

3. Gesprächskreis Migration: Der »ethnische Ökonomie«-Diskurs als Gegenstand politischer Intervention

Und genau, ethnische Wirtschaft, langfristig sollte es ja sein, dass wir eine Wir-Gemeinschaft sind auch, wo keine Trennlinien mehr da sind.
(Migration Business/Mohtachem)

Einer der entscheidenden Unterschiede zwischen der wissenschaftlichen und der politischen Beschäftigung mit der unternehmerischen Selbstständigkeit von Menschen mit Migrationshintergrund besteht, trotz aller Wechselwirkungen, in der Zielsetzung. Während wissenschaftliche Beiträge auf die Wirk- und Funktionsweise und, je nach fachlicher Verortung, auch auf den potenziellen Nutzen blicken, dabei aber höchstens beratend eingreifen, ist ein solcher Nutzen, oder vielmehr: die Nutzung für die politische Auseinandersetzung der zentrale Ansatzpunkt. Während wissenschaftliche Diskussionen bearbeitetes und bearbeitbares Wissen hervorbringen, beschäftigen sich politische Akteur_innen mit der Operationalisierung von dieser und anderen Wissensformen in bearbeitenden Maßnahmen. Politische Diskussionen ersinnen solche Eingriffe in, um, und für »ethnische Ökonomie« und »migrantisches Unternehmertum« und konzipieren sie im Rahmen des Diskurses. Sie erheben die Förderung »ethnischer Ökonomie« entweder zum Selbstzweck, oder sie unterstellen ihre Nutzung und Förderung einem höheren Ziel. Für die Hervorbringung politischer Maßnahmen bilden die wiederkehrenden Motive und die daraus entstehenden Narrative politischer Diskussionen eine wichtige Grundlage. Am Beispiel der Berliner Landespolitik beschreibt dieses Kapitel die Genese politischer Intervention ins Themenfeld »ethnische Ökonomie«, auf der Grundlage salienter Motive und Narrative und der daraus deduzierbaren Logik des Diskurses.

Das Interesse an der unternehmerischen Selbstständigkeit von Menschen mit Migrationshintergrund ist im politischen Feld nur geringen Konjunkturen unterworfen. Zwar war sie während meiner Forschung selten ein Thema für die Titelseiten. Interesse und Auseinandersetzung damit war aber konstant wahrnehmbar. Das zeigt sich einer-

seits in der Regelmäßigkeit, mit der sich unterschiedliche Gesprächs- und Arbeitskreise zusammenfinden, und andererseits im immer wieder, zumindest kurzzeitig, aufkommendem medialen Interesse. Das Thema ist, so scheint es, zwar selten eine Schlagzeile, dafür aber die fortwährende Auseinandersetzung wert.

Auf der Berliner Landesebene ist der Gesprächskreis Migration der Senatsverwaltung für Wirtschaft ein wichtiges Medium solcher Auseinandersetzung und das zentrale Diskussionsgremium für die Beschäftigung mit »ethnischer Ökonomie«. Er bot mir als Teilnehmer die Gelegenheit, Momente zu beobachten, in denen Modi politischer Bearbeitung »ethnischer Ökonomie« für die Berliner Landespolitik ausgehandelt wurden. Den Gesprächskreis betrachte ich in vielerlei Hinsicht als eine besondere Sitzung. Bei der Veranstaltung waren alle Akteur_innen anwesend, die ich bei anderen Veranstaltungen in kleineren Gruppen immer wieder getroffen habe. Das zeigt die Bedeutung, die ihr diese Akteur_innen als Ort der Aushandlung und Schauplatz wichtiger Weichenstellungen beimessen. Zudem wurden hier alle diejenigen Themen kompakt besprochen, die auch andernorts immer wieder thematisiert wurden, und die sich häufig mit den Themen wissenschaftlicher Publikationen überschneiden, wenn nicht decken. Kurzum waren hier Themen und Akteur_innen zeitlich und räumlich konzentriert, die ich an anderen Stellen, verteilt über die diversen Schauplätze des Diskurses, immer wieder antreffen konnte. In Bezug auf Akteur_innen und Inhalt steht der Gesprächskreis Migration insofern prototypisch für viele andere Momente im »ethnische Ökonomie«-Diskurs. Hier manifestiert sich das Wissen, das dem Umgang mit »ethnischer Ökonomie« zugrunde liegt und das Diskurs und Praxis anleitet und begrenzt. Und hier zeigen sich Varianten der Aushandlung politischer Intervention. Insofern bietet der Gesprächskreis einen guten Ausgangspunkt, um zu erforschen und darzustellen, wie es im Diskurs »kommt [...], dass eine bestimmte Aussage erschienen ist und keine andere an ihrer Stelle« (Foucault 2015: 42), wie Interessen auf dieser Grundlage verhandelt und durchgesetzt werden, wie spezifische Diskursivierungen bestimmte Formen der Bearbeitung formatieren und Lösungsstrategien implizieren, und wie – möglicherweise auch davon abweichende – Lösungen getroffen werden. Ich nutze meine Teilnahme am Gesprächskreis daher als inhaltlichen Ausgangspunkt und als Grundlage von Struktur und Inhalt dieses Kapitels. Die Darstellungen hier folgen der Logik des Gesprächskreises und der chronologischen Struktur meiner Teilnahme an der Veranstaltung. Sie entwickeln sich entlang des Beispiels dieser materialisierten Repräsentation der Logik des Diskurses und seiner Praktiken, und der darauf aufbauenden Formatierung für seine politische Bearbeitung. Beobachtungen aus dem Gesprächskreis werden mit Szenen aus anderen Momenten im Feld verglichen, kontrastiert und verdichtet.

Als theoretische Perspektive dient diesem Kapitel Foucaults Verständnis von Problematisierung, das ich im Kapitel 2.4.1 eingeführt habe und demzufolge die Logik des Diskurses nicht nur auf den Diskurs selbst, sondern auch auf die Bearbeitung diskursivierter Diskussionsgegenstände, der »Probleme« in diesem Sinne, wirkt. Die Geschichte der Problemwerdung beschreibt er als eine Geschichte der Lösungsfindung. Denn die Darstellung eines Problems determiniert die Grenzen innerhalb derer Lösungen und alternative Entwürfe gefunden werden können. Die Konstruktion des Problems gibt demnach schon den Rahmen für seine Lösungen vor.

3.1 Zunächst: Was ist »ethnische Ökonomie«?

Vielleicht habe jemand nicht diese Gründungsmentalität oder sei nicht mit Unternehmertum aufgewachsen – dass man nicht, wie in Deutschland, mit einem Herrn Bosch oder Siemens groß geworden sei.

