

Existenzgründungsberatung für Migrantinnen und Migranten

 Netzwerk „Integration durch Qualifizierung IQ“

**Ein Forschungsüberblick zum Zugang und zur
Nutzung öffentlicher Gründungsberatung in
Baden-Württemberg**

Christian Vogel, Marieke Volkert

Impressum

Herausgeber:

Institut für Mittelstandsforschung (ifm), Universität Mannheim

Lehrstuhl für Mittelstandsforschung und Entrepreneurship

Universität Mannheim

68131 Mannheim

AutorInnen:

Christian Vogel, Marieke Volkert

Redaktion:

Carina Hartmann, Christian Vogel, Marieke Volkert

Grafik:

Christian Vogel, Marieke Volkert

Alle Rechte vorbehalten

© 2014

Das Förderprogramm „Integration durch Qualifizierung“ zielt auf die nachhaltige Verbesserung der Arbeitsmarktintegration von Erwachsenen mit Migrationshintergrund ab. Daran arbeiten bundesweit regionale Netzwerke, die von Fachstellen zu migrationsspezifischen Schwerpunktthemen unterstützt werden. Das Programm wird gefördert durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales, das Bundesministerium für Bildung und Forschung und die Bundesagentur für Arbeit.

Inhalt

Zusammenfassung	4
1 Zugang zu Existenzgründungsberatung durch Migrantinnen und Migranten	5
1.1 Problemstellung	5
1.2 Die Rolle öffentlicher Beratung	6
2 Stand der Forschung	8
2.1 Nutzung von Gründungsberatung durch Migrantinnen und Migranten	8
2.2 Einflussfaktoren im Zugang zu öffentlicher Gründungsberatung durch Migrant/-innen	9
2.2.1 Selbstgewissheit oder fehlendes Problembewusstsein	10
2.2.2 Institutionenwissen	10
2.2.3 Deutschkenntnisse	11
2.2.4 Art der Informationssuche und soziale Netzwerke	12
2.2.5 Systemvertrauen	12
2.2.6 Angebotsstruktur	13
3 Zusammenfassung der Ergebnisse	14
Literaturverzeichnis	16

Zusammenfassung

Der Weg in die Selbständigkeit ist für viele Migrantinnen und Migranten weiterhin eine bedeutsame Möglichkeit der wirtschaftlichen und sozialen Teilnahme. Besonders in den letzten Jahren sind es gerade Gründerinnen und Gründer mit Migrationshintergrund, die den Schritt in eine selbständige Tätigkeit wagen. Gleichzeitig nimmt die Vielfalt migrantischen Unternehmertums hinsichtlich Branchenverteilung, Leistungsspektrum und Unternehmensgröße zu.

Nachhaltig erfolgreiche Unternehmensgründungen sind sehr stark von einer intensiven Planung und Vorbereitung abhängig. Gründungswillige in Deutschland können dafür auf ein gut ausgebautes System an Beratungs- und Weiterbildungsmaßnahmen zurückgreifen. Vor allem öffentliche Institutionen wie bspw. Kammern, Gründerzentren oder kommunale Wirtschaftsförderungen bieten in dem Zusammenhang eine Reihe staatlich geförderter Programme an.

Trotz der bestehenden Unterstützungsstruktur greifen insbesondere Gründende mit Migrationshintergrund seltener auf öffentliche Angebote der Gründungsförderung zurück als Gründende ohne Migrationshintergrund. Vor diesem Hintergrund geht das vorliegende Papier der Frage nach, welche Einflussfaktoren die individuelle Entscheidung, entsprechende Angebote in Anspruch zu nehmen, determinieren. Zu diesem Zweck werden relevante Forschungsarbeiten und Untersuchungen im Rahmen einer Metaanalyse systematisch durchleuchtet. Dahinter verbirgt sich das Ziel, im Ergebnis zu einem präziseren Verständnis zu gelangen, welche Ursachen und Zusammenhänge den Zugang zu Angeboten bzw. die Nutzung oder Nichtnutzung von Angeboten der Gründungsförderung aus der Perspektive gründungsinteressierter Migrantinnen und Migranten bestimmen.

1 Zugang zu Existenzgründungsberatung durch Migrantinnen und Migranten

1.1 Problemstellung

Während bis Mitte der 1990er Jahre die Zuwanderungsdebatte in Deutschland vor allem aus einem problemorientierten Blickwinkel geführt wurde, lässt sich heute eine – wenngleich kleinschrittige – Veränderung der Debatte erkennen, in deren Zuge Migrantinnen und Migranten zunehmend potentialorientiert betrachtet werden. Gesamtgesellschaftliche Problemlagen wie der demografische Wandel, der Fachkräftemangel und der Strukturwandel in den traditionellen Industrien spielen diesem Trend dabei in die Hände (vgl. Idik & Schnetger 2004: 163). Dem wirtschaftlichen Potential von Migrantenökonomien wird dabei insbesondere auf lokaler Ebene stärkere Aufmerksamkeit geschenkt, wobei ihre zunehmende Relevanz sich auch in Zahlen widerspiegelt: Von den etwa 4,5 Millionen Selbständigen in Deutschland hat jeder fünfte einen Migrationshintergrund (vgl. Statistisches Bundesamt 2013: 47). Besonders im letzten Jahrzehnt ist die Zahl der ausländischen Selbständigen bundesweit überproportional gestiegen (vgl. Leicht et al. 2012: 8). Für Baden-Württemberg kommen Leicht et al. (2012) auf Basis der Gewerbemeldungen zu dem Ergebnis, dass von den 57.000 Existenzgründungen im Jahr 2010 etwa ein Drittel auf Ausländer (18.900) entfielen. Gleichzeitig lag der Anteil der ausländischen Bevölkerung an der Gesamtbevölkerung im selben Jahr bei nur 13% (vgl. ebd.: 44). Damit war die Gründungsquote bei ausländischen Personen in Baden-Württemberg dreimal so hoch wie bei Personen mit deutscher Staatsbürgerschaft. Auf Grundlage der Gewerbemeldungen sind nur Aussagen über die Staatsbürgerschaft möglich, der Migrationshintergrund wird dabei nicht erfasst. In Hinblick auf die Gründungsquoten ausländischer Personen kann jedoch angenommen werden, dass in der Bundesrepublik die Gründungsquote von Personen mit Migrationshintergrund insgesamt ebenfalls höher liegt als die Gründungsquote von Personen ohne Migrationshintergrund. Abgesehen von den damit verbundenen ökonomischen Chancen ergeben sich aus diesem Trend positive soziale und sozialräumliche Effekte (vgl. Reimann & Schuleri-Hartje 2009: 509). Selbständig tätige Migrantinnen und Migranten schaffen Arbeits- und Ausbildungsplätze, außerdem nehmen sie häufig eine stabilisierende Rolle in sozio-ökonomisch benachteiligten Stadtteilen ein. In dieser Funktion können sie damit zu einem entscheidenden Vermittlungsakteur zwischen unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen werden.

