

Anne Höhne

Migrantisches Sozialunternehmertum

Konzeptionelle Überlegungen und
empirische Befunde aus Deutschland

Abstract

Migrantisches Sozialunternehmertum stellt im Forschungsfeld zwischen migrantischer Selbstständigkeit und Sozialunternehmertum bislang einen weitgehend unbekannten Untersuchungsgegenstand dar. Mittels einer explorativen Fallstudie wird migrantisches Sozialunternehmertum auf wissenschaftliche Relevanz hin untersucht und die Frage gestellt, welche Grundzusammenhänge zwischen Migrationshintergrund und Sozialunternehmertum in Deutschland existieren. Es stellt sich mithilfe des Mixed Embeddedness Ansatzes heraus, dass die dominante Rolle des deutschen Sozialstaates, aber auch grundsätzliche Strukturen des Bildungssystems individuelle Herausforderungen verstärken. Aktuelle migrationspolitische Entwicklungen, hohe migrantische Gründeraktivitäten und die Fähigkeit zur strategischen Transkulturalität weisen hingegen auf Potentiale und positive Entwicklungen hin.

Schlagworte

Migrantisches Sozialunternehmertum; Migration; Mixed Embeddedness; Social Entrepreneurship; Strategische Transkulturalität

Danksagung

Für die Erstellung der vorliegenden Arbeit danke ich allen Interviewpartnern, die gerne bereit waren, mir ausführlich und offen von ihrer Arbeit zu erzählen und die mir Inspiration und neue Einblicke für das Thema geben konnten. Ein großer Dank auch an alle Mitwirkenden für die Korrekturen, Ratschläge und Motivationsgespräche!

Autorin

B.Sc. (Geographie) Anne Höhne
Pfahlstraße 45, D-85072 Eichstätt | HoehneAnne@googlemail.com

MDW

Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie
Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Herausgeber Schriftleitung

Hans-Martin Zademach
Christian Baumeister

ISSN

2192-8827

ISBN

978-3-943218-38-1

ISBN (online)

978-3-943218-39-8

© 2014 MDW

Die Autoren behalten die vollen Urheberrechte ihrer Beiträge.

Vorwort des Herausgebers

Der vorliegende Band gibt eine geringfügig überarbeitete Version der Bachelorarbeit unserer Absolventin Anne Höhne wieder. In dieser Arbeit führt Frau Höhne zwei Themenkomplexe zusammen, die bislang in der deutschsprachigen Literatur nur in Einzelfällen und noch niemals explizit vereint betrachtet wurden, nämlich die Themen Migration bzw. migrantische Ökonomie und Sozialunternehmertum (also Gründungen von *Social* Businesses durch MigrantInnen, nicht nur Gründungen an sich; letzteres ist im Gegensatz zum hiesigen Thema ein recht gut erforschtes Feld).

Zwischen diesen beiden Themen eine Brücke zu schlagen stellt ein innovatives Moment dar und ist – insbesondere am Anspruch einer Bachelorarbeit gemessen – entsprechend anerkennenswert. Aber nicht nur vom Gegenstand her, sondern auch in der Umsetzung der Zielsetzung hat Frau Höhne eine beachtliche Leistung erbracht. Dies trifft sowohl für die Integrationsleistung auf konzeptioneller Ebene – hervorhebenswert sind die Ausführungen zur strategischen Transkulturalität – als auch das sorgfältige Vorgehen bei der empirischen Arbeit an der explorativen Mehrfallstudie mit Tiefeninterviews und teilnehmender Beobachtung sowie die Darstellung der daraus gewonnenen Einsichten zu. So kann Frau Höhne u.a. gut nachvollziehbar offenlegen, warum die Herausforderungen für MigrantInnen, ein Sozialunternehmen zu gründen und zu entwickeln nochmals größer werden, etwa durch die Ausgestaltung des bundesdeutschen Sozialsystems und auch unser Bildungssystem. Positive Entwicklungsmöglichkeiten werden demgegenüber z.B. in jüngeren migrationspolitischen Veränderungen erkannt, sowie vor allem auch dem Vermögen von MigrantInnen, Transkulturalität strategisch einsetzen zu können.

Bei Frau Höhnes Arbeit handelt es sich um ein positives Beispiel für den wissenschaftlich fundierten, kritisch-reflexiven Umgang mit aktuellen wirtschafts- und gesellschaftspolitisch relevanten Themen. Sie gibt Anregungen dafür, die wissenschaftliche Arbeit in der Schnittmenge der Themenkreise Migration und Sozialunternehmertum fortzuführen; damit lässt sie weitere aus wirtschaftsgeographischer Perspektive und auch darüber hinaus interessante Studien und Ergebnisse erwarten.

Eichstätt, im November 2012

Hans-Martin Zademach

Inhalt

Vorwort des Herausgebers	2
1 Einleitung	4
2 Migrantisches Sozialunternehmertum in Deutschland: Gegenstand der Untersuchung und Stand der Forschung	6
2.1 Gegenstand der Untersuchung	6
2.2 Stand der Forschung	9
3 Theoretischer Rahmen	10
3.1 Aspekte migrantischen Unternehmertums und Gründeraktivität in Deutschland	10
3.1.1 Erklärungsansätze aktueller migrantischer Gründeraktivitäten	10
3.1.2 Mixed und Social Embeddedness: sozioökonomische und institutionell-politische Rahmenbedingungen	11
3.1.3 Global Pipelines und strategische Transkulturalität	15
3.2 Sozialunternehmertum im Kontext des deutschen Sozialstaates	17
3.2.1 Funktion und Bedeutung	17
3.2.2 Sozioökonomische Auswirkungen und aktuelle Herausforderungen	18
4 Methodisches Vorgehen	21
4.1 Datensammlung	22
4.1.1 Das leitfadengestützte Interview	22
4.1.2 Teilnehmende Beobachtung und ero-epische Interviews	24
4.1.3 Archivmaterial	25
4.2 Datenanalyse	25
5 Empirische Befunde	26
5.1 Sozioökonomischer Rahmen	26
5.2 Institutionell-politischer Rahmen	31
6 Diskussion	33
6.1 Problemfelder und Herausforderungen	33
6.2 Erfolgsfaktoren und Potentiale	36
7 Schlussbetrachtung	38
Literaturverzeichnis	40

1 Einleitung

„Sie sind mutig, erfinderisch und schaffen Arbeitsplätze: Unternehmer mit Migrationshintergrund sind aus der deutschen Gründerszene nicht mehr wegzudenken“ (Tönnemann 2011: 1). So und ähnlich klingen aktuelle Zeitungsartikel, welche die Ergebnisse von Studien des KfW-Gründermonitors, des Global Entrepreneurship Monitors (GEM) oder der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK) der vergangenen zwei Jahre wiedergeben. Demzufolge neigen Unternehmer mit Migrationshintergrund derzeit weit mehr zu privatwirtschaftlichen Existenzgründungen als Deutsche ohne Migrationshintergrund. Jede vierte Unternehmensgründung erfolgt demnach durch Personen mit Migrationshintergrund (Tönnemann 2011: 2). Das Thema Migration prägt momentan grundlegend die Berichterstattung über die deutsche Gründerszene und wirft vielfach neue Fragestellungen auf.

Gleichzeitig befindet sich der deutsche Sozialstaat in der Krise und sieht sich in den letzten Jahren immer mehr gezwungen, neuen, innovativen Konzepten, die zur Zukunftsfähigkeit des dritten Sektors beitragen, Zutritt zu gewährleisten. Das aus dem angelsächsischen Raum stammende Konzept des Sozialunternehmertums (englisch: Social Entrepreneurship) wird dort bereits als das Zukunftskonzept gesehen, das in Zeiten ökonomischer Krisen und Klimawandel gesellschaftlich nachhaltige Strategien zur Lösung sozialer Probleme hervorbringen soll. „Social entrepreneurship has not gotten as much attention as business entrepreneurship and is not as well supported, but it is extremely important to the quality of our lives on this planet“ (Dees 2009: 12). In Deutschland gewinnt das bislang noch eher unbekannte Thema durch aktuelle Herausforderungen des sozialen Sektors an immer höherer Bedeutung und Relevanz (vgl. Heinze 2011: 88).

Mit Titeln wie „Migranten helfen Migranten“ machen Zeitungen wie beispielsweise Die Zeit auf Migranten aufmerksam, welche sich seit einigen Jahren in sozialunternehmerischen Organisationen für das Gemeinwohl einsetzen (vgl. Pennekamp 2009). „Der Sozialunternehmer Ramazan Salman treibt die Integration durch Gesundheitskurse für Migranten voran. Was ihm hilft: Er weiß, wie Türken und Deutsche ticken“ (vgl. ebd.). Für die vorliegende Arbeit dienen Ramazan Salman und zahlreiche weitere Beispiele als konkrete Aufhänger, um erstmals migrantische Sozialunternehmer in den Mittelpunkt des Forschungsinteresses zu stellen. Da bislang keine Studien oder sonstige wissenschaftliche Arbeiten aus dem deutschsprachigen Raum über migrantisches Sozialunternehmertum vorliegen (vgl. Kapitel 2.2), wird zunächst grundlegend untersucht, inwiefern das Thema aus theoretisch-konzeptioneller Sicht Relevanz hat. Durch eine Zusammenführung der Themenbereiche ‚Migrantisches Unternehmertum‘ und ‚Sozialunternehmertum in Deutschland‘ wird folgende Forschungsfrage weitgehend beantwortet: Welche Relevanz hat der Migrationshintergrund für migrantische Sozialunternehmer in Deutschland? Davon ausgehend werden folgende Leitfragen beantwortet:

- Welche individuellen Voraussetzungen waren bei der Gründung, welche bei der praktischen Umsetzung des Sozialunternehmertums notwendig?
- Inwiefern beeinflussen sozioökonomische und institutionell-politische Rahmenbedingungen migrantisches Sozialunternehmertum?
- Mit welchen Herausforderungen sind migrantische Sozialunternehmungen von der Entstehung der Gründungsidee bis hin zur Umsetzung konfrontiert?

Ziel der Arbeit ist es durch eine explorative Studie herauszufinden, welche Bedeutung der sogenannte Migrationshintergrund für migrantische Sozialunternehmer hat, also welche Grundzusammenhänge zwischen dem Migrationshintergrund und sozialem Unternehmertum in Deutschland existieren. Die folgende Bachelorarbeit gewährt einen ersten konzeptionellen Einblick in migrantisches Sozialunternehmertum in Deutschland und erweitert die aktuelle Debatte durch den Einbezug sozialwissenschaftlicher Perspektiven. Somit stehen nicht nur externe Rahmenbedingungen, sondern auch individuelle Voraussetzungen im Forschungsinteresse. Es zeigt sich, dass vor allem politische Faktoren wie Strukturen des deutschen Bildungs- und Sozialsystems wesentlichen Einfluss haben, in welchem sich migrantische Sozialunternehmer transkulturell verorten und ihr Sozialunternehmen strategisch positionieren.

Für die vorliegende Arbeit ist es im Zusammenhang der Migrationsforschung wichtig, theoretisch-konzeptionelle Schwierigkeiten durch damit in Verbindung stehende, sozial konstruierte Termini zu erwähnen. So besteht laut Pütz (2004: 30) in wissenschaftlichen Untersuchungen, die sich mit dem Verhältnis von unternehmerischem Handeln und Kultur (hier: Migrationshintergrund) befassen, meist das Risiko, Aussagen über das ‚Wesenhafte‘ einer bestimmten ‚Kultur‘ zu machen und damit zu einer Reproduktion ‚gemeinsamer Deutungsschemata‘ beizutragen. So ist der Migrationshintergrund, wie auch der Kulturbegriff an sich, in erster Linie sozial konstruiert und als „allgemeine Kategorie zum Verstehen oder Begründen unternehmerischen Handelns ungeeignet“ (Pütz: 2004: 30). Es ist somit nicht Ziel, Aussagen über *das* migrantische Sozialunternehmertum zu machen, sondern durch Beobachtungen zweiter Ordnung zu analysieren, wie durch migrantische Sozialunternehmer Interpretationen über die soziale Wirklichkeit erfolgen und welche Konsequenzen sich daraus ergeben.

Im Anschluss an diese Einführung folgen im nächsten Abschnitt eine Annäherung an die Begrifflichkeiten Migrantisches Unternehmertum und Sozialunternehmertum sowie ein Überblick über den Stand der Forschung. Kapitel 3 erörtert Zusammenhänge zwischen den beiden Themenkomplexen vor dem Hintergrund aktueller Herausforderungen im deutschen Kontext aus theoretischer Sicht. Kapitel 4 stellt das methodische Vorgehen bei der empirischen Arbeit vor. Kapitel 5 und 6 berichten und diskutieren die entsprechend gewonnenen Befunde. Die Schlussbetrachtung fasst die Kernergebnisse der Untersuchung zusammen und gibt Anregungen für weitere Arbeiten.

2 Migrantisches Sozialunternehmertum in Deutschland: Gegenstand der Untersuchung und Stand der Forschung

2.1 Gegenstand der Untersuchung

Im Folgenden wird der Begriff migrantisches Sozialunternehmertum zunächst definitorisch abgegrenzt, indem die Begriffe Migrantische Ökonomien, Migrationshintergrund und Sozialunternehmertum näher erläutert werden. Im Anschluss erfolgt durch eine zusammenfassende Betrachtung eine differenzierte Darstellung des Forschungsgegenstands, welcher in der vorliegenden Arbeit untersucht werden soll.

„Migrationshintergrund“ und „migrantisch“

Der Zusatz ‚migrantisch‘ im Titel der Arbeit und des aktuellen Kapitels bezieht sich darauf, dass im Verlauf des Forschungsprojekts mit Personen gesprochen wird, welchen ein sogenannter Migrationshintergrund zugeschrieben wird. Dieser äußerst weit greifende Begriff bezieht sich in der vorliegenden Arbeit in Anlehnung an das Bundesamt für Statistik auf „alle nach 1949 auf das heutige Gebiet der Bundesrepublik Deutschland Zugewanderten, sowie alle in Deutschland geborenen Ausländer¹ und alle in Deutschland als Deutsche Geborenen mit zumindest einem zugewanderten oder als Ausländer in Deutschland geborenen Elternteil“ (Bundesamt für Statistik 2011). Der seit 2005 definierte Begriff berücksichtigt somit nicht nur das Kriterium der Staatsbürgerschaft, sondern bezieht sich auch auf Menschen mit festem Wohnsitz in Deutschland, die die Staatsbürgerschaft nach wie vor nicht erworben haben. Zusätzlich bezieht sich der Begriff auf Personen der zweiten oder dritten Generation, für die ein Elternteil ausreichend ist, um den Migrationshintergrund zu definieren.

Jedoch liegt gerade hier ein Kritikpunkt für die vorliegende Arbeit. Da die Definition des Bundesamts für Statistik äußerst weit greift, werden auch Personen erfasst, die sich selbst nicht als ‚Migranten‘ oder Personen mit ‚Migrationshintergrund‘ wahrnehmen oder nicht davon wissen. In der vorliegenden Arbeit wird dieser Aspekt für die finale Auswertung berücksichtigt. Für die empirische Studie wird mit der oben angegebenen Definition gearbeitet, um auch an Informationen von Personen zu gelangen, die der offiziellen Definition nach Migrationshintergrund haben, sich mit diesem aber nicht zwingend identifizieren. Innerhalb dieser Begrifflichkeiten wird darauf geachtet kulturalistische Herangehensweisen an das Thema zu vermeiden und vielmehr zu interpretieren, welchen Kontexten durch die Interviewpartner welche Bedeutung zugeschrieben wird und welche Konsequenzen sich hieraus für das Sozialunternehmen ergeben.

¹ Der Begriff Ausländer bezeichnet in dieser Arbeit Personen mit festem Wohnsitz in Deutschland, die aber die deutsche Staatsbürgerschaft nicht besitzen (vgl. Bundesamt für Statistik 2011).

Sozialunternehmertum

Der Begriff Sozialunternehmertum oder auch Social Entrepreneurship ist in der Wissenschaft bislang nicht einheitlich definiert. Generell bezeichnet Sozialunternehmertum eine dynamische Unternehmensform, die sich zum Ziel gesetzt hat, durch innovative unternehmerische Ansätze Strategien zur Lösung von sozialen Problemen zu schaffen. Das kann sämtliche Bereiche auf ökonomischer, sozialer, ökologischer oder politischer Ebene betreffen. Thematisch kann es sich beispielsweise um Fragen zu Integration, Umwelt, Bildung und vieles mehr handeln. Wie Social Entrepreneurship definiert wird, ist laut Heinze et al. (2011: 90) stark vom institutionellen Kontext, aber auch von Motivation und individuellen Ansichten des Autors abhängig.

Für das aus dem angelsächsischen Raum stammende Konzept ist eine starke Akteurszentrierung auf einzelne Gründerpersönlichkeiten charakteristisch, die den sozialunternehmerischen Prozess initiieren (vgl. Heinze et al. 2011: 90f.). Der Sozialunternehmer wird in der angelsächsischen Literatur auch als Change Agent bezeichnet, welcher einen so genannten gesellschaftlichen Wandel schaffen soll und als Motor und Triebkraft des Unternehmens fungiert (vgl. Nicholls 2006: 11ff.). Diese stark idealisierte Definition von Sozialunternehmern kann innerhalb des deutschen Kontextes kritisch gesehen werden. Laut Stevenson et al. (1999: 3ff.) zeichnet er sich wie der klassische Entrepreneur dadurch aus, sozialunternehmerische Gelegenheiten zu erkennen und wahrzunehmen, um zur Schaffung von sozialer Wertschöpfung innovative Lösungsstrategien und Finanzierungskonzepte zu entwickeln. Weitere Kennzeichen, die ihm zugeschrieben werden, sind strategisches unternehmerisches Handeln und die gleichzeitige Aufnahme von Risiko (vgl. Heinze et al. 2011: 91). Dabei unterscheiden sich Sozialunternehmer von den klassischen, Gewinnmaximierung fokussierenden Unternehmern, in ihrer Motivation sozialen Wandel zu schaffen (vgl. Brooks 2009: 4). Die genannte Definition muss jedoch an die hierzulande existenten Gegebenheiten angepasst werden. Diese und sich daraus für Sozialunternehmer ergebende Herausforderungen werden in Kapitel 3.2.2 ausführlich beschrieben.

