

Shadia Husseini de Araújo, Florian Weber

**„Migrantenökonomien“ zwischen Wirtschaftsförderung und
Diskriminierung –
eine empirische Fallstudie am Beispiel der Stadt Nürnberg**

URN: urn:nbn:de:0156-0754205



CC-Lizenz: BY-ND 3.0 Deutschland

S. 365 bis 380

Aus:

Paul Gans (Hrsg.)

Räumliche Auswirkungen der internationalen Migration

Forschungsberichte der ARL 3

Hannover 2014

Shadia Husseini de Araújo, Florian Weber

„Migrantenökonomien“ zwischen Wirtschaftsförderung und Diskriminierung – eine empirische Fallstudie am Beispiel der Stadt Nürnberg

Gliederung

- 1 Einleitung: Wirtschaftsförderung von „Migrantenökonomien“ in Nürnberg
- 2 Zur Konzeptionalisierung von „Migrantenökonomien“: eine konstruktivistische Herangehensweise
- 3 Zur Operationalisierung: leitfadengestützte Interviews mit Vertreter(inne)n stadtpolitischer Institutionen und Selbstständigen mit „Migrationshintergrund“ in Nürnberg
- 4 Empirische Ergebnisse: diskursive Logiken, Grenzziehungen und Subjektivierungsprozesse im Für und Wider einer Förderung von „Migrantenökonomien“
 - 4.1 Der Potenzialansatz und das Prinzip „Regieren durch *community*“ als zentrale Logiken in der städtischen Förderung von „Migrantenökonomien“
 - 4.2 „Migrantenökonomie“ und „ethnisch bezogene Unternehmerverbände“ (IS-IP2) als diskursiv hergestellte, akzeptierte und angenommene Subjektpositionen
 - 4.3 „Differenzierung als Diskriminierung“ und „Differenzierung als irrelevant“: widerständige Logiken gegen eine Förderung von „Migrantenökonomien“
- 5 Fazit: Erfolgreiche Wirtschaftsförderung oder Diskriminierung?

Literatur

Kurzfassung

Die Förderung der sogenannten „Migrantenökonomie“ oder „ethnischen Ökonomie“ hat sich im Zuge der Integrationsdebatten der vergangenen Jahre zu einem stadtpolitischen Interventionsfeld entwickelt. Kommunale Leitbilder und Integrationskonzepte bauen dabei auf dem Potenzialansatz auf, der in der Stärkung von „Migrantenökonomien“ sowohl Integrationsförderung als auch Chancen für die städtische Wirtschaftsentwicklung sieht. Vor diesem Hintergrund beleuchtet der vorliegende Beitrag am Beispiel der Stadt Nürnberg, welche Strategien unterschiedliche stadtpolitische Institutionen, wie z. B. Behörden, Ämter, Kammern und Verbände, bei der Förderung von Selbstständigen mit „Migrationshintergrund“ verfolgen und wie diese auf die Förderungsmaßnahmen reagieren. Es zeigt sich, dass neben einer „gut gemeinten“ Wirtschaftsförderung die Gefahr einer Stigmatisierung besteht. Diese müssen reflektiert werden, um so Förderung nicht ins Negative zu verkehren.

Schlüsselwörter

Migrantenökonomie – Stadtpolitik – Diskurstheorie – Foucault – Wirtschaftsförderung

“Migrant economies” between economic promotion and discrimination – an empirical case study of the municipality of Nuremberg

Along with the debate on “integration” in recent years, the promotion of so-called “immigrant business” or “ethnic business” has become a field of municipal politics. Local policies build upon the assumption that promoting “immigrant business” leads to both a better integration of migrants and opportunities for urban economic development. Against this background, this paper analyses, on the one hand, the promotion strategies of the municipality of Nuremberg and other local institutions. On the other hand, it asks how immigrant entrepreneurs react to these strategies and the associated programmes. The results of the analysis show the extent to which “well-intentioned” economic promotion bears the risk of stigmatisation.

Keywords

Ethnic business – urban policies – discourse theory – Foucault – business development

1 Einleitung: Wirtschaftsförderung von „Migrantenökonomien“ in Nürnberg

Migrant(inn)en werden vor dem Hintergrund eines zunehmenden Städtewettbewerbs und getragen von der Debatte um das ökonomische Potenzial von „Vielfalt“ und „Kreativität“ in zunehmendem Maße als Chance für die Wirtschaftsentwicklung verstanden (u. a. Florida 2002). Dementsprechend findet sich dieser Potenzialansatz immer häufiger in kommunalen Leitbildern und Integrationskonzepten wieder (Beiträge Gestring zu „Ambivalenzen“; Fassmann/Kohlbacher in diesem Band). Verwunderlich ist in diesem Zusammenhang nicht, dass die sogenannten „ethnischen Ökonomien“ oder „Migrantenökonomien“ in besonderem Maße in das Blickfeld der Politik rücken.¹ So betont beispielsweise der Wirtschaftsreferent der Stadt Nürnberg Roland Fleck in einem Zeitungsinterview: „Die ethnischen Ökonomien sind in den Städten ein ganz wichtiger Wirtschaftsfaktor geworden“.²

Die Stadt Nürnberg steht beispielhaft für diese Entwicklung. Spätestens seit dem Amtsantritt des Oberbürgermeisters Ulrich Maly im Jahr 2002 wird das Thema „Integration“ in Nürnberg stark befördert und auf das Potenzial von Migrant(inn)en gesetzt (Husseini de Araújo/Weber/Bendel et al. 2010: 7 f.). Der erste Teil eines neuen Integrationsprogramms für die Stadt wurde im Jahr 2004 von der verwaltungsinternen Koordinierungsgruppe „Integration“ fertiggestellt, in dem die Leitziele der Nürnberger Integrationspolitik definiert werden. Darauf aufbauend wurden in den folgenden Jahren zahlreiche Programmkapitel ausgearbeitet, die Handlungsfelder skizzieren und Maßnahmenkataloge vorschlagen – so zum Beispiel auch das Kapitel „Ethnische Ökonomien“. Darin heißt es: „Aus der selbstständigen und wirtschaftlichen Tätigkeit von Personen mit Migrationshintergrund erwach-

¹ Die Begriffe „ethnische Ökonomie“ und „Migrantenökonomie“ werden von der Stadt Nürnberg genutzt. In der wissenschaftlichen Literatur haben sich darüber hinaus seit ersten Untersuchungen in Deutschland Mitte der 1980er Jahre auch die Begriffe *Immigrant Business* oder *Ethnic Business* etabliert, um die „Selbständigkeit von Migranten“ zu beleuchten (Pütz 2004: 13).

² Mitteilung der Nürnberger Zeitung vom 18.06.2009.

sen Impulse für die Wirtschaftskraft und die Beschäftigung in der Region und es wird der ohnehin hohen Ausländerarbeitslosigkeit entgegengewirkt. Zudem leisten ethnische Ökonomien einen Beitrag zur Integration von Menschen mit Migrationshintergrund in die aufnehmende Gesellschaft und besitzen auf lokaler Ebene das Potenzial zu einer Stabilisierung von Stadtteilen und Stadtquartieren“ (Stadt Nürnberg 2011a: 5).

Die in diesem Zitat aufgeführten Hauptargumente für eine Förderung von „Migrantenökonomien“, also Impulse für die Wirtschaftskraft sowie ein Beitrag zur „Integration“ und zur Stabilisierung von Stadtteilen, werden durch statistische Daten untermauert. In Anlehnung an eine Studie des Deutschen Instituts für Urbanistik (Schuleri-Hartje/Floeting/Reimann 2005) versteht die Stadt Nürnberg „ethnische Ökonomien“ oder „Migrantenökonomien“ (Stadt Nürnberg 2011a: 1) als „[...] selbständige Erwerbstätigkeit von Personen mit Migrationshintergrund in Deutschland und abhängige Beschäftigung in von Personen mit Migrationshintergrund geführten Betrieben, die in einem spezifischen Migrantenmilieu verwurzelt sind“ (Schuleri-Hartje/Floeting/Reimann 2005: 6). Auf der Grundlage dieser Definition geht die Stadt von ungefähr 3.000 Unternehmen aus, die von Selbstständigen mit „Migrationshintergrund“ geführt werden (Stadt Nürnberg 2011a: 2). Wie wenig verlässlich solche Zahlen jedoch sind, zeigt bereits die enorme Diskrepanz zu einer Erhebung des Ordnungsamtes in Nürnberg, das von fast 8.000 Gewerbeanmeldungen von Selbstständigen mit „Migrationshintergrund“ in Nürnberg spricht (ausgeführt in Stadt Nürnberg 2011a: 2). Elrick (2007) wiederum gelangt nach Erhebungen der Industrie- und Handelskammer zu knapp 5.000 Betrieben. Gründe für diese Unterschiede liegen unter anderem in unterschiedlichen Definitionsweisen von „Migrationshintergrund“. Darüber hinaus kommt es häufig vor, dass Gewerbeanmeldungen, die bei Geschäftsaufgabe nicht wieder abgemeldet wurden, in Erhebungen mitgezählt werden. Besonders bei „Migrantenökonomien“ zeigen sich überdurchschnittlich hohe Fluktuationsraten, womit deutlich mehr Geschäfte erfasst werden als aktuell bestehen (dazu bspw. Pütz 2003).