Trotz dieser erkennbar positiven Entwicklungen wird das Potential der hiesigen Migrantenökonomie noch lange nicht hinreichend ausgeschöpft. In diesem Zusammenhang zeigen Schneck & May-Strobl (2013), dass für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung nicht die Anzahl von Neugründungen, sondern vielmehr die Bestandsfestigkeit von Unternehmen relevant ist. Da aber über die Hälfte der gegründeten Unternehmen unabhängig von der Herkunft nach fünf Jahren nicht mehr am Markt existiert, kann die Mehrzahl der Gründungen in Deutschland nicht als bestandsfest eingestuft werden (vgl. Schneck & May-Strobl 2013: 10). Im Hinblick auf die Migrantenökonomie in Deutschland wäre es daher sinnvoll, bereits zum Zeitpunkt der Neugründung eine langfristige Wirtschaftlichkeit der Unternehmung zu fördern. Diesbezüglich zeigt sich, dass die Gründungsvorbereitung eine entscheidende Rolle für die Nachhaltigkeit einer Unternehmung spielt: Hinweise dafür, dass vor allem Planungsdefizite die Hauptursache für ein späteres Scheitern von Gründungen darstellen, liefern u.a. Brüderl et al. (2009) im Rahmen ihrer sogenannten Münchner Gründerstudie. Durch multivariate Analysen zeigen die Autoren einen positiven Zusammenhang zwischen der Anzahl an Vorbereitungsaktivitäten sowie dem Planungszeitraum und der Nachhaltigkeit von Unternehmensgründungen auf. Unternehmerinnen und Unternehmer, die auf Maßnahmen der Gründungsvorbereitung zurückgriffen, scheiterten in den ersten drei Jahren weniger häufig und konnten sowohl ihre Beschäftigtenzahlen als auch ihren Umsatz eher steigern (vgl. Brüderl et al. 2009: 165ff). Zudem erfordert erfolgreiches Unternehmertum insgesamt gewisse Mindestanforderungen mit Blick auf administrative, kaufmännische und organisatorische Aufgaben, was ebenfalls für die Notwendigkeit einer intensiven Gründungsvorbereitung spricht (vgl. Leicht, Hermes & Humpert 2006: 49).

Vor diesem Hintergrund widmet sich das vorliegende Papier der Frage, inwiefern gründende Migrantinnen und Migranten Zugang zu professioneller öffentlicher Beratung finden. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf dem Aspekt, welche Faktoren den Zugang zu öffentlicher Gründungsberatung beeinflussen.

Um zunächst grundsätzlich ein besseres Verständnis für die Beratungslandschaft zu gewinnen, erfolgt eine Differenzierung bestehender Unterstützungsangebote für Gründerinnen und Gründer in Deutschland. Dabei wird insbesondere die Rolle öffentlicher Gründungsberatung betrachtet. Im Anschluss daran soll die Darstellung bisheriger Forschungsergebnisse einen Überblick darüber geben, welche Erkenntnisse über den Zugang zu professioneller Beratung durch Migrantinnen und Migranten bereits existieren. Aus der Auseinandersetzung mit bestehenden Befunden werden in einem weiteren Schritt Einflussfaktoren systematisiert, die den Zugang zu öffentlicher Gründungsberatung für gründungswillige Migrantinnen und Migranten beeinflussen. Im Ergebnis sollen daraus Zusammenhänge abgeleitet werden, die sowohl für die weitere wissenschaftliche Analyse als auch für die zukünftige Gestaltung von Zugangswegen in der Beratungspraxis relevant erscheinen.

1.2 Die Rolle öffentlicher Beratung

Auch wenn die Förderung von Unternehmensgründungen in den letzten fünf Jahren im Zuge der positiven Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt etwas in den Hintergrund der arbeitsmarktpolitischen Agenda gerückt ist, gilt die Unterstützung von Unternehmertum generell als relevante wirtschaftspolitische Strategie. Dies zeigt sich unter anderem daran, dass die Gründungsförderung bis auf Weiteres den größten Posten aktiver Arbeitsmarktpolitik darstellt, während andere arbeitsmarktpolitische Instrumente wie beispielsweise Umschulungen und Weiterbildungen, zum Teil deutlichen Kürzungen unterliegen (vgl. Caliendo et al. 2007: 2). In der Folge ist ein deutlicher Zuwachs an öffentlichen, halböffentlichen und privaten Gründungsinitiativen und Beratungsanbietern zu beobachten, deren Anzahl und inhaltliche Ausrichtung Schulte und Kraus (2009) inzwischen als nahezu unüberschaubar beschreiben (vgl. Schulte & Kraus 2009: 51). Da Gründungsberatung als Gegenstand wissenschaftlicher Betrachtung verhältnismäßig jung ist, existiert bis dato nur in Ansätzen eine strukturierte Differenzierung hinsichtlich dessen, wer überhaupt Beratung anbietet und was dort unter Beratung verstanden wird (vgl. Nußbeck 2010: 18; Maier-Gutheil 2009: 18).

In Anlehnung an Mugler und Lampe (1987) lassen sich Beratungsangebote grundlegend in „marktorientiert“ und „nicht-marktorientiert [sic!]“ einteilen (vgl. Mugler & Lampe 1987: 479). Marktorientierte Beratungseinrichtungen für Gründerinnen und Gründer können weiterführend in solche Einrichtungen untergliedert werden, die ihre Beratung als Hauptleistung ansehen, und solche, bei denen Beratung als Neben- oder Zusatzleistung angeboten wird (vgl. ebd.: 479). Unter nicht-marktorientierten Angeboten werden demgegenüber all jene Beratungsangebote verstanden, die Gründungswilligen über persönliche Netzwerke (z.B. Familie, Bekannte) zur Verfügung stehen oder die als formalisierte, nichtkommerzielle Beratungsgremien (wie z.B. Beiräte) fungieren. Die folgende Tabelle (vgl. Tabelle 1) veranschaulicht diese Systematisierung, wobei öffentliche Beratungsanbieter grau unterlegt sind.

Tabelle 1: Struktur der Beratungsanbieter für Gründerinnen und Gründer

Beratungsanbieter			
Marktorientiert		Nichtmarktorientiert	
Hauptleistung	Neben-/ Zusatzleistung		Beirat
<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensberater • Technikberater • EDV-Berater • Steuerberater • Anwälte • Sonstige 	Unternehmen	Öffentlich	<ul style="list-style-type: none"> • Familie • Freunde • Bekannte
	<ul style="list-style-type: none"> • Venture Fonds • Banken/ SK • Versicherungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kammern • Gründerzentren • Technologieparks • Forschungszentren • Verbände • Wirtschaftsförderung 	

Öffentliche Beratungsangebote zeichnen sich im Vergleich zu privaten Angeboten durch eine Reihe von Merkmalen aus: Privaten und öffentlichen Beratungseinrichtungen wird zunächst ein unterschiedliches Selbstverständnis attestiert, was mitunter zu anderen Vorgehensweisen im Beratungsprozess und einem anderen Blickwinkel auf die Ratsuchenden führen kann. So zeigen Elven und Schwarz (2008), dass gewinnorientierte Beratungseinrichtungen tendenziell intensivere, begleitende Beratungsformen (wie zum Beispiel Coaching) bevorzugen, während Beraterinnen und Berater in nicht gewinnorientierten Einrichtungen ihre Rolle eher als Informationsgeber und als fachliche Begleitung definieren (vgl. Elven & Schwarz 2008: 21). Weiterhin offenbaren die Beratungskonzepte von Einrichtungen der öffentlichen Gründungsberatung, dass die sogenannte Abberatung durchaus als Option gilt. Beispielsweise können mit den Ratsuchenden alternative Beschäftigungsmöglichkeiten abseits einer selbständigen Tätigkeit in Betracht gezogen werden.

Öffentliche Beratungseinrichtungen verknüpfen, im Gegensatz zu privaten Anbietern, häufig unterschiedliche Angebote für Existenzgründerinnen und Existenzgründer. So gehören zu den Kernkompetenzen kommunaler Wirtschaftsförderungsgesellschaften beispielsweise die Finanzierungs-, Fördermittel-, Existenzgründungsberatung und regelmäßige branchenspezifische Veranstaltungen. Darüber hinaus kümmern sich Wirtschaftsförderungsgesellschaften ebenso um die Vermarktung der städtischen und die Vermittlung privater Gewerbeflächen als auch das Standortmarketing und die Unterstützung internationaler Geschäftsbeziehungen. Kammern bieten in der Regel neben Beratungen ein breites Angebot an Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten an und vertreten die Interessen der Mitgliedsunternehmen nach außen. Branchenspezifische Unternehmerverbände wiederum fungieren häufig als Plattform für die Vernetzung und den Austausch mit anderen Selbständigen, bereiten branchenspezifische Informationen für ihre Mitgliedsunternehmen auf oder organisieren Fort- und Weiterbildungen.