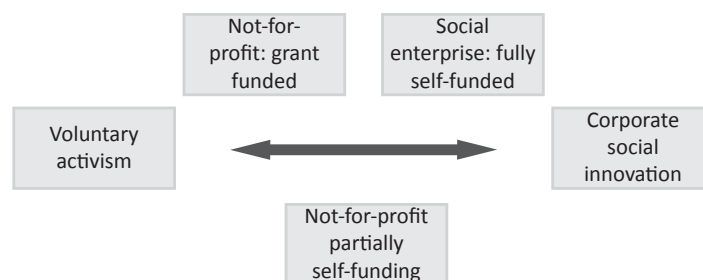


Abb. 1. Funding dimensions of social entrepreneurship

(Quelle: Dees 1998, zitiert nach Nicholls 2006: 12)

Social Entrepreneurship liegen laut Brooks (2009: 4) drei Prinzipien zugrunde: Marktorientierung, Innovation und Sozialität. Marktorientierung gilt als kennzeichnendes Kriterium, das sozialunternehmerisch agierende Unternehmen von klassischen sozialen Organisationen unterscheidet. Inwiefern sich die jeweilige Organisation finanziell selbst trägt oder von externen Mitteln unterstützt wird, ist von Fall zu Fall unterschiedlich und kann sowohl „not-for-profit“ sowie als „social enterprise“ erfolgen (vgl. Abbildung 1). Vor allem in Hinblick auf den deutschen Kontext soll das Thema Finanzierung im weiteren Verlauf der Arbeit nochmals aufgegriffen werden.

Zusammenfassende Betrachtung

In der vorliegenden Arbeit wird anhand einer empirischen Fallstudie das sozioökonomische Phänomen migrantisches Sozialunternehmertum untersucht. Der Untersuchungsansatz ist akteursbezogen, bezieht sich also auf Personen, die sich durch den oben beschriebenen Migrationshintergrund auszeichnen. Für die Bestimmung der Zielgruppe ist die genaue Herkunft und Aufenthaltsdauer nicht von Bedeutung, solange die oben genannten Kriterien erfüllt werden. Fester Wohnort als auch Projektgründung müssen jedoch in Deutschland erfolgt sein oder in absehbarer Zukunft erfolgen.

Die explorative Fallstudie stellt einen ersten Ansatz im deutschsprachigen Raum dar, sich migrantischem Sozialunternehmertum anzunähern. Die akteursbezogene Herangehensweise verspricht eine möglichst heterogene Informationsdichte, durch die die Forschungsfrage beantwortet werden soll. Es kann allerdings angemerkt werden, dass eine zu starke Konzentrierung auf einzelne Gründerpersönlichkeiten aus unternehmerischer Perspektive nicht immer der Realität entspricht, da es sich hierbei um Unternehmen handelt, die meist von mehreren Akteuren getragen werden. Zudem impliziert ein enges, definitorisches Haften an einer Einzelperson eine sehr dünne Unternehmensbasis, wodurch der Erfolg direkt vom Social Entrepreneur abhängen würde und nicht vom Unternehmen oder der Organisation an sich.

Ein konstitutives Element ist die vergangene oder aktuell stattfindende (Mit-)Gründung eines sozialunternehmerischen Unternehmens. Dadurch ist die Möglichkeit gegeben in der methodischen Umsetzung Sozialunternehmer unterschiedlicher Unternehmensphasen zu integrieren und auf diese Weise ein hohes Spektrum an Wahrnehmungen und Erfahrungen in das Forschungsprojekt mit aufzunehmen. Die inhaltliche Ausrichtung der Organisation ist sekundär und muss sich nicht mit dem Thema ‚Migration‘ beschäftigen. Im Fokus steht die gründende Person und welche Rolle dem Migrationshintergrund innerhalb des Unternehmens zugeschrieben wird.

2.2 Stand der Forschung

In den USA existiert bereits seit den 1970er Jahren, in Deutschland seit den 1980er Jahren, zahlreiche Literatur über migrantische oder auch als ‚ethnisch‘ bezeichnete, Gründeraktivitäten. Hierbei geht es vor allem um Erklärungstheorien zur Entstehung von Gründungsaktivitäten, Theorien sozioökonomischer und politischer Rahmenbedingungen oder um Zu- und Beschreibungen von ‚spezifischen‘ strukturellen Charakteristika (vgl. u. a. Hillmann 2011; Idik/Schnetger 2004; Özcan 2004; Tolciu 2008/ 2011). Laut Hillmann (2011: 36) erfolgt in der aktuellen Literatur eine Abwendung von kulturalistisch geprägten Ansätzen. Man geht stattdessen von unterschiedlichen kulturellen Bezugssystemen aus, die in Form von alltäglicher und strategischer Transkulturalität praktische Umsetzung finden (vgl. Pütz 2004). Noch unzureichend berücksichtigt werden laut Tolciu und Schaland (2008: 541) individuelle Eigenschaften und sozioökonomische Hintergründe migrantischer Unternehmensgründer.

Während Sozialunternehmertum in den USA seit den 1980er Jahren durch Autoren wie David Bornstein (2004), Gregory J. Dees (1998), John Elkington (2008), Alex Nicholls (2006) oder dem Unterstützernetzwerk Ashoka² ein populäres Thema ist, existiert im deutschen Kontext erst seit einigen Jahren Literatur zum Thema (u. a. Achleitner 2007; Faltin 2008; Leppert 2008) und stellt ein relativ junges Forschungsfeld dar (vgl. Achleitner 2007a: 67). Zunächst ging es hierbei um die akteurszentrierte, wissenschaftliche Analyse von Sozialunternehmertum und seinem Potential für soziale Veränderungs- und Gestaltungsprozesse (vgl. Hielscher/ Beckmann 2008: 1, zitiert nach Vollmann 2008: 4). Seit 2008 steht die Einordnung in den deutschen sozioökonomischen, institutionell-politischen Kontext im Vordergrund und welche Herausforderungen Sozialunternehmer treffen (vgl. Heinze et al. 2011; Leppert 2008; Rummel 2011).

Nachdem eine ausführliche Literaturrecherche in den gängigen Datenbanken (vgl. u.a. EBS-COhost, google (scholar), Springer Link, Bibliotheksverband Bayern, Web of Science, WISO) durchgeführt wurde, konnte ermittelt werden, dass in Deutschland bislang keine wissenschaftliche Literatur über migrantisches Sozialunternehmertum vorliegt. Einzig in England ist 2010 eine Studie mit dem Titel „Social Enterprise and ethnic minorities“ (Sepulveda et al.) erschienen, in der es um die quantitative Erfassung „ethnischer“ Sozialunternehmen im Osten Londons und die Ableitung von Rahmenbedingungen ging. Die Arbeit kennzeichnet trotz einiger untersuchungsspezifischer Probleme einen ersten wissenschaftlichen Ansatz zur Analyse migrantischen Sozialunternehmertums, spielt aber aufgrund sehr unterschiedlicher Rahmenbedingungen in Großbritannien für die vorliegende Arbeit keine weitere Rolle.

2 Die international tätige Nichtregierungsorganisation Ashoka (in Deutschland als gGmbH) gilt als das weltweit größte Fördernetzwerk für Sozialunternehmer. So genannte Fellows erhalten finanzielle Unterstützung im Rahmen eines 3-jährigen Lebensunterhaltsstipendiums, rechtliche und strategische Beratung als auch verschiedene Trainingsprogramme. Außerdem erlangen sie Zugang zu einem internationalen Netzwerk aus Wirtschaft und Wissenschaft. (vgl. Ashoka Deutschland Online).

Was daher hierzulande und auch im angelsächsischen Sprachraum fehlt, ist eine wissenschaftliche Reflektion von migrantischem Sozialunternehmertum in seiner grundsätzlichen Ausprägung. Da aufgrund fehlender Studien die wissenschaftliche Relevanz des Themas nicht bekannt ist, wird in der vorliegenden Arbeit mittels einer explorativen Studie ermittelt, welche Relevanz der sogenannte Migrationshintergrund für Sozialunternehmer in Deutschland hat. Dadurch wird zunächst analysiert, ob für das Thema in der Form weitere wissenschaftliche Untersuchungen mit einer stärkeren Fokussierung auf Teilaspekte attraktiv sind.

3 Theoretischer Rahmen

Die im vorangegangenen Kapitel dargestellten Phänomene Migrantische Ökonomien und Sozialunternehmertum werfen die Frage auf, inwiefern sie im Zusammenhang mit migrantischem Sozialunternehmertum stehen und welche theoretischen Konzepte Hinweise auf diesen geben könnten. Der folgende theoretische Rahmen dient als Grundlage für die empirische Umsetzung der Forschungsfrage, indem er grundsätzliche sozioökonomische und institutionell-politische Strukturen herausarbeitet, in denen sich migrantisches Sozialunternehmertum in Deutschland bewegt. Zum anderen werden ausgewählte wissenschaftliche Konzepte hinzugezogen, welche innerhalb der aufgezeigten Strukturen erste Ansätze zur Herausarbeitung möglicher Potentiale und Herausforderungen migrantischen Sozialunternehmertums darstellen.

3.1 Aspekte migrantischen Unternehmertums und Gründeraktivität in Deutschland

3.1.1 Erklärungsansätze aktueller migrantischer Gründeraktivitäten

Im Kontext migrantischer Unternehmensgründungen sind seit Beginn der Migrationsforschung zahlreiche Erklärungsansätze entstanden, um die hohe Zunahme migrantischer Selbstständigkeit zu erklären. Im Anschluss dienen diese als Input für die Beantwortung der Frage nach der Gründungsmotivation und existierenden Rahmenbedingungen. Auch wenn abweichende Einflussfaktoren für Sozialunternehmer im Vergleich zu rein privatwirtschaftlichen Unternehmen erwartet werden, so wird davon ausgegangen, dass grundsätzliche sozioökonomische und institutionell-politische Rahmenbedingungen ähnliche Auswirkungen haben.

Prinzipiell werden seit den 1980er Jahren zwei Erklärungsansätze für migrantische Unternehmer definiert. Wiebe (1984) bezieht sich in seinem Modell auf intrinsische, „kulturelle“ Besonderheiten, die Auslöser für eine Unternehmensgründung darstellen. Er geht von „spezifischen ethnischen“ Werten aus, durch die Migranten vermehrt zu Gründungsaktivitäten neigen. Diese Werte zeigen sich in Form von „ethnischen“ Ressourcen und einer „innerethnischen“

Solidarität, die er mit einer engen familiären Verbundenheit charakterisiert (vgl. Özcan 2004: 144; Hillmann 2011: 30). Neverdeen (2003: 10) kritisiert an dieser Stelle den Begriff der Ethnizität, der als soziale Konstruktion primär als Abgrenzung zu einer ökonomisch marginalen Unterschicht fungiert. „[Ethnicity; Anm. d. Verfasserin] expresses a relationship; it denotes foreignness, but a particular kind of foreignness“ (ebd.: 10). Zudem greift der Erklärungsansatz aufgrund seiner Fokussierung auf intrinsische Werte nicht weit genug und kann im Kontext der Globalisierung als eindimensional gewertet werden. Jedoch kann prinzipieller Einfluss des sozialen Umfelds nicht abgesprochen werden, weshalb das Modell dennoch als wichtig erachtet wird.

Ein weiterer Ansatz erklärt die hohe Zahl selbstständiger Migranten mit strukturellen und institutionellen Rahmenbedingungen. Demzufolge war Ende der 1970er Jahre die hohe Personalreduktion innerhalb des industriellen Sektors und die hohe Arbeitslosigkeit primärer Grund für Unternehmensgründungen. Light (1984: 198, zitiert nach Özcan 2004: 146) spricht im Zuge der „disadvantage theory“ von Gründungen als „Notreaktion“ auf die veränderte sozioökonomische Lage. „Anyone who is disadvantaged in the labor force derives from this unfortunate situation a special incentive to consider self-employment“ (ebd.). Während Ende der 1970er Jahre vor allem die Barrieren durch Arbeitslosigkeit (labor market disadvantage) betont werden (vgl. Özcan 2004: 146), bezieht sich Volery (2008: 30ff., zitiert nach Brixy 2011: 28) für den heutigen deutschen Kontext auf Limitationen durch fehlende Qualifikation, Sprachkenntnisse, Humankapital und Produktivität (resource advantage).

Während es in den klassischen Theorien der 1970er und 1980er Jahren vor allem darum geht, Ursachen von Unternehmensgründungen zu identifizieren, haben sich heute wissenschaftliche Perspektiven auf Migration und migrantisches Unternehmertum verändert. Inspiriert durch den Cultural Turn sind Ansätze entstanden, welche die Kontextabhängigkeit von unternehmerischem Handeln hervorheben und Migration in einer globalisierten, transnationalen, transkulturellen Welt untersuchen. In diesem Zusammenhang bezieht sich die nachfolgende Analyse auf theoretische Konzepte von Robert Pütz (2004), Robert Kloostermann und Jan Rath (2001), welche die neuen Perspektiven aufgreifen und in den Kontext von migrantischen Unternehmertum stellen.

3.1.2 Mixed und Social Embeddedness: sozioökonomische und institutionell-politische Rahmenbedingungen

Im Zusammenhang migrantischer Gründeraktivitäten wird in der Literatur häufig die starke soziale Vernetzung auf kleinräumlicher Mikroebene angesprochen, durch die ihnen ein Wettbewerbsvorteil zugesprochen wird (vgl. Light et al. 2004: 25ff., zitiert nach Brixy 2012: 29). Der Social Embeddedness Ansatz nach Granovetter (1985) drückt die enge Gebundenheit unter-

nehmerischer Akteure an ihren jeweiligen sozialen Kontext aus. „[...] actors do not behave or decide as atoms outside a social context [...]“ (Granovetter 1985: 487). Ökonomisches Handeln ist demnach auch soziales Handeln, das in Strukturen sozialer Beziehungen eingebettet ist (vgl. Pütz 2004: 24). Es werden so zum einen ökonomische Entscheidungen beeinflusst und gleichzeitig Voraussetzungen für die Entstehung von Vertrauen geschaffen, welches wichtige Bedingung für sozioökonomische Interaktionen zur Reduzierung von Transaktionskosten innerhalb von Netzwerken darstellt (vgl. Williamson 1981, zitiert nach Schunck/ Windzio 2009: 114f.; vgl. Pechlaner/ Bachinger 2010: 1739).

In Hinblick auf migrantische Unternehmen greifen Schunck und Windzio (2009: 115) die vorher erwähnte, so genannte ‚Binnensolidarität‘ von Wiebe auf, welche vor allem innerhalb von Wohngegenden identifiziert wird, die sich durch eine hohe Konzentration migrantischer Unternehmen auszeichnen. „[...] Neighbourhoods with high concentrations of immigrant populations are a fruitful territory for immigrant business in general and especially for those that cater for specialist ethnic tastes“ (Kloosterman/ Rath 2001: 197). Trotz spezialisierter Nischenprodukte könnten Unternehmer so eine konstante Nachfrage einkalkulieren, da „wertrationale Bindungen über zweckrationale Erwägungen gestellt werden“ (Schunck/ Windzio 2009: 115). Zudem werden diese Wohngegenden durch einen hohen und günstigen Informations- als auch Ressourcenaustausch charakterisiert (vgl. ebd.). Während Begriffe wie Binnensolidarität oder „ethnic taste“ aufgrund ihrer kulturalistischen Prägung kritisch gesehen werden können (vgl. Hillmann 2011: 30; Nederveen 2003: 10, zitiert nach Tolciu 2011: 410f.), kann dennoch der sozioökonomische Mehrwert, den soziale Eingebettetheit bringt, hervorgehoben werden.

Innerhalb der wissenschaftlichen Debatte ist vielfach die Rede von sozialem Kapital, welches in der vorliegenden Arbeit als Bestandteil sozialer Eingebettetheit betrachtet wird. Nach der zusammenfassenden Betrachtung von Tolciu (2011: 411) stellt es zunächst die Gesamtheit sozialer Beziehungen, durch die Vertrauen als auch soziale Normen entstehen, dar. „[...] Social capital [is; Anm. d. Verfasserin] an asset, which is individually available, but which occurs through relations with others. It particularly refers to aspects of the social structure that facilitate trust and collective action such as norms, networks and social relations“ (ebd.). Während Ansätze der 1970er Jahre soziales Kapital als „ethnische“ Ressource beschreiben (vgl. Light 1972; Bonacich 1973, zitiert nach Tolciu 2011: 411), fokussiert Neverdeen (2003: 8, zitiert nach Tolciu 2011: 411) vor allem die ökonomische Dimension, die sich aus dem Vorhandensein von sozialem Kapital ergibt. „[...] It brings the ‘social’ into economics and, by the same token, looks at the social from an economic point of view“ (ebd.).

Laut Light (2004: 25ff., zitiert nach Brix 2011: 29) werden so knappe und wichtige Ressourcen über Kontakte des sozialen Umfelds akquiriert. Er hebt die positive Gründungsauswirkung hervor, die das Vorhandensein migrantischer Unternehmen innerhalb dessen hat. Die Studie des Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2011 bestätigt diese Annahme. Somit haben Mi-

granten in Deutschland statistisch signifikant häufiger Kontakte zu Gründern, welche eine Vorbildfunktion einnehmen und Gründungsaktivitäten positiv beeinflussen können. Volery (2008: 30ff., zitiert nach Brixy 2011: 29) begründet dies mit geringer sozialer und institutioneller Eingebettetheit im Immigrationsland. „Dies ist meist Resultat der sozialen Distanz zu Institutionen im Gastland und einer Präferenz für kulturell vertraute Kontakte und Gepflogenheiten bei der Organisation des Geschäfts- und Alltagslebens in der Gastgesellschaft.“ Während der Begriff ‚Gastgesellschaft‘ aufgrund seiner eindimensionalen Betrachtung von Migranten kritisch gesehen werden kann, spricht er sozialem Kapital kulturalistische Erklärungsansätze ab und beschreibt es als Folge vermeintlicher sozialer Isolation, welche im Zusammenhang der oben aufgeführten Herausforderungen für einen Teil von Personen mit Migrationshintergrund durchaus denkbar wäre.