Auch wenn die Datenlage eher diffus als handfest zu sein scheint, stützt diese den Handlungsbedarf, den die Stadt Nürnberg im Zusammenhang mit „Migrantenökonomien“ sieht. So definiert sie in ihren kommunalen Programmen Ziele und Handlungsfelder, um „Migrantenökonomien“ zu fördern (Stadt Nürnberg 2011a: 5). Unabhängig von Betriebsgröße oder Marktsegment gehören zu ihrem Maßnahmenkatalog vor allem spezifische Beratungsangebote zur Existenzgründung, Erläuterungen zu rechtlichen und institutionellen Besonderheiten in Deutschland, Wachstumsförderung, Projekte zur Weiterqualifizierung (Aus- und Weiterbildung), Sprachtraining sowie Beschäftigungsförderung (Stadt Nürnberg 2011a: 5 ff.). Wichtige Grundlagen für die Ermittlung des Unterstützungsbedarfs ausländischer Unternehmer(innen), für die Definition von Handlungsempfehlungen und die Entwicklung von spezifischen Fördermaßnahmen bilden mehrere empirische Erhebungen in Nürnberg, die unter anderem durch das Deutsche Institut für Urbanistik im Auftrag der Schader-Stiftung, das Sozialwissenschaftliche Institut der Friedrich-Alexander-Universität (FAU) Erlangen-Nürnberg sowie durch das Amt für Wirtschaft durchgeführt wurden (Schuleri-Hartje/Floeting/Reimann 2005: 73 ff.; Stadt Nürnberg 2011a: 3 f.).

Während diese hier aufgeführten anwendungsnahen Untersuchungen „Migrantenökonomien“ als Gegenstand der kommunalen Wirtschaftsförderung fassen und damit als spezifischen, „ethnisch“ definierten Bereich der Ökonomie (re)produzieren, hinterfragen einige Arbeiten der sozialgeographischen und soziologischen Migrationsforschung eine solche Differenzierung zwischen „Migrantenökonomie(n)“ und der „normalen“, „deutschen“ Ökonomie. Sie weisen darauf hin, dass diese Differenzierung immer Gefahr läuft, Unterschiede als wesentliche, essenzielle Unterschiede beispielsweise zwischen „den Deutschen“ und „den Türken“ zu fassen (Pütz 2003) und damit eine Grenzziehung zwischen

„deutsch“ und „nicht-deutsch“ zu „zementieren“. Das Konzept „Migrantenökonomie(n)“ sei daher nicht immer förderlich für Unternehmen, sondern könne sich auch stigmatisierend und diskriminierend auswirken (Boeckler 1999; Pütz 2004; Rath/Kloosterman 2000).

Bislang liegen kaum Arbeiten vor, die in diesem hier skizzierten Spannungsfeld zwischen Wirtschaftsförderung und wissenschaftlicher Kritik ansetzen.³ Daher möchten wir an dieser Forschungslücke mit der vorliegenden Fallstudie anknüpfen und zeigen, inwieweit sich das Spannungsfeld sowohl in den Argumentationsmustern stadtpolitischer Institutionen als auch in den Reaktionen auf die Wirtschaftsförderung durch Nürnberger Unternehmer(innen) mit „Migrationshintergrund“ wiederfindet. Umgesetzt wird die Untersuchung durch eine konstruktivistische Herangehensweise, die es ermöglicht, die jeweiligen diskursiven Argumentationslogiken und die damit einhergehende (Re-)Produktion „kultureller Differenzen“ offenzulegen (zum Thema „kulturelle Differenzierungen“ siehe auch Weber/Glasze in diesem Band). Dieser Ansatz soll im Folgenden genauer dargelegt werden, um darauf aufbauend die Fragestellung konkretisieren und operationalisieren zu können. Im Anschluss werden die Ergebnisse der Untersuchung zusammenfassend präsentiert.

2 Zur Konzeptionalisierung von „Migrantenökonomien“: eine konstruktivistische Herangehensweise

Diesem Beitrag liegt eine konstruktivistische Perspektive zugrunde, die davon ausgeht, dass soziale Wirklichkeit diskursiv hergestellt ist. Die Annahme einer objektiv erfahrbaren Wirklichkeit wird abgelehnt. Diskurse können in Anlehnung an den französischen Philosophen Michel Foucault (1973 [frz. Original 1969]) als Muster überindividuellen Sprechens, Denkens und Handelns verstanden werden, die nach spezifischen Logiken geregelt sind und dadurch soziale Wirklichkeit konstituieren. Vor einem poststrukturalistischen Hintergrund werden Diskurse und ihre Regelmäßigkeiten nicht als homogenes, abgeschlossenes System begriffen, sondern als heterogen und veränderbar. Somit besitzen sie eine Geschichte und bringen multiple soziale Wirklichkeiten hervor, denen immer auch Widerstände und alternative Deutungsweisen inhärent sind (Foucault 2007 [frz. Original 1971]; zusammenfassend Glasze/Mattisek 2009).

Entsprechend diesem Ansatz werden Identitäten diskursiv, entlang bestimmter, Gesellschaft strukturierender Kategorien gebildet, wie beispielsweise Ethnizität, Kultur, Nationalität, Klasse oder Geschlecht. Die Macht dieser Kategorien zeigt sich darin, dass sie Identitäten (vermeintlich) fest verortet haben und als fest gegeben erscheinen lassen (Fuchs 2007: 17; Hall 1994: 180 f.). Doch diese Kategorien bestanden nicht schon immer und werden heute, im Zeitalter von Globalisierung und internationaler Migrationsbewegungen, in immer stärkerem Maße herausgefordert (Hall 1994: 180 f., 200). Das „Subjekt“ besitzt in diesem Sinne keine eindeutige Identität (mehr), sondern ist zusammengesetzt aus „sich manchmal widersprechenden oder ungelösten Identitäten“ (Hall 1994: 182), damit also aus verschiedenen Subjektpositionen, die im Diskurs zur Verfügung gestellt werden (Foucault 1973 [frz. Original 1969]).

Vor diesem Hintergrund sind Begrifflichkeiten wie „Migrantenökonomien“ oder „ethnische Ökonomien“ kritisch zu bewerten, da sie vermeintlich „natürliche“ Grenzziehungen implizieren. So wie der erste Begriff die Differenz zwischen „Migrant“ und Nicht-„Migrant“ zementiert, setzt der zweite eine scheinbar naturgegebene „ethnische“ oder „kulturelle“

³ Für eine ausführliche Skizze des Forschungsstands zum Themenbereich „Migrantenökonomie“ bspw. Everts 2009: 282 ff.; Hillmann/Sommer 2011: 34 ff.; Pütz 2003: 262 ff.

Verschiedenheit von Unternehmer(inne)n voraus. Gleichzeitig sind diese Begriffe politisch handlungsrelevant, sodass beispielsweise städtische Institutionen die Notwendigkeit der Unterstützung von „Migrantenökonomien“ feststellen und diese fördern können. Dabei werden die Begriffe vielfach unkritisch gebraucht und die Grenzziehungen, die sie schaffen, weiter verfestigt. Da dieser Beitrag die kommunale Förderung von „Migrantenökonomien“ thematisiert, kommen auch wir nicht umhin, diesen oder ähnlich problematische Begriffe wie „Migrationshintergrund“ zu verwenden. Denn auch eine kritische Perspektive „schafft [...] die Begriffe nicht ab wie im Vorgang der ‚Aufhebung‘, sie belässt sie als die einzigen begrifflichen Instrumente und Werkzeuge, mit denen die Gegenwart reflektiert werden kann“ (Hall 2002: 239). Um jedoch zu kennzeichnen, dass hier der Konstruktionscharakter dieser Begriffe sowie ihre Macht und ihre Gefahr mitgedacht werden soll, setzen wir sie in Anführungszeichen.