Darüber hinaus kann das Kostenspektrum je nach Beratungseinrichtung zum Teil stark variieren. Während gewinnorientierte Einrichtungen in der Regel darauf angewiesen sind, dass angebotene Beratungsleistungen unter Marktbedingungen rentabel sind, steht für öffentliche Beratungseinrichtungen entweder ihr öffentlicher Auftrag (Jobcenter/ Arbeitsagentur) im Mittelpunkt oder sie müssen lediglich kostendeckend arbeiten. Öffentliche Beratungseinrichtungen können zudem nicht selten auf Fördermittel zugreifen, die es ermöglichen, eine Erstberatung kostenfrei anzubieten.

Es wird weiterhin vermutet, dass insbesondere große öffentliche Beratungseinrichtungen Qualitätsstandards mit Blick auf ihre Beratungskonzepte entwickelt haben und diese kontinuierlich evaluieren. Da bis dato kein standardisiertes

Professionalitätsverständnis im Bereich der Beratung existiert, ist es für Ratsuchende relativ schwierig, die Qualität von Beratern und Beratungsanbietern objektiv zu prüfen.

Neben den genannten Argumenten kann von Seiten der Politik vor allem über öffentliche Beratungsangebote auf ein Gründungsvorhaben Einfluss genommen und damit ein wichtiger Beitrag zur Förderung von unternehmerisch tätigen Migrantinnen und Migranten geleistet werden. Zusätzlich wird unter der öffentlichen Förderung von Beratungsstellen für Gründerinnen und Gründer der Versuch des Staates verstanden, sozio-ökonomisch bedingte Benachteiligungen weniger privilegierter Bevölkerungsgruppen auszugleichen (vgl. Elsen 2004: 10).

2 Stand der Forschung

Der Zugang zu gründungsunterstützender Beratung und deren Nutzung durch Migrantinnen und Migranten kristallisiert sich inzwischen als ein zentraler Gegenstand der Forschung zur Migrantenökonomie heraus. Diesbezüglich steht vor allem die Frage im Raum, weshalb nur ein kleiner Teil der Gründerinnen und Gründer mit Migrationshintergrund insbesondere auf öffentliche Beratung zurückgreift, obwohl die Angebotsstruktur in Deutschland vergleichsweise hoch subventioniert und kostengünstig ist (vgl. Brixy, Sternberg & Stüber 2013: 157). Erste explorative Annäherungen lassen unterschiedliche Ursachen vermuten, geben aber keine eindeutigen Hinweise. Dementsprechend steigt die Bedeutung einer systematischen Auseinandersetzung mit den bestehenden Unterstützungsstrukturen für Gründende und Selbständige mit Migrationshintergrund.

2.1 Nutzung von Gründungsberatung durch Migrantinnen und Migranten

In nahezu allen Untersuchungen zur Migrantenökonomie wird an der einen oder anderen Stelle die Nutzung von Beratungs- und Weiterbildungsangeboten durch gründungswillige Migrantinnen und Migranten thematisiert. Häufig führt das forschungsmethodische Design allerdings zu nur eingeschränkt belastbaren Daten. Zudem fehlt es nicht selten an einer differenzierten Betrachtung hinsichtlich unterschiedlicher individueller Voraussetzungen der Ratsuchenden, struktureller regionaler Unterschiede bezüglich des Unterstützungssystems oder auch unterschiedlicher Migrantengruppen. Insofern steht letztlich eine geringe Anzahl von Studien zur Verfügung, aus denen sich systematisch abgeleitete Annahmen zum Zugang und zur Nutzung öffentlicher Gründungsberatung durch Migrantinnen und Migranten gewinnen lassen. Ungeachtet dessen finden sich aber einige Erkenntnisse aus der Forschungsliteratur zur Migrantenökonomie bezüglich der Inanspruchnahme bestehender Unterstützungsstrukturen. Zunächst soll auf das Nutzungsverhalten von Gründerinnen und Gründern mit Migrationshintergrund eingegangen werden um daran anschließend Faktoren zu betrachten, die den Zugang zu Gründungsberatung beeinflussen können.

Insofern Gründerinnen und Gründer mit Migrationshintergrund Beratung in Anspruch nehmen, greifen sie unabhängig vom Herkunftsland häufig auf informelle Formen der Beratung durch Familienangehörige, Freunde und Bekannte zurück. Floeting, Reimann & Schuleri-Hartje (2004) kommen im Zuge von deutschlandweiten Experteninterviews zu dem Schluss, dass Migrantinnen und Migranten vermehrt Informationen über Mund-zu-Mund-Propaganda gewinnen (vgl. Floeting, Reimann & Schuleri-Hartje 2004: 91). Dies ist ein Hinweis darauf, dass enge soziale Kontakte bei der Informationssuche für Migrantinnen und Migranten eine wichtige Rolle spielen. In einer Studie von Jung et al. (2011) wurden in diesem Zusammenhang Gründerinnen und Gründer mit Migrationshintergrund gefragt, weshalb sie bestehende Beratungsangebote nicht genutzt haben: „Die höchste Zustimmung bekommt hier die Aussage, dass bereits Beratung durch Familie und Freunde erfolgt war [...]“ (Jung et al. 2011: 138f). Auch Idik und Schnetger beobachten in ihrer stadtteilbezogenen Studie zu Selbständigen mit Migrationshintergrund in Duisburg, dass circa ein Drittel der türkischen Existenzgründer durch Familie und Freunde unterstützt wurden (vgl. Idik & Schnetger 2004: 173).

Als zweite entscheidende Beratungsinstanz für Migrantinnen und Migranten kristallisieren sich vor allem private Beratungsanbieter heraus. So zeigen Leicht et al. (2004) in einer quantitativen deutschlandweiten Befragung von Unternehmerinnen und Unternehmern, dass zwei Drittel von denjenigen, die Beratung in Anspruch genommen hatten, auf Angebote von Unternehmens-, Steuer- und Rechtsberatern zurückgegriffen haben (vgl. Leicht et al. 2004: 431). Dies gilt ebenso für Gründende ohne Migrationshintergrund. Auch andere Studien identifizieren neben privaten Netzwerken privatwirtschaftliche Beratungsanbieter als die wesentlichen Beratungsakteure von Selbständigen mit Migrationshintergrund (vgl. Jung et al. 2011: 144). Ethnien-spezifische Unterschiede lassen sich diesbezüglich nur in geringem Maße feststellen.

Demgegenüber werden entsprechende Angebote öffentlicher Beratungseinrichtungen von gründungswilligen Migrantinnen und Migranten unterdurchschnittlich wahrgenommen. Wenn überhaupt Beratungs- und Weiterbildungsangebote von öffentlichen Institutionen genutzt wurden, dann vor allem von den Kammern (IHK und HWK) oder den Agenturen für Arbeit beziehungsweise den Jobcentern. Wie Leicht et al. (2012) herausstellen, griffen lediglich ein Viertel der Selbständigen mit Migrationshintergrund, die im Zuge ihrer Gründung überhaupt institutionelle Beratung in Anspruch genommen haben, auf die Angebote der Kammern zurück (vgl. Leicht et al. 2012: 210). Die Untersuchung von Jung et al. (2011) zeigt, dass im Schnitt ein Fünftel der gründungswilligen Migrantinnen und Migranten im Verlauf ihrer Gründungsphase von Kammern oder der Arbeitsagentur bzw. dem Jobcenter beraten wurden (vgl. Jung et al. 2011: 144). Auch hier zeigen sich nur marginale Unterschiede zwischen verschiedenen Herkunftsgruppen. So scheinen Gründerinnen und Gründer aus dem ehemaligen Jugoslawien eher auf öffentliche Beratungsangebote zurückzugreifen, während Migrantinnen und Migranten mit türkischen oder griechischen Wurzeln kaum öffentliche Einrichtungen konsultieren. Im Vergleich dazu suchten etwa die Hälfte der deutschen Gründerinnen und Gründer Angebote der Kammern auf (vgl. Leicht et al. 2012: 210). Andere öffentliche Einrichtungen wie branchenspezifische Fach- und Unternehmerverbände, Gründungsinitiativen, kommunale Wirtschaftsförderungseinrichtungen oder Gründerzentren werden darüber hinaus fast gar nicht von Gründerinnen und Gründern mit Migrationshintergrund wahrgenommen.