Das als eindimensional kritisierte Konzept der sozialen Eingebettetheit ist von Kloosterman und Rath (2001: 197, zitiert nach Schunk/ Windzio 2009: 115) erweitert und durch den Ansatz der so genannten Mixed Embeddedness ergänzt worden. Dieser setzt sich aus zwei Komponenten zusammen: Unternehmer mit Migrationshintergrund sind demnach in konkrete soziale, kleinräumliche familiäre Netzwerkstrukturen eingebettet und stehen gleichzeitig in einer konstanten Wechselwirkung mit ihrer sozioökonomischen und politisch-institutionellen Umwelt. „The concept of mixed embeddedness has been put forward as an interactionist approach to encompass both actors (the migrant entrepreneurs) and the opportunity structure in a more comprehensive analytical framework“ (Kloosterman/ Rath 2010: 27). Das sozioökonomische Konzept grenzt sich somit von Social Embeddedness ab, indem nicht nur die Angebotsseite der Unternehmer der Mikroebene, sondern auch die Nachfrageseite auf Makroebene in die Betrachtungen mit einbezogen wird (vgl. ebd.).

Dabei ist laut Rusinovic (2008, zitiert nach Tolciu 2011: 412) vor allem die institutionelle Eingebettetheit ein großer Einflussfaktor für unternehmerische Aktivitäten migrantischer Unternehmer. „The demand side (including the opportunities available on the market, national institutions and regulations) determines when, where and to what extent migrants engage in entrepreneurial activities“ (vgl. ebd.). Im deutschen Kontext wird dies im Hinblick auf Qualifizierung und Bildung, der Beratungsinfrastruktur sowie rechtlichen und behördlichen Barrieren ersichtlich (vgl. Idik/ Schnetger 2004: 175ff.). So wird in Hinblick auf die PISA-Studie 2009 deutlich, wie stark in Deutschland Herkunft, sozialer Hintergrund und Bildungsniveau zusammenhängen. Trotz positiver Entwicklungen schneiden Migranten in besagter Studie insgesamt mit deutlich niedrigeren Leistungen ab als ihre Mitschüler ohne Migrationshintergrund. Diese Ergebnisse können als Teilprodukt eines institutionellen Problems innerhalb des deutschen Schulsystems gesehen werden, welches als Ursache für ungleiche Bildungschancen innerhalb

Deutschlands genannt wird (vgl. Tolciu/ Schaland 2008: 538ff.). Somit weisen 27% der Migranten aus den ehemaligen Anwerbestaaten³ bei Unternehmensgründung keinen Hochschulabschluss auf, während 39% der Nicht-Migranten einen Hochschulabschluss besitzen und als hoch qualifiziert gelten (vgl. Brixy 2011: 31).

Es zeigt sich zudem, dass der jeweilige Bildungsstand Auswirkungen auf die Branchenwahl hat, welche ausschlaggebend für die Einkommenssituation migrantischer Unternehmensgründer ist. Somit erzielen Nicht-Migranten durchschnittlich höhere Einkommen als Unternehmer mit Migrationshintergrund (vgl. Tolciu/ Schaland 2008: 540). Differenzierend muss jedoch hinzugefügt werden, dass hierbei zwischen einzelnen ‚Migrantengruppen‘⁴ unterschieden werden muss. Gravierende sozioökonomische Unterschiede ließen sich in Deutschland zwischen Migranten aus den ehemaligen Anwerbestaaten und Zugewanderten aus so genannten Industriestaaten⁵ feststellen. Als Ursache werden hier unterschiedliche Migrationshintergründe und daraus resultierende ungleiche Ausgangsbedingungen für die Unternehmensgründung angegeben. Während infolge des EU-Integrationsprozesses hoch qualifizierte und spezialisierte Arbeitskräfte nach Deutschland einwanderten (vgl. Özcan 2004: 148; Tolciu/ Schaland 2008: 538), erforderten die Beschäftigungen im industriellen Sektor der 1950er bis 1970er Jahre keine hohen Qualifikationen (vgl. Bade et al. 2007: 159f.). Zum anderen muss innerhalb der Migrantengruppen nach Migrantengeneration unterschieden werden. So befinden sich die Nachkommen ehemaliger Gastarbeiter zum Teil in der zweiten oder dritten Generation und sind weniger von der Migrationsgeschichte ihrer Eltern beeinflusst. Auf genaue Unterschiede soll an dieser Stelle nicht eingegangen werden.

Als primäre Herausforderungen, mit denen migrantische Gründer laut Tolciu und Schaland (2008: 538f.) konfrontiert sind, werden die vorher angesprochenen mangelnden Qualifikationen, vor allem im Bereich Betriebswirtschaft, genannt. Hinzu kommen zum Teil fehlende bis geringe Sprachkenntnisse, die bei behördlichen und rechtlichen Fragen hinderlich sein können, aber auch Finanzierungsmöglichkeiten einschränken können. Der Zugang zu Bankkrediten und anderen Förderinstrumenten wird dadurch beispielsweise häufig erschwert. Jedoch kann dies auch in Verbindung fehlender institutioneller Eingebettetheit in Deutschland gesehen werden (vgl. Idik/ Schnetger 2004: 178; Tolciu/ Schaland 2008: 538ff.), die dazu führt, dass Behördengänge als große Hemmschwellen innerhalb des unternehmerischen Handelns wahrgenommen werden und mangelndes Know-how in rechtlichen Fragen besteht.

3 Anwerbestaaten: nach Tolciu und Schaland (2008: 538) Italien, Griechenland, Spanien, Türkei, Marokko, Portugal, Tunesien, ehemaliges Jugoslawien, Griechenland, Italien, Polen, Türkei

4 Der Begriff Migrantengruppe bezieht sich hier im Sinne von Herkunftsgruppe nach Hillmann (2011: 11) auf das Herkunftsland.

5 Industriestaaten: nach Tolciu und Schaland (2008: 538) Belgien, Dänemark, Frankreich, Niederlande, Österreich, Schweden, USA

Insgesamt kann eine enge Verflechtung sozialer, ökonomischer und institutioneller Rahmenbedingungen festgestellt werden, die sich jeweils sowohl positiv als auch negativ beeinflussen. Potential kann beispielsweise im hohen sozioökonomischen Austausch gesehen werden, der bei Migranten auf lokaler Ebene untersucht worden ist. Der dadurch entstehende Wissens- und Informationsaustausch fungiert prinzipiell als wichtiger Wettbewerbsvorteil von migrantischen Unternehmern. Zudem wirkt sich das Vorhandensein von sozialem Kapital positiv auf die Gründeraktivitäten junger Personen mit Migrationshintergrund aus. Der deutsche Kontext hat hingegen starke limitierende Auswirkungen, welche ökonomische Erfolgsaussichten beeinflussen.

Für Sozialunternehmer mit Migrationshintergrund ist in diesem Zusammenhang davon auszugehen, dass die genannten Rahmenbedingungen ähnlich wahrgenommen werden. Voraussetzlich spielen finanzielle Aspekte eine wichtige Rolle, da diese bereits für gewinnorientierte Unternehmer eine Hürde darstellen. Es ist anzunehmen, dass die soziale Eingebettetheit in ein unternehmerisch aktives Milieu positive Auswirkungen hat und der Faktor des sozialen Umfelds für Sozialunternehmer ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal darstellt. Zusätzlich wird die Bedeutung von Bildung und Qualifikation als hoch eingeschätzt, da die Gründung eines Sozialunternehmertums ein sehr hohes integratives soziales Verständnis als auch ökonomisches Know-how voraussetzt.

3.1.3 Global Pipelines und strategische Transkulturalität

In der wissenschaftlichen Literatur ist weitgehend anerkannt, dass neben lokalen sozialen Netzwerken auch wissensgenerierende Kommunikationsverbindungen existieren, die zu externen Akteuren verlaufen. Bathelt et al. (2004: 31) sprechen in dem Zusammenhang von Global Pipelines, also trans-lokalen, interaktiven Verbindungen zu Personen derselben Branche, die in einem anderen geographischen Kontext unternehmerisch aktiv sind. Die als offene Kommunikationskanäle bezeichneten sozialen Verbindungen dienen der Wissensgenerierung und dem Wissensaustausch und haben für lokale Unternehmen eine ökonomische Schlüssel-funktion. „Geld und Ideen an einem Ort zu kombinieren ist noch nicht der alleinige Schlüssel zum wirtschaftlichen Erfolg von Regionen. Ebenso müssen externe Quellen berücksichtigt werden, die das Wachstum eines Clusters stimulieren“ (Häussler/ Zademach 2007: 264). Das Vorhandensein von Global Pipelines kann durch ihr hohes ökonomisches Potential zum unternehmerischen Erfolg beitragen.

Auch Waldinger et al. (1990) sprechen eine internationale ökonomische Orientierung migrantischer Unternehmer an und weisen ihnen Informations- und Kompetenzvorteile zu. Laut der Studie des GEM 2011 ist in Deutschland der Anteil der ‚Born Globals‘, also der Unternehmer mit Migrationshintergrund, welche eine direkte Import-Export-Orientierung anstreben, hö-

her als bei Unternehmern ohne Migrationshintergrund. Allerdings bleiben die Unterschiede knapp unter der Signifikanzschwelle von 95% und können daher laut Brixy (2011: 32) auch dem Zufall zugeordnet werden.

Vor diesem Hintergrund kann angenommen werden, dass trans-lokale Verbindungen innerhalb Deutschlands, aber vor allem ins Ausland, in die Herkunftsländer der Sozialunternehmer, eine essentielle Rolle für die Wissensgenerierung und Weitergabe von Erfahrungen oder Ideen spielen. Dies wird für Sozialunternehmer angenommen, deren Immigration noch nicht weit zurück liegt, so dass nach wie vor soziale und ökonomische Kontakte ins Ausland existieren. Sozialunternehmer der zweiten oder dritten Generation wären demnach weitgehend davon ausgeschlossen.

Im Kontext von unterschiedlichen kulturellen Bezugssystemen greift Pütz (2004) das von Welsch (1992, 1999) definierte Konzept der Transkulturalität auf und untersucht, inwiefern sich dieses in der unternehmerischen Praxis von migrantischen Unternehmern identifizieren lässt. Ausgehend von der konzeptionellen Kritik an kulturalistischen Verständnisansätzen des Kulturbegriffs, nimmt er an, dass unternehmerisches Handeln ökonomischer Akteure nichtsdestotrotz von „ethnisierenden“ Grenzziehungen beeinflusst ist (vgl. Pütz 2004: 28). Das Konzept wird hierbei nicht nur als Analysekonzept, sondern auch als strategische Handlungspraxis von Unternehmern verstanden. Es wird davon ausgegangen, dass sich Akteure im Zusammenhang ‚alltäglicher Transkulturalität‘ in Deutungsschemata verorten können, um so in der jeweiligen Situation Bedeutungsgleichheit mit Interaktionspartnern herzustellen (vgl. ebd.). Ist sich der jeweilige ökonomische Akteur seiner Deutungsschemata bewusst, werden diese in Form von ‚strategischer Transkulturalität‘ in unternehmerischen Konzepten und Handlungssituationen strategisch eingesetzt (vgl. Pütz 2004: 28f.). Pütz geht ferner davon aus, dass migrantische Unternehmer in ihrer Unternehmenspraxis permanent mit kulturellen Deutungsschemata operieren. Dabei verorten sie sich in unterschiedlichen „symbolischen Ordnungen“, an dessen Konstruktion sie selbst beteiligt sind.

Ferner wird davon ausgegangen, dass migrantische Sozialunternehmer im deutschen Kontext die Fähigkeit zur Verortung innerhalb symbolischer Ordnungssysteme einsetzen, indem sie ‚kulturspezifische‘ Symbole wie Sprache und Know-how gezielt in unternehmerische Konzepte als auch in den Alltag integrieren. Es wird vermutet, dass Know-how sowohl in Form von explizitem Wissen als auch sprachlichen Kompetenzen eingesetzt wird, um bestimmte Zielgruppen effektiver anzusprechen oder mit ihnen in Dialog zu treten. Durch das Einnehmen einer Art Vermittlerposition zwischen Migranten und beispielsweise Behörden wird möglicherweise durch ihre ‚Fähigkeit‘ zur strategischen Transkulturalität sozialer Mehrwert geschaffen. Auch hier wird mit starken Unterschieden der Migranten untereinander gerechnet, da Art und Ausprägung von der Migrationsgeschichte als auch der jeweiligen Ausrichtung des Sozialunternehmertums abhängen.

3.2 Sozialunternehmertum im Kontext des deutschen Sozialstaates

3.2.1 Funktion und Bedeutung

In Deutschland ist für die Lösung sozialer Belange primär der Staat verantwortlich. Nach dem aus Bismarck-Zeiten stammenden Modell des Sozialstaates⁶ übernimmt der Staat die zentralen Aufgaben sozialer Problemlösung und ist für die Finanzierung dieser zuständig (vgl. Rummel 2011: 61). „Social Entrepreneurs stoßen hierzulande auf ein umfassendes Geflecht staatlich-kollektiver Sicherungssysteme, das in Deutschland an die Stelle einer individualistischen Fürsorge getreten ist“ (Leppert 2008: 10). Leppert beschreibt den zentralen Einfluss des deutschen Sozialsystems auf Quantität und Handlungsraum von Sozialunternehmern. Der „hohe Grad an Institutionalisierung sozialer Problemlösung und Hilfestellungen“ (vgl. ebd.) beschreibt den grundlegenden Kontext, in dem sich Sozialunternehmer in Deutschland befinden.

Dabei wird über die Zukunftsfähigkeit der Finanzierung sozialer Leistungen schon seit mehr als 30 Jahren diskutiert. Vor allem im Zusammenhang des demographischen Wandels erfordern zunehmende Ausgaben bei stagnierenden Einnahmen eine nachhaltige, zukunftsfähige Lösung (vgl. Heinze et al. 2011: 87). Bislang werden nach wie vor über 40 Prozent des deutschen Bundeshaushaltes im Bereich Soziales, Arbeit und Gesundheit investiert (vgl. BMAS Online 2012), soziale Organisationen des Dritten Sektors⁷ finanzieren sich zu fast zwei Dritteln aus öffentlichen Geldern (vgl. Rummel 2011: 65). Im Zuge von Modernisierungstendenzen der 1990er Jahre werden aktuell neue Steuerungsformen in soziale Organisationen implementiert, die beispielsweise betriebswirtschaftliche Instrumente und Rationalitätsprinzipien in klassische, non-profit ausgerichtete Organisationen integrieren sollen (vgl. Heinze et al. 2011: 88f.).

Es stellt sich die Frage, welche Rolle Social Entrepreneurship in diesem Kontext spielt und welche Auswirkungen dieser für Sozialunternehmer mit und ohne Migrationshintergrund hat. Generell können hierbei Auswirkungen auf zivilgesellschaftliches Engagement, auf die Rechtsform der Organisationen und die Finanzierung von Sozialunternehmen festgestellt werden. Im folgenden Abschnitt wird auf diese genauer eingegangen.

6 Der im deutschsprachigen Raum verwendete Begriff Sozialstaat erfolgt laut Rummel (2011: 62) in direkter Ableitung der Sozialstaatsklausel des Grundgesetzes (Art. 20, Absatz 1 GG) und wird mit den grundlegenden Funktionen der sozialen Sicherung verbunden. Der international gebrauchte Terminus Wohlfahrtsstaat (welfare state) bezieht sich hingegen mehr auf die Rolle des Staates innerhalb des Marktes, hat sich jedoch als Begriff vor allem in der sozialwissenschaftlichen Forschung etabliert (vgl. u.a. Ullrich 2005: 15f., zitiert nach Rummel 2011: 62).

7 Dritter Sektor wird synonym für die Begriffe 'gemeinnütziger Sektor', 'Non-Profit-Sektor', 'zivilgesellschaftlicher Sektor' verwendet und bezieht sich auf den Teilbereich neben Wirtschaft und Staat (vgl. Birkhölzer et al. 2004: 10ff., zitiert nach Vollmann 2008: 4).

3.2.2 Sozioökonomische Auswirkungen und aktuelle Herausforderungen

Engagementkultur und bürgerschaftliche Debatte

Gemäß Linklaters (2005: 23) konstituiert die stark institutionalisierte staatliche Fürsorge und Problemlösung eine starke Anspruchshaltung gegenüber sozialer Leistungen in der deutschen Zivilgesellschaft. Dies widerspreche jedoch laut Leppert (2008: 10) dem eigenverantwortlichen Prinzip von Sozialunternehmertum, wodurch er die These entwirft, dass „eine solche Kultur eines patriarchalischen Selbstverständnisses nicht dazu angetan ist, Verantwortungsübernahme auf individueller Ebene [...] zu fördern“ (ebd.). Er kritisiert hierbei die entmündigenden Folgen des Wohlfahrtsstaates und nennt zivilgesellschaftliches Engagement als grundlegende Voraussetzung für die Entstehung sozialer Unternehmungen.

Dieses ist in Deutschland im Vergleich zu den USA nicht sehr stark ausgeprägt und wird als hemmender Kontextfaktor (vgl. Leppert 2008: 12) betrachtet. Als Grund für die unterschiedliche Ausprägung wird die frühere Einbindung von freiwilligem Engagement in den Alltag der US-amerikanischen Gesellschaft genannt (vgl. Krimphove 2005: 64f.). Jedoch werden der deutschen ‚Engagementkultur‘ steigende Zahlen, vor allem in Bereichen, in denen öffentliche Leistungen nur gering ausfallen, nachgesagt (vgl. Leppert 2008: 11). Dies würde für eine zukünftig sinkende Anspruchshaltung gegenüber dem deutschen Sozialstaat und somit positiven Entwicklung sprechen. Zusätzlich führt Leppert (ebd.) zufolge eine fehlende Anerkennungskultur in Deutschland dazu, dass eine wesentliche Basis für soziales Engagement gesellschaftlich nicht ausreichend unterstützt wird. Dadurch steht zivilgesellschaftlicher Partizipation ein starkes Hemmnis gegenüber (vgl. Leppert 2008: 16).