(FN Heinemann)

Noch vor Beginn des Gesprächskreises, aber auch in Gesprächen mit Akteur_innen des Diskurses, habe ich immer wieder nach dem im Feld vorherrschenden Bild von »ethnischer Ökonomie« gefragt. Aufschlussreich war dabei vor allem auch, welche Unternehmer_innen nicht Gegenstand der Debatten seien. Nicht gemeint seien demnach »Unternehmen, die auch Leute wie sie selbst als Kunden nehmen könnten [...] und die dieselben Sachen anbieten/machen wie ›deutsche, österreichische und kanadische Unternehmer‹.« (FN Heinemann)

Frau Heinemann trifft – als einzige meiner Gesprächspartner_innen – eine Unterscheidung zwischen »ethnischer Ökonomie«, die sie mit der Türkei und dem Libanon assoziiert, und »Selbstständigen nicht-deutscher Herkunft«. Dementsprechend klar ist auch ihr Bild von einer »ethnischen Ökonomie«. Auch diese Klarheit ist eine Besonderheit unter meinen Gesprächspartner_innen. Im Bereich der zuständigen Senatsverwaltung wird mithin unterschieden zwischen »Selbstständigen nicht-deutscher Herkunft« und »ethnischen Unternehmer_innen«. Erstere wirtschaften erfolgreich, bilden aus und beschäftigen eine signifikante Zahl an Mitarbeiter_innen. Ihnen werden die Schlagwörter *Innovation* und *Global Player* zugeordnet. Sie richten sich mit ihren Waren und Dienstleistungen an »Leute wie sie selbst [Frau Heinemann, RB] als Kunden« (FN) und nicht nur an spezifische Gruppen, die oft ethnisch oder kulturell gelabelt werden.¹ Auch grundsätzlich partizipieren sie offen am gesellschaftlichen Geschehen. »Ethnische Ökonomie« hingegen gilt hier als kleinteilige, prekäre Nischenökonomie: Während zwar eine hohe Gründungsdynamik herrscht, überstünden solche Unternehmungen oft schon die Frühphase nach der Gründung nicht. Man habe kaum Angestellte und bilde daher kaum aus. Mitarbeiter kämen häufig aus der Familie selbst. Ihre Zielgruppe sei mit der »ethnischen Gruppe« gleichzusetzen, der sie selbst zugerechnet werden oder der sie sich selbst zurechnen. Sie greifen kaum auf etablierte öffentliche Beratungs- und Hilfsstrukturen zurück und operieren weitgehend ohne Überschneidung mit der Mehrheitsgesellschaft. Wissen und Kredite verschaffen sie sich in ihrem persönlichen Umfeld. Damit wird »ethnische Ökonomie« in vielen Aspekten mit dem gleichgesetzt, was im wissenschaftlichen Diskurs unter dem Spezialfall der »Nischenökonomie« verhandelt wird.²

Sie denke da an den selbstaubeuterischen Schneider, der bei schlechtem Licht und schlechten Arbeitsbedingungen in seiner Stube sitze. Sie wünsche sich aber vielmehr

1 Ich unterscheide Labels von Kategorien. Während Kategorien ordnende Funktion haben, wirken Labels deskriptiv, ohne in die soziale und kulturelle Ordnung zu intervenieren.

2 vgl. bspw. Zhou (2013); Schaland (2009); Waldinger (1994). Vgl. zudem Kap. 2.4.2.

den pfiffigen Migranten, der eine Selbstständigkeit mit Bestand führe, nicht diese ›Existenzminimum-Existenzen‹, die sich kaum interessieren und kaum Kredite brauchen oder in Anspruch nehmen, weil diese aus dem Umfeld kommen. Die würden die Beratungsstruktur unterlaufen. (FN)

Die genannten Charakteristika »ethnischer Ökonomie« versteht sie zugleich auch als deren Probleme. Während »ethnische Ökonomie« vorwiegend mit negativen Aspekten assoziiert wird, bleibt das Konzept »Selbstständiger nicht-deutscher Herkunft« positiv besetzt.

Nicht alle Verbände, in denen sich Unternehmer_innen mit Migrationshintergrund organisieren, werden als Akteur_innen im »ethnische Ökonomie«-Diskurs wahrgenommen. Während sich die Türkisch-Deutschen Unternehmer (TDU) durchaus beteiligen, findet der *American Business Club* keine Berücksichtigung im Diskurs, obwohl auch er Unternehmer_innen mit Migrationshintergrund versammelt. Während die Türkisch-Deutsche Industrie- und Handelskammer (TDIHK) an Diskussionen beteiligt ist, sind andere bilaterale Handelskammern keine Akteur_innen des Diskurses, obwohl auch sie über nationale Grenzen hinweg organisiert sind und operieren. »Ethnische Ökonomie« wird zur Sammelkategorie alles »Übrigen«.

Ethnische Ökonomie, das werden Sie ja festgestellt haben, pack' mer jetzt mal rein und meint damit alle, die nicht Müller, Maier, Schulze heißen. (Bezirksamt/Mücke)

Ethno-natio-kulturell strukturierte Organisation allein stellt mithin kein hinreichendes Kriterium für die Subjektivierung im Diskurs dar. Relevanz erlangen zusätzlich andere Kennzeichen. In der Konkretisierung dieser Kennzeichen unterscheiden sich die Motive im politischen kaum von denen im wissenschaftlichen Feld. Der folgende Gesprächsausschnitt gibt dafür eine Zusammenfassung:

R Und was, was sind denn für Sie typische Beispiele für ethnische Ökonomie?

BWK Typ-, typische Beispiele: Der Kreuzberger ääh, äh, Laden hier um die Ecke, der selber kaum ein Deutsch, Deutsch spricht, der 90 % seiner Kundschaft aus den türkischstämmigen Menschen hat. (R: mhm) Ja, das ist ein typischer, also der macht was für seine eigene Ökonomie. Für seine eigene ethnische Minderheit. Und der wird dann mit Sicherheit, wenn nicht der, sondern sein Sohn. Ich kenne z.B. ein' Frisör um die Ecke, der hat 99 % türkische Kundschaft. Der ist türkische, der ist ein typische, äh, ein typisches Beispiel dafür, für die ethnische Ökonomie. Der macht nur für seine eigenen *Landsleute* seine Dienstleistungen. Ja? Dagegen kenne ich # Mein Frisör wo ich hingeh, Dschiwán, 90 % bietet der seine, sein, seine Kunden sind Berliner, deutsche Berliner, also – auch ne Ministerin ist dabei mittlerweile.

R OK.

BWK Ja. Also, da ist ja ein Unterschied. (BWK/Sorgec)

Das Kennzeichen, das der Gesprächspartner vor allem betont, ist die besondere Abgeschlossenheit und das Agieren innerhalb der eigenen ethnischen Gruppe. Das Eigene stellt er implizit dem Anderen, Fremden gegenüber, das hier aber, im Gegensatz zum sonst üblichen Signifikat, auf die Mehrheitsgesellschaft verweist. Als wesentlichen Marker der hier eingeführten Grenzziehung benennt er die Sprache. Indem er den Frisör

als Beispiel wählt, betont er die Kleinteiligkeit der Unternehmung und ihren begrenzten Aktionsradius. Er fasst so einige gängige Motive zusammen, auf die im Folgenden noch genauer einzugehen sein wird. Mit der Identifikation der wahrgenommenen Probleme sind demnach auch die zentralen Anliegen und Ziele politischer Maßnahmen im Zusammenhang mit »ethnischer Ökonomie« benannt. Sie setzen an diesen Problemen an und versuchen sie zu lösen. Deutlich wird aber auch, dass die Grenze zwischen »ethnischer« und »nicht-ethnischer Ökonomie« nicht ganz eindeutig zu sein scheint. Obwohl der Gesprächspartner allgemein stets Wert darauf legte, nicht Teil der »ethnischen Ökonomie« zu sein, und es insofern auch dieser Logik entspricht, wenn er seinen Frisör nicht als Teil der »ethnischen Ökonomie« bezeichnet, so wird doch deutlich, dass die Grenzen »ethnischer Ökonomie«, und das Konzept insgesamt, kaum statisch zu denken sind. Denn neben der oben beschriebenen Schwierigkeit, das Phänomen trennscharf einzugrenzen, gibt es weitere Kriterien, die die Grenzen »ethnischer Ökonomie« durchlässig werden lassen.