2.2 Einflussfaktoren im Zugang zu öffentlicher Gründungsberatung durch Migrant/-innen

Verschiedene Studien kommen zu dem Ergebnis, dass Gründerinnen und Gründer bzw. Selbständige mit Migrationshintergrund im Vergleich zu Personen ohne Migrationshintergrund nur in geringem Umfang Unterstützung in Form von Beratung oder Weiterbildung in Anspruch nehmen (u.a. Leicht et al. 2004, Şen & Sauer 2005, Jung & Abaci 2004, Öksüz 2001). Daher steht die Frage im Raum, welche Faktoren den Zugang zu Gründungsberatung beeinflussen.

Identifiziert man Faktoren, die den Zugang zu Gründungsberatung eher fördern oder eher hindern, lassen sich grundsätzlich individuelle und institutionelle Faktoren unterscheiden (vgl. Idik & Schnetger 2004: 175ff). Als individuelle Faktoren gelten Eigenschaften und Fähigkeiten des Individuums, worunter beispielsweise die sprachlichen Fähigkeiten einer Person, das persönliche Vertrauen in Institutionen oder generell die Selbstgewissheit, keine Beratung zu benötigen, fallen. Solche Dispositionen sind im Falle von Migrantinnen und Migranten zu großen Teilen durch deren Migrationsgeschichte bedingt und keinesfalls frei gewählt. Zusätzlich zu individuellen Faktoren werden häufig institutionelle Barrieren als weiterer wesentlicher Grund für die vergleichsweise geringe Nutzung von Beratungs- und Weiterbildungsangeboten durch gründungswillige Migrantinnen und Migranten genannt. Idik & Schnetger (2004) identifizieren eine Reihe institutionsbezogener Hürden, die für Selbständige mit Migrationshintergrund Hemmnisse bei dem Zugang zu und Nutzung von bestehenden Unterstützungsstrukturen darstellen (vgl. Idik & Schnetger 2004: 175ff). Beispielsweise fallen darunter sprachliche Regelungen, die eine Beratung in einer anderen Sprache verbieten und damit Personen ohne das notwendige Sprachverständnis per se eine Beratung verwehren. Der Zugang zu Beratung ist somit gekennzeichnet durch ein Zusammenspiel von individuellen Dispositionen auf der einen Seite, und institutionellen Regelungen auf der anderen Seite. Um zu verstehen, weshalb

gründende Migrantinnen und Migranten seltener öffentliche Beratung beanspruchen, ist die Beachtung beider Seiten notwendig.

2.2.1 Selbstgewissheit oder fehlendes Problembewusstsein

Aus einer Reihe von Studien lässt sich der Tenor ableiten, dass Beratungsangebote von Migrantinnen und Migranten nicht oder vergleichsweise selten wahrgenommen werden. In der Folge gelten sie häufig als „beratungsresistent“. Als ein Grund für die Beratungsabstinenz von Migrantinnen und Migranten legen bestehende Analysen ein fehlendes Problembewusstsein seitens der gründungswilligen Migrantinnen und Migranten nahe. Im Rahmen einer Befragung türkischer Unternehmer in Berlin gaben zwei Drittel der Unternehmer an, keine Notwendigkeit für eine solche Beratung gesehen zu haben (vgl. Şen & Sauer 2005: 54). Zu einem ähnlichen Ergebnis gelangen Smolny & Alpert (2009) in ihrer Studie zu Selbständigen mit Migrationshintergrund in Ulm/ Neu-Ulm. Insbesondere mit Blick auf entsprechende Angebote öffentlicher Einrichtungen (Kammern, städtische Wirtschaftsförderung, Arbeitsagentur, usw.) nannten fast 60% der befragten Unternehmerinnen und Unternehmer "keinen Bedarf" als Grund für eine fehlende Kontaktaufnahme (vgl. Smolny & Alpert 2009: 57). Ein fehlendes Problembewusstsein lässt sich jedoch keiner bestimmten Migrantengruppe zuordnen.

Floeting, Reimann & Schuleri-Hartje (2004) versuchen sich dem Aspekt eines fehlenden Problembewusstseins auf konzeptioneller Ebene anzunähern. Auf Basis ihrer Ergebnisse aus einer qualitativen Expertenbefragung mit Gründungsberaterinnen und -beratern typisieren sie drei Kundengruppen mit Migrationshintergrund: Den „selbstgewissen Autodidakten“, die „reflektierten Quereinsteigerinnen“ und die „beschädigten Migranten“ (Floeting, Reimann & Schuleri-Hartje 2004: 93). Als selbstgewisse Autodidakten identifizieren sie ausschließlich männliche Gründer, die davon überzeugt sind, über ausreichend eigene Erfahrung für eine Unternehmensführung zu verfügen und Beratung lediglich mit dem Ziel aufsuchen, Zugang zu Krediten oder anderen finanziellen Fördermöglichkeiten zu erhalten. Diesem Gründertypus stehen die reflektierten Quereinsteigerinnen gegenüber. Diese Gründerinnen setzen sich in besonderem Maße mit den Vor- und Nachteilen einer selbständigen Tätigkeit auseinander und nutzen bestehende Beratungsangebote in vollem Umfang aus. Den sogenannten „beschädigten Migranten“ wiederum wird aufgrund ihres niedrigen Bildungsniveaus zugeschrieben, dass sie verhältnismäßig unreflektiert den Schritt in die Selbständigkeit wagen und in der Regel aus unterschiedlichen Gründen (z.B. fehlendes Wissen über entsprechende Institutionen) nicht auf bestehende Beratungsangebote zurückgreifen (vgl. Floeting, Reimann & Schuleri-Hartje 2004: 93).

Zwar ist die skizzierte Typisierung sehr verkürzt, wenn Gründerinnen mit Migrationshintergrund generell als reflektiert und Gründer mit Migrationshintergrund prinzipiell als beratungsresistent skizziert werden. Zumal die Annahme, dass Frauen sich generell besser informieren als Männer, natürlich nicht auf alle weiblichen Gründerinnen mit Migrationshintergrund generalisierbar ist. Allerdings spiegelt die Typisierung scheinbar den Eindruck wider, den Gründungsberater von ihren migrantischen Kunden haben. Idik & Schnetger (2004) nehmen zwar tatsächlich an, dass der „typische“ Unternehmer der Migrantenökonomie im Durchschnitt ein geringes Bildungsniveau und einen sehr eingeschränkten Zugang zu gründungsunterstützender öffentlicher Förderung hat (vgl. Idik & Schnetger 2004: 173f). Aber auch dieser Befund lässt sich nicht pauschalisieren: Durchschnittlich weisen Selbständige ohne Migrationshintergrund zwar höhere Bildungsabschlüsse auf als Selbständige mit Migrationshintergrund, allerdings variiert dies deutlich nach Herkunftsland (vgl. Leicht et al. 2012: 85). Was bleibt ist der Eindruck von vielen Gründungsberatern, dass männliche Migranten sich tendenziell seltener beraten lassen beziehungsweise wollen.

