wie der Begriff der Migration selbst, unterliegen auch die migrationsbezogenen Begriffe des Unternehmer:innentums, in Abhängigkeit von politischen und gesellschaftlichen Stimmungen, Rahmenbedingungen der Zuwanderung und realwirtschaftlichen Phänomenen gewissen „Konjunkturzyklen“. Diese lassen sich grob in drei Forschungswellen zum Thema einordnen: Ethnische Unternehmer:innentum (Abschnitt 3.4.1), (Im)migrantisches Unternehmer:innentum (Abschnitt 3.4.2) und „Flüchtlingsunternehmer:innentum“, englisch „Refugee Entrepreneurship“ (Abschnitt 0).

3.4.1 Ethnische Unternehmer:innentum

Ethnisches Unternehmer:innentum bezieht sich auf die unternehmerischen Aktivitäten von Akteur:innen mit einer gemeinsamen Herkunfts- und Kulturidentität (Aldrich & Waldinger, 1990; Wilson & Portes, 1980). Zhou (2004) konkretisiert dieses Verständnis, indem sie ethnische Unternehmer:innen als Eigentümer:innen und zugleich Manager:innen ihres eigenen Unternehmens definiert, deren Gruppenzugehörigkeit an ein gemeinsames kulturelles Erbe oder eine gemeinsame Herkunft gebunden ist. Weiterhin sind „ethnische Unternehmer:innen“ untrennbar mit bestimmten sozialen Strukturen verbunden, in denen individuelles Verhalten, soziale Beziehungen und wirtschaftliche Transaktionen eingeschränkt sind (ebd.).

Ethnische Unternehmer:innen können, müssen aber nicht selbst Migrationserfahrung gemacht haben. Auch Migrant:innen zweiter oder dritter Generation fallen dementsprechend unter die Definition des ethnischen Unternehmer:innentums. Traditionell wurde davon ausgegangen, dass ethnische Minderheiten vorrangig in sogenannten ethnischen Enklaven unternehmerisch aktiv sind, wo sie in ein Netzwerk von ko-ethnischen Mitarbeitenden, Kund:innen und Zulieferer:innen eingebunden sind (Aldrich & Waldinger, 1990).

Diese enge Betrachtungsweise ist in der aktuellen Literatur und Praxis kaum mehr zu finden. Wohl aber

ist das ethnische Unternehmer:innentum nach wie vor durch Merkmale wie eine Spezialisierung auf sogenannte ethnische Produkte oder Serviceangebote, sprich Angebote für weitere Mitglieder der gleichen oder verwandten ethnischen Gruppe, charakterisiert (Elo et al., 2020). Folglich ist nicht jedes Unternehmen, das von Migrant:innen gegründet wird, auch ein ethnisches Unternehmen.

Zur Erklärung des Phänomens aus theoretischer Perspektive werden u. a. soziokulturelle sowie sozioökonomische Theorien als auch Kombinationen aus beiden herangezogen (Indarti et al., 2021).

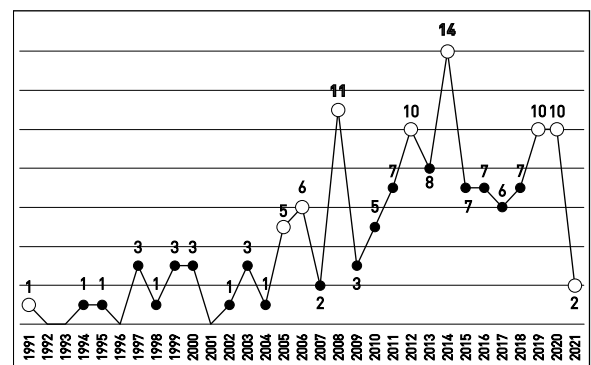


Abbildung: 1. Bibliographische Analyse I

In der deutschen Debatte werden ethnische Unternehmen oft mit der ersten Generation von Migrant:innen in Verbindung gebracht und repräsentieren zumeist migrantische Unternehmer:innen aus dem Bereich Handel und/oder kund:innennahe Dienstleistungen. Beispiele sind Einzelhandelsgeschäfte, die „Halal-Fleisch“ anbieten.

Die Literaturanalyse mit Publish or Perish ergab für die Google Scholar Suche auf ausschließlich deutschsprachige Seiten mit dem Suchstring „ethnische Unternehmen“ OR „ethnisches Unternehmer:innentum“-migrantisch im Zeitraum 1991-2021 insgesamt 139 Publikationen (Abb. 1).

Während es in den frühen 1990er Jahren vereinzelte Publikationen mit diesen Suchbegriffen gab, wurde im Jahr 2008 der erste Piek mit 11 Publikationen und der zweite Piek 2014 mit 14 Publikationen erreicht. Ursächlich für den ersten Piek 2008 könnte die Novellierung des Zuwanderungsgesetzes 2007 sein. Diese Publikationen haben die Integration von Migrant:innen oft zum Thema. Grund für den zweiten

Piek könnte der höchste Zuwachs des Zuwanderungssaldos im Jahr 2014 sein und damit einhergehend die erneute öffentliche Debatte.

Seit 2014 bewegt sich die Zahl der Publikationen im Bereich sieben bis zehn Publikationen und fällt 2021 rapide auf nur zwei Publikationen ab. Zugleich steigen im selben Zeitraum die Publikationszahlen des Suchstrings „*migrantische Unternehmen*“ OR „*migrantisches Unternehmertum*“ -*ethnisch*.

3.4.2 (Im)Migrantisches Unternehmer:innentum

In ihrer Untersuchung von 403 Studien zum ethnischen Unternehmer:innentum im Zeitraum 1999-2008 kommen Ma et al. (2013) zu dem Ergebnis, dass sich eine Neuausrichtung im Forschungsfeld von der Erforschung von „Enklavenökonomien“, ethnischen Unternehmen und sozialer Einbettung hin zur Erforschung von „Immigrant Entrepreneurship“, Migrationsnetzwerken und transnationalen Unternehmer:innen vollzogen hat.

In der internationalen Forschung zum migrantisches Unternehmer:innentum haben sich heute die beiden Begriffe „Immigrant“ und „Migrant“ Entrepreneurship etabliert. Dieses einst so eingegrenzte Forschungsfeld hat inzwischen den Status einer etablierten, wenngleich fragmentierten Disziplin erreicht (Vershina et al., 2021).

Während sich der Terminus „Immigrant Entrepreneurship“ auf die unternehmerischen Aktivitäten von Menschen mit eigener Migrationserfahrung, sprich Migrant:innen der ersten Generation, bezieht, ist „Migrant Entrepreneurship“ eine Art Dachbegriff, also breiter gefasst und kann migrantische Unternehmer:innen und Gründer:innen der zweiten (oder gar dritten) Generation umfassen, die nicht über eine eigene Migrationserfahrung verfügen (Aliagla-Isla & Rialp, 2013).

Der Begriff wird gerade im deutschsprachigen Raum auch für weitere Formen von Unternehmen verwendet, die durch die Merkmale „Migration“ und „Unternehmer:innentum“ charakterisiert sind. Die sogenannten migrantischen Unternehmer:innen der zweiten Generation (David et al., 2020) sind eine Subgruppe der migrantischen Unternehmen und beziehen sich auf Nachkommen der ersten Generation.

Vor allem in Deutschland wird diese Gruppe von Unternehmer:innen auch dann, wenn nur ein Elternteil

ausländische Wurzeln hat, zu den migrantischen Unternehmen gezählt. Grundlage für entsprechende Studien bildet dabei zumeist der Mikrozensus. Dabei gibt es Unterschiede zwischen der ersten und zweiten Generation in Bezug auf den Bildungsstand, die Gründungssektoren, aber auch gemeinsame Charakteristika wie z. B. das Gründen im Verbund (oftmals mit Freund:innen und/oder Familienangehörigen), das geringere Einstiegsalter in das Unternehmer:innentum und weitere Merkmale (David et al., 2020; Sachs, 2020).

In der deutschen Debatte ist der Begriff des „Immigrant Entrepreneurship“ weniger stark verbreitet. Migrantisches Unternehmer:innentum als Begriff wird im Vergleich dazu überstrapaziert und wenig konkretisiert. So ist es bislang nicht gelungen, eine allgemein anerkannte Differenzierung der unter den Begriff „migrantische Unternehmen“ fallenden Subgruppen zu etablieren (David et al., 2019a). Schwierig wird es im Sinne des Begriffsutilitarismus vor allem dann, wenn unter dem Dachbegriff sehr unterschiedliche Facetten des migrantischen Unternehmer:innentums mit variierenden Charakteristika zusammengefasst werden, wie Hoch- und Niedrigqualifizierte, freiwillig und unfreiwillig Migrierte oder die erste und zweite Generation von Migrant:innen.

Auch für diesen Bereich wurde eine Literaturanalyse mit Publish or Perish vollzogen. Die Google Scholar Suche mit dem String „*migrantische Unternehmen*“ OR „*migrantisches Unternehmer:innentum*“ -*ethnisch* bezog sich wie bereits zuvor auf ausschließlich deutschsprachige Seiten. Auffällig hierbei ist, dass im Analysezeitraum 1991 bis 2021 die erste Publikation erst im Jahr 2007 verzeichnet wurde. Zuvor scheint es nur Publikationen unter dem Terminus ethnische Unternehmen/ethnisches Unternehmer:innentum als Referenzpunkt zu geben (Abb. 2).

Insgesamt wurden im besagten Zeitraum 110 Publikationen gefunden, die migrantische Unternehmen/migrantisches Unternehmer:innentum thematisieren. Einen konjunkturellen Höhepunkt erfährt das Thema im Jahre 2014 mit 13 Publikationen und erreicht 2018 den Höhepunkt mit 19 Publikationen.

Ähnlich wie bei den Termini ethnische Unternehmen/ethnisches Unternehmer:innentum könnte das Jahr 2014 durch eine hohe Zuwanderung das Thema wieder angestoßen haben. Der Piek im Jahr 2018

könnte mit der Fluchtbewegung aus Syrien im „langen Sommer der Migration“ zusammenhängen, die eine kontroverse öffentlich Debatten ausgelöst hat. In den letzten drei Jahren nehmen die Publikationen wieder ab. Eine mögliche Erklärung hierfür könnte die vermehrte Publikation deutscher Autor:innen in englischsprachigen Journalen sein und die sich verbreitende Verwendung des Terminus „Migrant Entrepreneurship“ im deutschsprachigen Raum.

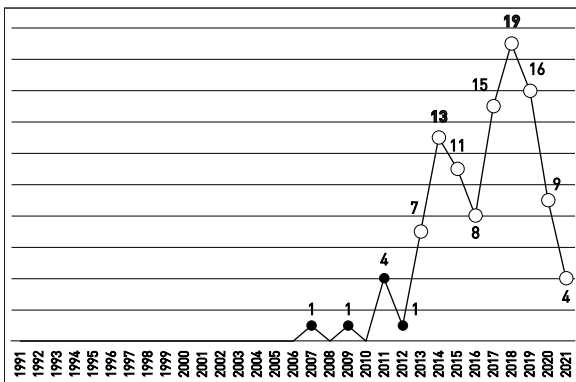


Abbildung 2: Bibliographische Analyse II

3.4.3 Refugee Entrepreneurship

Basierend auf Artikel 1 der Genfer Flüchtlingskonvention von 1951, bezeichnet der Begriff „Flüchtling“ (engl. „Refugee“) eine Person, die vor Krieg, Gewalt, Konflikten oder Verfolgung geflohen ist und eine internationale Grenze überschritten hat, um in einem anderen Land Sicherheit zu finden (UNHCR, 2019). Im Unterschied zu Migrant:innen, die ihr Heimatland „freiwillig“ verlassen, sind Geflüchtete gezwungen, dies zu tun, weil ihr Leben, ihre körperliche Unversehrtheit, ihre Freiheit und/oder Rechte direkt bzw. erwartbar bedroht sind.

„Refugee Entrepreneurship“ bezieht sich somit auf die unternehmerischen Aktivitäten von Menschen mit eigener Fluchterfahrung (Stoewe, im Erscheinen; Heilbrunn et al., 2019; David & Coenen, 2017). Dabei wird der Fokus auf jene Unternehmer:innen mit Fluchtgeschichte gelegt, die eine Landesgrenze überschritten haben (Desai et al., 2021) und somit außerhalb ihres Ursprungslandes ansässig und dort unternehmerisch tätig sind.

Der neue Forschungszweig ist im Zuge der verstärkten Flüchtlingszuwanderung nach Europa rund um das Jahr 2015 stark gewachsen und inzwischen etabliert (Heilbrunn et al., 2019; David & Coenen, 2017;

Stoewe, im Erscheinen). Damit wird dem Aspekt Rechnung getragen, dass Geflüchtete nicht in erster Linie aus wirtschaftlichen oder geschäftlichen Gründen einwandern, sondern der erzwungene Charakter ihrer Mobilität eine wichtige Rolle bei der Gestaltung ihrer wirtschaftlichen Tätigkeit spielen kann (Desai et al., 2021).

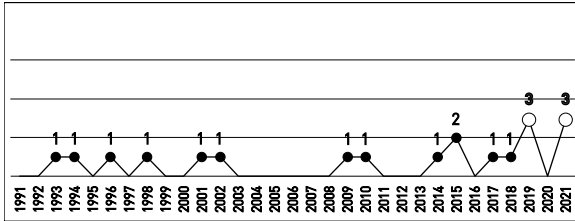
Eine Fokussierung auf bestimmte Branchen oder Unternehmensformen besteht dabei (noch) nicht. Implizit wird jedoch eher auf kleinere Unternehmen mit geringem Startkapital Bezug genommen. Dies hat den Hintergrund, dass Unternehmer:innen mit Fluchtgeschichte zum einen bei ihrer Ankunft häufig nur über begrenzte finanzielle und materielle Ressourcen verfügen und auch andere Ressourcen aus dem Heimatland – einschließlich immaterieller Werte wie Bildung und Berufserfahrung – oft nicht auf den neuen Kontext übertragbar sind (Bloch, 2002; Hartmann & Güllü, 2020). Zum anderen erschweren die rechtlichen Rahmenbedingungen in vielen (westlichen) Aufnahmeländern eine Gründung vor allem für neu angekommenen Geflüchtete, zum Beispiel durch erst späten formalen Zugang zur Selbstständigkeit und den erschwerten Zugang zu formalem Startkapital bei unsicherem Aufenthaltsstatus (Leicht et al., 2017).