Auf dieser konzeptionellen Herangehensweise aufbauend lässt sich die in der Einleitung formulierte Zielsetzung dieses Beitrags in mehreren Leitfragen konkretisieren: Durch welche Logiken werden Integrations- und Wettbewerbsdiskurs auf der Ebene stadtpolitischer Institutionen in Nürnberg zur Förderung von „Migrantenökonomien“ (re-)produziert? Auf welche Weisen werden dabei „ethnische“, „kulturelle“ oder „nationale“ Differenzen (re-)produziert und welche Subjektivierungsprozesse gehen damit einher? Inwieweit werden die (neu) geschaffenen Subjektpositionen von Selbstständigen mit „Migrationshintergrund“ angenommen? Welche Widerstände und Widersprüchlichkeiten lassen sich ausmachen?

3 Zur Operationalisierung: leitfadengestützte Interviews mit Vertreter(inne)n stadtpolitischer Institutionen und Selbstständigen mit „Migrationshintergrund“ in Nürnberg

Operationalisiert werden die formulierten Fragestellungen durch eine qualitativ ausgerichtete Analyse, die im Rahmen unseres Projektseminars zum Thema „Kulturelle Differenz und Stadtpolitiken“ am Institut für Geographie der FAU Erlangen-Nürnberg im Sommer 2011 umgesetzt wurde. Sie basiert im Wesentlichen auf leitfadengestützten Interviews,⁴ wobei auch Dokumente stadtpolitischer Institutionen für die Untersuchung ergänzend herangezogen wurden. In einem ersten Schritt wurden neun Vertreter(innen) von Behörden, Ämtern und Institutionen auf stadtpolitischer Ebene befragt, darunter das Amt für Wirtschaft, die Bundesagentur für Arbeit, die Agentur für Arbeit in Nürnberg, die Industrie- und Handelskammer sowie die Handwerkskammer. Zudem wurden Mitarbeiter(innen) des Beruflichen Qualifizierungsnetzwerks Nürnberg-Fürth-Erlangen und des Ausbildungsrings ausländischer Unternehmer interviewt, um Einblicke in aktuelle Fördermaßnahmen zu erhalten. Da in Nürnberg vier Unternehmerverbände bestehen, die jeweils auf eine bestimmte „Migrantengruppe“ Bezug nehmen, wurden auch diese mit jeweils einem Interview in die Analyse einbezogen (Tab. 1). Auf diese Weise wurde versucht, alle relevanten Institutionen auf stadtpolitischer Ebene in Nürnberg zu berücksichtigen, die zurzeit mit der Thematik befasst sind oder potenziell damit zu tun haben könnten.

In einem zweiten Schritt wurden 24 Interviews mit Selbstständigen mit „Migrationshintergrund“ und vereinzelt auch mit Angestellten mit „Migrationshintergrund“ geführt. Um die Vielfalt und Heterogenität von Unternehmen sowie ihre unterschiedlichen Positionie-

⁴ Wir danken ganz herzlich den Studierenden unseres Projektseminars für die Durchführung der Interviews: Andra Bacs-Raupenstrauch, Sarah Benes, Gisa Bodenstein, Melanie Büchele, Paulina Conrad, Lilli Dockter, Elisabeth Hamperl, Sabrina Hild, Christin Hoppe, Monika Hufnagel, Jan Libera, Gustav Lieberknecht, Yvonne Neidenbach, Markus Ott, Steffen Ruile, Katrin Schatz, Martin Schedel, Michael Schönberger, Janina Stein, Diana Thrum und Alexander Uebel.

rungen zu erfassen, erfolgte die Auswahl entlang unterschiedlicher Branchen, Betriebsgrößen und Migrationsgeschichten der Unternehmer(innen). Neben Betrieben, die Mitglied in Unternehmerverbänden mit bestimmtem „Migrationsfokus“ sind, wurden auch Betriebe ohne eine solche Mitgliedschaft befragt. Berücksichtigt wurden dabei sowohl ökonomisch eher benachteiligte als auch ökonomisch erfolgreiche Betriebe. Grundlage der Auswahl war die Gewerbedatei der Industrie- und Handelskammer sowie Empfehlungen von Unternehmerverbänden und der bereits befragten Betriebe. Darüber hinaus erfolgten spontane Befragungen von Unternehmen in unterschiedlichen Stadtvierteln von Nürnberg (Tab. 1). Die Interviews umfassten jeweils zwischen 15 Minuten und zwei Stunden, je nach Zeit, die den Interviewpartner(inne)n zur Verfügung stand. Nach anschließender Transkription wurden die Interviews entsprechend der Leitfragestellungen ausgewertet.

Tab. 1: Übersicht über die geführten Interviews

Institutionen auf stadtpolitischer Ebene (8)	Unternehmerverbände (4)	Unternehmen (24)
Amt für Kultur und Freizeit Amt für Wirtschaft Bundesagentur für Arbeit Agentur für Arbeit Nürnberg Handwerkskammer Industrie- und Handelskammer Ausbildungsring Ausländischer Unternehmer e.V. Berufliches Qualifizierungsnetzwerk Nürnberg-Fürth-Erlangen	Deutsch-Türkischer Unternehmerverein in Mittelfranken e.V. (TIAD) Verband russischsprachiger Unternehmer in Bayern e.V. Verein zur Förderung griechischer Unternehmen der Metropolregion Nürnberg e.V. (VGU) Polnische Unternehmer in Nürnberg e.V.	u. a. aus den Bereichen: Gastronomie (u. a. Imbissstuben, Restaurants) Einzelhandel (u. a. Lebensmittelgeschäfte, Apotheke, Bäckerei) höherwertige Dienstleistungen (u. a. Anwaltskanzlei, Finanz- und Versicherungsmakler)

Quelle: eigene Erhebung

4 Empirische Ergebnisse: diskursive Logiken, Grenzziehungen und Subjektivierungsprozesse im Für und Wider einer Förderung von „Migrantenökonomien“

Entlang der Fragestellung dieses Beitrags wird im ersten Schritt der folgenden Ergebnisdarstellung nachgezeichnet, welche Logiken sich hinter der städtischen Förderung von „Migrantenökonomien“ verbergen, wie diese in den Interviews mit Vertreter(inne)n der städtischen Ämter (re-)produziert und welche gesellschaftlichen Differenzierungen dabei gemacht werden. Darauf aufbauend wird im zweiten Schritt beleuchtet, inwieweit diese Logiken und Grenzziehungen von den Unternehmerverbänden mit spezifischem

„Migrationsfokus“ sowie von den befragten Selbstständigen mit „Migrationshintergrund“ angenommen und (re-)produziert werden. Der dritte Schritt zeigt die widerständigen Positionen und deren Argumentationslogiken auf, die sich gegen eine Förderung von „Migrantenökonomien“ aussprechen. Ziel ist, auf diese Weise das daraus resultierende diskursive Spannungsfeld zwischen Förderung von „Migrantenökonomien“ und der Kritik an einer solchen Unterstützung auszuleuchten.