2.2.2 Institutionenwissen

Ein zentraler Aspekt im Zugang zur Beratung ist das Wissen einer Person, dass es überhaupt öffentliche Beratungsangebote für Gründende gibt. Diesbezüglich haben Migrantinnen und Migranten in Deutschland deutlich

schlechtere Ausgangsbedingungen über diese Beratungsangebote informiert zu sein, wobei zum Teil große Unterschiede zwischen verschiedenen Herkunftsgruppen beobachtbar sind. Etwa ein Drittel der Selbständigen mit türkischer und italienischer Herkunft kennen laut eigener Aussage keine entsprechenden Beratungsangebote oder wissen nicht, an wen sie sich wenden sollen (vgl. Leicht et al. 2009: 182f; Leicht et al. 2012: 214). Im Vergleich dazu scheinen Gründerinnen und Gründer deutscher Herkunft ganz allgemein deutlich besser über bestehende Angebote informiert zu sein, da weniger als ein Viertel der Befragten fehlende Angebotstransparenz als Grund für die Nichtnutzung angibt (vgl. Leicht et al. 2012: 214).

Die möglichen Ursachen für fehlendes Institutionenwissen sind vielfältig, treffen allerdings nicht auf alle gründungswilligen Personen mit Migrationshintergrund gleichermaßen zu, denn Wissen eignen sich Menschen ein Leben lang an. Im Kontext der Sozialisation erlangt ein Kind zuerst über die Familie, mit fortschreitendem Alter über den Kontakt zu Freunden und Bekannten gesellschaftlich relevantes Wissen, worunter beispielsweise Regeln, Normen und Bräuche, Institutionenwissen, aber auch sprachliche Fähigkeiten fallen. Die Summe dieser Wissensbestände wird als „kulturelles Kapital“ bezeichnet (vgl. Bourdieu 1983: 186). Falls eine Person selbst oder deren Eltern nach Deutschland eingewandert sind, gibt es weniger Gelegenheiten sich derartiges Wissen in Bezug auf den deutschen Raum anzueignen, beispielsweise durch einen Schulbesuch oder durch langjährige Freundschaften zu Deutschen. Im Kontext der Bildungsforschung geht man somit davon aus, dass Kinder mit Migrationshintergrund weniger gut über das deutsche Bildungssystem informiert sind und über weniger Institutionenwissen verfügen (vgl. Nauck 2011: 71). Diese Befunde lassen sich auf das Wissen hinsichtlich vielfältiger bürokratischer Vorgänge in Deutschland übertragen, worunter auch die Gründungsberatung fällt. So geht Kohn (2011) davon aus, dass gerade Migrantinnen und Migranten der ersten Generation, die keine Bildungseinrichtungen in Deutschland besucht haben und daher vor ihrer Einwanderung insbesondere Wissen aus ihren Herkunftsländern gesammelt haben, auch im Rahmen einer Gründung mit Informationsdefiziten zu kämpfen haben (vgl. Kohn 2011: 9). Wo letztendlich kein Wissen über Beratung existiert, kann auch keine Beratung in Anspruch genommen werden.

2.2.3 Deutschkenntnisse

Ein weiterer Aspekt, der ebenfalls mit der Phase der Sozialisation einhergeht, ist die Deutschsprachkompetenz von Migrantinnen und Migranten. Im Bereich der Arbeitsmarktforschung gibt es dazu vielfach empirisch gesicherte Befunde, dass gute Sprachfähigkeiten in der Regel mit einer verbesserten Positionierung auf dem Arbeitsmarkt einhergehen (vgl. Chiswick 1991; Bleakley & Chin 2004; 2008). In Bezug auf die Gründungsberatung können eingeschränkte Lesefähigkeiten im Deutschen gerade bei der Suche nach Information hinderlich sein, falls Informationen über öffentliche Beratungseinrichtungen ausschließlich in deutscher Sprache zur Verfügung stehen (vgl. Esser 2006: 408). Sprachprobleme können selbst dann zum Hindernis werden, wenn eine Person über gute mündliche Deutschkenntnisse verfügt, aber weniger gut ausgeprägte Lese- und Schreibkompetenzen hat. Teilweise bitten Beratungseinrichtungen Gründungsinteressierte schon vor einem ersten Gespräch einen Businessplan zu entwerfen oder schriftliche Informationen zu der Geschäftsidee vorzubereiten. Dies setzt Lese- und Schreibkompetenz voraus, die eventuell nicht auf alle gründungswilligen Migranten in gleicher Form zutrifft.

In dem konkreten Beratungsgespräch kann eine fehlende gemeinsame Sprache eine gute Verständigung zwischen Ratsuchenden und Beratenden behindern (vgl. Kohn 2011: 10). Allerdings ist Sprache nicht allein ein Medium der Kommunikation, sondern übermittelt zudem einer Person Informationen über ihr Gegenüber. Ein fremdsprachiger Akzent kann dann zum Signal für das Attribut „Migrant“ werden und auf Seiten des Beratenden Stereotype und Vorurteile aktivieren (vgl. Esser 2006: 52). Gründende, die im Rahmen einer Beratung weniger gute Deutschsprachkompetenzen haben, sind somit gleich mit zweierlei Schwierigkeiten konfrontiert: Für diese ist es ungleich schwerer, vorab für sie verständliche Informationen zu finden und ihre Idee zu verschriftlichen. Gleichzeitig laufen sie Gefahr, mit Stereotypisierung und Diskriminierung konfrontiert zu werden (vgl. Esser 2006: 52). Beides sind

gute Gründe, Beratung gar nicht erst aufzusuchen. Alternativen zu Beratung in öffentlichen Einrichtungen können dann private Steuer-, Rechts- oder Unternehmensberater darstellen, welche mit mehrsprachiger Gründungsberatung werben.

2.2.4 Art der Informationssuche und soziale Netzwerke

Im Allgemeinen können Informationen zu Gründungsberatungsangeboten über verschiedene Kanäle übermittelt werden wie beispielsweise das Internet, Mundpropaganda oder Anzeigen in Zeitungen oder Zeitschriften. Suchen Migrantinnen und Migranten allerdings über Informationskanäle, die von Seiten der Anbieter gar nicht oder nicht genügend gepflegt werden, gelangt die Information nicht zur Zielgruppe.

Damit können die Wege, über die Information gesucht wird ebenfalls eine Barriere zu Beratung darstellen (vgl. Horr 2008: 187f). Personen mit Migrationshintergrund tendieren dazu, gerade das Internet als Informationsquelle weniger häufig zu nutzen als Personen ohne Migrationshintergrund, sich dafür aber mehr auf Mundpropaganda beziehungsweise ihre persönlichen soziale Beziehungen zu stützen (vgl. Kissau 2008: 37). Im Falle, dass Beratungseinrichtungen ihr Angebot vor allem über das Internet publik machen, findet die Gruppe der Migrantinnen und Migranten, die das Internet selten oder gar nicht nutzt, nicht die notwendigen Informationen. Es gibt bisher noch keine gesicherten empirischen Befunde, ob Gründungsberatungseinrichtungen vor allem über das Internet werben. Allerdings liegt die Vermutung mit steigender Bedeutung des Mediums „Internet“ doch nahe.