Zwar finden sich erste Publikationen, die den Begriff „Flüchtlingsunternehmen“ verwenden bereits Anfang der 1950er Jahre (z.B. Pfeil, 1954), allerdings geriet der Terminus schnell wieder in Vergessenheit. Auffällig ist, dass „Refugee Entrepreneurship“ generell und vor allem im deutschsprachigen Raum erst spät Einzug in die breitere öffentliche und wissenschaftliche Debatte gefunden hat, obwohl es auch zuvor größere Fluchtzuwanderungen nach Deutschland gab. Dies manifestiert sich auch darin, dass sich bisher kein deutschsprachiger Begriff für die unternehmerische Tätigkeit Geflüchteter etabliert hat.

Die Vermutung liegt nahe, dass die gegenwärtige Diskussion rund um „Refugee Entrepreneurship“ zumindest in Teilen durch das politische Bestreben einer schnellen Arbeitsmarktintegration von Geflüchteten getrieben ist (David & Coenen, 2017).

Die Literaturanalyse mit Publish or Perish für den Google Scholar Suchstring „*Flüchtlingsunternehmen*“ auf deutschsprachigen Seiten im Zeitraum 1991-2021 ergab insgesamt nur 19 Publikationen (Abb. 3). Dies mag daran liegen, dass auch im deutschsprachigen Raum eher der Terminus „Refugee

Entrepreneurship“ verwendet wird. Die erste Publikation unter dem Begriff ist 1993 erschienen. Seitdem sind über den gesamten Zeitraum alle zwei bis drei Jahre vereinzelte Publikation in deutscher Sprache veröffentlicht worden.



Abbildungung 3: Bibliographische Analyse III

3.5 Zwischenfazit

Resümierend lassen sich bis hierhin folgende Aspekte festhalten:

Die Perspektiven auf und das Verständnis von Migration und Unternehmer:innentum sind in ihren jeweiligen Forschungskontexten gesellschaftlich, politisch, historisch und kulturell geprägt.

Das Thema Migration und Unternehmer:innentum bildet ein bereits seit Mitte des 20. Jahrhunderts wissenschaftlich untersuchtes Phänomen. Der Forschungszweig hat seinen Ursprung in den USA und diffundierte von dort zunächst in das Vereinigte Königreich und in die Niederlande sowie später in den Rest Europas.

In Deutschland wurde das Thema Migration und Unternehmer:innentum in den vergangenen Jahrzehnten zu verschiedenen Zeitpunkten aufgegriffen, aber nicht mit derselben Aufmerksamkeit wie etwa in den USA oder dem Vereinigten Königreich. Zuletzt geriet das Thema im Zuge der Integration von Geflüchteten in den deutschen Arbeitsmarkt als ein ergänzender Weg der Arbeitsmarktintegration wieder in den öffentlichen Fokus.

Der öffentliche Diskurs rund um Migration und Unternehmer:innentum in Deutschland scheint nachhaltig am „traditionellen“ migrantischen Unternehmer:innentum festzuhalten und steckt noch in den „Kinderschuhen“. Dieser manifestiert sich gerade in den aktuellen Diskursen, die nur selten Bezug nehmen auf die Diversität und Heterogenität von

Migrant:innen und ihre unternehmerischen Aktivitäten.

Aus Forschungsperspektive lassen sich seit den 1970er Jahren bislang drei „Wellen“ oder „Konjunkturzyklen“ rund um migrantisches Unternehmer:innentum feststellen: ethnisches Unternehmer:innentum, (im)migrantisches Unternehmer:innentum und „Flüchtlingsunternehmer:innen-tum“ bzw. „Refugee Entrepreneurship“. Diese Wellen treffen sowohl für die internationale als auch – jeweils mit Verzögerung – für die deutsche Forschungslandschaft zu.

Parallel zu diesen drei großen Forschungsschwerpunkten stehen in der Wissenschaft jedoch noch weitere Charakteristika des migrantischen Unternehmer:innentums im Fokus. In den folgenden Abschnitten werden genau jene Merkmale der unternehmerischen Tätigkeit von Migrant:innen betrachtet, die jenseits des öffentlichen Diskurses wissenschaftlich beleuchtet wurden und werden. Dabei wird sowohl die deutsche als auch die internationale Literatur berücksichtigt.

Mit dem Ziel, eine Grundlage für die differenzierte Betrachtung und Diskussion des Phänomens in Deutschland zu schaffen, wird darauf aufbauend ein Differenzierungsvorschlag für migrantisches Unternehmer:innentum erarbeitet. Abschließend werden die hieraus resultierenden Implikationen für Wissenschaft, Politik und Praxis diskutiert.

4 Eine Definition, viele Gesichter – zur begrifflichen Vielfalt

Im Folgenden wird der Versuch einer definitorischen Klassifizierung von Personengruppen mit eigener Migrationsgeschichte bzw. -hintergrund in ihrem Unternehmer:innentum unternommen. Ausgangspunkt hierfür bildete die Analyse der einschlägigen internationalen Literatur im Themenfeld, auf deren Basis unterschiedliche Begriffsverständnisse und damit assoziierte Merkmale herausgearbeitet werden. Hierzu wird ein mehrstufiges Vorgehen gewählt: Zunächst wird der internationale Forschungsstand im Themenfeld aufgearbeitet und in Bezug zur deutschsprachigen Literatur gesetzt (Abschnitt 3.1). Darauf aufbauend werden Merkmale des migrationsbezogenen Unternehmer:innentums identifiziert (Abschnitt 3.2), auf deren Basis der Versuch einer Differenzierung unternommen wird.

Der Begriff der Migrant:innenökonomie ist im deutschen Sprachgebrauch verankert und hat auf der internationalen Bühne kein direktes Äquivalent. Im Allgemeinen ist damit die Summe aller migrantischgeführten Unternehmen gemeint. Sowohl Migrant:innen der ersten Generation (Menschen mit eigener Migrationserfahrung) als auch der zweiten Generation (Menschen ohne eigene Migrationserfahrung) und ihre Unternehmen werden unter dieses Konstrukt gefasst (IQ, 2017).

Wird Migrant:innenökonomie als ein Teil der wirtschaftlichen Strukturen in Deutschland verstanden, die durch die Personengruppe Migrant:innen und deren Nachkommen geprägt sind, so gewinnt der Begriff an Klarheit. Die Migrant:innenökonomie zeichnet sich dementsprechend durch eine große Vielfalt im Hinblick auf die dahinterstehenden Unternehmer:innen aus. Wie einleitend thematisiert, ist die migrantische Ökonomie jedoch bis heute eher eng gefasst und wird mit „traditionellen“ migrantischen Unternehmen (z. B. Einzelhandel, Restaurants) assoziiert. David et al. (2019a) weisen zudem darauf hin, dass der Begriff der Migrant:innenökonomie irreführend ist, da es nicht die eine Migrant:innenökonomie gibt, sondern vielmehr eine Bandbreite verschiedener Ökonomien. Diese Unstimmigkeit in der Definition findet sich auch in den Daten rund um die Migrant:innenökonomie wieder. So werden unter dem Dachbegriff „Migrant:innenökonomie“ Daten zu sehr unterschiedlichen

Bezugsgruppen erhoben (ebd.). Es handelt sich nicht, wie oft angenommen, um einen separaten Wirtschaftszweig der deutschen Ökonomie oder bestimmte Sektoren.

4.1 Merkmale des migrationsbezogenen Unternehmer:innentums

Neben den verschiedenen und zum Teil überlappenden Begriffsverständnissen ist es insbesondere die Bandbreite variierender Charakteristika migrantischen Unternehmer:innentums, welche die Heterogenität des Phänomens untermauern und eine Ausdifferenzierung erforderlich erscheinen lassen. Dabei kann zwischen *unternehmensbezogenen* Merkmalen und den *individuellen* Charakteristika des/der Unternehmers:in differenziert werden.

Zur ersten Gruppe zählen u. a. die Branchenzugehörigkeit, das Entwicklungsstadium des Unternehmens und die Einbindung in globale Wertschöpfungsprozesse (Transnationalität). Der zweiten Gruppe lassen sich Merkmale wie das Lebensmodell (Diaspora/Enklave), die Migrationserfahrung, Zuwanderungsmotive, Qualifikationsniveaus, Ressourcenausstattung und das Geschlecht zuordnen (z. B. migrant female entrepreneurship).

4.1.1 Branchenzugehörigkeit

In ihrer Expertise zur Migrant:innenökonomie unterteilen David et al. (2019a) migrantische Gründungen nach Branchen und stellen fest, dass deren Mehrzahl im Dienstleistungssektor zu verzeichnen ist. Im Mittel der Jahre 2013/2014 erfolgten rund 21 Prozent der Neugründungen von Migrant:innen im Handel (ebd.), während sich ihr Anteil an allen Gründungen im Handel in Deutschland auf nur 17 Prozent belief (Metzger, 2016). Dieser Trend setzt sich fort. Die Auswertungen des IAB/ZEW-Gründungspanels (2016) in Kohorten 2009 bis 2015 zeigen, dass der Handel mit einem Anteil von rund 24 Prozent auch weiterhin zu den wichtigsten Wirtschaftszweigen zählt, in denen Migrant:innen gründen. Es folgen sonstige konsumnahe Dienstleistungen und der Bau-sektor mit Anteilen von 11,8 Prozent und 10,0 Prozent (David et al., 2019a). Dies ist insofern nicht verwunderlich, als dass migrantische Gründer:innen in diesen Branchen zuvor auch prozentual am häufigsten abhängig beschäftigt waren (IAB/ZEW-Gründungspanel, 2016).

Zu ähnlichen Ergebnissen kommen Leicht et al. (2017), die höhere Anteile der migrantischen Selbständigen im Baugewerbe, im Handel und Gastgewerbe sowie in den nicht-wissensintensiven Dienstleistungen identifizieren. Obwohl Migrant:innen in den Branchen des verarbeitenden Gewerbes sowie in den wissens- und technologieintensiven Dienstleistungen noch unterrepräsentiert sind, lassen sich steigende Gründungsaktivitäten im Bereich wissens- und technologieintensiver Dienstleistungen verzeichnen. So stellen Leicht et al. (2017: 138) fest, dass „die Zahl der Selbständigen in dem Bereich der wissens- und technologieintensiven Dienstleistungen um fast ein Drittel und der Anteil um knapp 5 Prozentpunkte angestiegen“ ist.

Dessen ungeachtet kommt Schäfer (2021) in ihrer Studie zu innovativen Gründer:innen mit Migrationserfahrung (erste Generation) zu dem Schluss, dass diese Gruppe in der deutschen Gründungslandschaft unterrepräsentiert ist. Die Autorin konkludiert, dass „Personen mit Migrationserfahrung deutlich seltener Forschung und Entwicklung betreiben und damit innovative Unternehmen in Deutschland gründen“ (ebd.: 14f.).

4.1.2 Transnationalität

Der „Aufstieg“ des transnationalen Unternehmer:innentums von Migrant:innen erfolgte spätestens seit Anfang der 2000er Jahre (Lundberg & Rehnfors, 2018; Bürkner, 2005; Portes et al., 2002; Castells, 2001; Pries, 2001a). Die transnationale Sichtweise ersetzt das Verständnis von Migration als einmaligen Prozess (Schmitz, 2013; Pries, 2001b) zugunsten eines zirkulären Verständnisses (David, 2015; David et al., 2012).

Der Wissens- und Informationsaustausch wird in transnationalen Netzwerkgesellschaften organisiert (Gamper & Reschke, 2010), unterstützt durch neue Technologien und digitale Arbeitsweisen. Die Verknüpfung des transnationalen mit dem migrantischen Unternehmer:innentum in den Raumwissenschaften und der geografischen Migrationsforschung wurde unter anderem durch das Konzept der „Transnational Social Spaces“ (TSS), der transnationalen Sozialräume eingeführt (Schmitz, 2011; Pries, 2001b). Pries (2007) bezeichnet den Idealtyp der TSS als Räume, die nationale Grenzen überschreiten und sich ohne ein bestimmtes Zentrum zwischen verschiedenen Orten, Regionen und Ländern erstrecken.

Parallel dazu beschreiben Portes et al. (2002) das Phänomen der transnationalen Unternehmer:innen und beziehen sich auf Personen, deren Unternehmenserfolg von Aktivitäten im Ausland abhängt. Nach Drori et al. (2009: 1001) werden transnationale Unternehmer:innen mit Migrationshintergrund, sprich „Transnational Migrant Entrepreneurs“ (TME), definiert als Personen, die von einem Land in ein anderes migrieren und gleichzeitig geschäftliche Verbindungen zu ihren Herkunfts- oder Transitländern aufrechterhalten. Guarnizo (2003) führt diese theoretischen Stränge zusammen und bezeichnet TME als eine besondere Form des Unternehmer:innentums von Migrant:innen, das durch transnationale wirtschaftliche Aktivitäten gekennzeichnet ist.

Um TME besser zu verstehen, bieten Harima und Baron (2020) eine umfassende Unterscheidung zwischen internationalem Unternehmer:innentum und dem Spezifikum TME. Da sich die internationale Entrepreneurship-Forschung auf die Unternehmens-ebene konzentriert, beschäftigt sich TME mit der gleichzeitigen Einbettung und kognitiven Kapazität von Unternehmer:innen (ebd.).

International wird das Thema des TME von einer größeren Community wissenschaftlich beleuchtet. Anfängen von Kloosterman et al. (1999) bis zu heutigen Publikationen von Harima und Baron (2020) oder Sandoz (2021), wird das „Transnationale“ zu einer signifikanten Ressource der Aktivitäten migrantischer Unternehmen, insofern, als dass sie durch die Mehrfacheinbettung („Mixed Embeddedness“) in verschiedene soziokulturelle Räume auf additive Assets finanzieller, aber auch personeller und sozialer Natur setzen können. Diese eröffnet ihnen u. U. Geschäftsvorteile etwa in Form der Durchdringung von Nischenmärkten, des Zugriffs auf zusätzliche Ressourcen in Krisenzeiten oder der Einführung diversifizierter Geschäftsmodelle (David et al., 2021; David & Terstriep, 2021).