4.1 Der Potenzialansatz und das Prinzip „Regieren durch *community*“ als zentrale Logiken in der städtischen Förderung von „Migrantenökonomien“

Wie in der Einleitung dieses Beitrags bereits dargelegt, wird das Thema „Migrantenökonomie“ in Nürnberg insbesondere im Zusammenhang mit der Nürnberger Integrationspolitik relevant. „Integration“, so eine Interviewpartnerin vom Amt für Kultur und Freizeit (IS-IP⁵), würde in Nürnberg schon seit Langem als Chefsache verstanden und als Querschnittsthema aller städtischen Ämter behandelt (Beiträge Gestring zu „Ambivalenzen“; Kocks in diesem Band). Dabei obliegt dem Amt für Kultur und Freizeit die Geschäftsführung für die Koordinierungsgruppe „Integration“. In dieser Koordinierungsgruppe sind alle Ressorts der Stadt Nürnberg vertreten, um gemeinsame Integrationsstrategien auszuarbeiten, Zuständigkeiten zu definieren und Ziele und Maßnahmen wiederum mit den entsprechenden Ämtern rückzukoppeln. Das Thema „Migrantenökonomien“ wird in erster Linie vom Amt für Wirtschaft bearbeitet. Auf dessen Website heißt es einleitend: „Die Stadt Nürnberg fördert Unternehmen von Bürgern mit Migrationshintergrund durch ein besonderes Angebot und wir vom Amt für Wirtschaft können daher viel für Sie tun. Wir bieten Ihnen eine persönliche Beratung und alle Informationen, die Sie brauchen. Für die Sprachen Griechisch, Italienisch, Russisch und Türkisch arbeiten wir mit Übersetzern zusammen, die auf Wunsch auch an den Beratungsgesprächen teilnehmen“ (Stadt Nürnberg 2011b).

Die Begründung für dieses Dienstleistungsangebot wird im Interview mit einem Mitarbeiter des Amtes für Wirtschaft noch einmal deutlich herausgestellt. Ausgangspunkt sei der hohe Bevölkerungsanteil mit „Migrationshintergrund“ in Nürnberg, der einerseits „ein hohes Potenzial“ darstelle, andererseits aber wegen eines bestehenden „Integrationsbedarf[s]“ auch eine Herausforderung sei (IS-IP2): „Es gibt [...] zwei gleichwertige Argumente: zum einen, dass man sagt: wir wollen die Wirtschaft fördern, es gibt ein Potenzial bei den Migranten sowohl als Konsumenten, als Arbeitnehmer, aber auch als Unternehmer. Gleichzeitig haben [viele] Migranten [...] oft auch Informationsdefizite und Berührungängste mit den öffentlichen Institutionen, gerade mit Ämtern. Und da gilt es, Schwellen zu überwinden, das Informationsdefizit abzubauen und Informationslücken zu schließen“. Vor diesem Hintergrund werden spezifische Hilfestellungen geleistet, wie Existenzgründungsberatung, Unterstützung bei Standortfragen, Hilfe bei Problemen mit anderen Behörden oder auch Hilfe bei baurechtlichen Problemen oder Umweltauflagen. Die Notwendigkeit einer spezifischen Förderung wird vor allem durch Berührungängste und Informationsdefizite begründet, die bei Selbstständigen mit „Migrationshintergrund“ oft höher seien als bei anderen. Es „hat sich herausgestellt, dass es Berührungängste gibt, aber wenn man stärker auf die Betriebe zugeht, kann man eigentlich schnell [...] Vertrauen gewinnen“ (IS-IP2). Die Logik, welche sich hinter dieser Argumentation verbirgt, wird ersichtlich: Werden die Potenziale von „Migrantenökonomien“ befördert und Defizite reduziert, wird die wirtschaftliche Entwicklung vorangetrieben.

⁵ Zur Kennzeichnung der anonymisierten Interviewpassagen wird nach folgendem Schema vorgegangen: IS-IP steht für die Interviewpartner(innen) auf institutioneller Seite, UV-IP für die der Unternehmerverbände und U-IP für die befragten Unternehmer(innen).

Um das Potenzial von Unternehmen zu entfalten, setzt das Amt für Wirtschaft auf Unternehmerverbände mit spezifischem Migrationsfokus: „Was auch sehr positiv war, war die Gründung dieser ethnisch bezogenen Unternehmerverbände. Auch das ist Teil unserer Arbeit. Wir wollen die Netzwerkbildung fördern und auch da haben sich viele Kontakte ergeben [...]. [D]as spricht sich positiv herum“ (IS-IP2). Das Amt für Wirtschaft geht von einem Multiplikatoreffekt aus, den solche Unternehmerverbände hätten, da sie relevante Informationen weitertragen und Hilfe zur Selbsthilfe bieten könnten. Vor diesem Hintergrund unterstützte das Amt die Gründung eines Verbands russischsprachiger Unternehmer, eines Vereins zur Förderung griechischer Unternehmen und eines Vereins polnischer Unternehmer, da es sich hierbei um die größten „Migrantengruppen“ in Nürnberg handele. Es habe sich dabei am Deutsch-Türkischen Unternehmerverein orientiert, der bereits seit 1992 besteht und aus Eigeninitiativen heraus gegründet wurde. Die Neugründungen der anderen Unternehmerverbände seien auch finanziell unterstützt worden, beispielsweise durch die Übernahme von Notarkosten und die Finanzierung der Einrichtung von jeweils eigenen Websites. Auf diese Weise sollten vorher schwer zu fassende Unternehmen in Nürnberg einfacher ansprechbar werden, beispielsweise im Rahmen „gemeinsame[r] Veranstaltungen“ (IS-IP2). Vom Amt für Wirtschaft wurden darüber hinaus auch Anstrengungen unternommen, einen Verband italienischer Unternehmer zu gründen: „Das haben wir auch versucht, [...] aber das hat eigentlich gar nicht so eingeschlagen. Sie haben gesagt, das brauchen wir eigentlich gar nicht. Das ist auf der einen Seite schon ein bisschen schade, [...] auf der anderen Seite, wenn die Kundschaft das selbst gar nicht als Bedürfnis sieht, lässt man es eben bleiben“ (IS-IP2).

Die Logik, die in diesem Interviewabschnitt nachgezeichnet werden kann, geht Hand in Hand mit dem Potenzialansatz und lässt sich mit dem Prinzip „Regieren durch *community*“ (dazu Rose 2000) greifen, denn die Nutzung der vor Ort vorhandenen Potenziale soll (auch) durch die Emanzipation und die Selbstführung von bestimmten sozialen Gruppen erfolgen. Diese Form der kommunalen Steuerung kann als Teil eines Regierungsdiskurses gefasst werden, der weniger auf einen sozialen Ausgleich durch den Staat abhebt als vielmehr an einer wettbewerbsorientierten Form der Selbstführung auf lokaler Ebene ansetzt (dazu allgemein Foucault 2000). Der Potenzialansatz führt zusammen mit dem Prinzip des Regierens durch *community* zu gesellschaftlichen Grenzziehungen zwischen „deutsch“ und nicht-„deutsch“ sowie zwischen „Migrationshintergrund“ und Nicht-„Migrationshintergrund“, die als selbstverständlich angenommen und dadurch festgeschrieben werden. Gleiches gilt für die Differenzierungen entlang von Nationalität und Sprache, die in besonderem Maße durch die Institutionalisierung von Unternehmerverbänden nach nationaler Herkunft verfestigt werden. Wie selbstverständlich und wie sinnvoll diese Kategorisierung zu sein scheint, wird auch noch einmal durch das Bedauern des Interviewpartners IS-IP2 darüber deutlich, dass die Selbstständigen mit italienischem „Migrationshintergrund“ nicht bereit gewesen seien, sich zu einem Unternehmerverband zusammenzuschließen. Die mit solchen Kategorisierungen einhergehenden Subjektivierungsprozesse schaffen nicht nur klare gesellschaftliche Grenzziehungen, sondern auch Sprecherpositionen, die – sofern diese angenommen werden – Subjekte herstellen und ihnen eine Stimme geben, beispielsweise als Vertreter des polnischen oder griechischen Unternehmerverbandes.

Der Potenzialansatz sowie die beschriebenen Differenzierungen zeigen sich auch im Gespräch mit dem 1999 gegründeten Ausbildungsring Ausländischer Unternehmer e. V., wenn auch auf etwas andere und weniger deutliche Weise. Der Ausbildungsring unterstützt die Einrichtung von Ausbildungsplätzen in Unternehmen von Selbstständigen mit „Migrationshintergrund“ und stellt dementsprechend eine spezifische Förderung bereit.