Eine „individualisierte Zivilgesellschaft“ stellt zudem eine direkte Voraussetzung für den Ausgang der aktuellen bürgerschaftlichen Debatte dar, welche die zukünftige Positionierung von Sozialunternehmertum zwischen Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft beeinflusst. Laut Rummel (2011: 74f.) ist hierbei eine Loslösung von staatlicher Fürsorge und eine stärkere wirtschaftliche Orientierung von Sozialunternehmern notwendig, die aber in der Realität nur zum Teil vorzufinden ist. Sie dominieren zwischen Staat und Sozialsektor mit sich entwickelnder Tendenz zum Markt (vgl. Abbildung 2). Relevanz findet das Modell vor allem auch in der Finanzierung.

Es zeigt sich, wie stark sich der institutionelle Kontext durch den Einfluss des deutschen Sozialstaates am Beispiel von gesellschaftlichem Engagement auswirkt. Eine Übertragung des angelsächsischen Modells von Social Entrepreneurship ist demnach nur begrenzt möglich (vgl. Heinze et al. 2011: 100). Dies beeinflusst im Anschluss an die Theorie die Recherche nach potentiellen Sozialunternehmern, für die die genannte Definition bezüglich unternehmerischem

Risiko und Marktorientierung stärker an die deutsche sozialunternehmerische Praxis adaptiert werden muss.

In Hinblick auf die empirische Untersuchung wird erwartet, dass sich geringes oder fehlendes zivilgesellschaftliches Engagement auf der einen Seite eher negativ auf sozialunternehmerische Aktivitäten von Sozialunternehmern auswirkt, da hierdurch ein wichtiger Kostensparnisfaktor nicht ausreichend genutzt werden kann. Auf migrantische Sozialunternehmen könnte dieser Faktor durch eine starke soziale Eingebettetheit und direkten Kontakt zu ihrem sozialen Umfeld in geringerem Maße zutreffen. Zum anderen ist denkbar, dass soziales Engagement durch Personen mit Migrationshintergrund sich auf bestimmte Bereiche wie beispielsweise Bildung konzentriert. Fraglich wird jedoch sein, inwiefern diese Frage im Verlauf der qualitativen Studie geklärt werden kann, da hierfür eine quantitative Befragung unter Hinzuziehung einer genügend hohen Stichprobe für relevanter erachtet wird.

Rechtsform und Finanzierung

Wie bereits erwähnt, existiert in Deutschland eine sehr starke Abhängigkeit des sozialen Sektors vom Sozialstaat und des Bezugs öffentlicher Gelder. Obwohl zwar meist eine Kombination unterschiedlicher Finanzierungsquellen angestrebt wird, ist es laut Rummel (2011: 67) vor allem für Sozialunternehmer in der Gründungsphase unabdingbar, öffentliche Mittel zu beziehen.

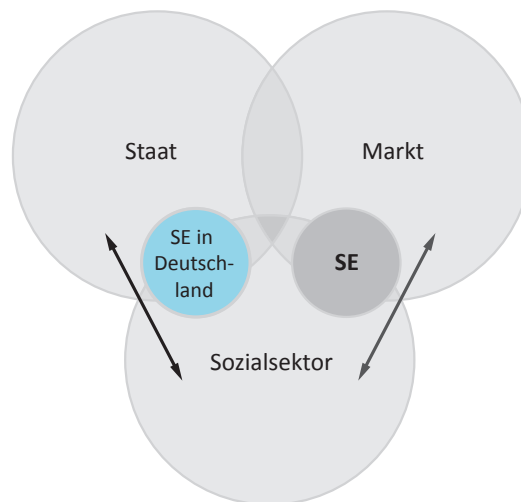


Abb. 2. Verortung von Social Entrepreneurs in Deutschland
(eigene Darstellung nach Nicholls 2006: 5, zitiert nach Rummel 2011: 75)

Allerdings wird im Zusammenhang öffentlicher Gelder und deren Verteilung auch eine zunehmende Konkurrenz angesprochen, die sich aus einer Vielzahl von Akteuren des öffentlichen Sektors ergibt und in einer finanziellen Unsicherheit resultiert (vgl. Leppert 2008: 10ff.). All-

gemein wird Finanzierung in Deutschland als die größte Herausforderung, mit der sich Sozialunternehmer konfrontiert sehen, erachtet. Der Ashoka Jahresbericht 2011 kritisiert hier die maximal dreijährigen Modellprojektförderungen der staatlichen Finanzierung, welche durch die Antragsteller vorfinanziert werden müssen und keine Beratungsangebote für Organisationen des dritten Sektors anbieten (Ashoka Deutschland gGmbH 2012: 31). Hinzu kommt eine meist fehlende Anschlussfinanzierung, was zur Folge hat, dass viele Projekte nach der ersten Förderphase als ‚Projektruinen‘ enden und sozialunternehmerische Konzepte nicht kontinuierlich weiterentwickelt werden (vgl. ebd.). Eine Alternative bietet die Finanzierung durch Venture Philanthropy, durch die ein sozialer Risikokapitalgeber mit dem Einsatz von Venture Capital oder Private Equity in eine non-for-profit Organisation investiert und dabei primär motiviert ist, soziale Wertschöpfung statt finanzielle Rendite zu erhalten (vgl. EVPA 2009). Der zentrale Unterschied zur klassischen Form des Spendens durch Stiftungen ist hierbei, dass der Spender in die jeweilige sozialunternehmerische Organisation involviert ist und aktiv an der Unternehmensplanung partizipiert. „Venture Philanthropy rests on the premise that the best investments in solving a social problems require more than money“ (Vurro 2006: 82). In Deutschland ist die Form der Finanzierung bislang im Vergleich zu den USA gering ausgeprägt (vgl. Krimphove 2005: 16), was sich erschwerend auf die Finanzierungssituation von Sozialunternehmern auswirkt.

Die daher hohe Bedeutung öffentlicher Mittel hat direkte Auswirkungen auf die spezifische Rechtsform der Sozialunternehmungen, da diese einen großen Einfluss auf Finanzierungsmöglichkeiten und -grenzen hat. Zentrale Hürde innerhalb des deutschen Kontextes ist hierbei die Tatsache, dass bislang keine eigene Rechtsform für Social Entrepreneurship existiert. Demnach ist eine staatliche Unterstützung durch Zuschüsse, Darlehen oder Steuererleichterungen nur möglich, wenn die Organisationsform gemeinnützig orientiert ist (vgl. Pöllath 2007: 45ff.), also beispielsweise in Form eines Vereins oder einer gGmbH vorliegt.

Dies hat zur Folge, dass keine Profite erwirtschaftet werden können, was bei einer wirtschaftlichen Orientierung des Sozialunternehmens unabdingbar ist und eine wichtige Basis für wirtschaftliche Nachhaltigkeit darstellt. Hier besteht ein direkter Zusammenhang mit der angesprochenen Verteilungskonkurrenz öffentlicher Gelder. Die Ashoka Deutschland gGmbH (2012: 31) kritisiert an dieser Stelle die starke Kostenorientierung innerhalb der Kommunen und die dadurch resultierende vernachlässigte Förderung sozialer Innovationen. Aus diesem Grund bestehen laut Pöllath (2007: 45ff.) die meisten Sozialunternehmungen im deutschsprachigen Raum aus mehreren hybriden Organisationsformen, da nur hierdurch eine ganzheitliche Ausnutzung aller potentiellen finanziellen Mittel möglich ist. Mit der Wahl mehrerer Rechtsform sind jedoch Herausforderungen verbunden, die einen hohen finanziellen (z.B. gGmbH) als auch bürokratischen Aufwand mit sich bringen können. Aufgrund der zahlreichen finanziellen und rechtlichen Hürden sind Sozialunternehmer in Deutschland darauf angewiesen, entsprechendes betriebswirtschaftliches Know-how mitzubringen, um auf dem Markt bestehen zu können.

Im Anschluss an die ausgeführten Herausforderungen in Bezug auf Finanzierung und Rechtsform muss die Definition von Social Entrepreneurship für diese Arbeit ergänzt werden. Aufgrund der schwierigen Finanzierungssituation in Deutschland ist der Faktor Marktorientierung einschränkend zu sehen und wird für die nachfolgende Studie als sekundär erachtet. Demnach werden auch migrantische Sozialunternehmer in die Untersuchung integriert, die in Organisationen mit vollkommener Abhängigkeit von staatlichen Mitteln beschäftigt sind. Für die anschließende empirische Untersuchung wird erwartet, dass öffentliche Gelder auch für migrantische Sozialunternehmungen eine wichtige Rolle spielen, aber Sprachbarrieren und unzureichende institutionelle Eingebettetheit sich negativ in der Verteilungskonkurrenz öffentlicher Gelder auswirken können. In diesem Zusammenhang kann eine Verbindung zur vorher beschriebenen migrantischen Gründeraktivität und der Existenz privatwirtschaftlicher Unternehmen im nahen sozialen Umfeld vermutet werden.

4 Methodisches Vorgehen

In der vorliegenden empirischen Arbeit wurde der Forschungsgegenstand durch die Anwendung einer qualitativen und explorativen Mehrfallstudie untersucht, in welcher ein soziales Phänomen innerhalb seines Kontextes im Fokus steht. „A case study is an empirical inquiry that investigates a contemporary phenomenon in depth and within its real-life context [...]“ (Yin 2003: 13). Eine Fallstudie gilt als übergreifende Forschungsstrategie, welche sich durch die Triangulation mehrerer Forschungsverfahren auszeichnet. Mittels dieser werden verschiedene Methoden oder Sichtweisen auf das gleiche Phänomen angewendet und so verschiedenartige Daten zur Erforschung eines Phänomens gesammelt. Ziel ist es dadurch eine höhere Validität der Forschungsergebnisse zu erreichen und systematische Fehler zu verringern (vgl. Yin 2009: 114ff.).

Die zentrale Stärke einer Fallstudie ist es, dass qualitative als auch quantitative Verfahren kombiniert werden können, wodurch eine mehrdimensionale Perspektive auf das Phänomen ermöglicht wird. Es wird hierdurch außerdem versucht, durch die Stärken der jeweils einen Vorgehensweise die Schwächen der jeweils anderen auszugleichen und sich dadurch der Realität möglichst umfassend anzunähern (vgl. Yin 2009: 115f.). Limitationen sind zum einen fehlende Objektivität und Verallgemeinerbarkeit aufgrund der induktiven Herangehensweise (vgl. Yin 2003: 10). Durch systematisches Vorgehen im Erhebungsprozess als auch spezielle Software in der Auswertung soll demnach versucht werden, eine möglichst hohe Verallgemeinerbarkeit zu erlangen. Zum anderen gestaltet sich im Zuge der Anwendung mehrerer Verfahren die Operationalisierung der Triangulation als Herausforderung.

Für die vorliegende explorative Arbeit eignet sich die Verwendung einer Fallstudie besonders, da diese vor allem kausale Grundzusammenhänge zwischen Kontext und Forschungsgegen-

stand untersuchen (vgl. Yin 2003: 9). „[...] Die explorative Forschung soll im Sinne klassischer Vorstellungen der Naturforschung [...] eine Terra Incognita - eine unberührte soziale Natur außerhalb von Wissenschaft und Gesellschaft - erkunden; sie soll erste Befunde zusammentragen, um Theorien zu entwickeln und Hypothesen zu generieren“ (Weischer 2007: 108). Sie wird als eine Art Vorarbeit für weiterführende Forschungsarbeiten betrachtet und dient der grundsätzlichen Klärung der Frage, welche Gesetzmäßigkeiten und Sachverhalte in welcher Dimension vorliegen (vgl. Friedrichs 1990: 121f.).

In explorativen Untersuchungen ist vor allem darauf zu achten eine feste theoretische Grundlage zu haben, so dass für die empirische Untersuchung geeignete Variablen definiert werden können. Dadurch wird verhindert, dass es zu einer zu hohen Datenanreicherung kommt, wodurch zwar der explorative Charakter steigt, aber der für die Beantwortung der Forschungsfrage notwendige Fokus fehlt (vgl. Gläser/ Laudel 2009: 86). In der vorliegenden Studie wurde das theoretische Vorwissen daher in Form von möglichen Einflussfaktoren strukturiert, die wiederum Umweltdimensionen (sozioökonomisch, institutionell-politisch) zugeordnet wurden. Über deren Rolle und Dimension kann jedoch erst mit Abschluss der empirischen Untersuchung eine Aussage getroffen werden.

Die für eine Fallstudie benötigten Daten erhält man durch Interviews, direkte Beobachtung, teilnehmende Beobachtung, Dokumente, Archivmaterial und andere relevante Gegenstände (Yin 2003: 19). Innerhalb dieser Arbeit werden durch leitfadengestützte Interviews, teilnehmende Beobachtung mit Hinzuziehung von ero-epischen Interviews und Archivmaterial Daten gesammelt und ausgewertet. Im Folgenden wird auf die einzelnen Verfahren und ihre Umsetzung eingegangen.

4.1 Datensammlung

4.1.1 Das leitfadengestützte Interview

Primäres Verfahren der Fallstudie ist das leitfadengestützte Interview (vgl. Yin 2009: 86), welches im Rahmen qualitativer Interviews dazu dient, durch offene Gesprächsführung und die Erweiterung von Antwortspielräumen den Bezugsrahmen des Befragten zu erfassen (vgl. Schnell et al. 2008: 387). Als Forschungsinstrument dient der Leitfaden, durch welchen vorher festgesetzte Themenkomplexe in das Interview integriert werden und eine relative Vergleichbarkeit der Interviews gewährleistet wird. Der Leitfaden ist halb-standardisiert und wird im Voraus theoriegeleitet durch den Forscher entwickelt, indem zu genannten Themenkomplexen „Schlüsselfragen“ als auch vertiefende „Eventualfragen“ erarbeitet werden (vgl. Friedrichs 1973: 227, zitiert nach Schnell et al. 2008: 387). Er stellt somit eine Vorab-Konstruktion dar und dient gleichzeitig als Orientierungsrahmen für die Forscherin während des Interviews (vgl. Reuber/ Pfaffenbach 2005: 134).

Auswahl der Interviewpartner

Bei der Auswahl der insgesamt acht Interviewpartner wurden durch theoretisches Sampling im Verlauf des Forschungsprozesses die Auswahlkriterien bezüglich der Untersuchungsobjekte schrittweise entwickelt. So wurden beispielsweise nach den ersten Interviews Aspekte der Theorie von Sozialunternehmertum stärker an die Realität des deutschen Kontextes angepasst, wodurch Recherche und Auswahl erleichtert wurde. Durch das Prinzip der theoretischen Sättigung wurden möglichst heterogene Fälle für die Leitfadeninterviews hinzugezogen, so dass der anschließende Vergleich differenzierter stattfinden konnte (Bohnsack et al. 2011: 154f.). Indikatoren für die Ableitung politisch-institutioneller und sozioökonomischer Kontextbedingungen konnten auf diese Weise leichter herausgefiltert werden.

Die Identifikation der Interviewpartner stellte sich dennoch als schwierig heraus. Zum einen ist der darin enthaltene Schlüsselbegriff Sozialunternehmer(-tum) in der Wissenschaft noch nicht eindeutig definiert, nur unzureichend an den deutschen Kontext angepasst und zum Teil noch unbekannt. Daher konnte er in der praktischen Umsetzung den einzelnen Projekten nur sehr subjektiv zugeordnet werden. Die relative Unbekanntheit des Phänomens in Deutschland zeigte sich auch darin, dass es auf nationaler Ebene bislang keinen Dachverband von Social Entrepreneurs gibt. Ausnahmen bilden bekannte Fördernetzwerke wie Ashoka, die Schwab Foundation oder BonVenture, die den Ausgangspunkt der Recherche darstellten, aber durch eigene eng gezogene Kriterien für Sozialunternehmer keine ausreichende Basis für die Untersuchung boten.

Auch der sogenannte Migrationshintergrund war auf den Homepages nicht immer ersichtlich. Recherchiert wurde dadurch vor allem nach Organisationen, die sich konkret an Migranten richten (z.B. Migration Network), da diese weitaus häufiger auch von Migranten gegründet worden sind. Des Weiteren wurde der Migrationshintergrund möglicher Interviewpartner durch Vor- und Nachnamen identifiziert, die offensichtlich nicht dem deutschen Sprachraum entstammen. Es kann kritisiert werden, dass durch dieses Auswahlverfahren migrantische Sozialunternehmer mit deutschen Namen bei der Recherche vernachlässigt wurden und so eine hohe Konzentration auf dem kulturellen Symbol der Sprache liegt. Aufgrund der anspruchsvollen Internetrecherche wurden auch Personen der Expertendatenbank „Migration“ kontaktiert. Weitere Gesprächspartner konnten durch persönliche Kontakte der Forscherin ausfindig gemacht werden.

Praktische Umsetzung

Da die Gesprächspartner sehr unterschiedlich im Norden, Nordwesten und Nordosten Deutschlands verteilt sind, erfolgte die praktische Umsetzung mit einer Ausnahme über das Telefon. Hierdurch war zunächst eine hohe Zeit- als auch Kostenersparnis möglich, wodurch die Interviews zeitlich sehr flexibel organisiert werden konnten. Auch eine von Gläser und

Laudel (2009: 153f.) bemängelte fehlende Offenheit der Interviewpartner konnte nicht festgestellt werden. Durch die vermeintliche Anonymität, die sich durch das Gespräch per Telefon ergab, wurde die Gesprächsatmosphäre als sehr offen wahrgenommen.

Die Gespräche jedoch konnten nur in sehr geringem Umfang kontrolliert werden. Störungen der Interviewpartner, Nebentätigkeiten oder mangelnde Konzentration konnten nicht identifiziert oder verhindert werden und Fragen durch die eingeschränkte Vertrautheit der Gesprächsatmosphäre nicht ausreichend an die Gesprächssituation angepasst werden. Auch war oft die Tonqualität der Gesprächsaufnahmen von mittelmäßiger Qualität. Im Zusammenhang dessen kann auch der informelle Charakter genannt werden, der den Telefoninterviews im Gegensatz zu persönlichen Gesprächen zugeschrieben wurde. Hinzu kam, dass zusätzliche Informationen wie der räumliche, sozioökonomische Kontext der Interviews nicht in die Auswertung aufgenommen werden konnten. Auch Informationsquellen wie beispielsweise Dokumente flossen nicht in die Untersuchung mit ein (vgl. Gläser/ Laudel 2009: 153f.). Das Interview, welches persönlich stattfand, zeigte auf, welches Potential und Relevanz diese Informationen hatten.