In Deutschland, wie erwähnt, ist Transnationalität in der breiteren Migrationsforschung Anfang der 2000er Jahre von Pries (2001a) als Forschungsfeld bearbeitet worden, dem folgten Publikationen wie „Transnationalität als Ressource“ von Schmitz (2011) in der Raumforschung oder „Transnational leben“ von Schmitz (2013) in der Ethnologie. Neue Publikationen wie von David et al. (2021) finden interdisziplinär statt und diskutieren Transnationalität als Asset in Krisenzeiten.

4.1.3 Entwicklungsstadium: Vom Start-up zum etablierten Unternehmen

Unternehmen durchlaufen in der Regel unterschiedliche Entwicklungsstadien vom Start-up zum etablierten Unternehmen. Während Start-ups als Gestalter gelten, haftet etablierten Unternehmen vielfach der Ruf an, in starren Strukturen und Pfadabhängigkeiten festzustecken (Dloughy, 2020). Dies gilt analog für migrantische Unternehmen.

Hinsichtlich des Merkmals „Entwicklungsstadium“ rücken migrantische Start-ups vermehrt in den Fokus des Interesses. Mit den sogenannten „Start-up Migrants“ sind Migrant:innen mit eigener Migrationserfahrung angesprochen. Davon zu unterscheiden ist der weitere Begriff der migrantischen Gründer:innen („Migrant Founders“) – wie er u. a. im Migrant Founders Monitor zur Anwendung kommt –, der neben der ersten, auch weitere Generationen von Migrant:innen umfasst (Hirschfeld et al., 2021).

Anders als bei sonstigen Formen des migrantischen Unternehmer:innentums, sind im Falle der migrantischen Start-ups die Charakteristika ihrer Unternehmen fester Bestandteil des Betrachtungsgegenstandes: Neben dem ihnen zugeschriebenen Innovationsbeitrag (Ruthemeier, im Erscheinen; Schäfer, 2021) sind sie zum Zeitpunkt der Betrachtung maximal 10 Jahre alt und zeichnen sich durch einen hohen anfänglichen Kapitalbedarf sowie ein hohes Wachstum aus (Bundesverband Deutsche Start-ups, 2021). Die Chefökonomin der KfW, Fritzi Köhler-Geib führt diesbezüglich aus: „Menschen mit Migrationshintergrund haben eine überdurchschnittliche Bedeutung für die deutsche Start-up Szene.“ Laut dem Start-up Monitor 2020 haben 13 Prozent der Gründer:innen eine ausländische Staatsangehörigkeit (Kollmann et al., 2020).

Im Gegensatz zu den früheren Generationen von Gründer:innen machen sich Start-up Migrant:innen zumeist in wissensintensiven und innovativen Branchen wie der Digitalwirtschaft selbstständig (Ruthemeier, im Erscheinen; Schäfer, 2021).

4.1.4 Diaspora/Enklave

In den letzten 20 Jahren wurde der Begriff „Diaspora“ von seiner negativen Konnotation der Zerstreuung, Vertreibung oder des Exils gelöst und umcodiert zu einem Lebensmodell, das viele Minderheiten für sich einnehmen (Charim & Auer Borea, 2012). Negativ konnotiert meint der Begriff inhärent heute noch immer eine Abschottung gegenüber und eine Spaltung

von anderen gesellschaftlichen Gruppen, aber auch die Illusion einer Gruppenbildung in der Fremde, die das Gefühl der Heimat vermittelt. Dem gegenüber versteht sich die migrantische oder eher „ethnische Enklave“ als eine getrennte Parallelgesellschaft, die abgeschieden von der Mehrheitsgesellschaft eines Landes ist.

Der Begriff „Diaspora“ bezieht sich auf die Gesamtheit der ausgewanderten Menschen mit Migrationsgeschichte (Migrant:innen und deren Nachfahren) aus einem Land, die enge Verbindungen mit Kultur und Menschen aus ihrem gemeinsamen Ursprungsland aufrechterhalten (Safiran, 1991).

Somit bezeichnet der Begriff Gesellschaften in der Fremde, die religiöser, nationaler, kultureller oder ethnischer Natur sind, nachdem sie ihre Heimat verlassen. „Diaspora Entrepreneurs“ sind dementsprechend migrantische Unternehmer:innen, deren unternehmerische Aktivitäten sich über das nationale Geschäftsumfeld ihrer Herkunfts- und Aufenthaltsländer erstrecken (Riddle et al., 2010). „Diaspora Entrepreneurship“ als Merkmal des migrantischen Unternehmer:innentums kann somit auch als eine Ausprägung des internationalen Unternehmer:innentums betrachtet werden (Elo et al., 2018) und geht des Öfteren Hand in Hand mit TME oder bedient sich der Transnationalität als weiteres Merkmal.

In Deutschland bildet das „Diaspora Entrepreneurship“ ein Randthema, das eher in dem allgemeinen Rahmen der Diasporaforschung verankert ist. Meistens kommt das Merkmal „Diaspora“ in der Diskussion um Immigration und Integration zum Tragen, die nicht selbstverständlich Hand in Hand gehen (Charim & Auer Borea, 2012).

4.1.5 Generationen

Die in Abschnitt 2.2 vorgestellte Definition migrantischer Unternehmer:innen von IQ (2017) bezieht implizit die Nachfolgegenerationen migrantischer Unternehmer:innen sowie Unternehmer:innen, die nur einen ausländischen Elternteil haben, ein. Aktuelle Studien zeigen jedoch, dass die Frage nach der Generation für das migrationsbezogene Unternehmer:innentum zentral ist.

So zeigen David et al. (2020), dass die zweite und dritte Generation von Migrant:innen über einen besseren Bildungsstand verfügen als ihre Eltern oder

Großeltern. Auch gründet die zweite Generation früher als ihr deutsches Pendant und greift dabei auf die unternehmerischen Erfahrungen von Familienmitgliedern zurück (David et al., 2019a). Gemeinsam ist beiden Generationen, dass sie ungerne auf öffentliche Unterstützungsstrukturen zurückfallen (ebd.). Im Unterschied zur ersten Generation bilden Transnationalität und Transgenerationalität – insbesondere bezüglich der Übernahme etablierter Netzwerke – für die zweite Generation zentrale Elemente des Geschäftsmodells und werden aktiv zum Wissenstransfer und zur Ideengenerierung genutzt (David et al., 2020).

Häufig wird argumentiert, dass die Nachfolgegenerationen über einen höheren Bildungsstand verfügen als Migrant:innen der ersten Generation und daher in wissensintensiveren Branchen arbeiten und/oder gründen als ihre Vorfahren.

Eine in der öffentlichen Diskussion weniger betrachtete, wenn auch zahlenmäßig große Gruppe, ist diejenige der *Generationen 1,5* sowie *1,25* und *1,75* (aus dem Englischen *1.5* bzw. *1.75* und *1.25 generation*; Rumbaut, 2004). Darunter fallen Personen, die im Ausland geboren und entweder als Jugendliche, Kinder oder junge Erwachsenen emigriert sind. Anders als ihre Eltern, also Migrant:innen der ersten Generation, oder im Ankunftsland geborene Geschwister, also Migrant:innen der zweiten Generation, ist ihre Identität weniger eindeutig auf das Ausland oder das Ankunftsland bezogen. Sie nehmen in vielerlei Hinsicht Teile der Identität des Ankunftslandes an, jedoch in den meisten Fällen nicht vollständig.

Die Zugehörigkeit zu einer „Zwischengeneration“ von Zugewanderten bringt jeweils individuelle Merkmale mit sich. So sind beispielsweise im Bereich der Anerkennung von bisheriger Bildung im Ausland diese Generationen unterschiedlich schwer zu fassen. Während diejenigen der Generation 1,75, die vor der Einschulung im Ankunftsland ankommen, zwar formell zur ersten Generation zählen, haben sie ihren gesamten Bildungsweg im Ankunftsland absolviert – etwas, das sie vor allem von ihren Eltern unterscheidet, aber mit der zweiten Generation und den Bürger:innen des Ankunftslandes verbindet.

In diesem Fall ergeben sich verschiedene Chancen, wie etwa die Mehrsprachigkeit, die dann bei dem Eintritt in weitere Bildungs- oder Berufspfade von Vorteil sein können. Eine Zuwanderung ab der Studien- oder

Ausbildungszeit dagegen bedeutet für viele Personen der Generation 1,25 eine Neuausrichtung ihres Bildungspfad, bei nicht immer möglicher Anerkennung der bisherigen Bildung, und kann gravierende Folgen für die persönliche und berufliche Entwicklung mit sich bringen. Nach dieser Logik spielen vor allem das Alter bei der Ankunft und bereits existierende Vorqualifikationen eine Rolle für das Ankommen im Bildungs- und Berufsleben des Ankunftslandes.

Die Zugehörigkeit zu einer „Zwischengeneration“ ist insgesamt von unterschiedlichen Graden des Bewe-gens „Zwischen-den-Welten“ (z.B. Mehrsprachigkeit, Vertrautheit mit verschiedenen kulturellen Merkmalen und Verhaltensweisen) geprägt, was sich auch in der unternehmerischen Tätigkeit von Unternehmer:innen dieser Generationen spiegeln kann – aber nicht muss.

Zum Stichwort „Generationen“ lässt sich weiterhin festhalten: Inwiefern das „Migrantische“ bei Unternehmer:innen der verschiedenen Nachfolgegenerationen im Selbstverständnis verankert oder eher Ergebnis einer Fremdzuschreibung ist, bleibt bisweilen unbeantwortet.

4.1.6 Geschlecht

Aktuell ist es vor allem eine politische Debatte, die migrationsbezogenes Unternehmer:innentum in Deutschland verstärkt genderspezifisch betrachtet. „Migrant Female/Women Entrepreneurship“ hat im Zuge des „Refugee Entrepreneurship“ wieder verstärkt in die wissenschaftliche Agenda Einzug gehalten (z. B. Haandrikman & Webster, 2020). Dabei wird auf die verborgenen Ressourcen, Talente und Fähigkeiten von Migrantinnen als Unternehmerinnen und Selbständige referiert, die als ungenutztes Potential identifiziert werden und der Aktivierung bedürfen. Gleichzeitig werden Frauen mit Zuwanderungsgeschichte auch immer sichtbarer als Selbständig und Unternehmerinnen: Sie sind die am dynamischsten wachsende Gruppe unter den Selbständigen in Deutschland. Zwischen 2005 und 2018 wuchs ihre Zahl um 57 Prozent. Mehr als ein Drittel aller Selbständigen mit Zuwanderungsgeschichte sind heute Frauen (Sachs, 2020). Eines der gängigen Argumente, der Befürworter:innen der migrantischen oder internationalen Frauenunternehmen, wie es meist zu Deutsch heißt, ist, dass die Arbeitsmarktintegration durch eine Selbstunternehmung möglicherweise erleichtert und beschleunigt werden

könnte. Auch wenn Studien (Zybura et al., 2018) zeigen, dass fast die gleichen Anteile migrantische Frauenunternehmen wie deutscher Frauenunternehmen von Gründerinnen mit Hochschulabschluss geführt werden, zeigen sie zugleich, dass viele der migrantischen Frauenunternehmen nach wie vor keinen Abschluss haben oder ihr Abschluss in Deutschland nicht anerkannt worden ist (ebd.).

Europaweit und hierzulande ist das Thema zum einen in die Genderdebatte eingebettet und zum anderen in die Forschung zur Intersektionalität (sprich: Mehrfachdiskriminierung), von der vor allem berufstätige Frauen, aber auch Selbständige stark betroffen sind. Das komplexe, nuancierte Phänomen wird untersucht, um wirksame Empfehlungen abzugeben, die Frauenunternehmen fördern sollen. Dabei spielt auch die soziale Komponente der Frauen als Unternehmerinnen eine große Rolle, indem sie aktiv am Arbeitsmarktgeschehen teilnehmen und sich sowohl als Frauen als auch als Migrant:innen emanzipieren und neue Rollenbilder schaffen.

Aber auch in der Entrepreneurship-Forschung findet das Thema Beachtung. Sperber und Lindner (2018) gehen beispielsweise der Frage nach, inwieweit Frauen und Männer die Unterstützung, die das unternehmerische Ökosystem für ihre Gründungsaktivitäten bietet, unterschiedlich erleben und welche Auswirkungen dies auf die Art und Weise hat, wie ein Unternehmen geführt wird. Mit Blick auf das migrationsbezogene Unternehmer:innentum stellen Brieger und Gielnik (2020) fest, dass dieses in erster Linie von Männern dominiert wird, und dass das Verständnis der treibenden Kräfte und kontextuellen Faktoren, die das Geschlechtergefälle erklären, begrenzt ist. Die Autor:innen kommen zu der Erkenntnis, dass die unternehmerische Tätigkeit von Migrantinnen durch ein günstiges unternehmerisches Umfeld gefördert wird und somit durch politische Unterstützungsmaßen begünstigt werden kann. Zusätzlich beinhaltet die unternehmerische Tätigkeit von Migrantinnen ein oben aufgezeigtes wirtschaftliche Potenzial. Dies lässt darauf schließen, dass das Geschlecht ein wichtiges Differenzierungskriterium ist. Das Kriterium gilt analog für Fluchtmigrantinnen.

Hinzu kommt die Beobachtung, dass Unterschiede in den unternehmerischen Praktiken männlicher und weiblicher Entrepreneur:innen existieren (Simmons et al., 2019; Sperber & Linder, 2019). Es ist zu erwarten, dass dies gleichermaßen auf das

migrationsbezogene Unternehmer:innentum zutrifft. Ferner eröffnen sich durch digitale Technologien neue Möglichkeiten des Unternehmer:innentums (Ughetto et al., 2020).

4.1.7 Zuwanderungsmotive

Ein weiteres Merkmal migrantischer Unternehmen sind ihre Zuwanderungsmotive, die freiwilliger und unfreiwilliger Natur sein können. Zu den unfreiwilligen Motiven der Zuwanderung zählen Vertreibung und die damit verbundene Flucht, bedingt durch Kriege oder kriegsähnliche Zustände in den Herkunftsländern. Von den Zuwanderungsmotiven hängen die Bleibeabsichten und -aussichten ab. Freiwilligen (voluntären) Migrationsbewegungen liegen andere Beweggründe zugrunde wie etwa der Wunsch, die eigene wirtschaftliche Situation oder Qualifikation zu verbessern (s. Abschnitt 4.1.8). Hierunter fallen auch die sogenannten „Entrepreneurial Migrants“, die ausschließlich zwecks Gründungsvorhaben in ein anderes Land migrieren. Eine momentan viel diskutierte Gruppe ist die der in Abschnitt 4.1.3 benannten hochqualifizierten Start-up-Migrant:innen, die im Gegensatz zu anderen Migrant:innengruppen einen freiwilligen Migrationsprozess vollzogen haben und durch die sich bietenden Chancen einer Unternehmensgründung motiviert sind.