3.1.1 Die Durchlässigkeit der Grenzen »ethnischer Ökonomie«

The ethnic economy's boundaries distinguish where a group has penetrated a host economy, taking the jobs it made available, and where that group has grafted new firms and jobs onto a host economy. (Light/Karageorgis 1994: 649)

Der Eintritt in eine »*host economy*« ist auch laut dieser gängigen Definition von Light/Karageorgis möglich. Dementsprechend operiere »ethnische Ökonomie« außerhalb der »Aufnahmegesellschaft« und verliert in dem Moment ihre ethnische Charakterisierung, in dem sie sich dieser ökonomisch öffnet und ihr ihre Wirtschaftsfaktoren zur Verfügung stellt. Ethnisierung der Ökonomie geht hier einher mit der Ziehung einer konstitutiven Grenze zwischen der »*host*« und einer »*ethnic economy*«, die das Andere stetig reproduziert. Die Reproduktion der Vorstellung von einer sozialen Grenze setzt sich im politischen Feld fort.

Aber mittlerweile, ich würde sagen, ich als Person, mit dem, was ich tue, was ich mache, könnte dazu nicht mehr gezählt werden. Weil ich habe hier ja keine Besonderheit, die mich in die klassische, typische [ethnische, RB] Ökonomie zwingen, hinein in diese Kasten reingeschoben zu werden. Ich bin ein Unternehmer. Ich habe *keinerlei* andere, äh, Andersartigkeit als ein deutscher Unternehmer. (BWK/Sorgec)

Die Aussagen – die Diagnose eigener Mentalitäten, Ressourcen und Charakteristika insgesamt – und ihre theoretisch mögliche Überwindung, veranschaulichen nicht nur die Grenzen »ethnischer Ökonomie«, sondern auch ihre Überwindbarkeit durch Ablegen der »Besonderheit«, wonach sich Unternehmer_innen nicht mehr von dominanten Akteur_innengruppen »in diese Kasten« hineinschieben lassen müssen.

3.1.2 Zur Konkretisierung von Ethnizität in Narrativen und materiellen Arrangements

Obwohl im Feld ein relativ kohärentes Bild davon, wer und was als »ethnische Ökonomie« zu bezeichnen sei, herrscht, verbleiben Vorstellungen von Ethnizität und anderen differenzierenden Konzepten meist im Vagen.

R Entschuldigung, dass ich unterbreche: Das ist also tatsächlich ausländischer *Herkunft*, also ausländischer *Pass*?

IHK Ne, ne. Das ist sozusagen die Krux der Namenswahl, aber angesprochen sind alle. Ob nun deutscher Staatsbürgerschaft oder nicht, jedenfalls mit Migrationshintergrund, die in Berlin unternehmerisch tätig sind. (IHK/Brieger)

Viele der unklaren Aspekte, die im Feld kursieren, sind bereits im Ethnizitätskonzept angelegt.³ Wissen über Ethnizität kann selten expliziert werden. Insofern ist es analytisch zwar nur bedingt nutzbar, als implizites Wissen diskursiver Praxis ist es aber durchaus wirkmächtig. Denn in der Abgrenzung einer »ethnischen« von einer »nicht-ethnischen Ökonomie« auf der Grundlage von als primordial wahrgenommener Unterscheidbarkeit materialisiert sich gesellschaftlich verfügbares Wissen. Die materialisierten Konsequenzen der angesprochenen Trennung lassen sich im Diskurs an vielen Stellen beobachten, beispielsweise in der Sitzordnung während des Gesprächskreises.⁴

Mit Brubaker (2002: 173) kann davon ausgegangen werden, dass die diskursiven Rahmungen der Unterscheidung des Ethnischen vom Nicht-Ethnischen, die immer wieder als Erklärungen für beobachtete Differenzen und Abweichungen von normativen Setzungen herangezogen werden, die beobachteten Phänomene nicht nur interpretieren und erklären, sondern sie überhaupt erst als »ethnisch« konstituieren. Indem Kategorisierungen, wie hier die ethnische, einen interpretativen Rahmen vorgeben, werden sie zum »*constitutive act of social definition*« (Brubaker 2002: 174).

Insofern fungiert Ethnizität, insbesondere die dadurch eingeführte Unterscheidung zwischen »Uns« und »den Anderen«, die auch in anderen ethno-natio-kulturelle Kategorien ausgedrückt werden kann, im Diskurs als ein Wirklichkeit strukturierendes Rahmennarrativ in Feld die Debatte. Die im Folgenden beschriebenen Prozesse spielen sich stets vor der Hintergrundfolie der sozial vermittelten Herstellung einer spezifischen »ethnischen Ökonomie« ab, die als fremd und anders wahrgenommen wird und der besondere Charakteristika zugeschrieben werden. Wenngleich Akteur_innen im Feld unterschiedliche Dinge mit Ethnizität assoziierten und die Bedeutung selten expliziert werden konnte, ist sie zur Kommunikation von Differenz bedeutungsvoll. Die Charakteristika des Anderen werden im Diskurs in Narrativen und materiellen Arrangements »ethnischer Ökonomie« konkretisiert, die ich in Kapitel 3.6 vorstelle. Ethnizität ist daher hier im Feld zwar selten spezifisch genutzt, wird aber in diskursiver Praxis spezifiziert.

3 vgl. Kap. 2.4.5.

4 vgl. Kap. 3.3.2.

3.2 Informieren: Gesetzliche Grundlagen politischen Handelns

Eine Vernetzung mit Einrichtungen der ethnischen Ökonomie besteht über den Gesprächskreis Migration der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung. (Abgeordnetenhaus Berlin 2015a)

Als wichtiges Diskussionsforum ist der Gesprächskreis ein Ausgangspunkt der Bearbeitung »ethnischer Ökonomie« durch politische Institutionen. Entsprechend der Darstellung der veranstaltenden Senatsverwaltung für Wirtschaft hat der Gesprächskreis

zur Aufgabe, die aktuelle Situation der unternehmerischen Tätigkeit von Migrantinnen und Migranten sowie deren Rahmenbedingungen und Chancen stärker zu analysieren. [...] Die Ergebnisse der Gespräche fließen in die konzeptionelle Arbeit der Landespolitik ein. (Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe Berlin o.J. a)

Im Gesprächskreis wird Politik vorbereitet und ausgehandelt. Dies geschieht auf der Grundlage von Analysen der aktuellen, demnach nicht zwangsläufig nur ökonomischen, Situation der Subjekte, die bei diesen Analysen, vertreten durch Verbände, selbst Gehör finden. Die Formulierung der Mission des Gesprächskreises weist auf die Wahrnehmung eines Mangels an Analysen hin. Über die Rahmenbedingungen, innerhalb derer »ethnische Ökonomie« stattfindet, scheint gleichermaßen wenig bekannt zu sein wie über Chancen und Potenziale, die sie zu analysieren und damit nutzbar zu machen zielt, indem sie in politisches Handeln übersetzt werden. Die im Gesprächskreis stattfindenden Analysen strukturieren und beeinflussen damit die Arbeit der Landespolitik, die auf Integration und die Nutzung von Chancen der »ethnischen Ökonomie« gerichtet ist.