4.1.2 Teilnehmende Beobachtung und ero-epische Interviews

Neben den Leitfadeninterviews wurde anhand eines konkreten Einzelfalls eine teilnehmende Beobachtung durchgeführt. Das Ziel dieses Verfahrens sowie auch bei der Analyse des Archivmaterials war es, zusätzliche Informationen und damit einhergehende Schlussfolgerungen auf den sozioökonomischen Kontext und den Forschungsgegenstand selbst zu machen. Bei teilnehmenden Beobachtungen werden innerhalb des Forschungsfeldes direkte Beobachtungen bezüglich der räumlichen und örtlichen Gegebenheiten gemacht, um so möglicherweise auf neue empirische Dimensionen zu treffen. Über die teilnehmende Beobachtung ist das „Erleben der Innenperspektive“ (Schnell 2008: 392) möglich, da der Forscher hier direkt in Interaktion mit den beobachteten Personen tritt und dabei Daten sammelt. Er nimmt keine passiv registrierende Rolle ein, sondern nimmt aktiv an der sozialen Situation teil. Es handelt sich somit um ein halb-standardisiertes, aber strukturiertes Vorgehen (vgl. ebd.).

Im Rahmen der teilnehmenden Beobachtung wurden mit unterschiedlichen Akteuren auch ero-epische Interviews durchgeführt. Dabei steht im Vordergrund, dass sich der Forscher von seinem Gesprächspartner leiten lässt, spontan Fragen durch bisher Gesagtes entwickelt und somit unvoreingenommen auf gleicher Ebene mit dem Gesprächspartner spricht (vgl. Girtler 1995: 219ff.). Das ero-epische Interview ist demnach nicht geplant, das heißt nicht standardisiert und es fließen oft persönliche Geschichten aus dem Alltag mit ein. Im Zusammenhang der teilnehmenden Beobachtung und den am Rande geführten ero-epischen Interviews geht es primär um das bessere Verständnis von Zusammenhängen und Prozessen innerhalb der Organisation. Daher sind sie von ihrer inhaltlichen Gewichtung eher sekundär, aber dennoch essentiell für die Einordnung der Daten, die aus der Beobachtung hervorgingen.

Die praktische Umsetzung vollzog sich an mehreren Untersuchungsorten, in dem die Forscherin ein Team der Organisation über einen kompletten Tag bei seiner alltäglichen Arbeit begleitete. Hierbei wurden zahlreiche Feldnotizen gemacht, die sich weitgehend auf einen im Voraus erstellten Beobachtungsleitfaden und darin enthaltene, genau festgelegte Kriterien bezogen. Zusätzlich notierte Informationen dienten im Anschluss dem besseren Verständnis und der Einordnung der gesammelten Informationen. Dadurch wurde zwar selektiv gearbeitet, aber auch eine zu hohe Materialfülle vermieden, welche laut Yin (vgl. 2003: 97) bei teilnehmenden Beobachtungen ein Risikopotential darstellt.

Ein in der Literatur erwähntes Problem, das während der teilnehmenden Beobachtung auftritt, ist es, keinen oder nur unzureichenden Zugang zu den einzelnen Akteuren zu bekommen oder einen Störfaktor darzustellen (vgl. Mayring 2002: 80f.). Für die vorliegende Untersuchung traf dieser Aspekt nicht zu. Zu kritisieren ist, dass diese, ebenso wie die Analyse des Archivmaterials, bezüglich Informationsdichte, weniger als die Leitfadeninterviews wiegen. Für die explorative Fallstudie erschien dieses Vorgehen trotz zeitlicher und formaler Grenzen sinnvoll.

4.1.3 Archivmaterial

Ein weiteres Verfahren, das für die Fallstudie verwendet worden ist, ist die Sammlung von Archivmaterial für einen konkreten Einzelfall, welcher derselbe wie auch in der teilnehmenden Beobachtung war. Im Anschluss an die teilnehmende Beobachtung wurden 15 Zeitungsartikel analysiert, die im Zeitraum vom 01. Januar 2010 bis zum 13. September 2012 in Deutschland veröffentlicht wurden. Dabei handelte es sich primär um lokale Zeitungen, die in räumlicher Nähe zur untersuchten Organisation standen. Laut Yin (2009: 106) ist hierbei wichtig zu beachten, dass das Archivmaterial je nach Fallstudie von sehr unterschiedlicher Relevanz und Informationsdichte sein kann. Es muss darauf geachtet werden, unter welchen Umständen und von wem das jeweilige Material produziert worden ist. Durch die Hinzuziehung von Archivmaterial können vertiefende Zusatzinformationen über Einzelfälle generiert werden, was zur Untermauerung und Betonung dieser beiträgt. Dies waren in der praktischen Umsetzung Fakten, die im Interview erwähnt worden waren und zum tieferen Verständnis bestimmter (Beziehung-)Strukturen und Sachverhalte beitrugen. Als Limitation ist die bisweilen geringe Informationsdichte zu sehen.

4.2 Datenanalyse

Die Datenanalyse der einzelnen Verfahren der Datensammlung bildet einen wichtigen Bestandteil der Fallstudie. Yin (2009: 126) unterscheidet für die vereinfachte Datenanalyse vier Analysestrategien. „Rely on theoretical propositions; consider any of five analytic techniques,

using quantitative or qualitative data or both; explore rival explanations; display data apart from interpretations" (ebd.). Diese bilden die Grundlage, um verschiedene Analysetechniken durchzuführen und im Folgenden eine adäquate Ergebnisdarstellung zu ermöglichen.

Die Analyse erfolgte durch das computergestützte Programm MaxQDA. Hierfür wurden im Voraus Codes festgelegt, die sich an den Fragen und Stichpunkten des Leitfadens der Interviews und des Beobachtungsleitfadens orientierten und aus den konzeptionellen Grundlagen abgeleitet wurden. Durch den Einsatz von MaxQDA wurde ein besserer Vergleich zwischen den einzelnen Verfahren der Fallstudie angestrebt und eine strukturierte Vorgehensweise für den Auswertungsprozess gewährleistet. Als Herausforderung kann hierbei die Kategorisierung einzelner Aspekte genannt werden, da diese miteinander in Verbindung stehen und sich gegenseitig beeinflussen.

5 Empirische Befunde

Die folgende Ergebnisauswertung legt die Befunde aus der explorativen Mehrfallstudie offen, indem die durchgeführten Verfahren anhand sozioökonomischer und institutionell-politischer Kriterien zusammenfassend analysiert und dargestellt sowie individuelle Voraussetzungen und Eigenschaften migrantischer Sozialunternehmer integriert werden. Innerhalb dieser können, wie vorher aufgezeigt, nicht immer klare Abgrenzungen gezogen werden.

5.1 Sozioökonomischer Rahmen

Ein Aspekt, der während der Leitfadeninterviews als prägender Einflussfaktor genannt wird, sind persönliche Erfahrungen, die Migranten oder Deutsche mit Migrationshintergrund in unterschiedlichen Phasen der Etablierung der Sozialunternehmen als auch im Alltag gemacht haben. Die Konfrontation mit Vorurteilen und Stereotypen als Negativerfahrung wird vor allem im Rahmen der Gründungsphase wahrgenommen und kann grundsätzlich als Einstiegsbarriere gewertet werden: „Also es ist nicht einfach als Migrant etwas in Bewegung zu setzen. Weil man immer mit Vorurteilen begegnet wird. Also [...] ich weiß noch, am Anfang wurden wir als Fundamentalisten bezeichnet, in Frage gestellt. Warum wir das machen wollen, was wir ihnen vorhalten [...]. Aber diese Haltung ja. ‚Ihr seid ja selber Türken, ihr helft den Türken. Das ist doch keine Integration.‘ So in der Art. Sehr, sehr einfache und banale Vorwürfe [...]" (Interview 5).

Hingegen werden negativ bewertete Erfahrungen auch als Impuls für eine Gründung und die Arbeit im sozialen Bereich genutzt. „Was mich motiviert hat, war meine Biographie. Weil ich selbst in Deutschland geboren bin und auch ohne Deutschkenntnisse eingeschult worden bin,

ohne Kindergartenbesuch, ziemlich Probleme gehabt mit der Sprache. [...] Aber trotzdem irgendwie geschafft habe [...] durchzukommen“ (Interview 5). „Also ich denke Migranten, egal wo auf der Welt [...], die was Negatives erlebt haben, sind kreativer. [...] Und diese Menschen sind in der Regel [...] eher Kämpfer. Und Menschen mit Kampfgeist und Kreativität führt dazu, dass die auch eventuell mehr gründen können [...]. Und daher kann ich mir gut vorstellen, dass die betroffenen Kämpfer, Lebenskünstler, auch soziale Unternehmen gründen“ (Interview 5).

Dabei fungieren sie beispielsweise im Bereich der (politischen) (Weiter-)Bildung, in denen Migranten zum Teil nicht sehr stark repräsentiert sind, als Vorbilder für die jeweilige Zielgruppe und nehmen eine empathische Rolle ein. „Und sie haben halt nicht diese Vorbilder. Und die können wir jetzt sein. Und das ist natürlich auch eine super Motivation gewesen für uns. Und es kommt halt authentisch. Wir wissen, dass wir authentisch rüberkommen, dass die Schüler uns als jemanden wahrnehmen, der sie versteht“ (Interview 4). Lerninhalte können dadurch laut Aussagen der Interviewpartner effektiver vermittelt werden, da sie für die angesprochene Zielgruppe durch ihren Migrationshintergrund eine Identifikationsfunktion innehaben (vgl. Interview 1; 4).

So werden nicht nur Erfahrungen, sondern auch Kenntnisse und implizites Know-how über das jeweilige Herkunftsland bewusst in sozialunternehmerische Geschäftsmodelle implementiert, wenn es beispielsweise darum geht, ‚Brücken‘ zwischen Migranten und Behörden zu schlagen (vgl. Interview 3; 7) oder Menschen mit Migrationshintergrund Weiterbildungsmöglichkeiten zu verschaffen: „[...] wo wir gemerkt haben, das ist das, was wir unter interkulturell dann verstehen. Also dass man diskriminierungsfrei Mehrsprachigkeit, kulturelles Hintergrundwissen über die Menschen, mit denen man zusammen arbeitet, hat. Dass man da ein bisschen Hintergrundwissen hat aufgrund des Migrationshintergrundes und aufgrund der Beschäftigung. Weil man sich selber auch damit beschäftigen muss im Alltag“ (Interview 1). Diese bewusst wahrgenommene Verortung in unterschiedlichen kulturellen Bezugssystemen hat Auswirkungen auf ihre Arbeit in ihrem sozialen Umfeld. „Ich habe zum Beispiel gegenüber meinen deutschen Kollegen den Vorteil, dass ich Zugang zu bestimmten Communities [...] habe. [...] Aufgrund der Sprache, der Kultur, Hintergründe, Migrationshintergrund. Man hat da schneller besseren Zugang. Und vertrauter auch. [...] der ist einer von uns, der versteht meine Sorgen, versteht meinen Schmerz [...]. Und das ist keine Amtsbehörde, wo ich Angst habe [...], sondern dieser Mann oder diese Frau möchte mir wirklich helfen. Diese Vertrautheit ist unser Bonus natürlich“ (Interview 7).

Ein wichtiger Faktor, welchem eine hohe ökonomische sowie soziokulturelle Bedeutung zugeschrieben wird, ist die Sprache. Diese kann bei Vorhandensein von weitreichenden Fremdsprachenkenntnissen aus ökonomischer Perspektive ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal darstellen und strategisch in Sozialunternehmen eingesetzt werden (vgl. Interview 1). Migrantische Sozialunternehmer fungieren hierbei zum Teil als Bindeglied oder Vermittler und setzen ge-

zielt ihre Kenntnisse ein, um den von ihnen wahrgenommenen Defiziten im jeweiligen Bereich entgegen zu wirken (vgl. Interview 1; 3; 5; 7). Nicht ausreichende Deutschkenntnisse können jedoch auch ein Hemmnis darstellen, das die Gründungsinitiative bremsen kann, vor allem da sozialunternehmerische Organisationen im Gegensatz zu privatwirtschaftlichen Unternehmen nicht automatisch finanzielle Erlöse erwirtschaften. Da Beratungsangebote zum Großteil nur auf Deutsch angeboten werden, erhöht sich die Unabdingbarkeit von Deutschkenntnissen (vgl. Interview 1; 8). Hinzu kommen langwierige bürokratische und organisatorische Verfahren, die mit der Gründung zusammenhängen, welche Deutschkenntnisse erfordern (vgl. Interview 8). Je nachdem, wann der Zeitpunkt der Migration stattgefunden hat, können sich unzureichende Deutschkenntnisse auch auf die Qualifizierung der Migranten auswirken. In diesem Zusammenhang wird das dreigliedrige Bildungssystem Deutschlands als Einflussfaktor gesehen, durch welchen Menschen mit unzureichenden Deutschkenntnissen von Anfang an benachteiligt seien und vergleichsweise niedrige Bildungsabschlüsse hätten (vgl. Interview 1).

Festzuhalten ist, dass sich das sozioökonomische Profil der interviewten Sozialunternehmer generell vom deutschen Durchschnitt abhebt und daher qualifikationsbedingte Einstiegsbarrieren in den Arbeitsmarkt kaum vorhanden sind. So haben alle Personen Abitur als auch Universitätsabschluss und können als hoch qualifiziert betrachtet werden. Wird der medial aufgeladene Begriff ‚Integration‘ auf Bildung und ökonomische Eintrittschancen reduziert, könnte man hier von sogenannten ‚integrierten‘ Migranten sprechen. Die Wichtigkeit dieses Aspekts wird auch in der Form angesprochen und durch die soziale Komponente ergänzt. „Wichtig ist, dass man selber integriert ist in der Gesellschaft, sonst kann man ja nichts verändern [...]. Wenn man isoliert ist von der Gesellschaft, kann man in der Gesellschaft nichts bewirken. Das heißt, auch als Migrant ist es, glaube ich, elementar, dass man in der deutschen oder überhaupt in der Gesellschaft integriert ist, auch dann die Probleme wahrnimmt und die Herausforderungen und die Menschen kennt“ (Interview 2). Es kann also ein direkter Zusammenhang zwischen sozialer Herkunft, Bildungsweg, Qualifikation und der Tendenz ein Sozialunternehmen zu gründen identifiziert werden.

Für die interviewten Sozialunternehmer hat zudem Religion zum Teil einen wichtigen Einfluss auf ihr soziales Unternehmertum. Da in Deutschland viele Organisationen an christliche Werte angelehnt sind, ist dieser Faktor jedoch nicht zwangsläufig mit dem ‚Migrationshintergrund‘ in Verbindung zu setzen. Vor allem in einer Organisation zeigt sich der starke Einfluss zentraler Konzepte des Bahai-Glaubens, weshalb dieser in der teilnehmenden Beobachtung vertieft betrachtet und auf seine konkrete Bedeutungszuschreibung und Auswirkungen in der Unternehmenspraxis analysiert wurde. Für dieses, sich über einen Tag vollstreckende Verfahren, sollte zudem die Rolle des Sozialunternehmers und sein Wirken innerhalb der Organisation beobachtet werden. Einfluss und Auswirkungen des Glaubens finden sich in sämtlichen Bereichen der Organisation wieder. Konzept und Umsetzung des Projektes sind an die zentralen ‚Eckpfeiler‘ der Bahaí-Religion angelehnt. Den größten Einfluss findet der Glaube in seinem

ethischen Wertegerüst, das in der Theaterpädagogik der Organisation praktische Umsetzung findet. So werden ethische Werte nach dem Beratungs- und dem Einheitsprinzip des Bahai-Glaubens an die Zielgruppe vermittelt. Generell kann eine hohe Identifikation der freiwilligen Mitarbeiter sowohl mit dem Wertesystem des Bahai-Glaubens als auch mit der Organisation an sich festgestellt werden.

Es wird mehrmals eine sehr starke Bekanntheit der Organisation innerhalb der ‚Bahai-Community‘ genannt. Der interviewte Sozialunternehmer spielt in diesem Kontext eine richtunggebende Leitfigur, die tendenziell im Hintergrund agiert. Jedoch wird angenommen, dass er eine wichtige Schlüsselrolle als Netzwerker für die Entwicklung des Sozialunternehmens und als Inspirationsperson hat. Die Organisation wird demnach durch diverse Akteure getragen, die neben der temporären Aktivität der Freiwilligen eine wichtige Konstante darstellen. Geleitet wird die Organisation also durch mehrere Personen, die durch unterschiedliche Kompetenzen zur Weiterentwicklung und zum nachhaltigen Bestehen der Organisation beitragen. Auch die emotionale Bindung der (ehemaligen) Freiwilligen an das Projekt ist aus strategischer Sicht für die Organisation essentiell und ermöglicht dieser bei ökonomischen Unsicherheiten eine starke Basis.

Welcher Faktor im Archivmaterial in Form von Zeitungsartikeln, im Gegensatz zur teilnehmenden Beobachtung, nicht erwähnt wird, ist die Tatsache, dass die Organisation grundlegend religiös durch den Bahai-Glauben inspiriert ist. Eine Interpretation der Gründe wäre an dieser Stelle jedoch rein spekulativ. Fakt ist, dass das Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse einzelne Aspekte des untersuchten Falls vertieft behandelt, weshalb es zum besseren Verständnis beitragen kann und für zukünftige Einzelfallstudien interessant wäre. Dementsprechend zeigt die Datenanalyse des Archivmaterials insgesamt keine zusätzlichen Informationen im Vergleich zu den anderen Verfahren auf. Jedoch wird der inhaltliche Fokus der Zeitungsberichte als interessant erachtet. Neben umfangreichem Material über die untersuchte Organisation, konzentrieren sich die Artikel auf die Nennung der Unterstützerlandschaft, die sich aus Politik, Wirtschaft, Justiz und weiteren Akteuren zusammensetzt (vgl. Seipel 2010). Es wird deutlich, wie stark die Organisation auf regionaler Ebene vernetzt ist, wie groß der lokale, politische Rückhalt ist und welchen Einfluss das auf die ökonomische Situation der Organisation hat. Politische und ökonomische Interessen regionaler Akteure werden in diesem Zusammenhang ersichtlich.