Die Familienzusammenführung ist ein weiteres Motiv der Migration, die sich aber auf einen bereits vorangegangenen Migrationsprozess bezieht.

4.1.8 Qualifikation und Bildung

Während Qualifikation in der früheren Migrationsforschung und migrantischen Entrepreneurship-Forschung anfänglich eine untergeordnete Rolle gespielt hat, zeigten Publikationen wie Saxenians (2007) „New Argonauts“ einen Richtungswechsel an. Eingebettet in verschiedene regionalökonomische Studien wurden vor allem hochqualifizierte (Rückkehr-)Migrant:innen als humanes Kapital und damit Wettbewerbsvorteil der Wissensgesellschaften und der lokalen Wirtschaft diskutiert (David, 2015). Im Ansatz wurden hochqualifizierte Migrant:innen als Wissensträger:innen (knowledge agents, knowledge brokers, knowledge carriers, knowledge holders) (David, 2015; Stockhorst, 2011; Growe, 2009; Faggian & McCann, 2009; Trippel & Maier, 2007) postuliert, um die es als Wirtschaftsakteur:innen aktiv zu werben gilt.

Das Thema Qualifikation ist im migrantischen Unternehmer:innentum zum einen in Studien zur zweiten

und dritten Generation migrantischer Unternehmer:innen verankert. Die Studien von Metzger (2016) und Leicht et al. (2017) konnten zeigen, dass Kinder der ersten Migrant:innengenerationen über höhere Bildungsabschlüsse als ihre Vorfahren zum Zeitpunkt des Gründens verfügen. Zum anderen haben Personengruppen wie *Expatripreneurs* Einzug in die Forschung zu migrantischen Unternehmer:innen erhalten. Unter *Expatripreneurs* werden Fachkräfte der ersten Generation (*Expatriates*) verstanden, die üblicherweise selbstinitiiert expatriieren und in ihrer neuen Heimat entweder direkt oder zu einem späteren Zeitpunkt chancenorientiert ein Unternehmen in einer wissensintensiven Branche gründen (Vance et al., 2016; van Rooij & Margaryan, 2019; Ruthemeier, 2021). Damit definiert sich diese Gruppe, die häufig in ihrem Expatripreneur-Ökosystem in sich geschlossen bleibt (Ruthemeier, 2021; Brixy et al., 2011), aus einer Überschneidung vieler vorgenannter Merkmale und zeigt abermals den Bedarf einer differenzierten Betrachtung des Phänomens.

Ebenso gilt die Gruppe der Start-up Migrant:innen (s. Abschnitt 4.1.3) in der Regel als hochqualifiziert und hat ihren Hochschulabschluss entweder im Ausland oder im Land der Unternehmensgründung erworben. Beachtung findet diese Gruppe von Unternehmer:innen vor allem auf politischer Ebene. Hier werden hochqualifizierte migrantische Gründer:innen als wichtige Akteur:innen lokaler Ökosysteme betrachtet (David et al., 2021; Schäfer, 2021). Eingebettet ist das Thema in die allgemeine Diskussion rund um „Hochqualifiziertenmigration“ und Fachkräfte(mangel), die bereits Anfang der 2000 Jahre in Deutschland begann (David & Coenen, 2019; David, 2015) und 2020 – vorerst – im Fachkräfteeinwanderungsgesetz mündete.

Als eine weitere Facette von Qualifikation kann die Bildungsmigration verstanden werden. An deutschen Hochschulen studierten im Wintersemester 2019/2020 insgesamt rund 2,9 Millionen Studierende und davon 411.601 so genannte Bildungsausländer, also jene Studierende mit einer ausländischen Staatsbürgerschaft (Statistisches Bundesamt, 2021). Die am häufigsten vertretenen Herkunftsländer waren China, die Türkei und Indien. Ausgehend davon, dass internationale Studierende der lokalen Wirtschaft nutzen (Nestorenko, 2020; David & Coenen,

2014; David, 2015), hat der Deutsche Akademische Austauschdienst mit der *Strategie 2025* das Ziel gesteckt, die Internationalisierung der Hochschulen voranzutreiben (DAAD, 2020).

Die „Universität der Zukunft“ soll dabei vor allem zukunftsorientierte Studiengänge anbieten (Kosslyn & Nelson, 2017), die die Studierenden nicht nur faktisch und generalistisch, sondern auch als Manager:innen und Unternehmer:innen ausbilden, was Tsolakidis et al. (2020) wiederum als Grundlage der erfolgreichen Unternehmer:innen bezeichnet. Universitäten kommt somit eine besondere Rolle in der unternehmerischen Ausbildung zu (Moore, 2020), wie auch Ruthemeier (2021) zeigen konnte: Studienprogramme wie anreichernde oder extracurriculare Entrepreneurship-Kurse werden von internationalen Studierenden in Deutschland als besonders wertvoll angesehen (David, 2015), und zwar nicht nur in den Wirtschaftswissenschaften, sondern vor allem auch in MINT- und Ingenieursstudiengängen.

Gerlach und Neuschäfer (2016) beschreiben, dass internationale Studierende ein höheres Gründungsinteresse gegenüber deutschen Studierenden haben. Insbesondere bei den innovativen Gründungen sowie jenen in der Forschung und Entwicklung hat dies eine bedeutende Relevanz, „da diese oft im akademischen bzw. forschungsnahen Bereich getätigt werden.“ (Schäfer, 2021) Ausgehend davon, dass rund 20 Prozent der Gründungsteams von Start-ups mindestens eine:n Gründer:in mit Migrationshintergrund haben⁶ und diese in 91 Prozent der Fälle eine akademische Ausbildung erfahren haben (Hirschfeld, 2021), lässt darauf schließen, dass internationale Studierende ein „ungenutztes Potential an Gründer:innen“ (Schäfer, 2021) sind.

Vor dem Hintergrund der vorangehenden Ausführungen kommt dem Merkmal der Qualifikation eine besondere Bedeutung in Hinblick auf migrationsbezogenes Unternehmer:innentum zu und bedarf weiterer Untersuchungen.

4.1.9 Ressourcenausstattung

Gerade in Bezug auf die Anerkennung von Qualifikationen merken die meisten Migrant:innen in Deutschland sowohl organisatorische, strukturelle,

⁶ Dies beinhaltet Gründer:innen mit und ohne eigene Migrationserfahrung.

diskriminierende als auch bürokratische Hürden, denen sie im Alltag entgegnen müssen (David et al., 2019a). Im Zuge des „langen Sommers der Migration“ hat Knuth (2016) darauf hingewiesen, dass die Vorstellungen von Migrant:innen als angehende Mitarbeiter:innen und die Anforderungen von Unternehmer:innen als Arbeitgeber:innen in Deutschland oftmals keinen „Match“ ergeben – einer der vielen Gründe warum gerade Migrant:innen der ersten Generation den Weg in die Selbständigkeit wählen. Dabei bringen Migrant:innen viele, auch qualifikatorische, Ressourcen mit, die sich während einer Unternehmensgründung und -führung auszahlen können. Darunter fällt u.a. die eigene Humanresource (auch Humankapital) (David, 2015), sprich die eigene Arbeitskraft, die im Unternehmen eingesetzt wird, sowie die damit in Zusammenhang gebrachten Fähigkeiten (soft und hard skills), Wissen und Erfahrung. In dem Rahmen beschreiben Leicht et al. (2017), das Phänomen der Re-starter, einer Gruppe von Unternehmer:innen, die bereits vor der Emigration in der Heimat unternehmerisch tätig waren und mit diesen Fähigkeiten im Ankunftsland schneller erneut gründen.

Im Kontext von Ressourcen werden vor allem die „Kapitalformen“ nach Bourdieu (1986) die heute auch mit migrantischen Unternehmer:innen in Verbindung gebracht werden, diskutiert (Sommer, 2020). Bourdieu (ibid.) argumentiert, dass Kapital drei Erscheinungsformen annehmen kann: (1) ökonomisches Kapital, das unmittelbar und direkt in Währung umwandelbar ist und in Form von Eigentumsrechten institutionalisiert werden kann; (2) kulturelles Kapital, das unter bestimmten Bedingungen in wirtschaftliches Kapital umgewandelt und in Form von z.B. Bildungsabschlüssen institutionalisiert werden kann; und (3) soziales Kapital, bestehend aus sozialen Verpflichtungen, Verbindungen und Netzwerken, das unter bestimmten Bedingungen in ökonomisches Kapital umwandelbar ist. Ergänzt werden diese Kapitalformen später durch das symbolische Kapital.

Die Literatur zum Thema migrantische Unternehmen und Kapital befasst sich vor allem in der Anbindung an das „mixed embeddedness“ Konzept von Kloosterman et al. (1999) mit dem Phänomen der simultanen vielfältigen Einbettung migrantischer Unternehmer:innen in multi-skalare Settings, die sich durch Multikulturalität, Diversität sozialer Strukturen, Unterschieden im Habitus, Ambiguitäten etc. niederschlägt. Diese plurale Realität migrantischer

Unternehmer:innen ist zugleich Ressource, die sich möglicherweise als wettbewerbsfähig und innovative widerspiegeln kann. Vor allem im Kontext der Transnationalität können diese Charakteristika migrantischer Unternehmer:innen als additive Assets gelten (David et al., 2021). Zunehmend werden transnationale Netzwerke migrantischer Unternehmer:innen analysiert und der Mehrwert dieser Verbindungen für lokale Wirtschaften identifiziert. Ob in Krisenzeiten, als Ideengeber:innen, Finanzinvestor:innen oder Mitgründer:innen sind es diese Netze, die Granovetter bereits 1973 als Ressourcen von Kooperationen identifiziert und Polanyi (1966) als den vertrauensvollen Nährboden für zwischenbetriebliche Kollaborationen nennt.

4.2 Synthese der Begriffsdefinitionen

Bis hierher wurden verschiedene Begriffsverständnisse und Merkmale migrationsbezogener Unternehmer:innen und ihrer Unternehmen präsentiert. Dabei wurde deutlich, dass sich die Bezugsgruppen der einzelnen Definitionen in manchen Gesichtspunkten überschneiden. So können etwa ethnische Unternehmer:innen zugleich Flucht- oder migrantische Entrepreneur:innen sein, wobei sich ihr Geschäftsmodell auf die Diaspora als den zentralen Kund:innenstamm und/oder auf ein transnationales Netzwerk gründet. Umgekehrt sind Diaspora-Unternehmer:innen immer auch als transnationale Unternehmer:innen aktiv. Bei einigen der erwähnten Bezugsgruppen handelt es sich um Migrant:innen der ersten Generation, andere rekurren vorrangig auf die Nachfolgegenerationen (z. B. Start-up-Migrant:innen).

Weiterhin entwickeln sich innerhalb der Disziplin immer neue Verästelungen, die sich Untergruppierungen migrantischer Unternehmer:innen widmen, so zum Beispiel den hochqualifizierten Expatpreneurs (Ruthemeier, 2021) oder privilegierten migrantischen Unternehmer:innen (Webster & Haandrikman, 2020). Im Rahmen der Intersektionsforschung rund um migrantisches Unternehmer:innentum wird gezielt thematisiert, dass unterschiedene Eigenschaften von Individuen und Gruppen je nach Kontext, in ihrer Gesamtheit zu vielfältigen Erfahrungen in ihrem Unternehmer:innen-

Dasein führen (Kacar et al., 2021). Dazu gehören neben dem Migrationshintergrund und der ethnischen Zugehörigkeit auch das Geschlecht, der soziale Status und die Religionszugehörigkeit. Je nach strukturellen, politischen und kulturellen Gegebenheiten kann die Zugehörigkeit zu verschiedenen Gruppierungen sowohl zu Privilegien und Befähigungen als auch zu Nachteilen gegenüber anderen Gruppen von (migrantischen) Unternehmer:innen führen (Martinez Dy, 2020) und eine Exklusion seitens dieser Gruppen in einem lokalen Ökosystem zur Folge haben.

5 Zusammenfassung und Implikationen

Seit den 1990er Jahren steigt der Anteil sogenannter migrantischer Unternehmen deutschlandweit. Migrantische Unternehmen sind zu einem zentralen Pfeiler der hiesigen Wirtschaft und Gesellschaft avanciert (Leicht & Langhauser, 2014). Sie leisten einen wichtigen Beitrag zur wirtschaftlichen Modernisierung, indem sie zunehmend im Bereich der wissens- und technologieintensiven Dienstleistungen gründen (Schäfer, 2021; David et al., 2019a). Damit kreieren sie neue Arbeitsplätze (Sachs, 2020) und gemessen an ihrem Anteil an der Wirtschaft im Schnitt mehr Ausbildungsplätze als deutsche Unternehmen anbieten (ebd.). Sie führen häufiger regionale Marktneuheiten ein (Metzger, 2019) und agieren als Knowledge Broker mit einem Beitrag zur Diversität der regionalen Wissensbasis (David et al., 2019). Wichtig sind aber auch die Potenziale und Funktionen vieler migrantischer Unternehmen gerade im Einzelhandels- und Dienstleistungsbereich auf der lokalen Ebene. In kleinen und mittelgroßen Städten, die vielfach von Abwanderung geprägt sind, leisten diese Unternehmer:innen einen Beitrag zur Aufrechterhaltung der Nahversorgung und bilden die Basis der sozialräumlichen Infrastruktur. In Metropolen und Großstädten formen sie gerade im Handel das Stadtbild und können zu Kund:innen- und Besucher:innenmagneten werden.