Es wird häufig vermutet, dass Mundpropaganda besonders relevant für Migrantinnen oder Migranten ist. Mundpropaganda wird typischerweise über die eigenen sozialen Netzwerke, also über Freunde, Verwandte und Bekannte vermittelt. Die Beschaffenheit der Beziehungen in einem Netzwerk kann dabei beeinflussen, wie viele und welche Informationen übermittelt werden. Unterschieden wird dabei zwischen „starken“ und „schwachen“ Beziehungen: Beziehungen zu Bekannten werden als „schwache Beziehungen“ bezeichnet und sind besonders hilfreich bei der Suche nach Informationen. „Starke Beziehungen“ pflegt man hingegen zu engen Freunden und Familienangehörigen, welche durch emotionale Nähe und intensive Kontakte gekennzeichnet sind. Hat eine Person eine Vielzahl von „schwachen Beziehungen“ im eigenen Netzwerk, besteht eine große Wahrscheinlichkeit über diese an Informationen zu gelangen, die außerhalb des eigenen Freundeskreises bekannt sind. Da sich die engsten Freunde einer Person in der Regel auch untereinander kennen, sind neue Informationen unter den „starken Beziehungen“ einer Person seltener zu erwarten (vgl. Granovetter 1973: 1361ff). Unabhängig vom Migrationshintergrund kann Mundpropaganda einem Informationssuchenden somit je nach Anzahl und Qualität der starken und schwachen Beziehungen im eigenen Netzwerk zu unterschiedlichen und unterschiedlich hilfreichen Informationen verhelfen. Bei Migrantinnen und Migranten kann zudem das Netzwerk danach differenziert werden, ob die Mehrzahl der Kontakte zu Personen mit Migrationshintergrund gepflegt werden oder nicht. Gründende mit Migrationshintergrund, die kleine Netzwerke mit wenigen Verbindungen zu Personen ohne Migrationshintergrund pflegen, werden weniger wahrscheinlich über „deutsche“ Beratungseinrichtungen informiert sein, dafür aber über netzwerkinterne Berater. Eine qualitative Studie aus dem Jahr 2006 konnte feststellen, dass Migrantinnen und Migranten in ethnisch geprägten Stadtvierteln größtenteils kleine und ethnisch homogene Netzwerke hatten, was diese Annahme bestätigt (vgl. Janßen & Polat 2006: 12f).

2.2.5 Systemvertrauen

Beratung erfordert von Seiten der ratsuchenden Person das Vertrauen in eine beratende Einrichtung, dort kompetent und vorurteilsfrei beraten zu werden. Dieses Vertrauen kann im Falle von Migrantinnen und Migranten durch die direkte Erfahrung mit Diskriminierung im Alltag oder dem Wissen über Diskriminierungserfahrung im Bekanntenkreis beeinträchtigt werden. Über mögliche Konsequenzen von Diskriminierungserfahrungen berichten Wilkening & Salentin (2003) auf Basis einer repräsentativen Studie aus dem Jahr 2001, in der 3.247 Personen mit

Migrationshintergrund schriftlich befragt wurden. Wenn sich Personen mit Migrationshintergrund verbal oder physisch diskriminiert fühlten, führte dies zu deutlichen Vertrauenseinbußen gegenüber deutschen Institutionen. Dabei musste die Diskriminierungserfahrung nicht in den Einrichtungen oder im Zusammenhang mit diesen stattgefunden haben (vgl. Wilkening & Salentin 2003: 93). Die Autoren betonen, dass es dabei vor allem relevant sei, ob sich eine Person diskriminiert *fühlt*, nicht, ob sie tatsächlich diskriminiert wurde (vgl. Salentin 2008: 522). Dieser Hinweis soll allerdings nicht darüber hinweg täuschen, dass Diskriminierung noch immer in verschiedenen Lebensbereichen zum Alltag vieler Migrantinnen und Migranten in Deutschland zählt, wie beispielsweise eine Studie zur Ausbildungsplatzvergabe des Sachverständigenrat deutscher Stiftungen für Integration und Migration belegt (vgl. SVR 2004) oder eine qualitative Studie zur Wohnungssuche (vgl. Horr 2008: 189).

Das Vertrauen in eine Beraterin oder einen Berater kann zudem gestärkt werden, wenn diese oder dieser Teil des eigenen sozialen Netzwerks ist bzw. wenn eine Beraterin oder ein Berater zuvor durch Bekannte und Freunde empfohlen wurde (vgl. Granovetter 1973: 1374). Ein Feldexperiment aus Zürich zeigt, dass Personen, die sich mit der eigenen sozialen Gruppe identifizieren, ihren Mitgliedern auch mehr Vertrauen entgegen bringen (vgl. Falk & Zehnder 2007: 32). Identifiziert sich eine Person stark mit der eigenen Herkunftsgruppe und hat darüber hinaus bereits Erfahrung mit Diskriminierung gemacht, kann es durchaus sein, dass koethnischen Beraterinnen und Beratern oder solchen, die dem eigenen Netzwerk angehören, mehr Vertrauen entgegen gebracht wird.

Für Dauwalder (2007) stellt die Kategorie „Vertrauen“ sogar ein zentrales Element nachhaltig wirksamer Beratungsprozesse dar. Er geht davon aus, dass das Vertrauen in die professionelle und persönliche Kompetenz sowie die Glaubwürdigkeit der Beraterinnen und Berater und ihrer Institutionen entscheidend für eine zielführende Zusammenarbeit im Beratungsprozess ist (vgl. Dauwalder 2007: 17). Zwar garantiert Vertrauen – wie Haubl schreibt – nicht den Beratungserfolg, ist aber dennoch für erfolgreiches Beratungshandeln kaum zu überschätzen (vgl. Haubl 2012: 29). Für die Gründungsberatung ist dabei vor allem das Rollenvertrauen (in Abgrenzung zum persönlichen Vertrauen) entscheidend, welches die normativen Erwartungen des Ratsuchenden an die Beratungseinrichtung darstellt und denen eine Person als Inhaber einer bestimmten Position innerhalb eines bestimmten institutionellen Kontextes (in diesem Fall im Rahmen der Gründungsberatung) gerecht werden muss. (vgl. ebd.: 32) Mit Blick auf die Beratung selbständig tätiger Migrantinnen und Migranten weisen Crone-Erdmann & Yilmaz (2003) in dem Zusammenhang genau auf den Aspekt des fehlenden Rollenvertrauens hin. Im Zuge ihres Projektes zur Fachkräftequalifizierung von Akademikern türkischer Herkunft in NRW stellen sie fest, dass diese zwar Kammermitglieder sind, sich aber nicht als „Bestandteil der Organisation“ sehen und deshalb die Dienstleistungen der Organisation aus eigenem Entschluss kaum in Anspruch nehmen (vgl. Crone-Erdmann & Yilmaz 2003: 5f). Hier liegt die Vermutung nahe, dass zu der fehlenden Identifikation mit der Einrichtung auch Vertrauensdefizite gehören.

2.2.6 Angebotsstruktur

Eine weitere mögliche Barriere, welche die Inanspruchnahme von Beratung durch Migrantinnen und Migranten determinieren kann, liegt in der organisatorischen und didaktischen Gestaltung entsprechender Angebote. Der SVR kommt in einer Bestandsaufnahme über die Strukturen der Integrationsförderung in Deutschland zu dem Schluss, dass sowohl Kosten als auch Zeit für die Nutzung von Beratungsangeboten als relevante Faktoren seitens der Ratsuchenden genannt werden. So geben etwa ein Drittel der Befragten an, dass Beratungskosten ein zentrales Hindernis darstellen (vgl. SVR 2010: 37). Weiterhin geben Selbständige mit Migrationshintergrund an, nur über geringe zeitliche Ressourcen für die Nutzung von Beratungsangeboten zu verfügen (vgl. ebd.: 37). Insgesamt wird in der Literatur bemängelt, dass nur ein geringer Teil der bestehenden Angebote aus organisatorischen und pädagogischen Gesichtspunkten auf die besonderen Bedarfe von Gründenden mit Migrationshintergrund ausgerichtet sind. Ausnahmen bilden hier die Angebote von Beratungseinrichtungen, die sich dezidiert auf die Beratung gründungswilliger Migrantinnen und Migranten spezialisieren. Die Erfahrung letztgenannter Einrichtung zeigt, dass

Qualifizierungs- und Weiterbildungsangebote modular und flexibel gestaltet sein müssen, sodass Gründerinnen und Gründer bedarfsgerecht einsteigen können und nicht zeitlich beschränkt sind, um sich entsprechendes Wissen anzueignen (vgl. Lücke & Heyn 2009: 52).