Durch die Ansiedlung bei der Senatsverwaltung für Wirtschaft und durch die gleichzeitig stattfindende, explizite Kennzeichnung als Forum für Fragen der Migration, wird das Thema des Gesprächskreises im Spannungsfeld von Ökonomie und Integration verortet. Hier deuten sich die parallel (und überschneidend) verlaufenden Diskussionstränge an, die den Diskurs im wissenschaftlichen und im politischen Feld dominieren, und die die »Arbeit der Landespolitik« ebenso beeinflussen.

Im Zusammenhang mit Integrationsfragen bemühen sich die Akteur_innen, die gesellschaftliche Trennung der »migrantischen« von der »nicht-migrantischen Wirtschaft« zu überwinden und damit eine bessere Integration von selbstständigen Migrant_innen, und letztlich die Auflösung dieses Dualismus' zu erreichen, der aber Voraussetzung für Gesprächskreis und Diskurs gleichermaßen ist. Schließlich beruhen beide auf der Unterscheidung der »ethnischen« von einer »nicht-ethnischen Ökonomie«. Stellvertretend für diese paradoxe Situation steht das Zitat, das dieses dritte Kapitel einleitet, in dem der Gesprächspartner »ethnische Wirtschaft« als eine »Wirkgemeinschaft« ohne Trennlinien nach innen und außen beschreibt und so die Kategorie des Ethnischen gleichzeitig hinterfragt und affirmiert. So werden Leitlinien und Maßnahmen der »Arbeit der Landespolitik« innerhalb dieses Paradoxons zwischen In-

tegration und Abgrenzung verhandelt, das Teil der Logik des Diskurses ist, die »die Bedingungen und die Umriss des Denkens« (Konersmann 1991: 77) bestimmt.⁵

3.2.1 Integrationsgesetz

Neben einer Reihe parlamentarischer Anfragen, die sich in der Vergangenheit mit dem Themenfeld befasst haben,⁶ beschreibt vor allem das von der Berliner Landesregierung verabschiedete »Gesetz zur Regelung von Partizipation und Integration in Berlin« die Umriss des Denkens, indem es den politischen Rahmen setzt, innerhalb dessen sich politische Institutionen mit »ethnischer Ökonomie« befassen. Es bildet insofern auch den politischen Rahmen für den Gesprächskreis Migration. Es regelt im Allgemeinen, wie die öffentliche Verwaltung Berlins Integrations- und Beteiligungsfragen bearbeiten soll. In Interviews wurde es häufig zitiert. Hier beschriebene politische Maßnahmen richten sich an »Immigranten«, »Migranten«, »Menschen mit Migrationshintergrund«, »Ausländer«, »Menschen mit einem ausländischen Pass« und an »Ausländer«. Dies veranschaulicht, wie komplex sich der Umgang mit ethno-natio-kulturellen Unterscheidungskategorien im Diskurs gestaltet und wie unscharf die jeweiligen Begriffe verwendet werden.

Das Gesetz zielt darauf ab, Gleichberechtigung und Chance zur Teilnahme zu gewährleisten und beabsichtigt die Förderung individueller Potenziale. Solidarität und Chancengleichheit sind dabei die zentralen Stichworte. (Beauftragter für Integration und Migration 2007) Es fordert die bürokratischen Institutionen auf, das Bewusstsein zu schärfen und zu einer Verbesserung der aktuellen Situation beizutragen. Integration, und damit die Existenz einer nicht integrierten Bevölkerungsgruppe, werden zum rechtlichen Rahmen, innerhalb dessen sich die politischen Akteur_innen im »ethnische Ökonomie«-Diskurs bewegen. Das Integrationskonzept betrachtet die »ethnische Ökonomie« insofern explizit als ein Instrument der Integration, begreift sie aber auch als Beitrag zur Strukturförderung: »[...] die lokal verankerte ethnische Ökonomie schafft zudem in Gebieten mit hoher Erwerbslosigkeit Arbeitsplätze.« (Beauftragter für Integration und Migration 2007: 47) Die Umsetzung des Gesetzes wird in Berichten des Abgeordnetenhauses dokumentiert. In einer solchen Dokumentation heißt es unter den Berichten der Senatsverwaltungen über die Bemühungen der Senatsverwaltung für Wirtschaft:

In diesem Gremium [dem Gesprächskreis, RB], das sich mit den Potenzialen und Rahmenbedingungen der Selbstständigkeit von Menschen nichtdeutscher Herkunft be-

5 Einen ähnlichen Mechanismus der gemeinsamen Aushandlung beschreibt Engler in Bezug auf die Deutsche Islamkonferenz. Muslime nutzten demnach das Forum, um aus dem gesellschaftlichen Abseits zu gelangen, indem sie in Dialog mit politischen Akteur_innen treten und um ein Verständnis von Einwanderungsgesellschaft rängen. Im Gegensatz zu den ethno-natio-kulturellen Kategorien hier, beschreibt er die Kategorie »Muslim« als zentrale »Unterscheidungskategorie« (Engler 2014: 75).

6 Abgeordnetenhaus Berlin (2016); Abgeordnetenhaus Berlin (2015b); Abgeordnetenhaus Berlin (2015a); Abgeordnetenhaus Berlin (2014); Abgeordnetenhaus Berlin (2013); Abgeordnetenhaus Berlin (2012b); Abgeordnetenhaus Berlin (2012a).

fasst, wirkt eine Reihe von migrations- und wirtschaftsspezifischen Einrichtungen mit. Darüber hinaus wird aktiv darauf hingewirkt, dass Unternehmerinnen und Unternehmer nichtdeutscher Herkunft bei Veranstaltungen des Landes eingebunden werden. Nach Möglichkeit werden auch positive Vorbilder (role model) aus der Wirtschaft eingebunden, um die Potenziale dieser wichtigen Zielgruppe zu unterstreichen. Ein weiteres spezifisches Angebot ist die Kooperation des Landes mit einzelnen Partnern aus den Communitys bei der Organisation der jährlichen Seminarreihe »Erfolgreich gründen in Berlin«, die sich ausschließlich an Gründerinnen und Gründer mit Migrationshintergrund wendet und eine stärkere Einbindung in die Wirtschafts- und Beratungs- und Förderstrukturen bewirken soll. Auch bei den Großveranstaltungen im Gründungsbereich wie den Deutschen Gründer- und Unternehmertagen sowie beim Berliner Unternehmerintag werden gezielt Teilnehmerinnen und Teilnehmer nichtdeutscher Herkunft eingebunden. (Abgeordnetenhaus Berlin 2015a)

Zentrale Aspekte sind auch hier die Vernetzung und Einbindung von Akteur_innen, d.h. deren Integration im weitesten Sinne, der konkrete Maßnahmen wie Seminare und Veranstaltungen und das Hervorheben positiver Beispiele zugeordnet werden, die hier als spezifische Angebote gekennzeichnet werden. Zudem wird auch hier illustrativ deutlich, dass die Nutzung von Potenzialen und Chancen ein wichtiger Gesichtspunkt in der politischen Auseinandersetzung mit »ethnischer Ökonomie« darstellt. Der Text stellt mithin einen Zusammenhang her, wie er im Folgenden ausführlicher beschrieben werden soll: Dem Ziel der Integration wird eine Reihe als spezifisch gelabelter Maßnahmen zugeordnet, die im Diskurs häufig als die Nutzung vorhandener Potenziale beschrieben werden,⁷ die einer in Prekarität, Marginalität und kultureller Spezifität operierenden Form der Selbstständigkeit attestiert werden.