Erfolgreiche Unternehmer:innen mit Migrationshintergrund spielen mittlerweile eine wichtige gesellschaftspolitische Rolle: Sie leisten einen Beitrag zur Sicherstellung der gesellschaftlichen Teilhabe von Menschen mit Migrationsgeschichte (David et al., 2020). Sie tragen zur Integration ethnischer Communities bei, indem sie vor Ort Diasporastrukturen aufbauen und dadurch zum Dreh- und Angelpunkt für viele Orientierungsfragen werden (David et al., 2019a). Sie übernehmen dabei eine Repräsentationsfunktion für Zugewanderte und helfen anderen Migrant:innen hinsichtlich der Integration in die Mehrheitsgesellschaft (ebd.).

Daraus resultiert, dass die Vielfalt und die Potenziale migrantischer Unternehmer:innen sozioökonomisch und kulturell für Deutschland eine große Rolle spielen. Ungeachtet dieser Potenziale stellt sich

zugleich eine Reihe von Herausforderungen in der Ansprache, Förderung und (Gründungs-)Beratung von Migrant:innen für Politik, Verwaltung und Wissenschaft.

5.1 Facetten migrationsbezogenen Unternehmer:innentums in Deutschland

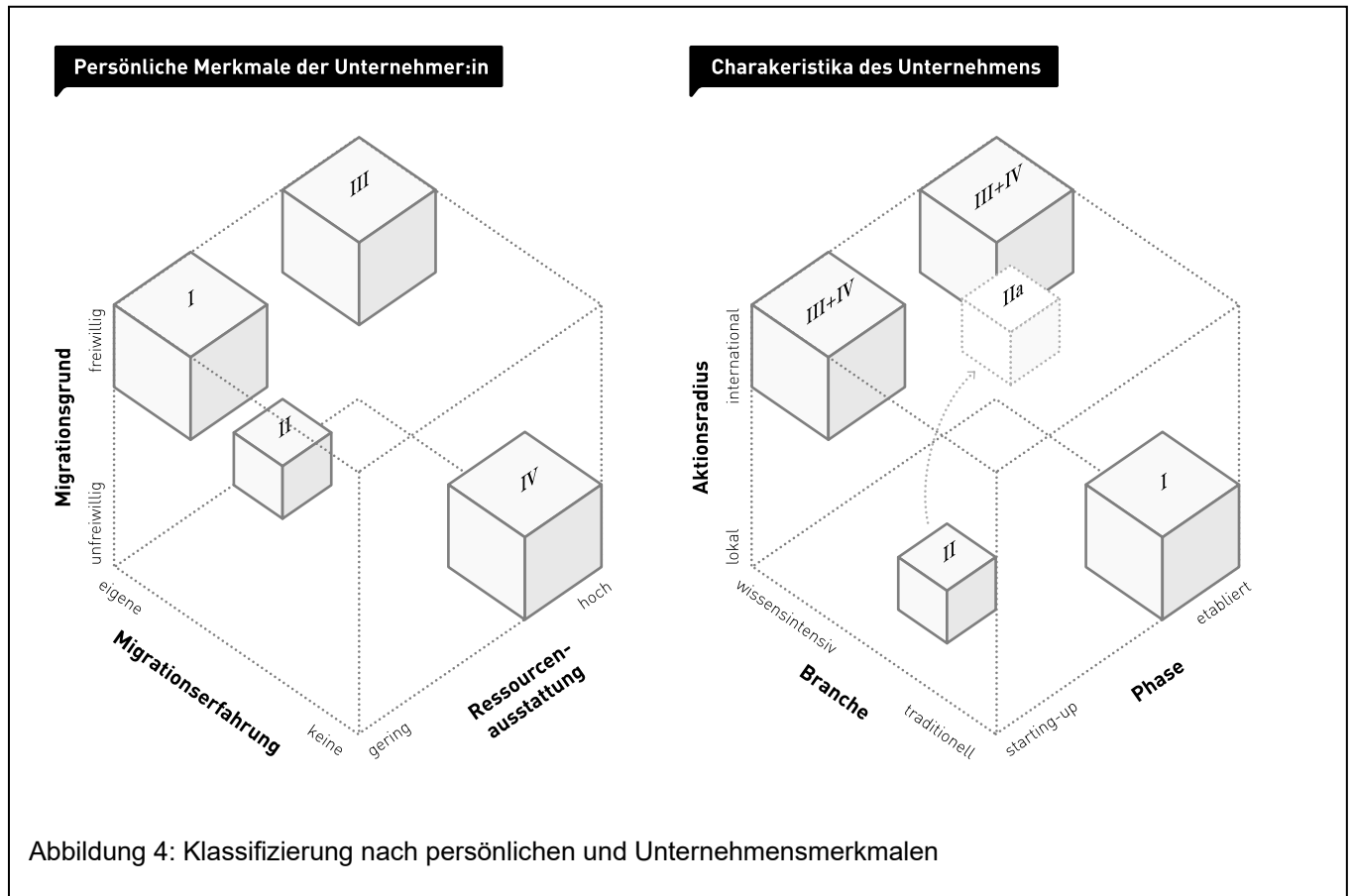
Während in der öffentlichen Debatte unter dem Dachbegriff migrantisches Unternehmer:innentum unterschiedliche Facetten der unternehmerischen Tätigkeit von Migrant:innen zusammengefasst werden, ist unschwer zu erkennen, dass es sich hierbei weder um eine homogene Personengruppe noch um ein monokausales Wirtschaftsphänomen handelt. Entgegen dem tradiertem Narrativ, es handele sich bei den von Migrant:innen geführten Unternehmen um Dönerbuden oder italienische Pizzerien, findet dieser Teil der deutschen Wirtschaft evolutorisch betrachtet bereits in der dritten, gar vierten Generation von Zuwanderer:innen statt und hat wie weiter oben gezeigt wurde, das enge Feld von Gastronomie und Einzelhandel (auf das es noch nie alleine beschränkt war) schon lange hinter sich gelassen. Das Unternehmen BioNtech ist nur ein Beispiel hierfür. Das zeigt aber auch schon, über welche unterschiedlichen Arten von Unternehmen und letztlich auch Unternehmer:innen hier gesprochen wird.

Das *immigrantische* Unternehmer:innentum der ersten Generation, das sich in der deutschsprachigen Debatte nie vollständig etablieren konnte, wurde relativ schnell durch das breiter gefasste Begriffsverständnis des migrantischen Unternehmer:innentums ersetzt. Neben den unter diesem Begriff subsumierten Generationen von Migrant:innen mit variierenden Qualifikationsniveaus, kulturellen Hintergründen und Gründungsmotiven, werden dieser Gruppe seit einiger Zeit auch Migrant:innen, die zum Zweck der Gründung nach Deutschland zuwandern bzw. in Deutschland gründen und ihr Unternehmen remote (sprich online, mit Hilfe digitaler Tools) führen, zugerechnet. Daneben zeigt sich zunehmend ein Auseinanderfallen der Selbstwahrnehmung als Unternehmer:in und der Zuschreibung als „migrantische“ Unternehmer:innen, insbesondere mit Blick auf die zweite und nachfolgende(n)

Generation(en) und Gründungszuwanderung. Es bedarf daher eines stärkeren Bewusstseins, dass sich eine solche Zuschreibung als analytische Kategorie als sinnvoll erweisen kann, um spezifische Aspekte zu untersuchen, zugleich jedoch Gefahr läuft, zu „labeln“, alte Narrative zu reproduzieren und damit zu verstetigen (Högberg et al., 2014). Mit dem Ziel, sich dem wirtschaftlichen Phänomen migrantischen Unternehmer:innentums normativ zu nähern, schlagen wir eine Differenzierung zwischen

Anwendung. Hieraus lassen sich die folgenden Gruppen ableiten:

Bei der ersten Gruppe (Abb. 4, I) handelt es sich um migrantische Unternehmer:innen, die freiwillig migriert sind und somit über eine eigenen Migrationserfahrung verfügen sowie eine geringe Ressourcenausstattung aufweisen, die sich dann über die Jahre entwickelt und etabliert (z.B. Generation der Gastarbeiter:innen). Sie führen



den persönlichen Merkmalen des/der Unternehmer:innen und den Charakteristika des Unternehmens vor (Abb. 4).

Exemplarisch wurden als charakteristische Merkmale auf der persönlichen Ebene die drei Faktoren „Ressourcenausstattung“ (gering/hoch), „Migrationserfahrung“ (keine/eigene) und „Migrationsgrund“ identifiziert. Dabei verstehen sich die Ausprägungen des jeweiligen Merkmals als Extrempole eines Kontinuums. Auf der unternehmerischen Ebene kommen die drei Merkmale „Branche“ (traditionell/wissensintensive), „Phase“ (starting-up/etabliert) und „Aktionsradius“ der Geschäftstätigkeit (lokal/transnational) zur

etablierte Unternehmen in eher traditionellen Branchen mit einem lokalen Aktionsradius (z.B. Restaurants, Einzelhandelsgeschäft, Schneidereien).

Die zweite Gruppe (Abb. 4, II) umfasst Unternehmer:innen die unfreiwillig migriert sind und eine mittlere Ressourcenausstattung aufweisen (z.B. Geflüchtete der Kohorten seit 2015). Diese Unternehmer:innen gründen sowohl in traditionellen als auch wissensintensiven Branchen, wobei sie zu Beginn vielfach in lokalen Märkten tätig sind. Die Geschäftstätigkeit wird im Zeitverlauf nicht selten räumlich ausgeweitet, auch in Richtung Transnationalität. Diese Dynamik veranschaulicht

der gestrichelte Pfeil und die Box IIa in Abbildung 4 rechts.

Unternehmer:innen der dritten und vierten Gruppe verfügen gleichermaßen über eine hohe Ressourcenausstattung. Während Personen der Gruppe III eine freiwillig migriert sind, handelt es sich bei Personen der Gruppe IV um im Inland Geborene, die Migration nicht selbst erlebt haben. Beiden ist gemeinsam, dass sie vielfach in wissensintensiven Branchen gründen bzw. sich dort etabliert haben, wobei ihre Geschäftsmodelle international ausgerichtete sind.

Diese Beispiele veranschaulichen, dass sich anhand der Kombination von persönlichen und unternehmerischen Charakteristika, die für die Matrizen verwendet werden, unterschiedlichste Facetten des migrantischen Unternehmer:innentums identifizieren lassen. Je nach Fragestellung können diese angepasst werden.

5.2 Implikationen für Politik und Praxis

5.2.1 Migrantisches Unternehmer:innentum als Wirtschaftsfaktor begreifen

Um die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Potenziale für Kommunen und Regionen nutzbar zu machen, erscheint es erforderlich, sich von der Wahrnehmung zu lösen, migrantische Unternehmer:innen seien ausschließlich eine vulnerable Gruppe. Vielmehr handelt es sich bei den Unternehmer:innen um wichtige Akteur:innen im lokalen Ökosystem. Konkret bedeutet das: Anstatt wie in den letzten Jahren das migrantische Unternehmer:innentum lediglich als Instrument der Arbeitsmarktintegration zu verstehen, das aus Notgründungen besteht, gilt es künftig das Augenmerk stärker auf die Chancen und die wirtschaftlichen Potenziale zu richten.

5.2.2 Rollenmodelle sichtbarer machen

Ein entscheidender Erfolgsfaktor für die Ausschöpfung der unternehmerischen Potenziale von Migrant:innen ist die Ausgestaltung des lokalen Ökosystems. Hierbei geht es um die Frage, wie inkludierend das Ökosystem bereits ist, inwiefern es die Wirtschaftsstruktur am Standort repräsentiert und wo gegebenenfalls Defizite bestehen. Mit Blick auf Letztere können sich die Konzeption und

Implementierung passgenauer Instrumente zur Aktivierung migrantischer Unternehmer:innen/Gründer:innen als zielführend erweisen. Daneben ist zu erwarten, dass Maßnahmen zur Förderung des akteursübergreifenden Austauschs innerhalb des Ökosystems dazu beitragen, das unternehmerische und innovative Potenzial der Unternehmer:innen auszuschöpfen. Die Sichtbarmachung erfolgreicher Unternehmer:innen kann zugleich als Rollenmodell für Nachfolgenerationen und die Unternehmer:innenschaft insgesamt fungieren.

5.2.3 Vorsicht im Umgang mit Labeln und Verallgemeinerungen

Die zur Diskussion über Migration und die daraus resultierenden unternehmerischen Aktivitäten verwendeten Bezeichnungen und Rahmen können irreführend sein und/oder zu falschen Annahmen führen. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn die Bezeichnungen nicht auf dem neuesten Stand sind oder aus anderen Ländern übernommen werden, in denen das gleiche oder ein ähnliches Phänomen andere Merkmale aufweist.

Einerseits kann die Verwendung einer Kategorisierung als diskriminierend und als Zementierung der Label auf die jeweilige Kategorie angesehen werden. Andererseits wird für die Politik ohne bestimmte Kriterien und Kategorien die Förderung spezieller Arten des Unternehmer:innentums aufgrund mangelnder Identifizierung unmöglich (David et al., 2020). Die Politik muss ungenutztes unternehmerisches Potenzial verringern, indem sie einen tieferen analytischen Ansatz verfolgt, der die Wege zum nachhaltigen Unternehmer:innentum und zu wirtschaftlicher Teilhabe von Menschen mit Migrationshintergrund und insbesondere das oft ignorierte Potenzial von Frauen versteht (Elo et al., 2020).

Populistische und einseitige Betrachtungsweisen migrantischer Unternehmer:innen seitens der Bevölkerung können darüber hinaus politische und gesellschaftliche Standortfaktoren erzeugen, die ein Umfeld für Investor:innen und Unternehmer:innen mit Migrationshintergrund unattraktiv machen.

5.2.4 Unternehmer:innentum zielgruppengerecht denken und fördern

In den aktuellen Debatten wird häufig auf die Bedeutung von den sogenannten Pull-Faktoren der

Migration verwiesen. Allerdings unterscheiden sich diese von den unternehmerischen Pull-Faktoren. Hier müssen die politischen Entscheidungsträger:innen einen legitimen Ausgleich finden, der jede Untergruppe von Unternehmer:innen, ob mit oder ohne Migrationshintergrund, auf faire und vertretbare Weise anspricht, denn Unternehmer:innen sind das Rückgrat einer jeden Wirtschaft. Politische Entscheidungsträger:innen könnten Unternehmensnachfolge fördern und den wichtigen Arbeitsplatzeffekt der Unternehmen mit Migrationshintergrund weiter erleichtern. Frühere Studien haben gezeigt, wie sorgfältig konzipierte politische Maßnahmen unternehmerische Engpässe im Zusammenhang mit der formalen Identität und dem Status der Unternehmer:innen verringern und damit die Attraktivität sowie Wettbewerbsfähigkeit des Standorts verbessern (Elo et al., 2021; Tung, 2008).