Eine hohe ökonomische Relevanz nehmen lokale Kontakte und Verbindungen zu anderen (migrantischen) Sozialunternehmern ein. Dem Austausch von Erfahrungen und Know-how mit ihnen und weiteren Akteuren des sozialen Sektors wird eine wichtige Rolle zugeschrieben. „[...] Da ergeben sich dann auch oft Synergien oder man tauscht Informationen aus. Also man merkt halt auch, dass viele in derselben Situation stecken. Die versuchen von irgendwas zu leben, um die Idee ausreifen zu lassen [...] und Konzepte zu schreiben und so. Und dann hat

einer sich schon zu dem Thema erkundigt, hat mit dem Steuerberater gesprochen oder dem Finanzamt [...]. Und [...] hat ein paar Tipps bekommen. Die kriegt man dann von dieser Person und umgedreht genauso“ (Interview 4). Prinzipiell wird mehrmals erwähnt, dass es in Deutschland quantitativ eher wenige migrantische Sozialunternehmer gibt (vgl. Interview 1; 4; 5). Eine gezielte Vernetzung von Sozialunternehmern wird nur in Zusammenhang mit dem Standort Berlin genannt (vgl. Interview 1).

In einem Fall werden nicht nur Verbindungen auf lokaler, sondern auch internationaler Ebene genannt, die Auslöser und Impuls für die Projektgründung in Deutschland waren. Durch die externe Impulsgebung ist eine Art globales Netzwerk zum Austausch von Know-how und Erfahrungen entstanden, das künftig nach innen und nach außen noch weiter ausgebaut werden soll. „Bei uns [...] haben wir eine sehr diverse Gruppe von Leuten da, aus allen möglichen Ländern und Kulturen und auch Hintergründen [...]. Und wir finden, dass eine solche Vielfalt von Hintergründen und Kulturen und Arbeitsweisen das Programm auch erfolgreich macht. Und auch interessant für die umgebende Nachbarschaft“ (Interview 8; vgl. Interview 2).

Ein Aspekt, der von einigen Sozialunternehmern als größte Herausforderung erachtet wird, ist die Finanzierung (vgl. Interview 4; 5). Vor allem von öffentlichen Geldern finanzierte migrantische Vereine und gGmbH's stehen aufgrund fehlender spezifischer Förderprogramme für Migranten in Konkurrenz mit anderen Trägern. „Also erst mal gibt es keine speziellen Förderprogramme dafür. Man muss mit den Regelangeboten mit anderen Trägern konkurrieren, die halt ihre Beziehungen haben“ (Interview 1). Berufliche Kontakte müssen erst errichtet und etabliert werden, wodurch speziell am Anfang die Finanzierung erschwert ist. Die Integration von (eigenem) sozialem Engagement steht daher an primärer Stelle. „Also wir hatten nichts, keine Werkzeuge, keine Tools, keine Berater oder so was Ähnliches. Wir haben einfach gemacht“ (Interview 5). „Und so kamen dann die Kontakte zustande. [...] Man wusste einfach, dass das bei uns läuft bzw. auch das Thema ist erfolgreicher als die anderen Regelangebote. Und somit haben wir dann Aufträge bekommen. Von Mund-zu-Mund-Propaganda“ (Interview 1).

Generell beziehen, mit einer Ausnahme, alle interviewten Sozialunternehmer öffentliche Gelder. Die Beantragung dieser hängt mit einem relativ aufwändigen, regelmäßigen und daher kritisierten bürokratischen Aufwand zusammen. Die staatliche Unterstützung stellt somit grundsätzlich eine unsichere Einnahmequelle dar und wird zum Großteil mit fortschreitender Etablierung der Sozialunternehmen durch alternative Finanzierungsquellen wie Stiftungen, Unternehmen, private Spenden oder Preise und Stipendien ergänzt (vgl. Interview 1-5). In einem Fall ist zudem geplant, sich langfristig durch die Erlöse eines sozialunternehmerischen Produkts finanziell selbst zu tragen, um so möglichst unabhängig von öffentlichen Geldern oder Spenden zu sein (vgl. Interview 6). Prinzipiell ist es vor allem am Anfang notwendig, sich durch eine nebenberufliche Tätigkeit oder den Bezug von Arbeitslosengeld die eigene ökonomische Existenz zu sichern (vgl. Interview 6; 8). Dabei sind der hohe persönliche Einsatz und

das ökonomische Risiko auffällig, welche zur Folge haben, dass für die die Startfinanzierung Schulden aufgenommen werden.

Im Zusammenhang der Finanzierung von Sozialunternehmen stehen auch die ökonomischen Perspektiven einer Vielzahl von Personen mit Migrationshintergrund in Deutschland, die die Einstiegschancen auf dem Arbeitsmarkt aufgrund unzureichender Qualifizierung zum Teil limitieren. Diese befinden sich wiederum in Abhängigkeit der jeweiligen ökonomischen Situation des Bundeslandes. „Und natürlich, wenn das Land allgemein schwach ist, sind die Migranten noch schwächer. [...] Bundesweit sagt man immer, Migranten oder Menschen mit Migrationshintergrund haben immer doppelt so hohe Arbeitslosigkeit. Das ist so eine allgemeine Formel“ (Interview 7; vgl. Interview 1). Die mitunter daraus resultierende aktuell sehr hohe migrantische Gründeraktivität kann auch bei den Interviewpartnern festgestellt werden. So existieren im Vorfeld der Gründung privatwirtschaftliche Unternehmen, die aufgrund kontinuierlicher Erlöse eine finanzielle Basis darstellen und die Gründung von Sozialunternehmen erleichtern (vgl. Interview 1; 2).

5.2 Institutionell-politischer Rahmen

Auf die Frage nach dem Einfluss aktueller politischer Veränderungen und Debatten auf das migrantische Sozialunternehmen fallen die Perspektiven unterschiedlich aus. Als Beispiel wird hier durch die Interviewerin auf den nicht eindeutig definierten Begriff „Integrationsdebatte“ hingewiesen, wodurch die Frage einen offenen, explorativen Charakter hat. Zum einen werden dadurch vergangene sowie aktuelle Entwicklungen der Migrationspolitik in Deutschland, zum anderen deren Auswirkungen für Migrantenorganisationen genannt.

Ein Problem der deutschen Migrationspolitik liegt demnach in der Tatsache, dass sich Deutschland im Anschluss an seine Gastarbeiterpolitik der 1950er und 1960er Jahre politisch lange nicht als Einwanderungsland bekannte und somit soziales Engagement durch Migranten im internationalen Vergleich nur gering ausgeprägt sei. „Weil es kein typisches Einwanderungsland war. Weil es bis jetzt immer diese Ausländerpolitik gab. Die Ausländer. Also das heißt, wir kommen und gehen. Gastarbeiter sozusagen. Also die sind halt nur kurzfristig da. Und die Migranten haben sich auch als Gäste gefühlt. Das heißt Gäste mischen sich nicht ein. Die müssen eingeladen werden, wenn sie sich beteiligen wollen. Die gehen nicht hin und sagen, ‚ich beteilige mich, ich bin ja nur Gast‘“ (Interview 1).

Mehrere Interviewpartner schätzen daher aktuelle migrationspolitische Entwicklungen positiv ein. Es werden als Beispiele politische Veranstaltungen wie der Integrationsgipfel und der Integrationsplan genannt, die stellvertretend für einen politischen Prozess seien, der seit Gründung der Organisation für zahlreiche Veränderungen zugunsten migrantischer Sozialunternehmen gesorgt habe. „[...] Es hat sich schon einiges getan in den 12 Jahren, in denen wir

existent sind. Also inzwischen ist das schon fast Mainstream. Trotzdem gibt es halt immer einige, die das noch nicht wissen, aber es ist weniger geworden“ (Interview 1). „In den letzten Jahren hat sich viel gut entwickelt. Wie gesagt, ich bin selber Migrant, ich kam vor 25 Jahren nach Deutschland, DDR-Zeit [...]. Und ich kenne die Situation von vor 20 Jahren bis heute. Und da hat sich natürlich viel getan, vor allem in den letzten 10 Jahren“ (Interview 7).

Positive Auswirkungen auf die politischen Veränderungen werden dadurch charakterisiert, dass migrantischen Organisationen innerhalb der politischen und medialen Debatte mehr Aufmerksamkeit zukommt. Der neue politische Fokus wird positiv gewertet, da migrantische Organisationen hierdurch eine gewisse finanzielle Mittelsicherung durch öffentliche Gelder wahrnehmen und weitere Organisationen stärker das Thema Migration fokussieren. „Das spielt eine sehr große Rolle. Weil ich glaube, dass dadurch erst mal der Wille da ist, solche Dinge voran zutreiben. Einmal politisch, aber auch finanziell. Also auch Organisationen, die so was fördern, also jetzt Stiftungen und so weiter [...], die jetzt ihre soziale Verantwortung erkannt haben und Projekte und Initiativen fördern wollen, fokussieren sich auch stärker auf den Bereich“ (Interview 4; vgl. Interview 7; 8).

Allerdings wird die politische Debatte auch kritisch gesehen und die Ambivalenz politischer Interessen, mit der Eigeninteresse und Machterhalt verbunden werden, angesprochen: „[...] In vielen Jahren wird die Hälfte der Schüler in Berlin einen Migrationshintergrund haben. [...] Hätten wir diese Entwicklung nicht, dann wären diese Projekte auch nicht so populär und dann hätte man nicht so einen Auftrieb dafür und würde wahrscheinlich nicht diese [...] Unterstützung und Förderung bekommen“ (Interview 4). Die aktuelle Migrationspolitik diene somit als Mittel zum Zweck, wodurch sich Migrantenorganisationen politisch instrumentalisiert fühlen. „Mit der demographischen Situation in Deutschland sieht es halt so aus: wenn jetzt die Migranten nicht gefördert werden, dann sieht es nicht gut aus mit dem Nachwuchs für eine Wissensgesellschaft. [...] Und da muss man halt mehr in die Richtung investieren. Und ich denke das ist eher der Hintergrund, warum so etwas eher gefördert und gerne gesehen wird. Wir werden irgendwie so gesehen als [...] die Musterschüler-Migranten“ (Interview 4).

Ein Interviewpartner steht migrationspolitischen Entwicklungen skeptisch gegenüber und sieht für die Arbeit seiner Organisation kaum Auswirkungen. „Also wir waren nie politisch aktiv. Im Prinzip ist mir ziemlich egal, was da draußen diskutiert wird. Wir diskutieren nicht, wir machen das“ (Interview 5). Die unterschiedliche Wahrnehmung kann damit zusammenhängen, dass je nach Ausrichtung der Organisationen nicht alle direkt von migrationspolitischen Veränderungen betroffen sind, beziehungsweise auch andersherum die Migrationspolitik bislang noch nicht in allen gesellschaftlichen Bereichen Auswirkungen gehabt hat. Eine andere Meinung zur Integrationsdebatte distanzierte sich komplett vom Thema Migrationspolitik, da der Interviewpartner sich selbst nicht als Migrant wahrnimmt, obwohl er der ‚offiziellen‘ Definition nach Migrationshintergrund hat (vgl. Interview 6).

Gründungsbedingungen, die hier vor allem mit ökonomischen und politischen Rahmenbedingungen in Verbindung stehen, werden zum Teil als schwer, zum Teil aber als sehr gut oder mit keinem Unterschied zu Sozialunternehmern ohne Migrationshintergrund gewertet. Es hängt also zum einen stark von der individuellen Wahrnehmung der einzelnen Personen ab, aber auch von ökonomisch sehr unterschiedlichen Rahmenbedingungen der einzelnen Bundesländer (vgl. Interview 7).

6 Diskussion

Nachdem im vergangenen Kapitel die Ergebnisse der Leitfadeninterviews, der teilnehmenden Beobachtung und des Archivmaterials dargestellt wurden, erfolgt im folgenden Abschnitt eine interpretative Diskussion. In dieser werden vor dem Hintergrund der theoretischen Grundlagen sowohl die Leitfragen als auch die Forschungsfrage beantwortet. Abbildung 3 visualisiert grundlegende sozioökonomische und politisch-institutionelle Rahmenbedingungen und zeigt Problemfelder, individuelle Herausforderungen sowie Erfolgsfaktoren und Potentiale auf.

6.1 Problemfelder und Herausforderungen

Ausgehend von den oben genannten Aussagen lässt sich zunächst feststellen, welche Schlüsselrolle im Kontext von migrantischem Sozialunternehmertum institutionellen und politischen Rahmenbedingungen zugeschrieben werden kann. Der Mixed Embeddedness Ansatz von Kloosterman und Rath (2001; 2010) leistet hierbei einen wichtigen Beitrag, indem er die Bedeutung konstanter Wechselbeziehungen zwischen Unternehmertum und der Nachfrageseite betont. Es lässt sich mit Hinzuziehung der Interviews hervorheben, dass eine große Abhängigkeit von den politisch-institutionellen Rahmenbedingungen existiert, die einen Einfluss auf den sozialunternehmerischen Erfolg mit sich bringt und sie mit der Relevanz individueller Ressourcen der Sozialunternehmer gleichsetzt (vgl. Abbildung 3).

Zum einen wird die zentrale Rolle der deutschen Sozialpolitik angesprochen, welche Auswirkungen auf die Finanzierung der migrantischen Sozialunternehmen hat. So dominiert in der Unternehmenspraxis der Bezug öffentlicher Gelder. Dies kann vor allem für Personen mit Migrationshintergrund eine Herausforderung darstellen, da für den langwierigen Beantragungsprozess Know-how bezüglich Finanzierungsmöglichkeiten und -prozedere Voraussetzung ist. Da nach Aussagen der Interviewpartner bislang weder spezielle Förderprogramme noch Beratungsangebote für Personen mit Migrationshintergrund existieren, sind sie auch in Hinblick auf Know-how und institutioneller Eingebettetheit verstärkt der hohen Verteilungskonkurrenz öffentlicher Gelder ausgesetzt. Dadurch werden Gründungsbedingungen und ökonomische

Etablierung der Sozialunternehmungen im Vergleich zu Personen ohne Migrationshintergrund prinzipiell als erschwert eingeschätzt.

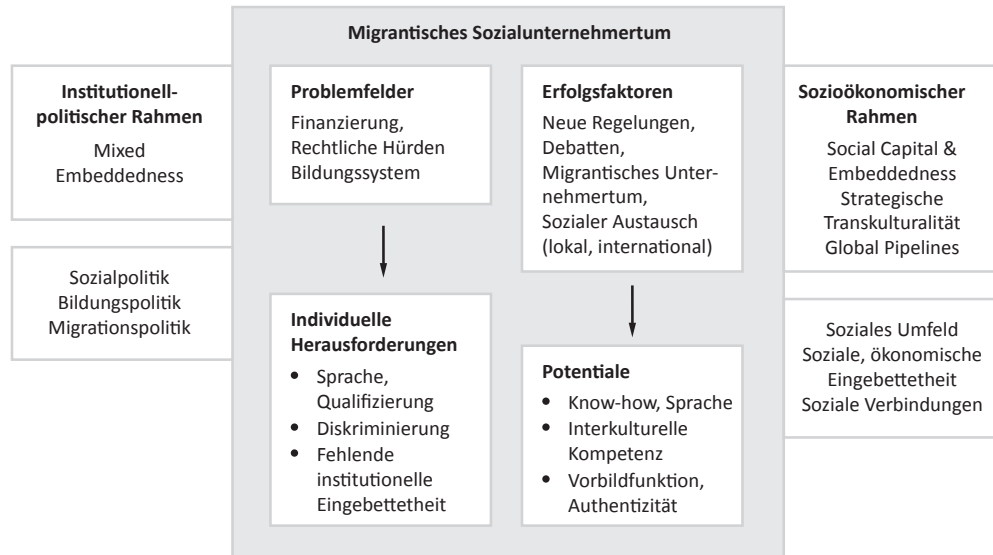


Abb. 3. Grundzusammenhänge migrantischen Sozialunternehmertums
(Quelle: eigener Entwurf)

Die schwierige Finanzierung impliziert wiederum unterschiedliche, komplexe rechtliche Hürden, da Social Entrepreneurship in Deutschland nach wie vor keine eigene anerkannte Rechtsform aufweist. Betriebswirtschaftliches Know-how zu Gründungen von Unternehmen beziehungsweise sozialer Organisationen allgemein und zur Schaffung rechtlich kreativer Lösungen ist in diesem Zusammenhang eine weitere Herausforderung. Bei starker Marktorientierung der Sozialunternehmer kann sich die rechtliche Barriere auch im Hinblick fehlender spezieller Beratungsangebote für Migranten als gründungshemmend auswirken.

Hierdurch wird deutlich, welchen enormen Einfluss institutionelle Rahmenbedingungen, in Form der deutschen Sozialpolitik, auf die Bedeutungszuweisung von Bildung der Sozialunternehmer haben. Im Rahmen der Leitfadeninterviews wird deutlich, wie essentiell diese für die Gründung und Etablierung eines sozialen Unternehmertums wahrgenommen werden. Alle Interviewpartner geben demnach sehr hohe individuelle Qualifikationen in Form von Hochschulabschlüssen und Berufserfahrung als Teilvoraussetzung an. Aus diesem Grund wird das deutsche Bildungssystem als Gründungsbarriere für Personen mit Migrationshintergrund aufgegriffen, da es ,nach Aussagen der Leitfadeninterviews sowie Ergebnissen der PISA-Studie 2009, Schülern aus sozial ,benachteiligten‘ Schichten nur in geringem Maße Aussicht auf soziale Mobilität gibt.