„[M]an hat [...] festgestellt“, so ein leitender Mitarbeiter, „[...] dass es Migrantenunternehmen gibt, aber sie bilden überhaupt nicht aus“ (IS-IP7). Aufgrund oft fehlender äquivalenter Qualifizierungen wie dem Ausbilderschein könnten ältere Selbstständige mit „Migrationshintergrund“ nicht als Ausbilder(innen) fungieren, sodass der Ausbildungsring eingerichtet worden sei, um als „Verbundausbilder“ zu agieren. Auszubildende in unterschiedlichen Unternehmen würden durch den Ausbildungsring betreut, unter denen wiederum auch viele Deutsche seien. Insbesondere dem Zugang wird eine große Rolle zugeschrieben, den Mitarbeiter(innen) des Ausbildungsringes durch ihren eigenen „Migrationshintergrund“ hätten. „[M]it jeder Sprache kriegen wir neue Unternehmer dazu. Ich spreche zum Beispiel auch türkisch und damit war der Zugang zur türkischen *community* gegeben. Dann kam die erste russische Kollegin und der Zugang zur russischen *community* war gegeben, weil man ja auch aus dieser *community* kommt, im Endeffekt“ (IS-IP7). Hinter dem Selbstverständnis des Ausbildungsringes Ausländischer Unternehmer e. V. wird das Ziel deutlich, das ungenutzte Potenzial von Selbstständigen mit „Migrationshintergrund“ als Ausbilder(innen) zu mobilisieren. Dabei wird auch hier eine Einteilung in *communities* vorgenommen, die entlang von Sprache und/oder Nationalität erfolgt.

4.2 „Migrantenökonomie“ und „ethnisch bezogene Unternehmerverbände“ (IS-IP2) als diskursiv hergestellte, akzeptierte und angenommene Subjektpositionen

Die erfolgreiche Etablierung von Unternehmerverbänden mit spezifischem „Migrationsfokus“, die durch das Amt für Wirtschaft der Stadt Nürnberg vorangetrieben wurde, steht für eine Akzeptanz und Annahme der diskursiv hergestellten Subjektpositionen „Migrantenökonomie“ und „ethnisch bezogene Unternehmerverbände“ (IS-IP2). Es ist daher nicht verwunderlich, dass die Interviews mit Vertreter(inne)n dieser Verbände genau die gesellschaftlichen Differenzierungen aufweisen, wie die Interviews mit Vertreter(inne)n der städtischen Ämter. Dabei werden die Differenzierungen ebenfalls argumentativ in die Logiken des Potenzialansatzes und des Regierens durch *community* eingebunden. So sei beispielsweise der Verein polnischer Unternehmer im Jahr 2010 mit dem primären Ziel der gegenseitigen Hilfestellung gegründet worden (UV-IP4). Die Unterstützung konzentrierte sich zum einen auf Bürokratie und Behördengänge, zum anderen auf Öffentlichkeitsarbeit. Ein Vorstandsmitglied des Vereins erklärte in diesem Zusammenhang: „Wir werben jedes Mal für uns selbst. Jedes Mitglied hat bei uns auf der Webseite eine eigene Seite bekommen. Und [...] jeder Besucher kann erfahren, dass XY ein Pole ist [...]“ (UV-IP4). Der Bezug erfolgt auf die „eigene *community*“ (UV-IP4), um die Unternehmen zu stärken, indem beispielsweise innerhalb der „Gemeinschaft“ Werbung für die Mitglieder gemacht wird. Die Unterstützung durch die Stadt Nürnberg wird dabei sehr positiv eingeschätzt: „Ich freue mich, dass die Bedeutung, die Zusammenhänge und auch der wirtschaftliche Nutzen von hier lebenden Ausländern angesehen ist, weil [...] jeder von uns zum Bild von Nürnberg ein Stückchen beiträgt“ (UV-IP4). In diesem Bezug auf den „Nutzen von hier lebenden Ausländern“ (UV-IP4) sowie in der Beschreibung der gegenseitigen Unterstützung innerhalb des Vereins manifestieren sich die beschriebenen Logiken nur allzu deutlich. Auffinden lassen sich diese auch in ähnlicher Form in den Interviews mit Vertreter(inne)n des Verbands russischsprachiger Unternehmer (UV-IP2) und des Vereins zur Förderung griechischer Unternehmen (UV-IP3), die beide im Jahr 2009 gegründet wurden. Bei letzterem ist ein griechischer „Migrationshintergrund“ dezidierte Voraussetzung zur Aufnahme, denn Ziel ist die Stärkung der „griechischen Gemeinschaft“ im Sinne eines „Griechen helfen Griechen“ (UV-IP3).

Gegenüber diesen Unternehmerverbänden, die Differenzierungen entlang von Nationalität und Sprache entsprechend der kommunalen Förderung reproduzieren, ist der Deutsch-Türkische Unternehmerverein, der 1992 von türkischstämmigen Unternehmer(inne)n und Akademiker(inne)n aus Nordbayern gegründet wurde, etwas differenzierter zu betrachten. Er verfolgte zunächst das Ziel, den Kontakt zwischen Unternehmer(inne)n und Akademiker(inne)n *türkischer Herkunft* zu fördern. 2002 wiederum benannte sich der Verband in „Deutsch-Türkischer Unternehmerverein in Mittelfranken e. V.“ (Homepage des TIAD 2011) um. Dies zeigt letztlich, dass eine eindeutige kulturelle oder nationale Verortung im Sinne eines „Entweder-Oder“ vermieden werden will. Ein Vorstandsmitglied vom TIAD sagt dazu: „Ok, von was reden wir hier jetzt? Reden wir von einem türkischen Inhaber, typischer Name Ali, der jetzt irgendwo einen Migrantenhintergrund [hat] oder Zuwanderer ist [...], vielleicht in der dritten Generation, aber der Ali ist eigentlich gar nicht mehr der Ali, der ist der Hans-Ali mittlerweile [...]. Und wir reden hier von ethnischer Ökonomie“ (UV-IP1). Der Interviewpartner bezieht sich zwar auf das Merkmal „türkisch“, aber gleichermaßen auch auf das Merkmal „deutsch“, wodurch ein „Dazwischen“ zum Ausdruck gebracht wird, veranschaulicht durch einen imaginären „Hans-Ali“ (UV-IP1). Dementsprechend könne es auch nicht das Ziel sein, ausschließlich „Migrantenökonomien“ zu fördern: „[L]oszumarschieren und zu sagen, ich unterstütze nur die Migrantenunternehmen: nein. Definitiv nein!“ (UV-IP1). Primäres Ziel sei der wirtschaftliche Erfolg der Mitglieder: „TIADs Aufgabe ist hauptsächlich Wirtschaftsförderung“ (UV-IP1). Allerdings betont der Interviewpartner dann doch: „Wir wollen [...] aus dem ‚Amateur-Ali‘ einen ‚Profi-Ali‘ [...] machen“ (UV-IP1). Dass hier ein „Amateur-Ali“ (UV-IP1) angeführt wird und eben kein „Amateur-Hans-Ali“ wird damit begründet, dass für „Migrantenunternehmen“ (UV-IP1) ein spezifischer Handlungsbedarf bestehe: „[D]ie Migrantenunternehmen sollten nicht amateurhaft auftreten, sondern sich anpassen, der Bevölkerung, der Wirtschaft. Also wenn sie sich anpassen wollen, dann müssen sie auch bestimmte Richtlinien einhalten [...]. [Das] geht dann los im Auftreten, [...] in der Sprachbegabung, [...] im bürokratischen Wesen [...]“ (UV-IP1). Was sich in dieser teilweise widersprüchlichen Argumentation zeigt, sind einerseits genau die Logiken des wirtschaftlichen Potenzials und der Gemeinschaftsorientierung sowie die damit einhergehenden gesellschaftlichen Differenzierungen. Andererseits scheinen diese jedoch nicht vollkommen zu überzeugen, denn sie werden argumentativ durch Konstruktionen wie „der Hans-Ali“ (UV-IP1) unterwandert.