Gut funktionierende, faire und integrative Institutionen, die die gemeinsame Entwicklung von Chancen, Finanzierung, Vernetzung und den Wissensaustausch mit gezielten Dienstleistungen fördern; unternehmerische Maßnahmen, insbesondere in verschiedenen Sprachen, umsetzen, sind wichtig für die Gründung erfolgreicher Unternehmen.

5.2.5 Migrantisches Unternehmer:innentum proaktiv denken und angehen

Momentan ist die deutsche Diskussion in Bezug auf migrantische Unternehmen eher reaktiv, anstatt proaktiv nationale Antworten auf globale Themen der Migration, des Unternehmer:innentums und der wirtschaftlichen Wettbewerbsfähigkeit zu entwickeln. Diskussionen in Ländern wie Kanada, China, Portugal oder Finnland konzentrieren sich zunehmend auf die Entwicklung attraktiver Strategien und Rahmenbedingungen für erfolgreiches Unternehmer:innentum und die Beschäftigung von Talenten, die die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Strukturen erhalten und aktualisieren. So geht China beispielsweise mit Themen wie Antisemitismus so um, dass ein sicheres und lukratives Umfeld für israelische Unternehmer:innen geschaffen wird, die in China neue Unternehmen gründen und im Land investieren wollen. Kleinere Länder wie etwa Portugal und Irland diskutieren darüber, wie sie Unternehmer:innen im Bereich neuer Energie anlocken können und somit

vermehrt auch zukunftsorientierte Branchen durch migrantisches Unternehmer:innentum vertreten sind.

5.2.6 Explizite Förderung der Gründungsbestrebungen internationaler Studierender

Mit Blick auf die Gründungsaktivitäten in und aus Hochschulen heraus gilt es, stärker als bislang potenziell gründungswillige internationale Studierende zu aktivieren und mit Maßnahmenpaketen zu unterstützen. Hier liegt ein großes Potenzial gerade für wissensintensive und technologienahe Gründungen, die den Wirtschaftsstandort Deutschland stärken. Diesbezüglich kann auf etablierte Strukturen wie z.B. dem IQ Netzwerk Migrant*innenökonomie zurückgegriffen werden.

5.2.7 Nachhaltige Finanzierungsstrukturen für Forschung etablieren

In der deutschen Forschung gibt es bereits starke Exzellenzzentren für bestimmte Themenbereiche des migrantischen Unternehmer:innentums. Doch die interdisziplinäre, phänomenorientierte Forschung konzentriert sich eher auf die Ebene einzelner Forscher:innen und bleibt institutionell fragmentiert und isoliert. Forschungsgelder sind knapp verteilt und in der Regel kurzlebig sowie an klar definierte Projekte gebunden. Dieses System fördert weder größere Kooperationen, einen Wissensaustausch (auch internationaler Natur) noch die Entwicklung langfristiger Wissensbestände im Themenbereich. Da viele Forschende, die sich mit migrantischen Unternehmer:innen befassen, selbst einen Migrationshintergrund haben, sind sie auch weniger gut vernetzt und in das deutsche Forschungsfeld eingebunden. Dies hindert den Wissensfluss und die gemeinsame Entwicklung des Forschungszweiges.

5.3 Implikationen für die Wissenschaft

5.3.1 Transdisziplinäre Zugänge nutzen

Wie die obigen Ausführungen gezeigt haben, zeichnet sich die Forschung zum migrationsbezogenen Unternehmer:innentum durch disziplinär geprägte Theoriezugänge und eine damit einhergehende Begriffsvielfalt aus. Letztgenannte ist insofern unproblematisch, als dass sie dem Facettenreichtum des Phänomens gerecht wird. Kritischer ist dagegen die zumeist unterbleibende

Differenzierung innerhalb der einzelnen Begriffsverständnisse und Studien zu sehen, die einer vollständigen Erfassung des Phänomens entgegensteht. Da sich bisher kein interdisziplinäres Begriffsverständnis etablieren konnte, bleibt die Forschung zu migrationsbezogenem Unternehmer:innentum zumeist isoliert in den Einzeldisziplinen (z. B. Raum- und Regionalforschung, Soziologie, Betriebswirtschaftslehre) verhaftet ohne das Potenzial eines transdisziplinären Zugangs auszuschöpfen.

Vor diesem Hintergrund kann die entwickelte „Differenzierung“ als Ausgangspunkt zur Weiterentwicklung, Ausdifferenzierung des Begriffs, einem gemeinsamen Grundlagenverständnis für migrationsbezogenes Unternehmer:innentum in der deutschsprachigen Wissenschaftscommunity dienen. Migration und Unternehmer:innentum sowie ihre Relation werden dabei als Resultat gesellschaftlicher, politischer und kultureller Rahmenbedingungen sowie ihrer Evolution im Zeitverlauf verstanden.

5.3.2 Bewusstsein für die Vielschichtigkeit migrantischen Unternehmer:innentums etablieren

Erschwert werden die Erfassung, Analyse und Interpretation des Phänomens durch die Multiplizität der Migrationsgründe sowie der zunehmenden „Superdiversität“ (Vertovec, 2007) der migrantischen Gruppen im lokalen Geschehen. So können wissenschaftliche Erkenntnisse zur Untermuerung und als Basis für passgenaue wirtschaftsstrukturelle Maßnahmen herangezogen werden, laufen jedoch Gefahr, nicht hinreichend differenziert zu sein. Insofern ist es wichtig, ein Bewusstsein dafür zu entwickeln, dass in der Regel Teilphänomene bzw. unterschiedliche Facetten des migrationsbezogenen Unternehmer:innentums untersucht werden, die nur selten eine Generalisierung zulassen. Eine Überinterpretation solcher Teilbeobachtungen könnte das „Labelling“ verstärken und Ressentiments begünstigen.

5.3.3 Vertiefende Erforschung des Selbstverständnisses migrantischer Unternehmer:innen

Wie im vorangehenden Teil ersichtlich, fallen Selbstwahrnehmung und Fremdzuschreibung migrantischer Unternehmen zunehmend

auseinander, was zu einer Fremd- und Selbstdiskriminierung führen kann. Dies bestätigen, die von den Autor:innen im Rahmen verschiedener durchgeführten Interviews mit Unternehmer:innen der zweiten und weiterer Generationen. Dabei ist es gerade für die Folgegenerationen problematisch, wenn sie mit Fremdzuschreibungen konfrontiert werden, die sie selbst nicht nachvollziehbar finden wie z.B. „migrantisch“. Hier bedarf es weiterer Forschungsaktivitäten etwa in Form von Aktionsforschung, welche die Zielgruppe aktiv über alle Phasen des Forschungsprozesses einbezieht. Ein solcher qualitativer Ansatz erscheint in besonderem Maße geeignet der Heterogenität migrantischer Unternehmer:innen Rechnung zu tragen.

5.3.4 Neukonfiguration des Ökosystems

Daneben ist aus wissenschaftlicher Perspektive zu überlegen inwiefern es einer Neukonfiguration des unternehmerischen/Innovationsökosystems bedarf, welches im stärkeren Maße als bisher variierende kulturelle und transnationale Aspekte einbezieht. Dies betrifft einerseits die Frage ihrer Relevanz für die Dynamik des Ökosystems und andererseits Möglichkeiten des reziproken Lernens. Ferner ist danach zu fragen, wie sich Wissensdynamiken und weitere Kapitalarten zwischen den Ökosystemen durch transnationales Handeln der Akteure verändern und wechselseitig beeinflussen. Dies beinhaltet die Frage nach der Entstehung „neuer“ transnationaler sozialer Räume, die zusätzliche Chancen für unternehmerische Tätigkeiten eröffnen und helfen regionale Lockin-Effekte zu überwinden.

Referenzen

- Aldrich, H. E. & Waldinger, R. (1990). Ethnicity and entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 16(1), 111–135. doi:10.1146/annurev.so.16.080190.000551.
- Aliaga-Isla, R. & Criado, A. (2013). Systematic Review of Immigrant Entrepreneurship Literature: Previous Findings and Ways Forward. *Entrepreneurship and Regional Development*. 25. 10.1080/08985626.2013.845694.
- Baycan-Levent, T. & Nijkamp, P. (2007). Migrant entrepreneurship in a diverse Europe. In search of sustainable development. *EconPapers*. <http://degree.ubvu.vu.nl/repec/vua/wpaper/pdf/20070011.pdf>. (letzter Zugriff: 09.09.2021).
- Berlinghoff, M. (2018). Geschichte der Migration in Deutschland. Bundeszentrale für politische Bildung. Abgerufen von <https://www.bpb.de/gesellschaft/migration/dossier-migration/252241/deutsche-migrationsgeschichte?p=0> (letzter Zugriff: 04.09.2021).
- Blalock, H. M. (1967). Toward a theory of minority-group relations (Vol. 325). New York: John Wiley & Sons.
- Bloch, A. (2002). Refugees' opportunities and barriers in employment and training. [Online](#) abgerufen (letzter Zugriff: 10.09.2021).
- Bonacich, E. (1973). A theory of middleman minorities. *American Sociological Review*, 38(5), 583–594. doi:10.2307/2094409.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In: Richardson, J. (ed), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Westport, CT: Greenwood: 241–58.
- Brieger, S. A. & Gielnik, M. M. (2020). Understanding the gender gap in immigrant entrepreneurship: a multi-country study of immigrants' embeddedness in economic, social, and institutional contexts. *Small Business Economics*, 56(3), 1007–1031. doi.org/10.1007/s11187-019-00314-x.
- Brixy, U., Sternberg, R. & Vorderwülbecke, A. (2011). Unternehmensgründungen von Migranten: Ein Weg zur ökonomischen und sozialen Integration (No. 8/2011). *IAB-Kurzbericht*.
- Bundesverband deutsche Startups e.V. (2021). Migrant Founders Monitor 2021. Abgerufen von https://deutsche startups.org/wp-content/uploads/2021/04/Migrant-Founders-Monitor_2021_engl.pdf (letzter Zugriff: 10.09.2021).
- Bürkner, H.-J. (2005). Transnationale Migration. Cultural Turn und die Nomaden des Weltmarktes. *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, 49(2), 113–122.
- Castells, M. (2001). Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Teil 1: Das Informationszeitalter. Opladen: Leske und Budrich.
- Charim, I. & Auer Borea, G. (2012). Lebensmodell Diaspora. Über moderne Nomaden. Bielefeld: transkript.
- Clark, K. & Drinkwater, S. (1998). Ethnicity and self-employment in Britain. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 60(3), 383–407. doi:10.1111/1468-0084.00105.
- DAAD. (2020b). DAAD Strategie 2025. Abgerufen von https://static.daad.de/media/daad_de/der-daad/wer-wir-sind/daad_strategie_2025.pdf (letzter Zugriff: 09.09.2021).
- David, A. (2015). *Scientia Est Potentia: Human Capital and the Role of Networks; Migration, Inclusion and New Qualification for A Sustainable Regional Economy*. [dissertation]. Twente: University of Twente.
- David, A. (2019). Stärkung der Migrantenökonomie - Empowerment im Kontext des Inclusive Entrepreneurship. *Forschung Aktuell*, 01/2019, Gelsenkirchen: Institut Arbeit und Technik.
- David, A. & Coenen, F. (2014). Alumni networks: an untapped potential to gain and retain highly-skilled workers? *Higher Education Studies* 4(5), 1–17.
- David, A. & Coenen, F. (2017). Immigrant entrepreneurship - a chance for labor market integration of refugees? In: David, A. & Hamburg, I. (eds.): *Entrepreneurship and Entrepreneurial Skills in Europe: Examples to Improve Potential Entrepreneurial Spirit*. Opladen: Barbara Budrich, 77–101.
- David, A. & Coenen, F. (2019). Knowledge in motion: highly-skilled migration and the role of regional networks. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 6(4), 274–293.
- David, A. & Terstriep, J. (2019). Innovation in informal ethnic entrepreneurship: a result of the opening of the EU's borders? In: Ratten, V. & Jones, P. (eds.): *Transformational entrepreneurship*. London: Routledge, 58–77.
- David, A., Barwińska-Małajowicz, A. & Coenen, F. (2012). From brain drain to brain exchange: how to use better highly skilled workers/a conceptual approach. *Unia Europejska.pl*, 216(5), 25–35.
- David, A., El Masri, T. & Terstriep, J. (2019c). Migrantisches Unternehmer:innentum als regionaler Wirtschaftsfaktor: das Hamburger Beispiel. In: David, A., Evans, M., Hamburg, I. & Terstriep, J. (Hsg.): *Migration und Arbeit: Herausforderungen, Problemlagen und Gestaltungsinstrumente*. Leverkusen: Barbara Budrich, 129–152.
- David, A., Evans, M., Hamburg, I. & Terstriep, J. (Hsg.) (2019b). *Migration und Arbeit: Herausforderungen, Problemlagen und Gestaltungsinstrumente*. Leverkusen: Barbara Budrich.
- David, A., Giustolisi, A. & Terstriep, J. (2019). Migrantische Ökonomie(n): Expertise des Instituts Arbeit und Technik (IAT) der Westfälischen Hochschule Gelsenkirchen Bocholt Recklinghausen im Auftrag der Fachkommission zu den Rahmenbedingungen der Integrationsfähigkeit der Bundesregierung, Gelsenkirchen.
- David, A., Schaefer, S. & Terstriep, J. (2021). Characteristics of migrant entrepreneurs: asset in times of crisis? *Forschung Aktuell*, 01/2021, Westfälische Hochschule Gelsenkirchen, Institut Arbeit und Technik. Abgerufen unter <https://www.econstor.eu/escollectionhome/10419/57192> (letzter Zugriff: 09.10.2021).
- David, A., Terstriep, J., Atibioke, O., Siegel, J. & Giustolisi, A. (2020). Ich will andere Geschichten erzählen: Migrantische Unternehmen in der Praxis. In: *Forschungsschwerpunkt Innovation, Raum & Kultur des Instituts Arbeit und Technik der*