Prinzipiell werden Strukturen des deutschen Bildungssystems als institutionelle Gründungsbarriere gewertet, da niedrige Bildungsabschlüsse zum einen nur geringfügig für die Initiierung eines Sozialunternehmens qualifizieren und zum anderen ökonomische Existenzsicherung im Gegensatz zu ökonomisch unrentabel erscheinendem gesellschaftlichem Engagement einen höheren Stellenwert bekommt. Letzteres stellt jedoch einen Interpretationsansatz dar und könnte innerhalb einer quantitativen Studie überprüft werden. Allerdings können negative Erfahrungen während der schulischen Ausbildung auch Gründungsmotivation und Impuls für migrantische Sozialunternehmer darstellen. So kann eine Vielzahl der interviewten Organisationen dem Bildungsbereich zugeordnet werden. Grundsätzlich gilt in dieser Studie dieser Einfluss allerdings nur für migrantische Sozialunternehmer, die vor oder während ihrer schulischen Ausbildung nach Deutschland immigriert sind, beziehungsweise ihren festen Wohnsitz dort hatten.

Im Kontext von Qualifizierung und institutioneller Eingebettetheit wird zudem der Einfluss individueller Sprachkompetenzen in Form von Deutschkenntnissen erwähnt. Es zeigt sich, dass neben beruflicher Qualifikation die Sprache vor allem bei der Gründung eines Sozialunternehmens unerlässlich ist. Grund dafür sind die als schwierig bezeichneten Gründungsbedingungen in Bezug auf Finanzierung und rechtliche Hürden, für deren Organisation Sprachkenntnisse als elementar bezeichnet werden. Wenn diese nur in geringem Maße vorhanden sind, kann dies den Gründungsprozess beeinträchtigen.

Ein Faktor, welcher im konzeptionellen Zusammenhang von Mixed und Social Embeddedness während der Leitfadeninterviews genannt wird, ist das in Deutschland historisch stark belegte Thema Diskriminierung und Rassismus. Wird das theoretische Konstrukt der Social Embeddedness nicht nur für die Empfängerseite, sondern aus der Perspektive der ‚Geberseite‘ interpretiert, so hängt ein Teil der sozialen Eingebettetheit auch von der allgemeinen sozialen Integration und damit verbundenen ‚Aufnahmefähigkeit‘ der Gesellschaft von Personen mit Migrationshintergrund ab. Mehrere Interviews zeigten hier, wie stark migrantische Sozialunternehmer Diskriminierung von Seiten der Behörden aber auch anderer Akteure in ihrem Handeln wahrnehmen. Prinzipiell kann der Aspekt der geringen sozialen Eingebettetheit die Initiierung gesellschaftlichen Engagements hemmen als auch fördern. In der vorliegenden Studie wurden beide Fälle im Sinne einer motivierenden Wirkung, aber auch einer potentiellen Nicht-Partizipation von Migranten festgestellt. Gesellschaftliche Diskriminierung ist demnach auch Barriere für die Gründung von Sozialunternehmen.

Zusammenfassend stellen vor allem Aspekte der Sozial- und Bildungspolitik zentrale Hürden für migrantisches Sozialunternehmertum dar. Während sozialpolitische Faktoren die Voraussetzungen bezüglich Finanzierung und rechtlichen Fragen beeinflussen und ein hohes Qualifizierungsprofil erfordern, tragen grundlegende Faktoren des deutschen Bildungssystems dazu bei, dass dieses nicht immer erreicht wird. Individuelle Herausforderungen wie ausreichende

Sprachkompetenzen und institutionelles Know-how, mit denen Personen mit Migrationshintergrund auch im Alltag konfrontiert sind, wirken sich hier tendenziell verstärkt und gründungshemmend auf das Sozialunternehmertum aus (vgl. Abbildung 3).

6.2 Erfolgsfaktoren und Potentiale

Neben den überwiegend beeinträchtigenden institutionell-politischen Faktoren können neue migrationspolitische Entwicklungen in Deutschland der letzten zehn Jahre als überwiegend positiv bewertet werden. Grundsätzlich wird hierbei, neben deren funktionaler Bedeutung, die Symbolträchtigkeit dieser hervorgehoben, was sich unter anderem in der politischen Sprache bemerkbar macht. Deutschland gilt somit nicht mehr nur als ‚Gastarbeiterland‘, sondern als ‚Einwanderungs- oder ‚Immigrationsland‘. Dies hat, laut Aussagen der Interviewpartner, zur Folge, dass sich Personen mit Migrationshintergrund nicht mehr nur als ‚Gast‘ fühlen, was als förderlich für gesellschaftliches Engagement und die Gründung von Sozialunternehmungen gesehen wird.

Da migrationspolitischen Debatten auf medialer Ebene große Aufmerksamkeit zuteil wird, sind auch Migrantenorganisationen und migrantische (Sozial-) Unternehmer direkt davon betroffen. Die so genannte ‚Integrationsdebatte‘, in der im Zusammenhang des demografischen Wandels und Fachkräftemangels das Thema Migration zusehends in den Mittelpunkt rückt, führt dazu, dass migrantische Organisationen einen verbesserten Zugang zu finanziellen Zuschüssen wahrnehmen. Trotz der kritisierten Stigmatisierung einiger Herkunftsgruppen stellt der finanzielle Aspekt somit eine direkte positive Folge der aktuellen politischen Diskussion dar und könnte in einer kommunikationswissenschaftlichen Studie nochmals genauer auf ihre wirkungsspezifische Dimensionen untersucht werden.

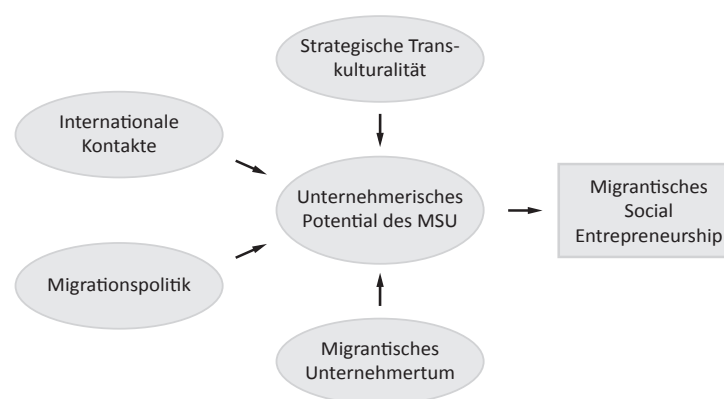


Abb. 4. Einfluss zentraler sozioökonomischer Rahmenbedingungen und individueller Fähigkeiten auf migrantisches Sozialunternehmertum (Quelle: eigener Entwurf)

Auch die hohen migrantischen Gründungsaktivitäten werden im Zusammenhang von Finanzierungsfragen grundlegend positiv gewertet. Zum einen kann das Vorhandensein eines privatwirtschaftlichen Unternehmens ein wichtiges ökonomisches Standbein darstellen und im Kontext der Finanzierungsbedingungen des deutschen Sozialstaates als finanzielle Absicherung fungieren. Außerdem sind dadurch Know-how und Erfahrungen im unternehmerischen Bereich gegeben, wodurch einem zentralen Hemmnis, das für Sozialunternehmer im Allgemeinen genannt wird, sekundäre Relevanz zugesprochen werden kann. Migrantische Sozialunternehmer hätten demnach durch bereits vorhandenes privatwirtschaftliches Unternehmertum einen entscheidenden Vorteil bei der Gründung und Etablierung von Sozialunternehmungen (vgl. Abbildung 4).

Unternehmerische Kontakte zu migrantischen und nicht-migrantischen Sozialunternehmern werden als wichtig erachtet, auch wenn quantitativ von einer eher geringen Anzahl gesprochen wird. Auch wird vor allem internationalen Kontakten eine wichtige Rolle zugewiesen, da diese als Impuls- und Ideengeber sozialunternehmerische Aktivitäten anregen und fördern würden. Global Pipelines sind demnach auch für Sozialunternehmer mit Migrationshintergrund von Relevanz und tragen durch ihr hohes stimulierendes Potential direkt zum transnationalen Wissens- und Ideentransfer bei.

Es zeigt sich, dass der von Pütz (2004) erwähnten strategischen Transkulturalität im Kontext migrantischen Sozialunternehmertums auf Basis der erfolgten Fallstudie eine hohe Bedeutung zugeschrieben werden kann. So stellt sich heraus, dass Know-how und Erfahrungen aus dem Herkunftsland gezielt eingesetzt werden und migrantische Sozialunternehmer sich bewusst und reflektiert in unterschiedlichen ‚kulturellen‘ Symbolsystemen orientieren und unternehmerisch agieren. Zu weiteren eingesetzten Fähigkeiten zählen unter anderem umfangreiche Sprachkenntnisse, explizites Wissen zu spezifischen politischen und sozialen Gegebenheiten, Traditionen, Religionen der jeweiligen Länder als auch implizites Wissen durch Erfahrungen, die durch die Migration an sich oder als Migrant in Deutschland gemacht wurden.

So sind migrantische Sozialunternehmer in der Praxis in der Lage, durch die oben beschriebene Fähigkeit zur Erkennung unterschiedlicher ‚kultureller‘ Deutungsschemata, einen leichteren Zugang zu als ‚Communities‘ bezeichneten Herkunftsgruppen zu erlangen. Dadurch kann der soziale Mehrwert der sozialunternehmerischen Aktivität effektiv gesteigert werden und Migranten dazu motivieren, sich gesellschaftlich zu engagieren. Auch werden durch die eigene Betroffenheit und soziale Eingebettetheit in dieser, soziale Probleme erst als solche identifiziert und angepasste sozialunternehmerische Lösungen in Form von spezialisierten Dienstleistungen entwickelt. Der Hintergrund aktueller migrationspolitischer Debatten bildet hierbei einen förderlichen, wenn auch nicht zu überschätzenden Rahmen. Für die aufgeführten Herausforderungen und Potentiale des vergangenen Kapitels stellt Abbildung 3 eine Zusammenfassung dar und zeigt grundlegende Zusammenhänge auf.

Es kann festgehalten werden, dass die aufgezeigten Ausprägungen individueller Herausforderungen und Potentiale nicht nur von den unterschiedlichen Rahmenbedingungen abhängen, sondern von den jeweiligen Migrationsgeschichten. Migranten, deren Migrationsgeschichte in den 1950er oder 1960er Jahren begann und die bereits über 20 Jahre Erfahrung im dritten Sektor und in Deutschland verfügen, haben einen Blickwinkel, der weit mehr von der persönlichen Betroffenheit durch die deutsche Migrations- und Bildungspolitik geprägt ist als Menschen, die erst seit kurzem in Deutschland sind. Hinzu kommen der Aufenthaltsstatus und das Prozedere, das mit diesem verbunden ist. Die Tatsache, ob Migranten sich eher mit einer Position als ‚Außenstehende‘, ‚Unabhängige‘ oder ‚Deutsch-Migranten‘ identifizieren, hat Auswirkungen auf die Wahrnehmung der eigenen gesellschaftlichen Rolle und wie sie sich innerhalb des ‚kulturellen‘ Bezugssystems verorten. Diese Faktoren bedingen wiederum Gründungsmotivation und Ausrichtung des Sozialunternehmens. Hinzu kommt der sozioökonomische Hintergrund der jeweiligen Personen, der, je nach Generation, in direkter oder indirekter Abhängigkeit mit dem Herkunftsland und der Migrationsgeschichte steht.

7 Schlussbetrachtung

In der vorliegenden Arbeit wurde mit dem Hintergrund aktueller politischer Debatten in Deutschland und sozioökonomischer Entwicklungen im dritten Sektor die Frage gestellt, inwiefern dem sogenannten Migrationshintergrund migrantischer Sozialunternehmer eine unternehmerische Relevanz zugesprochen werden kann und welche Grundzusammenhänge sich daraus ergeben. Die explorative Fallstudie richtet den Fokus auf leitfadengestützte Interviews und bezieht teilnehmende Beobachtung, ero-epische Interviews und Archivmaterial mit ein. Es ergibt sich, dass auf unterschiedlichen sozioökonomischen und institutionell-politischen Ebenen diverse Einflüsse dominieren, die nach Wahrnehmung der interviewten Personen Auswirkungen für ihr Sozialunternehmertum haben.

Die abschließende Diskussion differenziert limitierende und positive beeinflussende Grundzusammenhänge. Hemmende Faktoren werden im Zusammenhang des von Kloosterman und Rath (2001) definierten Mixed Embeddedness Ansatzes genannt, welcher aufzeigt, dass institutionell-politische Faktoren, wie Einflüsse des deutschen Sozialstaates und der Bildungspolitik, migrantische Sozialunternehmer vor hohe Herausforderungen stellen. Bereits existente individuelle Herausforderungen, wie Sprache, Qualifizierung und gesellschaftliche Diskriminierung, wirken sich in Bezug auf *soziales* Unternehmertum verstärkend aus und können bei Initiierung und in späteren Unternehmensphasen Barrieren erzeugen. Neben rechtlichen Hürden ist die Finanzierung hervorzuheben, die als dominante Schwierigkeit wahrgenommen und im Kontext der genannten individuellen Herausforderungen als starker Einflussfaktor identifiziert wird.

Die Studie erschließt jedoch auch aktuelle Entwicklungen der deutschen Migrationspolitik, die vor allem in Bezug auf Finanzierungsaspekte als förderlich betrachtet werden. Auch privatwirtschaftliches migrantisches Unternehmertum könnte hier zukünftig eine bedeutende Rolle spielen und die Marktorientierung deutscher Sozialunternehmer verstärken. Die Fähigkeit zur strategischen Transkulturalität, durch die migrantische Sozialunternehmer sich reflexiv in unterschiedlichen kulturellen Symbolsystemen verorten und diese strategisch in ihr soziales Unternehmertum integrieren (vgl. Pütz 2004), lässt sich durch die Aussagen der Interviewpartner erschließen. Somit können auch hier, in Bezug auf sozialunternehmerische Konzepte und Unternehmenspraxis, Zusammenhänge zwischen Migrationshintergrund und Sozialunternehmertum aufgezeigt werden.

Durch die identifizierte hohe Relevanz des Migrationshintergrundes für migrantische Sozialunternehmer lassen sich Empfehlungen für politisches Handeln als auch für zukünftige Studien ableiten. Um zu verhindern, dass Sozialunternehmertum hauptsächlich von sogenannten ‚Bildungseliten‘ getragen wird, sollte das Thema soziales Unternehmertum und unternehmerische Selbstständigkeit im deutschen Bildungssystem verankert werden. Auch ist es notwendig, dass Finanzierungshürden durch die Errichtung von Sozialunternehmertum oder Social Entrepreneurship als Rechtsform gemindert werden. Hierfür wäre es denkbar, spezifische Finanzierungsprogramme für Migranten zu initiieren, da diese sich gemäß Interviewaussagen durch die starke Verteilungskonkurrenz öffentlicher Gelder benachteiligt fühlen.

Für zukünftige Untersuchungen wäre es sinnvoll, neben einer theoretisch-konzeptionellen weiterführenden Analyse von migrantischen Sozialunternehmertum, einen inhaltlichen Fokus zu setzen. Hierzu zählen räumliche und thematische Fokussierungen, wie zum Beispiel auf den Raum Berlin, wo bereits viele migrantische Sozialunternehmen existieren. Auch könnte eine Fokussierung auf einzelne Zielgruppen, wie zum Beispiel (Deutsch-)Türken, bezogen werden, da deren Migrationsgeschichte weit zurück reicht und sie als größte Herkunftsgruppe Deutschlands darstellen. Thematisch wäre es interessant, noch stärker den Zusammenhang zwischen privatwirtschaftlichen Unternehmertum und Social Entrepreneurship zu untersuchen. Aber auch die theoretischen Konzepte der Social Embeddedness und des sozialen Kapitals könnten durch eine fokussierte Operationalisierung stärker herausgearbeitet und auf ihre Auswirkungen geprüft werden. Generell wäre hier auch eine quantitative Herangehensweise möglich. Innerhalb einer Einzelfallstudie könnte in einer zukünftigen Untersuchung von einer akteurszentrierten Herangehensweise abgesehen und weitere Akteure in die Untersuchung mit einbezogen werden, um so eine differenzierte Analyse eines einzelnen migrantischen Sozialunternehmens zu ermöglichen.

Literaturverzeichnis

- Achleitner, Ann-Kristin (2007): Social Entrepreneurship und Venture Philanthropy. Erste Ansätze in Deutschland. In: Iris Hausladen, Horst Wildemann und Ann-Kristin Achleitner (Hg.): Management am Puls der Zeit. Unternehmensführung. 1. Aufl. München, S. 55–70.
- Achleitner, Ann-Kristin; Pöllath, Reinhard; Stahl, Erwin (Hg.) (2007): Finanzierung von Sozialunternehmern. Konzepte zur finanziellen Unterstützung von Social Entrepreneurs. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Ashoka Deutschland gGmbH (Hg.) (2012): Jahresbericht 2011. München.
- Bade, Klaus J.; Emmer, Pieter. C.; Lucassen, Leo; Oltmer, Jochen (Hg.) (2007): Enzyklopädie Migration in Europa. Vom 17. Jahrhundert bis zur Gegenwart. Paderborn, München: Ferdinand Schöningh, Wilhelm Fink.
- Bade, Klaus J.; Oltmer, Jochen (2007): Mitteleuropa. Deutschland. In: Klaus J. Bade, Pieter C. Emmer, L. Lucassen und J. Oltmer (Hg.): Enzyklopädie Migration in Europa. Vom 17. Jahrhundert bis zur Gegenwart. Paderborn, München: Ferdinand Schöningh; Wilhelm Fink, S. 141–170.
- Bathelt, Harald; Malmberg, Anders; Maskell, Peter (2004): Clusters and knowledge: local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation. In: Progress in Human Geography 28 (1), S. 31–56.
- Birkhölzer, Karl; Kistler, Ernst; Mutz, Gerd (2004): Der dritte Sektor. Partner für Wirtschaft und Arbeitsmarkt. 1. Aufl. Wiesbaden: VS.
- Bohnsack, Ralf; Marotzki, Winfried; Meuser, Michael (2011): Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung. 3. Aufl.: Budrich Verlag.
- Brixy, Udo (2011): Gründungsaktivitäten und -einstellungen von Menschen mit Migrationshintergrund. In: Udo Brixy (Hg.): Global Entrepreneurship Monitor. Länderbericht Deutschland. Leibnitz Universität Hannover. Hannover/Nürnberg, S. 27–32.
- Brixy, Udo; Hundt, Christian; Sternberg, Rolf; Vorderwülbecke, Arne (2011): Global Entrepreneurship Monitor. Länderbericht Deutschland. In: Udo Brixy (Hg.). Leibnitz Universität Hannover. Hannover/Nürnberg, S. 1–44.
- Brooks, Arthur C. (2009): Social entrepreneurship. A modern approach to social value creation. International ed. Harlow: Pearson Education.
- Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2012): Sozialbudget 2011. Hg. v. Bundesministerium für Arbeit und Soziales. Bonn. Online verfügbar unter http://www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/PDF-Publikationen/a230-11-sozialbudget-2011.pdf?__blob=publicationFile. (30.09.2012)
- Dees, Gregory J. (1998): Enterprising Nonprofits. In: Harvard Business Review (76(1)), S. 54–67.
- Dees, Gregory J. (2009): Social Ventures as Learning Laboratories. Social Innovation in a Post-Crisis World. In: Innovations. Technology. Governance. Globalization. An MIT Press Journal (Special Edition), S. 11–15.
- European Venture Philanthropy Association: What is VP? Hg. v. European Venture Philanthropy Association. Online verfügbar unter <http://evpa.eu.com/knowledge-centre/what-is-vp/>. (30.09.2012)
- Everts, Jonathan (2011): Ethnische Ökonomie im Kleinen. Bedeutungen des migrantengeführten Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland. In: Herbert Popp (Hg.): Migration und Integration in Deutschland. Beiträge zur Unterrichtsarbeit im Fach Geographie. Bayreuth: VErl. Naturwiss. Ges. Bayreuth, S. 57–74.
- Friedrichs, Jürgen (1973): Methoden empirischer Sozialforschung. 14. Aufl. Opladen: Westdt. Verlag.