Einmal abgesehen von den kleineren Einschränkungen durch den Deutsch-Türkischen Unternehmerverein beurteilen die Unternehmerverbände das Engagement der Stadt Nürnberg im Bereich „Migrantenökonomien“ äußerst positiv. Dies gilt auch für einen Teil der befragten Unternehmer(innen), die nicht Mitglied in einem solchen Verband sind, und zwar insbesondere für diejenigen, die das Potenzial von „Menschen mit Migrationshintergrund“ im Sinne der Stadtpolitiken beispielhaft verkörpern. Es handelt sich um erfolgreiche Unternehmen, die sich durch transnationale Netzwerke und Geschäftsbeziehungen auszeichnen, durch bestimmte Sprachkenntnisse und Regionalkompetenzen Nischenmärkte erschließen können und damit zur Internationalisierung und Attraktivität bestimmter Standorte beitragen – sei es die Anwaltskanzlei, die sich aufgrund ihrer russischsprachigen Ausrichtung als Anlaufstelle für viele Menschen mit „Migrationshintergrund“ aus einem russischsprachigen Kontext etabliert hat (U-IP9), sei es das polnische Reiseunternehmen, das vornehmlich für deutsche Tourist(inn)en Reisen nach Polen organisiert (U-IP19), oder sei es das international ausgerichtete Unternehmen, das im kommunikationstechnologischen Bereich tätig ist und die „kulturelle Vielfalt“ seiner Mitarbeiter(innen) wertzuschätzen weiß: „Es ist ein großer Vorteil, dass unsere Firma international ist, also nicht nur international verkauft [...], sondern auch das Team international ist“, so der Geschäftsführer. „In

diesem Gebäude mit etwa 120 Mitarbeitern werden über 20 Sprachen gesprochen. Das sind alles Muttersprachler. [...] Sehr viele Migranten, inzwischen sehr viele ausländische Studenten, die hier [in Deutschland] zu Ende studiert haben, fangen hier [in Deutschland] an zu arbeiten und die stellen wir dann auch gerne ein [...], weil sie verschiedene Sprachen und ein kulturelles Verständnis mitbringen, das wir dann [...] brauchen, um unsere Kunden besser zu verstehen – weltweit“ (U-IP13). Während aus diesen hier aufgeführten Zitaten ein Denken im Sinne des Potenzialansatzes und damit ebenfalls bestimmte kulturelle und nationale Differenzierungen explizit hervorgehen, zeigt sich dieser Ansatz in anderen Interviews mit Unternehmer(inne)n nur implizit, beispielsweise wenn gesagt wird, dass die städtischen Förderprogramme sinnvoll seien (z. B. U-IP19, U-IP8, U-IP9, U-IP10) oder wenn Interviewpartner(innen) betonen, dass sie eine solche Förderung durch die Stadt gebraucht, davon aber nichts gewusst hätten (U-IP1, U-IP-6, U-IP7 und weitere). In diesem Sinne erfolgt auch hier eine Identifizierung mit der Subjektposition „Migrantenökonomie“.

4.3 „Differenzierung als Diskriminierung“ und „Differenzierung als irrelevant“: widerständige Logiken gegen eine Förderung von „Migrantenökonomien“

Entgegen einer Annahme und Akzeptanz der Subjektpositionen „Migrantenökonomie“ und „ethnisch bezogene Unternehmerverbände“ (IS-IP2) richten sich jedoch auch eine Reihe von befragten Unternehmer(inne)n sowie einige Interviewte stadtpolitischer Institutionen gegen eine gezielte Förderung von „Migrantenökonomien“. So betont beispielsweise ein Mitarbeiter der Bundesagentur für Arbeit: „Die gesetzlichen Grundlagen sind erst einmal immer für alle gleich“ (IS-IP3). Allein deshalb wäre eine Bevorzugung beziehungsweise gar nicht möglich. Gleichzeitig räumt er jedoch ein, dass „[...] wir aus den Statistiken [wissen]: Personen mit Migrationshintergrund haben es häufig schwerer, eine Arbeit zu finden“ (IS-IP3). Als Problem wird dabei besonders die fehlende Anerkennung ausländischer Abschlüsse angeführt (Beitrag Geiger/Hanewinkel in diesem Band). Daher setzten auch hier Maßnahmen der Bundesagentur an, um beispielsweise durch Qualifizierungskurse die Anerkennung von Berufsabschlüssen zu ermöglichen. Es erfolgt aber keine spezifische Förderung von Unternehmer(inne)n mit „Migrationshintergrund“. Auch der Vertreter der Agentur für Arbeit in Nürnberg verweist auf das Allgemeine Gleichstellungsgesetz, nach dem es nicht möglich sei, bestimmte Personen bei Maßnahmen zu bevorzugen, da sonst andere benachteiligt würden: „[W]enn wir jemanden bevorzugen, würden wir zum Beispiel dann Deutsche diskriminieren“ (IS-IP4). Hilfestellungen für Migrant(inn)en wiederum erfolgten beispielsweise durch Projekte wie Interacta, bei dem Frauen mit „Migrationshintergrund“ in den Arbeitsmarkt vermittelt werden sollten. Diese spezielle Förderung wird damit begründet, dass „Migranten“ schlechtere Chancen als „Deutsche“ auf dem Arbeitsmarkt hätten (IS-IP4). Das spezifische Thema „Migrantenökonomien“ käme allerdings nicht offiziell zum Tragen (IS-IP4).

Auf ähnliche Weise positioniert sich auch die Industrie- und Handelskammer (IHK) zu dieser Thematik. „Die IHK verfolgt das Prinzip Gleichheit, unabhängig von Geschlecht, von Herkunft oder verschiedenen Interessensgruppen [...]“ (IS-IP6). Es würden im Raum Nürnberg keine Projekte unterstützt, die sich direkt auf Selbstständige mit „Migrationshintergrund“ beziehen, allerdings wird angeführt, dass in vielen Projekten „prozentual mehr Migranten auffindbar sind“ (IS-IP6). In Bezug auf mögliche Hemmnisse, wie Sprachbarrieren, verweist die IHK auf „[...] ausländische Unternehmerverbände, die Unterstützung anbieten“ (IS-IP6). Dadurch würde in Verbindung mit der Förderung durch die Stadt eine ausreichende Förderkulisse bestehen. Ein spezifischer Handlungsbedarf wird nicht gesehen: „Einer Institution wie der IHK wäre [diese spezifische Förderung] so ausgeprägt

[auch] gar nicht möglich. Da müssten wir eine spanische, eine türkische, eine italienische, eine griechische Abteilung und und und haben [...]“ (IS-IP6). Die Handwerkskammer unterscheidet ebenfalls nicht nach Herkunft, bietet allerdings im Rahmen des MigraNet – einem bayerischen Netzwerk zur Verbesserung der beruflichen „Integration“ von Migrant(inn)en – Hilfestellungen und Qualifizierungen bei der Anerkennung von Berufsabschlüssen und Unterstützung durch Sprachunterricht.

Festzuhalten bleibt, dass die Bundesagentur für Arbeit, die Agentur für Arbeit in Nürnberg, die IHK und die Handwerkskammer sich zwar mit dem Argument der Gleichstellung gegen eine spezifische Förderung von Migrantenökonomien aussprechen. Dennoch räumen sie einen Bedarf für die Unterstützung von Bürger(inne)n mit Migrationshintergrund ein und reproduzieren damit ebenfalls Differenzierungen zwischen deutsch und nicht-deutsch bzw. „Migrationshintergrund“ und Nicht-„Migrationshintergrund“. Demgegenüber positioniert sich das Berufliche Qualifizierungsnetzwerk Nürnberg-Fürth-Erlangen dezidiert gegen solche Differenzierungen. Es hätte bei der Entwicklung des Integrationsprogramms mitgewirkt und sich bis vor einiger Zeit auch im Teilbereich „Ethnische Ökonomien“ engagiert. Heute jedoch würde dieser Bereich nicht mehr spezifisch bearbeitet, so eine Mitarbeiterin, die vor einigen Jahren für den Förderbereich „Ethnische Ökonomie“ zuständig war (IS-IP8). So betont ein derzeitiger, leitender Mitarbeiter: „Ich mache da überhaupt keine Unterschiede, egal wer sich meldet, der kriegt hier Hilfe und ein Angebot für ein Seminar“ (IS-IP9).

Noch dezidierter als in den Interviews mit Vertreter(inne)n stadtpolitischer Organisationen zeigt sich die Ablehnung einer Unterstützung von „Migrantenökonomien“ bei vielen der befragten Unternehmer(inne)n selbst. Die Reaktion auf eine Interviewanfrage „Was ich? Migrantenunternehmer?! Ich bin doch gar kein Migrant!“ (U-IP17) und die schlichte Aussage „Ich zähl’ mich nicht als Migrant.“ (U-IP21) machen bereits deutlich, wie problematisch die Zuordnung „Migrantenökonomie“ sein kann. Denn während ein Teil der befragten Selbstständigen den eigenen nationalen oder kulturellen Hintergrund in Wert setzen kann und will, erscheint er für andere als eine Angriffsfläche für Ausgrenzung und Diskriminierung (U-IP1, U-IP7, U-IP21 und andere) – und dies, obwohl die städtische Förderung genau auf das Gegenteil abzielt. Während einige der Vertreter(innen) stadtpolitischer Institutionen bei einer Förderung von „Migrantenökonomien“ eine Gefahr darin sehen, „Deutsche [zu] diskriminieren“ (IS-IP4), sieht ein Teil der befragten Unternehmer(innen) darin auch eine Diskriminierung der Selbstständigen mit „Migrationshintergrund“. Allein das von außen aufgedrückte Label „Migrantenökonomie“, so die Befürchtung, kann mit einer Abwertung von Unternehmen gegenüber nicht-„migrantischen“ Betrieben einhergehen und zur Ausgrenzung auf dem Markt führen (zum Beispiel U-IP14, U-IP19).