- Westfälische Hochschule Bocholt, Recklinghausen, Gelsenkirchen (eds), Kurzgeschichten zur Expertise Migrantische Ökonomie für die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration.
- Desai, S., Naudé, W. & Stel, N. (2021). Refugee entrepreneurship: context and directions for future research. *Small Business Economics*, 56, 933–945. doi.org/10.1007/s11187-019-00310-1.
- Dlouhy, N. (2020). Start-ups sind Agilitätstreiber der Wirtschaft. *Springer Professional*, <https://www.springerprofessional.de/unternehmensgruendung/agile-methoden/start-ups-sind-die-agilitaetstreiber-der-wirtschaft/17608254>. (letzter Zugriff: 09.09.2021).
- Drinkwater, S. (2017). Migrant entrepreneurship. In: Blackburn, R., Clercq, D. d. & Heinonen, J. (eds.), *The SAGE Handbook of Small Business and Entrepreneurship*, London, United Kingdom: SAGE Publications, 94–106.
- Drori, I., Honig, B. & Wright, M. (2009). Transnational entrepreneurship: an emergent field of study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(5), 1001–1022. doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00332.x.
- Elo, M., Minto-Coy, I., Costa E. Silva, I. & Zhang, X. (2020). Diaspora networks in international marketing: how do ethnic products diffuse to foreign markets? *European Journal of International Management*, 14(4), 693–729. doi: 10.1504/EJIM.2020.107606.
- Elo, M., Sandberg, S., Servais, P. et al. (2018). Advancing the views on migrant and diaspora entrepreneurs in international entrepreneurship. *Journal of International Entrepreneurship*, 16(2), 119–133. doi:10.1007/s10843-018-0231-x.
- Elo, M., & Servais, P. (2018). Migration perspective on entrepreneurship. In: Turcan R., Fraser N. (eds.) *The Palgrave Handbook of Multidisciplinary Perspectives on Entrepreneurship*. Cham: Palgrave Macmillan. doi.org/10.1007/978-3-319-91611-8_17
- Faggian, A. & McCann, P. (2009). Human capital, graduate migration and innovation in British regions. *Cambridge Journal of Economics*, 33(2), 317–333. doi:10.1093/cje/ben042.
- Gamper, M. & Reschke, L. (2010). Knoten und Kanten. Soziale Netzwerkanalyse in Wirtschafts- und Migrationsforschung. Bielefeld: transcript. ISBN: 978-3-8376-1311-7
- Gerlach, A. & Neuschäfer, K. (2016). Ausländer mit mehr Unternehmergeist. Internationale Studierende zeigen eine deutlich höhere Gründungsneigung als ihre deutschen Kommilitonen. *Studie der SWICE (South Westphalia International Center for Entrepreneurship)*.
- Granovetter, M. (1973). The Strength of the Weak Ties. *The American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380.
- Growe, A., (2009). Knowledge-holders and networking in metropolitan regions. Spatial requirements of knowledge-holders and the combination of politics. *Raumforschung und Raumordnung*, 5(6), 383–394. doi:10.1007/BF03185713.
- Guarnizo, L. (2003). The economics of transnational living. *The International Migration Review*, 37(3), 666–699.
- Haandrikman, K. & Webster, N. A. (2020). Migrant, woman and business owner: A heterogeneous group with diverse needs. *Kulturgeografisk Seminarium 2020:1*. Stockholm University: Department of Human Geography.
- Harima, A. & Baron, T. (2020). Is this transnational entrepreneurship? Five cases in which it is hard to say 'Yes' or 'No'. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, 6(1), 12–40. doi.org/10.1177/2393957519887561.
- Hartmann, C. & Güllü, E. (2020). Selbständigkeit als Weg der Arbeitsmarktintegration. Perspektiven aus dem Gründungsökosystem. In: Gartzke, U., Ebner, F. & Stolzenberg, P. (Hsg.): *Arbeitsmarktintegration von Geflüchteten. Handbuch für Praktiker aus öffentlicher Verwaltung, Kammern und Zivilgesellschaft*. Arbeitsgemeinschaft für wirtschaftliche Verwaltung e.V., 110–119.
- Heilbrunn, S., Freiling, J. & Harima, A. (eds.). (2019). *Refugee entrepreneurship: A case-based topography*. Basingstoke, Hampshire, United Kingdom: Palgrave Macmillan.
- Hillmann, F. (Hg.) (2011). *Marginale Urbanität: Migrantisches Unternehmer:innentum und Stadtentwicklung*. Bielefeld: transcript.
- Hillmann, F. & Sommer, E. (2011). Döner und Bulette revisited oder: was man über migrantische Ökonomien genau wissen kann. In: Hillmann, F. (Hg.) (2011): *Marginale Urbanität: Migrantisches Unternehmer:innentum und Stadtentwicklung*. Bielefeld: transcript, 23–86.
- Hirschfeld, A., Gilde, J. & Walk, V. (eds.) (2021). *Migrant Founders Monitor*. Bundesverband Deutscher Start-ups e.V. Abgerufen unter https://deutschestartups.org/wp-content/uploads/2021/04/Migrant-Founders-Monitor_2021.pdf (letzter Zugriff: 03.09.2021).
- Högberg, L., Schölin, T., Ram, M. & Jones, T. (2016). Categorising and labelling entrepreneurs: Business support organisations constructing the Other through prefixes of ethnicity and immigrants. *International Small Business Journal*, 34(3), 242–260. doi:10.1177/0266242614555877.
- Hapsari, N., Lukito-Budi, A. S. & Virgosita, R. (2021). Quo vadis, ethnic entrepreneurship? A bibliometric analysis of ethnic entrepreneurship in growing markets. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(3), 427–458. doi.org/10.1108/JEEE-04-2020-0080.
- IOM. (2019). *World Migration Report 2020*. Geneva: International Organization for Migration. Abgerufen von <http://worldmigrationreport.iom.int> (letzter Zugriff: 31.08.2021).
- Kacar, S. O., Verduijn, K. & Essers, C. (2021). Opportunity Structures from an Intersectional Perspective. *The Palgrave Handbook of Minority Entrepreneurship*, 87.
- Kay, R., Nielen, S. (2020). *Ausländische Staatsangehörige als Gründer in NRW zwischen 2003 und 2018*. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung. <https://www.bertelsmannstiftung.de/de/publikationen/publikation/did/auslaendische-staatsangehoerige-als-gruender-in-nrw-zwischen-2003-und-2018-all>
- Kloosterman, R. C. (2010). Matching opportunities with resources: A framework for analysing (migrant) entrepreneurship from a

- mixed embeddedness perspective. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(1), 25–45. doi:10.1080/08985620903220488.
- Kloosterman, R., van der Leun, J. & Rath, J. (1999). Mixed embeddedness: (In)formal economic activities and immigrant businesses in the Netherlands. *International Journal of Urban and Regional Research*, 23(2), 253–267. doi:10.1111/1468-2427.00194
- Kloosterman, Robert & Rath, Jan. (2001). Immigrant entrepreneurs in advanced economies: Mixed embeddedness further explored. *Journal of Ethnic and Migration Studies* - J ETHN MIGR STUD. 27. 189–201. doi.org/10.1080/13691830020041561.
- Knuth, M. (2019). Willkommenskultur ohne Willkommensstruktur - Fluchtmigration als Stresstest für die Integrationsfähigkeit des deutschen Bildungs- und Erwerbssystems. In: David A., Evans M., Hamburg I. & Terstriep J. (Hsg.). *Migration und Arbeit: Herausforderungen, Problemlagen und Gestaltungsinstrumente*. Leverkusen: Barbara Budrich, 49–72.
- Knuth, M. (2016). Arbeitsmarktintegration von Flüchtlingen. Arbeitsmarktpolitik reformieren, Qualifikationen vermitteln. *WISO Diskurs*, Friedrich-Ebert-Stiftung, 21/2016.
- Kohlisch, E. & Koppel, O. (2021). Migration hält Deutschlands stotternden Innovationsmotor am Laufen. *IW-Kurzbericht 20/2021*. Abgerufen unter https://www.iwkoeln.de/fileadmin/user_upload/Studien/Kurzberichte/PDF/2021/IW-Kurzbericht_2021-Ausl%C3%A4ndische-Erfindende.pdf (letzter Zugriff: 09.09.2021).
- Kollmann, T., Jung, Ph. B., Kleine-Stegemann, L., Ataee, J., de Cruppe, K. (2020). *Deutscher Startup Monitor (2020)*. DSM 2020. Abgerufen unter https://deutscherstartupmonitor.de/wp-content/uploads/2020/09/dsm_2020.pdf (letzter Zugriff: 09.09.2021).
- Kosslyn, S. M. & Nelson, B. (2017). Why We Need a New Kind of Higher Education. In: Kosslyn, S. M. & Nelson, N. (Eds.) *Minerva and the Future of Higher Education*. Cambridge: MIT Press.
- Kriegesmann, B., Böttcher, M., Lippmann, T. & Wietzke, M. (2015). *Wissenschaftsregion Ruhr (Langfassung)*. Wirtschaftliche Bedeutung, Fachkräfteeffekte und Innovationsimpulse der Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen in der Metropole Ruhr. Regionalverband Ruhr (RVR).
- Leicht, R. & Langhauser, M. (2014). *Ökonomische Bedeutung und Leitungspotenziale von Migrantenunternehmen in Deutschland*. *WISO Diskurs*: Expertisen und Dokumentation zur Wirtschafts- und Sozialpolitik. Berlin: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Leicht, R., Berwing, S., Philipp, R., Block, N., Rüffer, N. & Ahrens, J.-P. und Co-Autor:innen: Förster, N., Sänger, R. & Siebert, J. (2017). *Gründungspotenziale von Menschen mit ausländischen Wurzeln*. Entwicklungen, Erfolgsfaktoren, Hemmnisse. Studie des Instituts für Mittelstandsforschung (ifm) der Universität Mannheim und des Instituts für sozialpädagogische Forschung Mainz (ism), im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi).
- Leifels, A. & Metzger, G. (2019). *Gründungen durch Migranten: größerer Wunsch nach Selbständigkeit*. *Fokus Volkswirtschaft* Nr. 240, KfW Research Light, I. (1972). *Ethnic Enterprise in America: Business and Welfare Among Chinese, Japanese, and Blacks*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Lundberg, H. & Rehnfors, A. (2018). Transnational entrepreneurship: opportunity identification and venture creation. *Journal of International Entrepreneurship*, 16(2), 150–175. doi.org/10.1007/s10843-018-0228-5.
- Ma, Z., Zhao, S., Wang, T. & Lee, Y. (2013). An overview of contemporary ethnic entrepreneurship studies: themes and relationships. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 19(1), 32–52. doi.org/10.1108/1355255131129924.
- Martinez Dy, A. (2020). Not all entrepreneurship is created equal: theorising entrepreneurial disadvantage through social positionality. *European Management Review*, 17(3), 687–699. doi:10.1111/emre.12390.
- McGoldrick, C. & Reeve, D. E. (1989). *Black Business in Kirklees*. A report prepared for the Employment Development Unit, Kirklees Metropolitan Council.
- Metzger, G. (2016). Migranten überdurchschnittlich gründungssaktiv – Arbeitsmarkt spielt eine große Rolle. *Fokus Volkswirtschaft* Nr. 115, KfW Research.
- Metzger, G. (2019). *KfW-Gründungsmonitor 2019*. Gründungstätigkeit in Deutschland stabilisiert sich: Zwischenfahrt oder Ende der Talfahrt? KfW Research, Frankfurt am Main.
- Metzger, G. (2020). *KfW Entrepreneurship Monitor 2020*. Entrepreneurship in Germany 2019: First Growth in 5 years – 2020 overshadowed by coronavirus pandemic. Frankfurt: KfW Group. Abgerufen unter https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Gründungsmonitor/Gründungsmonitor-englische-Dateien/KfW-Entrepreneurship-Monitor-2020_EN.pdf (letzter Zugriff: 15.08.2021).
- Moore, T. (2020). The Good University: what universities actually do and why it's time for radical change; Dissident knowledge in higher education; Can the universities of today lead the learning of tomorrow? The university of the future. *International Journal of Lifelong Education*, 39(3), 319–325.
- Nazareno, J., Zhou, M. & You, T. (2018). Global dynamics of immigrant entrepreneurship: Changing trends, ethnonational variations, and reconceptualizations *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(5), 780–800. doi.org/10.1108/IJEBR-03-2018-0141.
- Nestorenko, T. (2016). Economic Impact of International Students on a Host City: Case of the University of Economics in Bratislava. *Proceedings of Teaching and Education Conferences* (No. 3906577). International Institute of Social and Economic Sciences.
- Oberste, J. & Ehrich, S. (Hg.) (2015). *Die bewegte Stadt*. Migration, soziale Mobilität und Innovation in vormodernen Großstädten. Ravensburg: Schnell & Steiner.
- OECD. (2020). The territorial impact of COVID-19: Managing the crisis across levels of government. OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19). Abgerufen unter https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=128_128287-