3 Zusammenfassung der Ergebnisse

Wie aus der Analyse bestehender Forschungsarbeiten zu der Inanspruchnahme und zu den Einflussfaktoren auf die Nutzung öffentlicher Gründungsberatung deutlich wird, ist die individuelle Entscheidung für bzw. gegen das Aufsuchen von entsprechenden Angeboten alles andere als leicht zu beantworten. Die Ableitung von kausalen Zusammenhängen ist aufgrund der Komplexität persönlicher Entscheidungsmechanismen und dem Mangel großer quantitativer Studien schwer möglich. Ungeachtet dessen kristallisieren sich vier (wahrscheinliche) Hauptaspekte heraus, die beeinflussen, unter welchen Bedingungen Gründende **Beratung durch öffentliche Träger in Anspruch nehmen und damit einen Zugang zu dieser finden** (vgl. Abbildung 1).

Nach eingehender Sichtung der Forschungsliteratur kann die These nicht bestätigt werden, dass Migrantinnen und Migranten per se seltener Beratung im Zuge des Gründungsprozesses nutzen. Allerdings greifen Gründerinnen und Gründer bzw. Selbständige mit Migrationshintergrund vermehrt auf die Hilfe von Erfahrungsträgern im eigenen Umfeld oder auf privatwirtschaftliche Beratungseinrichtungen zurück. Demgegenüber werden die **Angebote öffentlicher Einrichtungen** (wie z.B. Kammern, Jobcenter) **deutlich seltener in Anspruch genommen**.

Eine Person **ohne Problembewusstsein** für Gründungsberatung wird diese mit hoher Wahrscheinlichkeit auch nicht aufsuchen – unabhängig davon, ob private oder öffentliche Träger diese anbieten. Determiniert wird das Problembewusstsein wiederum von unterschiedlichen Faktoren, die in der Regel sozialisationsabhängig sind. Dabei spielen beispielsweise eigene Lernerfahrungen eine Rolle.

Als zweite Komponente ist das **Wissen über Beratungsangebote** zu nennen. Migrantinnen und Migranten, die eine Ausbildung in Deutschland absolviert haben, sind meist besser über das Unterstützungs- und Förderangebot in Deutschland informiert. Darüber hinaus ist es relevant, wie Personen sich informieren und welche Informationskanäle sie verwenden. Gründende Migrantinnen und Migranten, die eher über kleine, ethnisch homogene Netzwerke verfügen, sind mit geringerer Wahrscheinlichkeit über öffentliche Beratungsstellen informiert. Sie verfügen häufig über andere Wissensbestände, beispielsweise durch private Berater, die stärker mit dem individuellen Netzwerk verbunden sind.

Ist eine Person über Beratungsangebote durch öffentliche Einrichtungen informiert, muss sie auch das **Vertrauen in die entsprechende Einrichtung und die Beratenden** haben, dort eine Lösung für ihr Anliegen zu finden. Das Vertrauen in öffentliche Einrichtungen kann durch Diskriminierungserfahrungen geschwächt werden. Zudem sind Personen mit niedrigen (oder keinen) Ausbildungsabschlüssen bei Beratungsangeboten von Bildungsträgern möglicherweise misstrauischer.

Letztlich müssen Interessenten auch tatsächlich die Möglichkeit haben, ein Angebot zu nutzen. Diesbezüglich stellt sich die Frage, ob überhaupt eine **adäquate Angebotsstruktur** existiert, denn es zeigt sich, dass diese regional durchaus sehr unterschiedlich ausgeprägt ist. Allerdings kann auch die Form der Angebote selbst ein Faktor für bzw. gegen deren Nutzung sein. Entsprechen die **Formate** nicht den Bedürfnissen der Gründenden hinsichtlich Zeit, Ort oder Kosten, können diese sie letztendlich nicht in Anspruch genommen werden.