- Fuhr, Gabriela (2012): Armutsgefährdung von Menschen mit Migrationshintergrund. Ergebnisse des Mikrozensus 2010. Hg. v. Statistisches Bundesamt. Wiesbaden (Wirtschaft und Statistik).
- Girtler, Roland (1995): Randkulturen. Theorie der Unanständigkeit. Wien: Böhlau.
- Girtler, Roland (2001): Methoden der Feldforschung. 4. Aufl. Wien: Böhlau.
- Gläser, Jochen; Laudel, Grit (2009): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. Als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen. 3. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Granovetter, Mark (1985): Economic action and social structure: The problem of embeddedness. In: American Journal of Sociology 91, S. 481–510.
- Hanesch, Walter; Krüger-Conrad, Kirsten (Hg.) (2004): Lokale Beschäftigung und Ökonomie. Herausforderung für die „Soziale Stadt“. Lokale Beschäftigung und Ökonomie. 1. Aufl. Wiesbaden: VS, Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hausladen, Iris; Wildemann, Horst; Achleitner, Ann-Kristin (Hg.) (2007): Management am Puls der Zeit. Unternehmensführung. 1. Aufl. München.
- Häussler, Carolin; Zademach, Hans-Martin (2007): Cluster Performance Reconsidered: Structure, 1996-2003. In: Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung 59, S. 261–281.
- Heinze, Rolf G.; Schneiders, Katrin; Grohs, Stephan (2011): Social Entrepreneurship im deutschen Wohlfahrtsstaat – Hybride Organisationen zwischen Markt, Staat und Gemeinschaft. In: Helga Hackenberg und Stefan Empter (Hg.): Social Entrepreneurship – Social Business: Für die Gesellschaft unternehmen. Wiesbaden: VS, S. 86–102.
- Hielscher, Stefan; Beckmann, Markus (2008): Social Entrepreneurship und Ordnungspolitik. Zur Rolle gesellschaftlicher Change Agents am Beispiel des Kruppschen Wohlfahrtsprogramms. Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg. Halle (Diskussionspapier, 5).
- Hillmann, Felicitas (2011): Marginale Urbanität. Migrantisches Unternehmertum und Stadtentwicklung. Bielefeld: Transcript.
- Idik, Ercan; Schnetger, Meike (2004): Barrieren einer Migrantenökonomie und Bedingungen einer geeigneten Förderstruktur. In: Walter Hanesch und Kirsten Krüger-Conrad (Hg.): Lokale Beschäftigung und Ökonomie. Herausforderung für die „Soziale Stadt“. 1. Aufl. Wiesbaden: VS, S. 163–183.
- Jansen, Stephan A.; Oldenburg, Felix (2010): Unternehmertum statt Ehrenamt. Hg. v. brand eins 7.
- Kloosterman, Robert C. (2010): Matching opportunities with resources: A framework for analysing (migrant) entrepreneurship from a mixed embeddedness perspective. In: Entrepreneurship & Regional Development 22(1), S. 25–45.
- Kloosterman, Robert; Rath, Jan (2001): Immigrant entrepreneurs in advanced economies: Mixed embeddedness further explored. In: Journal of Ethnic and Migration Studies 27(2), S. 189–201.
- Krimphove, Petra (2005): Bürgerschaftliches Engagement und Sozialstaat: ein Vergleich zwischen Deutschland und den USA. Hg. v. Europäische Journalisten-Fellowships der Freien Universität Berlin. Universität Münster. Online verfügbar unter http://csn.uni-muenster.de/UniSte%20Plus/zimmer/krimphove_buerg%20engagement%20deut%20usa.pdf. (15.08.12).
- Kromrey, Helmut; Strübing, Jörg (2009): Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung. 12. Aufl. Stuttgart: Lucius & Lucius.
- Leppert, Thomas (2008): Social Entrepreneurs in Deutschland. Ansätze und Besonderheiten einer spezifischen Definition. Universität Hamburg. Hamburg.
- Light, Ivan (1984): Immigrant and ethnic enterprise in North America. In: Ethnic and Racial Studies 7(2), S. 195.

- Light, Ivan Hubert; Bhachu, Parminder (Hg.) (2004): Immigration and entrepreneurship. Culture, capital, and ethnic networks. New Brunswick, U.S.A: Transaction Publishers.
- Light, Ivan Hubert; Bhachu, Parminder; Karageorgis, Stavros (2004): Migration Networks and Immigrant Entrepreneurship. In: Ivan Hubert Light und Parminder Bhachu (Hg.): Immigration and entrepreneurship. Culture, capital, and ethnic networks. New Brunswick: Transaction Publishers, S. 25–50.
- Linklaters (2005): Fostering social entrepreneurship. Legal, regulatory and tax barriers: a comparative study. Recommendations for Governments, policymakers and social entrepreneurs in Brazil, Germany, India, Poland, The United Kingdom and the United States. Hg. v. Schwab Foundation for Social Entrepreneurship. Online verfügbar unter http://www.schwabfound.org/pdf/schwabfound/Linklaters_Schwab_Report.pdf, (17.08.2012.).
- Mayring, Philipp (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. 5. Aufl. Weinheim: Beltz.
- Nederveen, Pieterse J. (2003): Social capital and migration: Beyond ethnic economies. In: Ethnicities 3(1), S. 5–34.
- Nicholls, Alex (Hg.) (2006): Social entrepreneurship. New paradigms of sustainable social change. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Özcan, Veysel (2004): Selbstständige in Deutschland. In: Walter Hanesch und Kirsten Krüger-Conrad (Hg.): Lokale Beschäftigung und Ökonomie. Herausforderung für die „Soziale Stadt“. 1. Aufl. Wiesbaden: VS, Verlag für Sozialwissenschaften, S. 137–162.
- Pechlaner, Harald; Bachinger, Monika (2010): Knowledge networks of innovative businesses: an explorative study in the region of Ingolstadt. In: The service industries journal 30 (10), S. 1737–1756.
- Pennekamp, Johannes (2010): Migranten integrieren Migranten. In: ZEIT Online, 03.09.2010.
- Perrini, Francesco (Hg.) (2006): The new social entrepreneurship. What awaits social entrepreneurial ventures? Cheltenham, UK, Northampton, MA: Edward Elgar.
- Pirson, Michael (2009): Social Entrepreneurship: a blueprint for humane organizations? In: Heiko Spitzneck (Hg.): Humanism in business. Cambridge: Cambridge University Press, S. 248–259.
- Pöllath, Reinhard (2007): Rechtsformfrage. In: Ann-Kristin Achleitner, R. Pöllath und E. Stahl (Hg.): Finanzierung von Sozialunternehmern. Konzepte zur finanziellen Unterstützung von Social Entrepreneurs. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, S. 45–55.
- Pütz, Robert (2004): Transkulturalität als Praxis. Unternehmer türkischer Herkunft in Berlin. Bielefeld: Transcript.
- Reuber, Paul; Pfaffenbach, Carmella (2005): Methoden der empirischen Humangeographie. Beobachtung und Befragung. 1. Aufl. Braunschweig: Westermann.
- Rummel, Miriam (2011): Wer sind Social Entrepreneurs in Deutschland? Soziologischer Versuch einer Profilschärfung. 1. Aufl. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss.
- Rusinovic, Katja (2008): Moving between markets? Immigrant entrepreneurs in different markets. In: International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research 14 (6), S. 440–454.
- Schnell, Rainer; Hill, Paul Bernhard; Esser, Elke (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung. 8. Aufl. München [u.a.]: Oldenbourg.
- Schunck, Reinhard; Windzio, Michael (2009): Ökonomische Selbstständigkeit von Migranten in Deutschland: Effekte der sozialen Einbettung in Nachbarschaft und Haushalt. In: Zeitschrift für Soziologie, 38 (2), S. 113–130.

- Sepulveda, Leandro; Syrett, Stephen; Calvo, Sara (2010): Social enterprise and ethnic minorities. Working Paper 48. London: Third Sector Research Center. S. 1-22.
- Statistisches Bundesamt (2010): Bevölkerung und Erwerbstätigkeit. Bevölkerung mit Migrationshintergrund - Ergebnisse des Mikrozensus 2010. Hg. v. Statistisches Bundesamt. Wiesbaden. Online unter https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/Bevoelkerung/MigrationIntegraton/Migrationshintergrund2010220107004.pdf?__blob=publicationFile (25.09.2012).
- Stevenson, Howard H. (1999): New business ventures and the entrepreneur. 5. Aufl. Boston: Irwin/McGraw-Hill.
- Tolciu, Andreia (2011): Migrant entrepreneurs and social capital: a revised perspective. In: International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research 17 (4), S. 409-427.
- Tolciu, Andreia; Schaland, Ann-Julia (2008): Selbstständige Migranten in Deutschland. In: Wirtschaftsdienst 88 (8), S. 536-542.
- Tönnemann, Jens (2011): Innovation statt Imbissbude. In: Wirtschaftswoche, 12.12.2011.
- Ullrich, Carsten G. (2005): Soziologie des Wohlfahrtsstaates. Eine Einführung. Frankfurt am Main: Campus.
- Volery, Thierry (2007): Ethnic entrepreneurship: a theoretical framework. In: Leo Paul Dana (Hg.): Handbook of research on ethnic minority entrepreneurship. A co-evolutionary view on resource management. Cheltenham, UK, Northampton, MA: Edward Elgar, S. 30-41.
- Vollmann, Michael (2008): Social Entrepreneurship in Deutschland. Gründungsbezogene Rahmenbedingungen der deutschen Sozialwirtschaft und ihre Auswirkungen auf die Gründungsaktivität von Social Entrepreneurs. Diplomarbeit. Universität Passau, Passau.
- Vurro, Clodia (2006): Exploiting the view: venture philanthropy models across practice. In: Francesco Perrini (Hg.): The new social entrepreneurship. What awaits social entrepreneurial ventures? Cheltenham, UK, Northampton, MA: Edward Elgar, S. 81-104.
- Waldinger, Roger David; Aldrich, Howard; Ward, Robin (1990): Ethnic entrepreneurs. Immigrant business in industrial societies. Newbury Park, Calif: Sage Publications.
- Wang, Catherine L.; Altinay, Levent (2010): Social embeddedness, entrepreneurial orientation and firm growth in ethnic minority small businesses in the UK. In: International Small Business Journal 30 (1), S. 3-23.
- Weischer, Christoph (2007): Sozialforschung. Konstanz: UVK Verl.-Ges.
- Wiebe, Dietrich (1984): Zur sozioökonomischen Bedeutung der türkischen Gewerbetreibenden in der Bundesrepublik Deutschland. In: Brandt, Hans-Jürgen und Haase, Claus-Peter (Hg.): Begegnungen mit Türken. Begegnungen mit dem Islam. Hamburg (IV/84), S. 319-326.
- Williamson, Oliver E. (1981): The Economics of Organization: The Transaction Cost Approach. In: American Journal of Sociology 87 (3), S. 548-577. Online verfügbar unter http://sd-5.archive-host.com/membres/up/3262206863616248/Williamson_1981.pdf. (24.09.2012).
- Yin, Robert K. (2003): Case study research. Design and methods. 3. Aufl. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.
- Yin, Robert K. (2009): Case study research. Design and methods. 4. Aufl. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.

Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt

- Band 1: Kaiser, M. (1990): Probleme des Alpentransitverkehrs (= Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Bd. 1), Eichstätt: KU.
- Band 2: Steinbach, J. und M. Kaiser (1992): Fremdenverkehrskonzept für die Gemeinde Solnhofen (= Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Bd. 2), Eichstätt: KU.
- Band 3: Steinbach, J. und K. Schlüter (1994): Grundlagen für die Planung des tourismusbezogenen Kultur-, Unterhaltungs- und Gastronomiebereiches in der Stadt Füssen (= Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Bd. 3), Eichstätt: KU.
- Band 4: Hölz, M. (1994): Internationale Migration (= Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Bd. 4), Eichstätt: KU.
- Band 5: Steinbach, J. und K. Schlüter (1995): Grundlagen eines Planungskonzeptes für den Städtetourismus in Regensburg (= Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Bd. 5), Eichstätt: KU.
- Band 6: Klein, P. (1995): Die „Jungen Alten“ als neue Zielgruppe im Fremdenverkehr (= Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Bd. 6), Eichstätt: KU.
- Band 7: Steinbach, J. (1995): Natur als Angebotsselement des österreichischen Fremdenverkehrs (= Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Bd. 7), Eichstätt: KU.
- Band 8: Steinbach, J. und S. Hilger (1997): Grundlagen eines Planungskonzeptes für den Kur- und Wellness tourismus in der Gemeinde Längenfeld/Ötztal, Tirol (= Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Bd. 8), Eichstätt: KU.
- Band 9: Steinbach, J. und S. Hilger (1999): Die „VIA RAETICA“ – Grundlagen für die Planung eines Teilschnittes einer touristischen Route (= Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Bd. 9), Eichstätt: KU.
- Band 10: Steinbach, J. (1999): Nachhaltige Mobilität als Ziel der Europäischen Verkehrspolitik: Wunschenken oder konkretes Planungsziel? (= Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Bd. 10), Eichstätt: KU.
- Band 11: Steinbach, J. und A. Holzhauser (2000): Grundlagen für ein Ausbau- und Marketingkonzept der Altmühltherme (= Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Bd. 11), Eichstätt: KU.
- Band 12: Steinbach, J. und A. Holzhauser (2002): Entwicklungskonzept für den Naturpark Altmühltal unter besonderer Berücksichtigung der Ansprüche von Kurzurlaubern und Tagesausflugsgästen (= Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Bd. 12), Eichstätt: KU.

- Band 13: Steinbach, J. und A. Mösgen (2004): Touristisches Potential im Landkreis Günzburg (= Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Bd. 13), Eichstätt: KU.
- Band 14: Steinbach et al. (2006): Verhaltensmuster und Zufriedenheitsstrukturen im Wintertourismus. Planungsgrundlagen und Planungskonzepte für das Allgäu und die benachbarten österreichischen Alpentäler (= Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Bd. 14), Eichstätt: KU.
- Band 15: Zademach, H.-M. (2010): Money, Technological Diversification and Local Development: Exemplifying the Role of Financial Capital in Munich's Jacobian Cluster context (= Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Bd. 15), Eichstätt: KU (27 S.).
- Band 16: Zademach, H.-M. (Hrsg.) (2010): Transformation in Osteuropa – von Königsberg nach Prag. Bericht zur Großen Exkursion vom 16. bis 28. August 2010 (= Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Bd. 16), Eichstätt: KU (55 S.).
- Band 17: Baumeister, C.; Neumair, S.-M. und H.-M. Zademach (2011): Zankapfel Exportsubventionierung: Das Beispiel des Markts für Milcherzeugnisse im Licht des globalen Südens (= Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Bd. 17), Eichstätt: KU (25 S.).
- Band 18: Zademach, H.-M. und R. Musil (2011): Global Integration along Historic Pathways: Vienna and Munich in the Changing Financial Geography of Europe (= Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Bd. 18), Eichstätt: KU (28 S.).
- Band 19: Zademach, H.-M. und P. Rodrian (Hrsg.) (2012): Pro-Poor-Growth in Uganda und Ruanda. Bericht zur Großen Exkursion vom 28. September bis 13. Oktober 2011 (= Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Bd. 19), Eichstätt: KU (70 S.).
- Band 20: Höhne, A. (2012): Migrantisches Sozialunternehmertum. Konzeptionelle Überlegungen und empirische Befunde aus Deutschland (= Materialien und Diskussionsgrundlagen des Faches Wirtschaftsgeographie, Bd. 20), Eichstätt: KU (45 S.).

Kosten: 3,– € bis Band 10; 4,50 € ab Band 11 (Farbdruck 8,50 €)
Band 15 bis 20 auch als kostenfreier Download erhältlich.

Bezug: Professur für Wirtschaftsgeographie der KU Eichstätt-Ingolstadt,
Ostenstr. 18, 80572 Eichstätt; Tel.: 08421 / 93-1378, Fax 08421 / 93-1787,
E-Mail: wirtschaftsgeographie@ku.de oder über den Buchhandel.
Eine aktuelle Liste der bereits erschienenen Bände ist unter <http://www.ku.de/mgf/geographie/wirtschaftsgeographie/publikationen-wirtschaftsgeographie/> erhältlich.

Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt
Professur für Wirtschaftsgeographie
November 2012