Indem das Gesetz es Regierungsstellen zum Auftrag macht, Sitzungen wie den Gesprächskreis Migration einzuberufen und die Umsetzung gesetzlicher Maßnahmen überprüft wird, verteilt es formal die staatliche Macht und beeinflusst so die soziale Ordnung des Feldes.

3.3 Ankommen: Architektonisches Umfeld

Wir gehen gemeinsam links in den Raum 56,
für den sie sich entschuldigt, noch bevor sie
ihn öffnet.

(FN Heinemann)

3.3.1 Gebäudearchitektur

Der Gesprächskreis findet regelmäßig am Sitz der Senatsverwaltung für Wirtschaft statt, die in einem Gebäude in Berlin-Schöneberg residiert. Während es von außen durch Größe und Dekor einen herrschaftlichen Eindruck vermittelt, und das Foyer mit seinem ausladenden Treppenaufgang diesen Eindruck verstärkt, stehen im Kontrast

7 Häufig wird allerdings nicht ausgeführt, worauf diese Potenziale gerichtet sind.

dazu im Inneren Funktionalität und Sachlichkeit im Vordergrund. Die Gestaltung dort vermittelt die nüchterne Verpflichtung gegenüber Sachfragen statt eines auslandenden, repräsentativen Herrschaftsanspruchs, den Fassade und Foyer zu vermitteln scheinen.

Auch als ich zu anderen Gelegenheiten das Gebäude der Senatsverwaltung besuchte, machte ich mir Notizen zum Eindruck, den die Architektur des Gebäudes auf mich hinterließ. So traf ich wenige Wochen nach der Veranstaltung Frau Heinemann zum persönlichen Gespräch. Frau Heinemanns Mitarbeiterin⁸, der ich im Foyer zufällig begegne, begleitet mich gleich zum Besprechungszimmer. Es sei ein »scheußlicher« (FN) Raum, jedoch sei er nun einmal als Besucherraum vorgesehen. Er ruft in seiner sachlichen Nüchternheit tatsächlich eine ganz andere Wirkung hervor als das Foyer. Die »dunkelweiße« (FN) Wandfarbe und die Ausstattung mit nichts als einer im Sechseck angeordneten Tischgruppe strahlen strenge Funktionalität aus. Außer dieser Tischgruppe mit ihren zwölf Sitzplätzen und einer im selben Dunkelweiß wie der Raum selbst gestrichenen Spanplatte an der Wand, befindet sich nichts in dem Raum. Auch das Fenster in den kleinen Innenhof öffnet den Blick lediglich auf Dachpappe und einen Metallschornstein. Frau Heinemann stößt einige Minuten später zu uns.

Der Zusammenhang aus Fassaden- und Innengestaltung reflektiert dahingehend »dominant ideas about appropriate social relations« (Jaffe/Koning 2016: 28), dass die Senatsverwaltung als Element der Landesregierung ihren Machtanspruch in architektonischer Gestaltung wortwörtlich untermauert. Entsprechende Symbole werden allerdings nicht nur eingesetzt »to assert their power« (Jaffe/Koning 2016: 29). Denn gleichzeitig kann die Innenarchitektur als gestalterische Repräsentation der Verpflichtung zu sachlicher Nüchternheit verstanden werden, die sich mit Sach- mehr als mit Gestaltungsfragen zu befassen sucht und Ablenkungen von Themen und Inhalten durch überladenen Dekor vermeidet. So sind die gegenüber Besucher_innen eingesetzten architektonischen Stilmittel in ihrer Vermittlung von beinahe einschüchternder Durchsetzungsfähigkeit und Macht ausstrahlenden Herrschaftlichkeit gegenüber funktionaler Einfachheit zwar auf den ersten Blick widersprüchlich. Zusammenhängend ergeben sie aber möglicherweise genau den Eindruck, den eine Behörde zu hinterlassen sucht. Er oszilliert zwischen herrschaftlicher Autorität und nüchterner, themenbezogener Sachlichkeit. Dabei sollte nicht übergangen werden, dass die Wirkung von repräsentativer Herrschaftsarchitektur und der Veranstaltungsort durchaus Einfluss haben auf das Verhalten diskursiver Akteur_innen.

Einmal, wir haben uns getroffen, in Rathaus. [...] Vielleicht ängstigen sie sich, weil sie denken eigentlich, also, wir machen [das im, RB] Rathaus. (AKI/EI-Jomaa)

Während also die Einladung in die Räumlichkeiten der Senatsverwaltung durchaus als freundliche Geste aufzufassen ist, entfaltet das einschüchternde Potenzial von Architektur und bürokratischem Umfeld, gerade im Anbetracht einer allgemeinen Skepsis gegenüber bürokratischen Institutionen seitens »migrantischer Unternehmer_innen«,⁹ Wirkungen auf die Zusammensetzung der Sitzungsteilnehmer_innen. Was das Zitat zeigt, ist die Assoziation, die der Interviewpartner herstellt zwischen dem Ort einer

8 Zum Zeitpunkt des Interviews war sie als kurzfristige Aushilfe meiner Gesprächspartnerin tätig.

9 vgl. dazu Kap. 3.6.2.

Veranstaltung und den dort untergebrachten Akteur_innen und Institutionen, denen im Alltag mitunter mit Zurückhaltung begegnet wird. Die architektonische Gestaltung beeinflusst nicht nur das Handeln der Akteur_innen im und um das Gebäude, sondern reguliert zunächst überhaupt den Zugang.

The exterior and interior design of buildings structures the activities that take place inside, shaping the behavior of occupants or users. In addition, buildings have important symbolic qualities. Intentionally or accidentally, their specific form and design trigger associations and emotions.

(Jaffe/Koning 2016: 28f.)

Auch die Gestaltung von Innenräumen ist in diesem Sinne bedeutsam und steht in Wechselwirkung mit den dort stattfindenden Aktivitäten, Assoziationen und Emotionen. Der folgende Abschnitt zeigt am Beispiel des Saals und der Sitzordnung des Gesprächskreises die Bedeutung materieller Arrangements.

3.3.2 Raumstruktur: Die Sitzordnung als Materialisierung separierter Sphären

Der repräsentative Sitzungssaal mit der Nummer 546, in dem die Veranstaltung stattfand, befindet sich im obersten fünften Stockwerk des Gebäudes der Senatsverwaltung. Aus praxistheoretischer Sicht sind die materiellen Arrangements des Saales und die Objekte der Praxis von Interesse, während ein raum- oder ritualtheoretischer Blick in und auf den Saal in als Schauplatz politischer Rituale und Inszenierungen erscheinen lässt. Auch spezifische Artefakte rücken so in den Fokus. Sie »lassen sich nicht auf instrumentelle Hilfsmittel reduzieren, sondern ermöglichen und begrenzen erst bestimmte Verhaltensweisen.« (Reckwitz 2003: 284f.) Sie sind mithin keine einfachen Werkzeuge, sondern ihr wissensbasierter Gebrauch ermöglicht erst die Praxis, deren Materialität eine *conditio sine qua non* ihrer Hervorbringung ist. Praktiken, so könnte man anders formulieren, sind in Artefakten verankert. Gleichzeitig hängt ihr Gebrauch vom Wissen der beteiligten Akteur_innen ab. In ihnen materialisieren sich das Soziale und das Kulturelle. (Reckwitz 2003: 291) Sie interagieren damit mit der Reproduktion sozialer Ordnung, wie sie auch im Gesprächskreis Migration, besonders in der Gestaltung der Sitzordnung, zu beobachten ist. Bereits beim Betreten des Sitzungssaals fiel sie mir ins Auge. Entsprechend ausführlich habe ich sie in meinen Feldnotizen dokumentiert. Dabei war ich nicht der Einzige, der der Sitzordnung Bedeutung zugemessen hat.