Neben der Logik „Differenzierung als Diskriminierung“, die sich hinter den zitierten Interviewpassagen verbirgt, zeigt sich in anderen Interviews mit Unternehmer(inne)n noch eine weitere Logik, die sich gegen „Migrantenökonomien“ richtet. Es handelt sich um die Differenzierung zwischen „migrantisch“ und nicht-„migrantisch“ als vollkommen irrelevant. So schienen sich viele Inhaber(innen) von beispielsweise Apotheken, Gesundheitszentren, Restaurants, Lebensmittelgeschäften und Bäckereien schlichtweg nicht mit dem Begriff „Migrantenökonomie“ zu identifizieren. Sie erklärten auch, dass sie weder bei der Einstellung von neuen Mitarbeiter(inne)n auf die Herkunft achteten, noch die eigene Herkunft im Hinblick auf die Zusammenarbeit mit anderen Betrieben oder bezüglich der Kundenstruktur relevant sei (U-IP14, U-IP20, U-IP21 und andere). Von Bedeutung seien vielmehr ausreichende Deutschkenntnisse, wenn man es mit Kunden zu tun habe.

Inhaber(innen) von kleineren Unternehmen und sogenannten hybriden Betrieben – zum Beispiel das Reisebüro, das gleichzeitig auch Handys verkauft und Handyverträge

abschließt, die Spielothek, die zugleich ein Internetcafé ist, oder das Telefon- und Internetcenter, das Lebensmittel zum Verkauf anbietet – beschreiben auf Nachfrage sehr häufig eine internationale Mitarbeiter- und Kundenstruktur (zum Beispiel U-IP2, U-IP4, U-IP5, U-IP6, U-IP7): „Von Afrika nach Amerika, Arabien, Deutschland, Serbien, alles Mögliche, alles Mögliche [...]“ (U-IP7). Dabei stellen einige der Befragten fest, dass sich insbesondere Deutsche als Selbstständige aus vielen kleinbetrieblichen Branchen, wie kleinen Spielotheken, Kiosks oder kleinen Gemüsehandlungen, zurückgezogen hätten (U-IP1). Dennoch spielen die Herkunft von Mitarbeitenden, Kunden oder Zulieferbetrieben für die Geschäfte letztlich keine Rolle (U-IP2, U-IP4, U-IP5, U-IP6, U-IP7). Gesellschaftliche Differenzierung nach Herkunft, Nationalität oder Kultur erscheinen hier weder von Belang noch hilfreich. Auch wenn diese Position weniger kritisch zu sein scheint als der Vorwurf der Diskriminierung, so bringt sie eine explizite Förderung von „Migrantenökonomien“ doch gleichermaßen ins Wanken.

5 Fazit: Erfolgreiche Wirtschaftsförderung oder Diskriminierung?

Ausgangspunkt dieses Beitrags war die Beobachtung, dass „Migrantenökonomien“ in zunehmendem Maße in das Blickfeld von Stadtpolitiken geraten. Dies lässt sich beispielhaft an der Stadt Nürnberg veranschaulichen. In ihren kommunalen Leitbildern und Konzepten wird davon ausgegangen, dass „Migrantenökonomien“ Impulse für die Wirtschaftskraft liefern, einen Beitrag zur „Integration“ leisten und Stadtquartiere stabilisieren können (Stadt Nürnberg 2011a: 5). Auf dieser Annahme aufbauend werden verschiedene Handlungsfelder definiert, um „Migrantenökonomien“ zu unterstützen (Stadt Nürnberg 2011a: 5). Während eine solche Politik vor dem Hintergrund des Städtewettbewerbs und der Diskussionen über Integration sowie das ökonomische Potenzial von „kultureller Vielfalt“ als erstrebenswert erscheinen mag, muss aus einer kritischen Perspektive die damit einhergehende Differenzierung zwischen „migrantisch“ und nicht-„migrantisch“ hinterfragt und vor kulturellen Essentialisierungen gewarnt werden. Dieses Spannungsfeld zwischen Wirtschaftsförderung und Kritik wurde in der vorliegenden Fallstudie in den Blick genommen. Konzeptionelle Grundlage war dabei ein konstruktivistischer und diskurstheoretischer Ansatz, der empirisch durch 37 leitfragengestützte Interviews mit Vertreter(inne)n stadtpolitischer Institutionen in Nürnberg und Unternehmer(inne)n mit „Migrationshintergrund“ umgesetzt wurde.

Im ersten Schritt der Untersuchung wurden die diskursiven Logiken und die gesellschaftlichen Differenzierungen offengelegt, die sich hinter der städtischen Förderung von „Migrantenökonomien“ verbergen. Eine der zentralen Logiken ist der Potenzialansatz, mit dem davon ausgegangen wird, dass die wirtschaftliche Entwicklung vorangetrieben wird, wenn die Potenziale von „Migrantenökonomien“ befördert und Defizite wie beispielsweise Sprachbarrieren oder Hemmnisse im Umgang mit Behörden reduziert werden. Hand in Hand mit dieser Logik geht das Prinzip „Regieren durch *community*“. Dies zielt darauf ab, die vorhandenen Potenziale durch eine Emanzipation und Selbstführung von bestimmten sozialen Gruppen – hier: Selbstständige mit „Migrationshintergrund“ – zu entfalten. In diesem Sinne unterstützte das Amt für Wirtschaft der Stadt Nürnberg die Etablierung von Unternehmerverbänden mit spezifischem „Migrationsfokus“: den Verband russischsprachiger Unternehmer in Bayern e. V., den Verein zur Förderung griechischer Unternehmen der Metropolregion Nürnberg e. V. sowie den Verband Polnischer Unternehmer in Nürnberg e. V. Mit dem Ziel der gegenseitigen Unterstützung und der Selbsthilfe wurden diese Verbände in Orientierung am Deutsch-Türkischen Unternehmerverein in Mittelfranken e. V. aufgebaut, der bereits 1992 aus Eigeninitiative heraus gegründet wurde. Diese Form des kommunalen Regierens lässt sich als Kennzeichen einer Stadtpolitik lesen, die an

einer wettbewerbsorientierten Form der Selbstführung auf lokaler Ebene ansetzt. Die gesellschaftlichen Differenzierungen, die damit einhergehen, schreiben nicht nur Grenzziehungen zwischen „deutsch“ und nicht-„deutsch“, zwischen „Migrationshintergrund“ und Nicht-„Migrationshintergrund“ fest, sondern vor allem auch nationale Unterschiede, die als selbstverständlich angenommen und naturalisiert werden – obwohl ein großer Teil der Mitglieder dieser Verbände deutsche Staatsbürger(innen) sind.