- [5agkkojaaa&title=The-territorial-impact-of-covid-19-managing-the-crisis-across-levels-of-government&_ga=2.143061429.1676962267.1620884268-330019835.1615367422](#) (letzter Zugriff: 15.08.2021).
- Oltmer, J. (2016). Migration. Geschichte und Zukunft der Gegenwart. Darmstadt: Konrad Theiss.
- Pfeil, E. (1954). Neue Städte auch in Deutschland. Göttingen: Verlag Otto Schwartz.
- Polanyi, M. (1966). Tacit Knowing. In: Polanyi, M. (ed.): The Tacit Dimension, Doubleday and Company, New York, 3-25.
- Portes, A., Haller, W. & Guarnizo, L. (2002). Transnational entrepreneurs: an alternative form of immigrant economic adaptation. *American Sociological Review*, 67(2), 278–298. doi.org/10.2307/3088896.
- Pries, L. (2001a). Internationale Migration. Bielefeld: transcript.
- Pries, L. (2007). Transnationalism: trendy catch-all or specific research programme? A proposal for transnational organisation studies as a micro-macro-link. *COMCAD Working Papers*, 34, Bielefeld: Universität Bielefeld, (COMCAD), Abgerufen von <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssor-51144-0>. (letzter Zugriff: 13.09.2021).
- Pries, L. (2001b). The approach of transnational social spaces: responding to new configurations of the social and the spatial. In: Pries, L. (ed.), New transnational social spaces. International migration and transnational companies in the early twenty-first century. London: Routledge, 3–33.
- Ram, M. & Sparrow, J. (1993). Minority firms, racism and economic development. *Local Economy*, 8, (2), 117–129.
- Ram, M., Jones, T. & Villares-Varela, M. (2017). Migrant entrepreneurship: reflections on research and practice. *International Small Business Journal*, 35(1), 3-18. doi:10.1177/0266242616678051.
- Rath, J. (ed.) (2000). Immigrant Businesses: The Economic, Political and Social Environment. London: Macmillan.
- Räuchle, C., Stingl, I. & Nuissl, H. (2017). Migrantische Ökonomien als Potential für die Stadt- und Regionalentwicklung. *Arbeitsberichte*. Geographisches Institut, Humboldt-Universität zu Berlin. Heft 193.
- Räuchle, C. & Nuissl, H. (2019). Migrantische Ökonomien zwischen Potentialorientierung und Differenzmarkierung. Konzeption und Erträge eines „prä-postmigrantischen“ Forschungsgegenstands. *Geographica Helvetica*. 74, 1–12. doi.org/10.5194/gh-74-1-2019.
- Riddle, L., Hrivnak, G. A. & Nielsen, T. M. (2010). Transnational diaspora entrepreneurship in emerging markets: bridging institutional divides. *Journal of International Management*, 16(4), 398–411. doi:10.1016/j.intman.2010.09.009.
- Röhrlich, E. (Hg.) (2016). Migration und Innovation um 1900. Perspektiven auf das Wien der Jahrhundertwende. Wien: Böhlau Verlag.
- Rudnicka, J. (2021). Ausländische Studierende in Deutschland nach Herkunftsländern 2020/2021. Abgerufen unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/301225/umfrage/auslaendische-studierende-in-deutschland-nach-herkunftslaendern/> (letzter Zugriff: 09.09.2021).
- Rumbaut, Rubén G. (2004). Ages, life stages, and generational cohorts: Decomposing the immigrant first and second generations in the United States. *The International Migration Review*. 38 (3), 1160–1205. doi:10.1111/j.1747-7379.2004.tb00232.x. JSTOR 27645429.
- Ruthemeier (im Erscheinen). Gründungsmigration Migration und Start-Up - Motive, Ziele und Strukturen der Migration von (potentiellen) Unternehmensgründern aus dem Bereich Digitalwirtschaft nach Berlin. [Dissertation]. Osnabrück, Universität Osnabrück.
- Ruthemeier, A. (2021a). Expatriate and expat-preneur ecosystems: innovation spaces away from Home. In: Nestle V., Glauner P. & Plugmann P. (eds.), Creating Innovation Spaces, Management for Professionals. Wiesbaden: Springer Gabler, 193-207. doi.org/10.1007/978-3-030-57642-4_15.
- Ruthemeier, A. (2021b). The future of studying in Germany for international students in lights of Covid-19. Steinbeis Institute for Global Entrepreneurship and Innovation, Abgerufen unter https://f6a0d9f6-dd57-49d0-805a-7eeca1e2211b.file-susr.com/ugd/14f0c8_c5fbbda1cdfc471cb1acd2689180bc41.pdf (Letzter Zugriff: 05.08.2021).
- Sachs, A. (2020). Migrantenunternehmen in Deutschland zwischen 2005 und 2018 Ausmaß, ökonomische Bedeutung und Einflussfaktoren auf Ebene der Bundesländer. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung. <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/publikation/did/migrantenunternehmen-in-deutschland-zwischen-2005-und-2018-all>
- Safran, W. (1991). Diasporas in modern societies: myths of homeland and return. *Diaspora: A Journal of Transnational Studies*, 1(1), University of Toronto Press, Spring 1991.
- Sandoz, L. (2021). Localising informal practices in transnational entrepreneurship. *Migration Letters*, 18(2), 135–148. <https://doi.org/10.33182/ml.v18i2.1177>.
- IQ-Förderprogramm „Integration durch Qualifizierung“ (2017): Migrantenökonomie in Deutschland. IQ Factsheet, 11/2017. Abgerufen unter https://www.netzwerk-iq.de/fileadmin/Redaktion/Downloads/IQ_Publikationen/Fact_Sheets/IQ_FactSheet_Migrantenoeconomie.pdf.
- Saxenian, A. (2007). The New Argonauts: Regional Advantage in a Global Economy. Cambridge: Harvard University Press.
- Saxenian, A. (2012). The new argonauts, global search and local institution building. In: Cooke, P., Parrilli, M. D. & Curbelo, J. L. (eds.), Innovation, Global Change and Resilience, Cheltenham: Edward Edgar, 25–42.
- Scarman, L. G. (1986). The Scarman report: the Brixton disorders 10-12 April 1981: *Report of An Inquiry*: Puffin.
- Schäfer, S. (2021). Innovative Gründer:innen mit Migrationserfahrung in Deutschland. Status quo, Herausforderungen und Handlungsempfehlungen zur Förderung innovativer Gründungen von Personen mit Migrationserfahrung. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.

- Schmitz, A. (2013). Transnational leben. Bildungserfolgreiche (Spät-)Aussiedler zwischen Deutschland und Russland. Bielefeld: transcript. ISBN 978-3-8376-2328-4.
- Schmitz, A. (2011). Transnationalität als Ressource? Netzwerke vietnamesischer Migrantinnen und Migranten zwischen Berlin und Vietnam. Bielefeld: transcript.
- Simmons, S. A., Wiklund, J., Levie, J., Bradley, S. W. & Sunny, S. A. (2019). Gender gaps and reentry into entrepreneurial ecosystems after business failure. *Small Business Economics*, 53(2), 517–531. doi:10.1007/s11187-018-9998-3.
- Sommer, E. (2020): Social capital as a resource for migrant entrepreneurship self-employed migrants from the former Soviet Union in Germany. Springer.
- Soni, S., Tricker, M. & Ward, R. (1987). Ethnic Minority Business in Leicester. Birmingham: Aston University.
- Sperber, S. & Linder, C. (2018). Gender-specifics in start-up strategies and the role of the entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 53(2), 533–546. doi:10.1007/s11187-018-9999-2.
- Sternberg, R., Gorynia-Pfeffer, N., Wallisch, M., Baharian, A., Stolz, L. & Bloh, J. von (2021). Global Entrepreneurship Monitor - Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich. Länderbericht Deutschland 2019/20. Düsseldorf: RKW Kompetenzzentrum.
- Stockhorst, J. (2011). Verfügbarkeit von hoch qualifizierten Arbeitskräften abseits der Ballungsräume, Regionale Restriktionen und Chancen für Hochtechnologieunternehmen der Medizintechnik, Stadt- und Regionalforschung. Berlin: LIT Verlag Dr. W. Hopf.
- Stoewe, K. (im Erscheinen). Entrepreneurship and integration in the global city. The cases of refugee-origin entrepreneurship in Birmingham and Cologne. (PhD Dissertation).
- Terstriep, J., David, A. & Atibioke, F. (2021). Sectoral Report – Enter to Transform Comparative Report. Gelsenkirchen: Institute for Work and Technology. Abgerufen unter https://www.iat.eu/aktuell/veroeff/2021/terstriep_david_atibioke01.pdf (letzter Zugriff: 31.08.2021).
- Tripl, M. & Maier, G. (2007). Knowledge Spillover Agents and Regional Development. Working Paper of DYNREG – Dynamic Regions in a Knowledge-Driven Global Economy Lessons and Policy Implications for the EU, ViennaTroost, G. & Linde, M. (2016). Deutsche Geschichte - Gastarbeiter. planet wissen. Abgerufen von https://www.planet-wissen.de/geschichte/deutsche_geschichte/geschichte_der_gastarbeiter/index.html (letzter Zugriff: 31.08.2021).
- Tsolakidis, P., Mylonas, N. & Petridou, E. (2020). The impact of imitation strategies, managerial and entrepreneurial skills on startups' entrepreneurial innovation. *Economics*, 8(4), 81. doi:10.3390/economics8040081.
- Tung, R. (2008). The cross-cultural research imperative: the need to balance cross-national and intra-national diversity. *Journal of International Business Studies*, 39(1) (Jan. - Feb., 2008), 41–46, Palgrave Macmillan Journals.
- Ughetto, E., Rossi, M., Audretsch, D. & Lehmann, E. E. (2020). Female entrepreneurship in the digital era. *Small Business Economics*, 55(2), 305–312. doi:10.1007/s11187-019-00298-8.
- UN Desa. (2019). International Migrant Stock 2019. United Nations database, POP/DB/MIG/Stock/Rev.2019. Abgerufen unter <https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/index.asp> (letzter Zugriff: 31.08.2021).
- UNHCR. (2011). UNHCR Resettlement Handbook. Geneva: United Nations High Commissioner for Refugees. Abgerufen unter <https://www.unhcr.org/46f7c0ee2.pdf> (letzter Zugriff: 10.09.2021)
- United Nations (2017): International Migration Report 2017, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (ST/ESA/SER.A/403).
- van Rooij, N. & Margaryan, L. (2019). Integration of „ideal migrants“. Dutch lifestyle expatpreneurs in Swedish campgrounds. *Rural Society*, 28(3):183–197.
- Vance, C. M., McNulty, Y., Paik, Y. & D'Mello, J. (2016). The expatpreneur: conceptualizing a growing international career phenomenon. *Journal of Global Mobility*, 4(2):202–224.
- Vershinina, N., Rodgers, P., Xheneti, M., Brzozowski, J. & Lassalle, P. (2021). Global migration, entrepreneurship and society: setting the new research agenda. Global Migration, Entrepreneurship and Society: Emerald Publishing Limited.
- Vertovec, S. (2007). Super-diversity and its implications. *Ethnic and racial studies*, 30(6), 1024–1054. That would be good.
- Wadhwani, D. (2016). Entrepreneurship in historical context: using history to develop theory and understand process. In: Welter, F. & Gartner, W. B. (eds.): A research agenda for entrepreneurship and context, Elgar Research Agendas, 65–78. doi:10.4337/9781784716844.00010.
- Webster, N. A. & Haandrikman, K. (2020). Exploring the role of privilege in migrant women's self-employment. *Entrepreneurship, Theory and Practice*. doi.org/10.1177/1042258720969139.
- Wilpert, C. (2000). Migranten als Existenzgründer. *Dokumentation der vierten Tagung der Heinrich Böll Stiftung in der Reihe „Zukunft der Arbeit“* am 10./11. November 2000 in Berlin (S. 45–54). Berlin: Heinrich Böll Stiftung.
- Wilson, K. L. & Portes, A. (1980). Immigrant enclaves: An analysis of the labor market experiences of Cubans in Miami. *American Journal of Sociology*, 86(2), 295–319. doi:10.1086/227240.
- Yildiz, Ö. (2017). Migrantisch, weiblich, prekär? Über prekäre Selbständigkeiten in der Berliner Friseurbranche. Bielefeld: transcript.
- Zhou, M. (2004). Revisiting ethnic entrepreneurship: convergences, controversies, and conceptual advancements. *International Migration Review*, 38(3), 1040–1074.
- Zybur, N., Schilling, K., Philipp, R. & Woywode, M. (2018). Female migrant entrepreneurship in Germany: Determinants and recent developments. In: Birkner, S. (Hsg.): Women's Entrepreneurship in Europe: Multidimensional Research and Case Study Insights, 5:15–38. FGF Studies in Small Business and Entrepreneurship. Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-96373-0_2.

Über die Autor:innen

Dr. Alexandra David ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut Arbeit und Technik der Westfälischen Hochschule Gelsenkirchen Bocholt Recklinghausen. Hier verantwortet sie den Themenschwerpunkt Migration, Innovation & Entrepreneurship und forscht zu den politischen, wirtschaftlichen und soziokulturellen Auswirkungen von Migration in Deutschland und dem europäischen Ausland.

Dr. Judith Terstriep ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut Arbeit und Technik der Westfälischen Hochschule Gelsenkirchen Bocholt Recklinghausen und leitet dort den Forschungsschwerpunkt „Innovation, Raum & Kultur“. Im Rahmen ihrer Forschungstätigkeit fokussiert sie das Zusammenspiel von Innovationen, Netzwerken, Wissen und Gesellschaft aus innovations-, management- und raumtheoretischer Perspektive.

Dr. Kristina Stoewe ist wissenschaftliche Referentin im Kompetenzfeld Berufliche Qualifizierung und Fachkräfte am Institut der deutschen Wirtschaft (IW), Köln. Ihre Promotion in Sozialpolitik absolvierte sie an der University of Birmingham, UK, zum Thema Entrepreneurship als Integrationsfaktor mit dem Schwerpunkt der „Refugee Entrepreneurs“.

Alexander Ruthemeier ist Gründungsdirektor des Steinbeis Institute for Global Entrepreneurship & Innovation in Berlin. Seine Karriere begann er im Finanzdienstleistungssektor, bevor er von Singapur nach Berlin wechselte und unter anderem für Rocket Internet, wefox und Element arbeitete. Als Gründer von Expatrio und DEGIS verfolgt er seinen akademischen Weg auch durch Forschung und Lehre zum Thema Migrant Entrepreneurship.

Dr. Maria Elo ist Associate Professor im Department of Business and Management der University of Southern Denmark und Professor in BRIIB Institute, Shanghai University. Ihre Forschungsinteressen gelten dem internationalen Entrepreneurship und Migration vor allem in Bezug auf Ressourcen qualifizierter Migranten und Rückkehrer, migrantischer- und Diasporaunternehmen, transnationaler Unternehmen eingebettet in internationale Netzwerke und Geschäftsmodelle.

Armando García Schmidt ist Senior Project Manager im Wirtschaftsprogramm der Bertelsmann Stiftung. Er koordiniert Projekte zur doppelten Transformation des deutschen Mittelstandes und arbeitet zum wirtschaftlichen Beitrag von Menschen mit Migrationshintergrund als Gründer:innen und Unternehmer:innen.

Adresse | Kontakt

Bertelsmann Stiftung
Carl-Bertelsmann-Straße 256
33311 Gütersloh

Armando García Schmidt
Senior Project Manager
Programm Wirtschaft
Telefon +49 5241 81-81543
Fax +49 5241 81-681543
armando.garciaschmidt@bertelsmann-stiftung.de

www.bertelsmann-stiftung.de