Im Saal steht an jedem Platz ein Namensschild, auch für mich. Es ist Platz für ca. 30 Leute. Frau Heinemann fragt sich, und rhetorisch die Runde, mehrfach, ob der so riesige Sitzungssaal nicht so groß sei, dass man evtl. den Staatssekretär Beermann in die Mitte einer langen Seite statt ans Kopfende setzen sollte, aber es wird alles belassen, wie es war. (FN)

Hieran lassen sich diejenigen Kategorien ablesen, die die räumliche und soziale Ordnung in der Sitzung, aber auch im Diskurs allgemein, strukturieren. Allen 30 Teilnehmer_innen war der Sitzplatz per Namensschild zugewiesen. Sie bestimmten die räumliche Ordnung. An der kurzen Kopfseite des Tisches saß Staatssekretär Guido Beer-

mann als Leiter der Sitzung, daneben sein Mitarbeiter. An beiden langen Seiten saßen zunächst die Vertreter der Unternehmerverbände und anderer »migrantischer« Organisationen. Da sie alle männlich waren, erschien die Sitzordnung, über den »Migrationshintergrund« hinaus, zusätzlich geschlechtlich strukturiert. In der Mitte einer der langen Seiten saß Frau Heinemann, in der Mitte der anderen langen Seite ihre Mitarbeiterin, neben der ich selbst saß. Sie trennten gewissermaßen die Unternehmer von den anderen Verbänden. Nur der Verband ISI e.V.¹⁰, als Institution der Frauenförderung der einzige Verband, der weibliche Vertreterinnen entsandte, saß auf derselben Seite wie andere Sozialpartner, politikt nahe Institutionen und Organe der öffentlichen Verwaltung, wie die Industrie- und Handelskammer (IHK) und die Investitionsbank Berlin (IBB). Aus Sicht der Unternehmerverbände saßen sie sozusagen auf der »anderen« Seite.¹¹ Diese Aufteilung geschah nicht zufällig. Sie wurde dahingehend gesteuert, dass »migrantische Akteur_innen« »bewusst in die Nähe des Staatssekretärs gesetzt wurden« (FN) und so die im Diskurs einbeschriebene Trennung »ethnischer« von »nicht-ethnischen« Akteursgruppen auch in der Praxis nachvollzogen wird.

Eine gemeinsame Gruppe von männlichen Vertretern »ethnischer« Unternehmerverbände saß also institutionellen Gruppen gegenüber, während politische Akteur_innen die Sitzung leiteten und vermittelten. Die Abgrenzung einer »ethnischen« Sphäre wird hier dinglich sichtbar und Ethnisierung in der Sitzordnung greifbar. Ihre Hervorbringung kann als Beispiel für Prozesse und materialisierte Resultate der Ethnisierung im Feld betrachtet werden. Auf Grundlage von ethno-natio-kulturellen Kategorien und damit verbundenen Wissensbeständen werden Akteur_innen in Gruppen zusammengefasst, die unterschiedlich im Raum verteilt werden. Diese Verteilung erleichtert wiederum die Zuordnung zur Gruppe der »migrantischen« gegenüber den »nicht-migrantischen« Akteur_innen. Kategorisierung und Materialisierung bedingen sich gegenseitig. Die Performanz einer kategorisierbaren Sitzordnung leistet so einen Beitrag zur Abbildung der ethnisierten diskursiven Ordnung im Sitzungssaal, die gleichzeitig die kategorialen Grenzziehungen im Diskurs repräsentiert. Es zeigt sich die Zuweisung der diskursiven Subjektpositionen durch machtvollen Akteur_innen auf der Grundlage von Kategorien ethno-natio-kultureller und geschlechtlicher Differenz, die sich in der Sitzordnung materialisieren.

Ethno-natio-kulturelle Kategorien strukturieren also Sitzordnung und Subjekte im Gesprächskreis Migration der Senatsverwaltung für Wirtschaft. Durch die diskursive Verortung im Ökonomischen geraten ethno-natio-kulturelle und ökonomische Kategorien und Kategorisierte auch sichtbarerweise in Kontakt. Schließlich war die Zuordnung einzelner Akteur_innen zur Gruppe der »ethnischen Ökonomie« und deren Position in der Sitzordnung, in der Nähe des Staatssekretärs für Wirtschaft, keineswegs zufällig. So wird ein Zusammenhang zwischen Ethnizität und Wirtschaft reproduziert, der den »ethnische Ökonomie«-Diskurs grundlegend bedingt. In der Sitzordnung des

10 »Initiative Selbstständiger Immigrantinnen«, mit dem Ziel der »Qualifizierung zur Existenzgründung für Immigrantinnen«, vgl. isi-ev.de.

11 Dass gerade die Vertreterinnen des einzigen weiblich dominierten Verbandes »auf der anderen Seite« saßen erscheint wie das intersektionale Zusammenspiel von geschlechtlichen und ethno-natio-kulturellen Kategorien.

Gesprächskreises wird mithin nicht nur die ordnende Funktion sozialer Kategorien manifest. Vielmehr lässt sich daran auch die Konstruktionsleistung in der Hervorbringung des Gegenstandes »ethnische Ökonomie« insgesamt beschreiben, indem deutlich wird, wie der Zusammenhang zwischen Ethnizität und Ökonomie diskursiv performiert wird. »Ethnische Ökonomie«, so ließe sich sagen, wird hier als Diskussionsgegenstand in sozialer Konstruktion erst hervorgebracht.

Betrachtet man die Sitzordnung mit dem Blick auf das Feld durch Foucaults Verständnis von Problematisierung als einen Moment im Prozess der Problematisierung »ethnischer Ökonomie«, lässt sich die Herstellung des Zusammenhangs von Ethnizität und Ökonomie erläutern. An ihrem Beispiel werden an materialisierten Effekten diskursiver Praxis Elemente der Performanz eines Problems sichtbar. Dabei wird »ethnische Ökonomie« weder als unbewegliche, faktische Repräsentation einer Tatsache noch als reine Erfindung des Diskurses gesehen, sondern als ein Objekt für das Denken, das im Zusammenspiel diskursiver und nicht-diskursiver Praktiken entsteht.

Probleme sind wie alle Wissensgegenstände auf die sie konstituierenden Ensembles diskursiver und nicht-diskursiver Praktiken zurückzuführen. (Klöppel 2010: 256)

Indem die Herstellung von Problemen auf Praktiken zurückgeführt wird, geschieht sie nicht frei von Voraussetzungen, aber auch nicht als reine Abbildung einer subjektiven Wirklichkeit. Problematisierungen sind weder reine Repräsentationen noch neue Erfindungen. Sie operieren innerhalb, aber möglicherweise gegen – das heißt, für und wider – der etablierten Ordnung.