Auf diesen Ergebnissen aufbauend wurde im zweiten Schritt der Analyse gezeigt, inwieweit diese Logiken und gesellschaftlichen Grenzziehungen nicht nur durch die Vertreter der Unternehmerverbände mit spezifischem „Migrationsfokus“ akzeptiert und (re-)produziert werden, sondern auch durch einen großen Teil an Unternehmer(inne)n, die nicht Mitglied eines solchen Verbandes sind. Dabei wurde die Subjektposition „Migrantenökonomie“ insbesondere von den Selbstständigen angenommen, die ihren eigenen nationalen oder kulturellen Hintergrund in Wert setzen können, beispielsweise durch transnationale Netzwerke und Geschäftsbeziehungen oder auch durch bestimmte Sprachkenntnisse und Regionalkompetenzen. Entgegen einer Annahme und Akzeptanz dieser Subjektposition richteten sich jedoch auch viele der befragten Unternehmer(innen) sowie einige Interviewte der stadtpolitischen Institutionen gegen eine gezielte Förderung von „Migrantenökonomien“. Ihre Argumentationsmuster und die sich darin manifestierenden diskursiven Logiken wurden im dritten Schritt der Analyse beleuchtet. Mit dem Argument der Gleichstellung sprachen sich die Befragten der Bundesagentur für Arbeit, der Agentur für Arbeit in Nürnberg, der IHK, der Handwerkskammer und des Beruflichen Qualifizierungsnetzwerks Nürnberg-Fürth-Erlangen gegen eine spezifische Förderung von „Migrantenökonomien“ aus. Während in diesem Zusammenhang der Gleichheitsgrundsatz betont wurde und entsprechend Migrant(inn)en nicht spezifisch zu behandeln seien, befürchtete ein Teil der befragten Selbstständigen eine Diskriminierung der Unternehmer(innen), denn das Label „Migrantenökonomie“ könne mit einer langfristigen Abwertung von Unternehmen gegenüber nicht-„migrantischen“ Betrieben einhergehen und zur Ausgrenzung auf dem Markt führen. Neben dieser Logik, die sich mit den Schlagworten „Differenzierung als Diskriminierung“ greifen lässt, offenbarte sich in einigen Interviews mit Unternehmer(inne)n auch eine widerständige Logik der Irrelevanz, denn die Herkunft von Mitarbeitenden, Kunden oder Zulieferern spiele für viele Geschäfte, so das Argument, überhaupt keine Rolle.

Mit diesen Ergebnissen möchten wir keinesfalls eine Unterstützung von „Migrantenökonomien“ durch städtische Politiken und Fördermaßnahmen verurteilen oder durchgehend von dieser abraten. Vielmehr sollte durch diese Fallstudie auch die zweite Seite einer Medaille empirisch beleuchtet werden, die zunächst einmal eine Wertschätzung von Unternehmer(inne)n mit „Migrationshintergrund“ verspricht. Gut gemeinte, plausible und oftmals auch funktionierende Hilfestellung kann nur allzu schnell in Stigmatisierung und Diskriminierung umkippen. Daher ist es umso wichtiger, dass diskursive Logiken hinter politischen Konzepten, Leitbildern und Maßnahmenkatalogen offengelegt und die damit einhergehenden gesellschaftlichen Differenzierungen kontinuierlich hinterfragt werden. Auf diese Weise können Konsequenzen ausgelotet und Fragen nach alternativen Politikformen angestoßen werden.

Literatur

- Boeckler, M. (1999): Entterritorialisierung, „orientalische“ Unternehmer und die diakritische Praxis der Kultur. In: Geographische Zeitschrift 87 (3), 178-193.
- Erick, T. (2007): Stadtkultur. Vielfalt durch Zuwanderung. In: Baumann, W.; Diefenbacher, M.; Herbers, H.; Krüger, F.; Wiktorin, D. (Hrsg.): Der Nürnberg-Atlas. Vielfalt und Wandel der Stadt im Kartenbild. Köln, 184-185.
- Everts, J. (2009): Soziale Praktiken im multikulturellen Alltag. Bedeutungen migrantengeführter Lebensmittelgeschäfte. In: Berichte zur deutschen Landeskunde 83 (3), 281-296.
- Florida, R. (2002): The rise of the creative class. And how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York.
- Foucault, M. (1973 [frz. Original 1969]): Archäologie des Wissens. Frankfurt am Main.
- Foucault, M. (2000): Die Gouvernementalität. In: Bröckling, U.; Krasmann, S.; Lemke, T. (Hrsg.): Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen. Frankfurt am Main, 41-67.
- Foucault, M. (2007 [frz. Original 1971]): Die Ordnung des Diskurses. Frankfurt am Main.
- Fuchs, M. (2007): Diversity und Differenz – Konzeptionelle Überlegungen. In: Krell, G.; Riedmüller, B.; Sieben, B.; Vinz, D. (Hrsg.): Diversity Studies. Grundlagen und disziplinäre Ansätze. Frankfurt am Main u. a., 17-34.
- Glasze, G.; Mattissek, A. (2009): Diskursforschung in der Humangeographie: Konzeptionelle Grundlagen und empirische Operationalisierungen. In: Glasze, G.; Mattissek, A. (Hrsg.): Handbuch Diskurs und Raum. Theorien und Methoden für die Humangeographie sowie die sozial- und kulturwissenschaftliche Raumforschung. Bielefeld, 11-59.
- Hall, S. (1994): Rassismus und kulturelle Identität. Hamburg.
- Hall, S. (2002): Wann gab es „das Postkoloniale“? In: Conrad, S.; Randeria, S. (Hrsg.): Jenseits des Eurozentrismus. Frankfurt am Main, 219-246.
- Hillmann, F.; Sommer, E. (2011): Döner und Bulette revisited oder: was man über migrantische Ökonomien genau wissen kann. In: Hillmann, F. (Hrsg.): Marginale Urbanität. Migrantisches Unternehmertum und Stadtentwicklung. Bielefeld, 23-86.
- Husseini de Araújo, S.; Weber, F.; Bendel, P.; Glasze, G.; Schumann, C.; Thielman, J. (2010): Städtische Integrationspolitiken in der Diskussion: ein Tagungsbericht. In: Mitteilungen der Fränkischen Geographischen Gesellschaft 57, 1-16.
- Pütz, R. (2003): Berliner Unternehmer türkischer Herkunft: „Ethnic“ Business? In: Die Erde 134 (3), 257-275.
- Pütz, R. (2004): Transkulturalität als Praxis. Unternehmer türkischer Herkunft in Berlin. Bielefeld.
- Rath, J.; Kloosterman, R. (2000): Outsider's business: A critical review of research on immigrant entrepreneurship. In: International Migration Review 34 (3), 657-681.
- Rose, N. (2000): Tod des Sozialen? Eine Neubestimmung der Grenzen des Regierens. In: Bröckling, U.; Krasmann, S.; Lemke, T. (Hrsg.): Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen. Frankfurt am Main, 72-109.
- Schuleri-Hartje, U.-K.; Floeting, H.; Reimann, B. (2005): Ethnische Ökonomie: Integrationsfaktor und Integrationsmaßstab. Darmstadt u. a.
- Stadt Nürnberg (2011a): Integrationsprogramm der Stadt Nürnberg. Ethnische Ökonomie. http://www.nuernberg.de/imperia/md/integration/dokumente/integration/ethnische_oekonomie.pdf (21.06.2011).
- Stadt Nürnberg (2011b): Service für Unternehmen mit Migrationshintergrund. http://www.nuernberg.de/internet/wirtschaft/service_fuer_unternehmen_mit_migrations_hintergrund.html (22.06.2011).
- TIAD (2011): Deutsch-Türkischer Unternehmerverein in Mittelfranken e.V. <http://www.tiad.de/> (02.09.2011).

Autoren

Dr. **Shadia Hussein de Araújo** studierte Geographie und Islamwissenschaft an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Nach ihrer Promotion im Fach Geographie über „Imaginative Geographien des Eigenen und des Anderen in arabischen Printmedien“ im Jahr 2010 arbeitete sie als Akademische Rätin auf Zeit am Institut für Geographie der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. In den Jahren 2012 und 2013 führte sie ein Postdoc-Projekt über muslimische Minderheiten in Brasilien an der Universität von São Paulo durch. Seit 2014 hat sie eine Assistenzprofessur an der Universität von Brasília inne. Ihre aktuellen Forschungsschwerpunkte liegen im Schnittfeld von Kultur-, Wirtschafts- und Politischer Geographie.

Dr. **Florian Weber** studierte Wirtschafts- und Sozialgeographie an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Nach seiner Promotion an der Naturwissenschaftlichen Fakultät, Institut für Geographie, der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg zu einem deutsch-französischen Vergleich von quartiersbezogenen Stadtpolitiken war er zunächst in der Regionalentwicklung in Würzburg tätig. Im Anschluss setzte er sich an der Technischen Universität Kaiserslautern für den Aufbau des grenzüberschreitenden Universitätsverbundes „Universität der Großregion“ ein. Seit Dezember 2014 arbeitet er als wissenschaftlicher Mitarbeiter und Projektkoordinator an der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf. Seine Forschungsschwerpunkte und -interessen liegen in den Bereichen Stadtgeographie, Landschafts- und Regionalentwicklung sowie Diskursforschung.