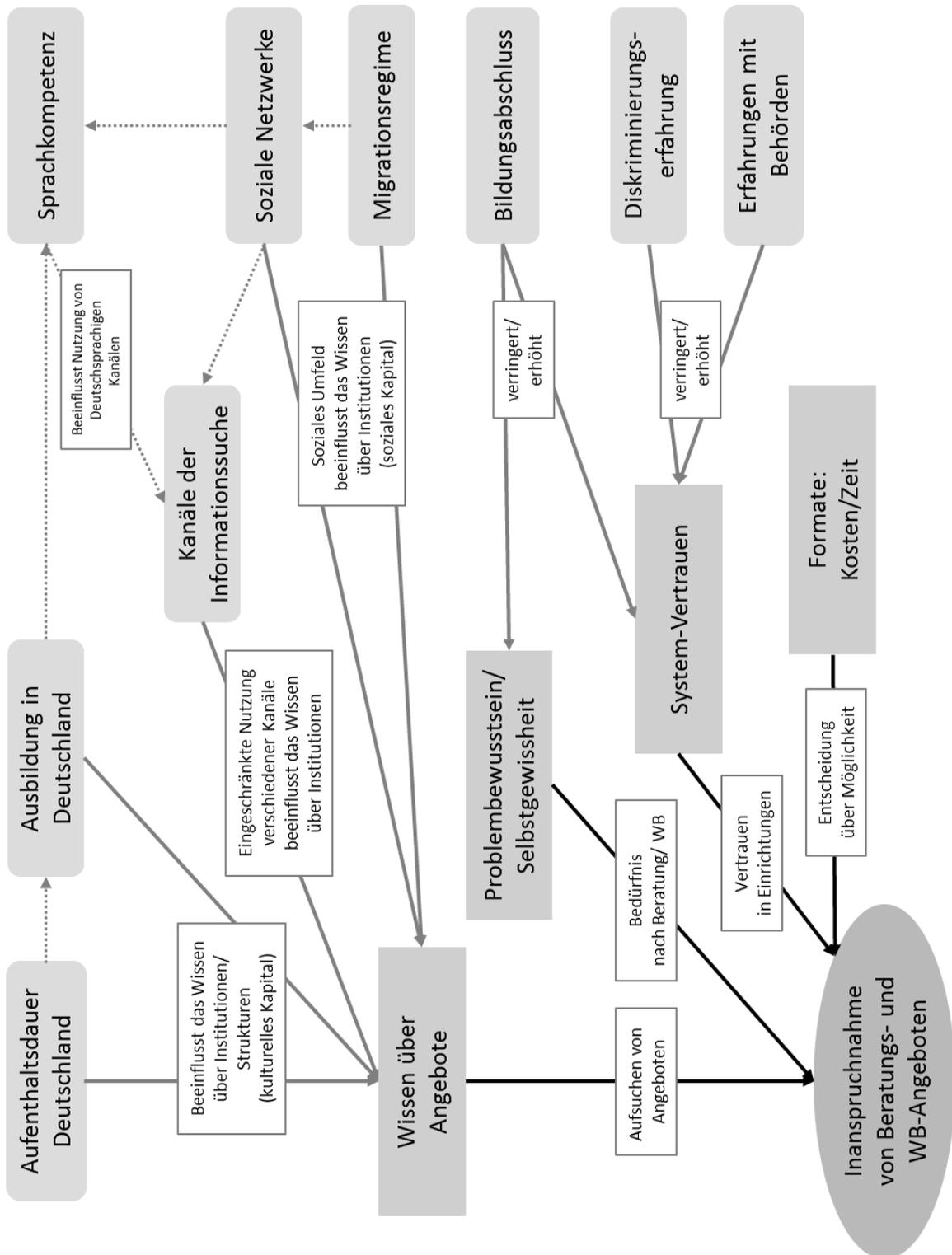


Abbildung 1: Zusammenfassung des Forschungsstands

Literaturverzeichnis

- Bleakley, H., & Chin, A. (2004). Language Skills and Earnings: Evidence from Childhood Immigrants. *The Review of Economics and Statistics*, 86(2), S. 481-496.
- Bleakley, H., & Chin, A. (2008). What holds back the second generation? The intergenerational transmission of language human capital among immigrants. *Journal of Human Resources*, 43(2), S. 267-298.
- Bourdieu, P. (1983). Soziale Ungleichheiten. Sonderband 2 Soziale Welt. Verlag Otto Schwartz & Co.
- Brixy, U., Sternberg, R., & Stüber, H. (2013). Why some nascent entrepreneurs do not seek professional assistance. *Applied Economics Letters*, 20(2), S. 157-161.
- Caliendo, M., Kritikos, A., Steiner, V., & Wießner, F. (2007). Existenzgründungen: Unterm Strich ein Erfolg. *IAB-Kurzbericht*, 10, S. 1-6.
- Chiswick, B. R. (1991). Speaking, Reading, and Earnings among Low-Skilled Immigrants. *Journal of Labor Economics*, 9(2), S. 149-170.
- Crone-Erdmann, G., & Yilmaz, S. (2003). *Projekt FATIMA. Abschlussbericht*. Düsseldorf.
- Dauwalder, J. P. (2007). Beratung: Herausforderungen für eine nachhaltige Entwicklung. *Report*, 30(1), S. 9-19.
- Elsen, S. (2004). Wirtschaftsförderung – Gemeinwesenökonomie – Soziale Ökonomie. Gleiche Ziele – verschiedene Handlungsansätze Lokaler Ökonomie? In Regiestelle E&C der Stiftung SPI Sozialpädagogisches Institut Berlin „Walter May“ (Hrsg.), *Lokale Ökonomie als Integrations - faktor für junge Menschen in sozialen Brennpunkten* (S. 6-16). Berlin.
- Elven, J., & Schwarz, J. (2008). *Gründungsberatung in Deutschland Ergebnisse einer bundesweiten Online-Erhebung im Feld der Existenzgründungsberatung*.
- Esser, H. (2006). *Sprache und Integration : die sozialen Bedingungen und Folgen des Spracherwerbs von Migranten*. Frankfurt am Main: Campus.
- Falk, A., & Zehnder, C. (2007). Discrimination and in-group favoritism in a citywide trust experiment. , IZA Discussion Papers, No. 2765. Bonn.
- Floeting, H., Reimann, B., & Schuleri-Hartje, U.-K. (2004). Ethnische Ökonomie: Integrationsfaktor und Integrationsmaßstab. *Deutsches Institut für Urbanistik (difu)* .
- Granovetter, M. S. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), S. 1360-1380.
- Haubl, R. (2012). Vertrauensbildung im Beratungsprozess. *Vertrauen in Organisationen*, S. 29-43.
- Horr, A. (2008). Migration und städtischer Raum. Chancen und Risiken der Segregation und Integration. In F. Hillmann, & M. Windzio (Hrsg.). Farmington Hills: Budrich UniPress.
- Idik, E., & Schnetger, M. (2004). Barrieren einer Migrantenökonomie und Bedingungen einer geeigneten Förderstruktur. In W. Hanesch, & K. Krüger-Conrad (Hrsg.), *Lokale Beschäftigung und Ökonomie* (S. 163-183). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Integration, S. f. (2004). *Migration und Integration - Erfahrungen nutzen, Neues wagen. Jahresgutachten 2004*. Berlin. Von http://archiv.dstgb.de/homepage/kommunalreport/archiv2004/newsitem00997/997_3_1092.pdf abgerufen

- Janßen, A., & Polat Ayca. (2006). Soziale Netzwerke türkischer Migrantinnen und Migranten. *APuZ Aus Politik und Zeitgeschichte*, S. 11-17.
- Jung, M., & Abaci, K. (2004). *Migranten als Unternehmer in Deutschland*. Berlin: Verband deutscher Gründungsinitiativen.
- Jung, M., Unterberg, M., Bendig, M., & Seidl-Bowe, B. (2011). Unternehmensgründungen von Migranten und Migrantinnen. S. 1-195.
- Kissau, K. (2008). *Das Integrationspotential des Internet für Migranten*. (VS Reseach Springer, Hrsg.) Münster.
- Kohn, K.-H. P. (2011). Migrationspezifische beschäftigungsorientierte Beratung - spezifische Themen, spezifische Bedarfe. (Facharbeitskreis „Beratung“ vom Netzwerk „Integration durch Qualifizierung“, Hrsg.) Berlin.
- Leicht, R., Di Bella, J., Berwing, S., Langhauser, M., Leiß, M., Philipp, R., . . . Werner, L. (2012). *Bedeutung, Triebkräfte und Leistungen von Migrantenunternehmen in Baden-Württemberg (und Deutschland), Studie im Auftrag des Ministeriums für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg*. Mannheim: Institut für Mittelstandsforschung. Universität Mannheim.
- Leicht, R., Hermes, K., & Humpert, A. (2006). Probleme, Beratungs- und Qualifizierungs- bedarf unter Gründern türkischer Herkunft. S. 1-104.
- Leicht, R., Strohmeyer, R., Leiß, M., & Philipp, R. (2009). *Selbständig integriert? Studie zum Gründungsverhalten von Frauen mit Zuwanderungsgeschichte in Nordrhein-Westfalen*. Mannheim.
- Lücke, C., & Heyn, L. (2009). *Ad-hoc Evaluierung der Aktion A.5 Förderung des Unternehmergeistes im Rahmen des ESF OP Hamburg 2007 - 2013*. Hamburg: Ramboll.
- Maier-Gutheil, C. (2009). *Zwischen Beratung und Begutachtung : Pädagogische Professionalität in der Existenzgründungsberatung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2009.
- Mugler, J., & Lampe, R. (1987). Betriebswirtschaftliche Beratung von Klein- und Mittelbetrieben. *Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis*, 39(6), S. 477-493.
- Nauck, B. (2011). Integration durch Bildung Bildungserwerb von jungen Migranten in Deutschland. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Nußbeck, S. (2010). Einführung in die Beratungspsychologie. München [u.a.]: Reinhardt.
- Öksüz, N. (2001). *Ausländische Unternehmen in Bonn*. Essen: Untersuchungsergebnisse einer telefonischen Befragung.
- Reimann, B., & Schuleri-Hartje, U.-K. (2009). Lokale Integrationspolitik in der Einwanderungsgesellschaft. Migration und Integration als Herausforderung von Kommunen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Sachverständigenrat deutscher Stiftungen für Integration und Migration. (2010). *Einwanderungsgesellschaft 2010*. (SVR, Hrsg.) Berlin.
- Salentin, K. (2008). Soziologie sozialer Probleme und sozialer Kontrolle: Realitäten, Repräsentationen und Politik. Festschrift für Günther Albrecht. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schneck, S., & May-Strobl, E. (2013). *Wohlstandseffekte des Gründungsgeschehens*.
- Schulte, R., & Kraus, S. (2009). Unternehmensberatung für Gründungsunternehmen: Eine Übersicht über das Berufsfeld der Gründungsberatung. *Gründungsberatung-Beiträge aus Forschung und Praxis*, Stuttgart, S. 51-81.

- Şen, F., & Sauer, M. (2005). Türkische Unternehmer in Berlin. Struktur - Wirtschaftskraft - Problemlagen. *Berliner Beiträge zur Integration und Migration*.
- Smolny, W., & Alpert, M. (2009). *Selbstständige mit Migrationshintergrund im Wirtschaftsbereich Ulm/Neu-Ulm*. Ulm: Endbericht der wissenschaftlichen Begleitung.
- Wilkening, F., & Salentin, K. (2003). Viktimisierung durch Fremdenfeindlichkeit und das Systemvertrauen von Migranten: Ergebnisse einer standardisierten Befragung. *Journal für Konflikt- und Gewaltforschung*, 3(1), S. 88-96.

Das Netzwerk IQ wird gefördert durch:



Netzwerk „Integration durch Qualifizierung IQ“

www.netzwerk-iq-bw.de
www.netzwerk-iq.de