Problematisierung bedeutet nicht die Darstellung eines zuvor existierenden Objekts, genauso wenig aber auch die Erschaffung eines nicht existierenden Objekts durch den Diskurs. Die Gesamtheit der diskursiven und nicht diskursiven Praktiken lässt etwas in das Spiel des Wahren und des Falschen eintreten und konstituiert es als Objekt für das Denken [...]. (Foucault 2005a: 826)

Indem sie auf diskursive und nicht-diskursive Praktiken zurückgeführt werden, beschreiben Problematisierungen die im Diskurs angebotenen Wirklichkeitsdeutungen und Zusammenhänge als soziale Konstruktionen und ermöglichen so eine Befragung auf ihre Allgemeingültigkeit hin. »Ethnische Ökonomie« ist damit als Diskussionsgegenstand ebenso wenig selbstverständlich gegeben wie der damit hergestellte Zusammenhang zwischen Kultur oder Ethnizität und Wirtschaften. Mit dem Zusammenhang zwischen Ethnizität und Ökonomie wird auch der »ethnische Ökonomie«-Diskurs insgesamt als soziale Konstruktion beschreibbar. Damit steht die lebensweltliche Bedeutung »ethnischer Ökonomie« allerdings nicht in Abrede. Denn mit Foucault konzipiere ich die Genese von Wirklichkeit ausgehend von Diskursen, deren regelhafte Praktiken im Ringen miteinander ihre Gegenstände hervorbringen.¹² Im Gesprächskreis sind die Resultate diskursiver Praktiken vermittels der Sitzordnung in beispielhaft materielle Formen überführt. Diese Einbettung diskursiven Wissens und diskursiver Praxis in materielle Arrangements verstetigt diskursive Praktiken, »wodurch sie eine starke Verbindlichkeit für die Wahrnehmung und das Handeln erlangen, ohne diese völlig zu

12 vgl. Foucault (2015: 74).

determinieren«¹³ und damit auch jenseits der Sitzordnung Wirkmacht im Diskurs entfalten. So wird auch »ethnische Ökonomie« als Resultat performativer diskursiver Praktiken zum wirkmächtigen Bestandteil unterschiedlicher Lebenswelten und des Diskurses – auch jenseits des Gesprächskreises.

3.3.3 Machtstruktur: Mikrofone als Materialisierungen von Machtpositionen

Auch die Mikrofone im Sitzungssaal bezeugen die Bedeutung von Artefakten für die Praxis – und für den Verlauf der Diskussion. Die Sitzplätze der vier Vertreter_innen der Senatsverwaltung waren mit fest eingebauten Mikrofonen ausgestattet, während alle anderen Teilnehmer_innen sich mit einem Mikrofon behelfen, das herumgereicht wurde. Da sich das Herumreichen als kompliziert und langwierig erwies, verzichteten die Teilnehmer_innen schon kurz nach Beginn der Sitzung darauf, es zu benutzen: »Vor Frau Heinemanns Mitarbeiterin lag ein mobiles Mikro. Benutzt hat das niemand, außer mir, als ich mich in TOP 6 vorstellen durfte.« (FN)

Ein Mikrofon in jedem Moment der Diskussion zur Verfügung zu haben ermöglicht es, die Diskussion bei Bedarf zu regulieren. Obwohl während des Treffens keine_r der politischen Akteur_innen intervenierte, war die Ausstattung des Raumes mit nur einem mobilen Gerät ungleich verteilt. Damit einher gehen die ungleich verteilten Möglichkeiten, sich während der Debatte Gehör zu verschaffen und damit die Macht über die mögliche Aufmerksamkeit und über die Kontrolle über die Debatte. Das Mikrofon verstärkt die Stimmen der Benutzer_innen und stattet sie so mit der Möglichkeit der Kontrolle über das Publikum aus. Es strukturiert die Machtverhältnisse in der Diskussion und bestimmt, wer zu welchem Zeitpunkt sprechen kann. Es signalisiert auch, wann die Vertreter_innen der Senatsverwaltung sprechen, denn wenn es eingeschaltet wird, leuchtet ein rotes Licht am Sockel auf. Sobald sie ihre Aussage beenden, schalten sie das Mikrofon aus. Das erloschene rote Licht zeigt an, dass nun auch andere Akteur_innen zum Gespräch beitragen können. Zwar war die Akustik des Raumes durchaus ausreichend, um alle Sprechenden gut zu verstehen. Dennoch waren diejenigen besser zu hören, die ein Mikrofon verwendeten, während andere Teilnehmer_innen durch das Sockellicht zum Zuhören, mindestens aber zum Schweigen aufgefordert wurden. Gleichzeitig signalisiert es den Sprechenden, dass bei ihnen aktuell das Wort und die Aufmerksamkeit liegen.

So verteilt das Mikrofon mit seinem kleinen roten Licht die Rollen im Gespräch und inszeniert Machtverhältnisse. Es bestimmt, wer Sprecher_in ist und wer Zuhörer_in. Die gastgebenden Vertreter_innen der Senatsverwaltung für Wirtschaft verfügen damit über ein Instrument zur Inszenierung von Machtverhältnissen und ein Werkzeug zur Kontrolle der Diskussion. Das Sockellicht signalisiert nach außen den Sprechwunsch und -anspruch politischer Akteur_innen. Nach innen versichert es sie der technisierten Legitimierung dieses Anspruchs, indem sie sich ihrer Rolle als Diskussionsleitung oder Sprecher_innen vergewissern können.

13 Klöppel (2010: 256) mit Verweis auf Foucault (1994: 67-74) & Foucault (1987: 246, 255).

3.3.4 *Othering* durch Ethnisierung

Die machtvolle Herstellung jedwedem gesellschaftlichen Anderen ist stets mit Machtfragen durchzogen: »*Any argument of difference can become a statement of superiority.*« (Wilk/Cliggett 2007: 119) Insbesondere aber die Kategorisierung als »ethnisch« oder »migrantisch« ist meist mit einer »spezifischen, meist niedrigeren sozialen Situation und Zuordnung verbunden.« (Niedermüller 2004: 42) Die machtvolle Herstellung des Anderen wird unter dem Schlagwort »*othering*« diskutiert.

Othering bezeichnet die Einsicht, dass die Anderen nicht einfach gegeben sind, auch niemals einfach gefunden oder angetroffen werden – sie werden *gemacht*. (Fabian 1997: 337, Hervorh. i. O.).

Im Zusammenhang mit »ethnischer Ökonomie« wurde der Begriff bereits eingeführt.¹⁴ Ethnizität wird diesem Verständnis zufolge, unter Bedingungen alltäglichen Handelns, zunächst zur »Kommunikation kultureller Differenz« (Feischmidt 2007: 63) eingesetzt. Dabei ist die »geläufige Reduktion von Migranten auf einen Typus [...] ein Kennzeichen des Differenzdiskurses«¹⁵. Dieses Kennzeichen ist hier zunächst ethno-natio-kulturalisierte Andersartigkeit.

Mit der Einführung des *othering*-Konzepts wird der »ethnische Ökonomie«-Diskurs erstens als ein Differenzdiskurs gekennzeichnet, der ethnisierend »migrantische Unternehmer_innen« auf einen in seiner unspezifischen Andersartigkeit homogenen Typus reduziert und Vorstellungen von »ethnischer Ökonomie« zu »assoziationsreichen Klischees« (Schmidt-Lauber 2007: 8) verdichtet. Vermeintliche Homogenität wird in sozialer und diskursiver Praxis machtvoll reproduziert und das Eigene so seiner Selbst versichert.¹⁶ Zweitens wird mit dem Rekurs auf das *othering*-Konzept den ethnisierenden Effekten des Diskurses eine Hierarchie einbeschrieben,¹⁷ in der die übergeordnete Gruppe über die symbolische Macht zur Kennzeichnung und deren Durchsetzung verfügt. Klassifikationen finden anhand von Normen statt, die Abweichungen – und Abweichende – als »anders« kennzeichnen. Dieses »Repräsentationsregime«, beschreibt Hall als die »*exercise of symbolic power through representational practices*« (Hall 2013: 249, Hervorh. i. O.) Indem symbolische Macht auch ritualisierten Ausschluss bedeutet, werden Prozesse von Ethnisierung und *othering* zum Herrschaftsinstrument über das ethnisierte Andere.¹⁸

Mit Hall¹⁹ ist »ethnische Ökonomie« demnach wenn nicht konstitutives Element, so doch zumindest die Repräsentation einer symbolischen kulturellen Ordnung, die

-
- 14 Ülker (2016: 126) erklärt, dass »ethnische Ökonomie« als Kategorie und Mechanismus des *othering* funktioniere.
 - 15 Schmidt-Lauber (2007: 8) mit Verweis auf Dittrich, Eckhard/Radtke, Frank-Olaf (Hg.) (1990): Ethnizität. Wissenschaft und Minderheiten. Opladen.
 - 16 vgl. Schade/Wenk (2011: 113) mit Verweis auf Greenblatt (1994).
 - 17 vgl. zum Zusammenhang zwischen Differenz, Stereotypisierung, Repräsentation und Macht ausführlich Hall (2013: 142ff.).
 - 18 vgl. Binder (2014: 376).
 - 19 Er verweist auf Du Gay et al. (1997): *Doing Cultural Studies. The Story of the Sony Walkman*, London: Sage.

auf ihrer Andersartigkeit und auf den ihr zugeschriebenen, als ethnisch markierten Differenzen basiert: »*The marking of ›difference‹ is thus the basis of that symbolic order which we call culture.*« (Hall 2013: 226) Die Ethnisierung der Ökonomie durch *othering* wird so zur machtvollen Reproduktion der hegemonialen kulturellen Ordnung im Kleinen, der Diskurs zum Medium zur Kontrolle des Differenten.

3.4 Warten: Das Selbstverständnis des Gesprächskreises

Ich schlage vor, dass ich draußen warte, bis sie mich hereinruft. [...] Sie bereitet mich auf eine Wartezeit von bis zu zehn Minuten vor. Sie scherzt [...], dass sie mich hoffentlich nicht vergesse. [...] Ich warte also auf dem für mich vorbereiteten Stuhl.

(FN)

Bereits vor der Sitzung hatte mich Frau Heinemann darauf hingewiesen, dass ich den Beginn zunächst vor der Tür abwarten müsste, denn die Veranstaltung findet normalerweise unter Ausschluss der Öffentlichkeit statt. Teilnehmen darf nur, wer eingeladen ist. Auch meine Teilnahme, so wurde mir versichert, sei eine besondere Ausnahme.²⁰ Indem ich zunächst vor der Türe wartete, sollte den Teilnehmer_innen die Möglichkeit gegeben werden, sich gegen meine Anwesenheit auszusprechen.

Das geschlossene Format steht im scheinbaren Gegensatz dazu, dass viele Akteur_innen betonen, dass es von besonderer Bedeutung sei, die positive Wahrnehmung von »ethnischer Ökonomie« in der gesellschaftlichen Öffentlichkeit zu verstärken und sich im Sinne eines öffentlichen Dialogs eine breitere Anerkennung »migrantischer Selbstständigkeit« wünschen. Ebenso steht es meiner Erfahrung, dass gerade die »migrantischen« Vertreter sich um eine möglichst breite Öffentlichkeit für ihre Sache bemühen, scheinbar widersprüchlich gegenüber.²¹ Hervorzuheben ist zudem, dass viele andere Veranstaltungen der öffentlichen Hand, aber auch anderer Akteur_innen, beispielsweise die vom Land Berlin mitgetragene Unternehmer_innenmesse DeGUT²², auch deutlich auf eine möglichst breite Öffentlichkeit ausgerichtet sind. Wie kann nun der scheinbare Widerspruch zwischen dem Ausschluss der Öffentlichkeit und dem Wunsch nach Sichtbarkeit und Anerkennung, zwischen dem scheinbar migrantischen Ziel der Öffentlichkeit und dem scheinbar politisch-institutionellen Verfahren ihres Ausschlusses verstanden werden?

Es ist offensichtlich, dass der Gesprächskreis nicht als Medium der verbesserten öffentlichen Wahrnehmung verstanden wird. Der limitierte Zugang, quasi eine Verknappung von Teilnahme- und Mitsprachemöglichkeit in diesem zentralen Gremium, betont

20 Das zeigt sich auch darin, dass ich nur an einer der Sitzungen teilnehmen durfte.

21 Dieses Bemühen zeigte sich auch darin, dass nach der Veranstaltung einige Teilnehmer mir ein Gespräch anboten.

22 Deutsche Gründer- und Unternehmertage. Die Messe findet einmal jährlich in Berlin statt.

dessen Charakter als Arbeitstreffen und Expert_innenrunde, zu der vor allem diejenigen Akteur_innen eingeladen werden, die aus Sicht der einladenden Senatsverwaltung als solche in Frage kommen. In der Praxis verstehen die Initiatoren den Gesprächskreis also wohl mehr als einen Arbeitskreis, der erst diejenigen Maßnahmen diskutieren soll, die dann zu implementieren wären. Schließlich bedeutet der Zugang zum Gesprächskreis, wie oben dargestellt, auch die direkte Einflussnahme auf die politische Arbeit an »ethnischer Ökonomie«. Die Kontrolle über die Teilnehmer_innenschaft schafft zudem Vertrautheit unter den Anwesenden. Viele von ihnen kennen sich mit Namen, sodass vermittels der planvollen Zusammensetzung auch eine vertrauensvolle Arbeitsatmosphäre beabsichtigt zu sein scheint. Zwar sichert die Auswahl durch Einladung denjenigen, die Zugang erhalten, Exklusivität und die besondere Nähe zu politischen Institutionen, und damit Reputationsgewinn im Feld der »ethnischen Ökonomie«. Diese Kontrolle über die Repräsentation der »ethnischen Ökonomie« in der Sitzung sichert den Anwesenden einen hervorgehobenen Status in den Diskussionen auch außerhalb des Gesprächskreises. Jedoch bedeutet die zugrunde liegende Auswahl auch eine stabile Form der Ausgrenzung derjenigen, die möglicherweise am Thema und seinen Debatten interessiert wären.

Die sorgsame Planung wurde im letzten Moment zugunsten eines Teilnehmers, der ohne Anmeldung am Gesprächskreis teilnehmen wollte, modifiziert: »[...] es kam auch jemand, der nicht angemeldet war und teilnehmen konnte« (FN) – und der so zwar einerseits die ordnende Funktion der präzisen Planung der Teilnehmer_innenschaft unterlief. Andererseits führt eine höhere Zahl an Beteiligten auch zu besseren Austauschmöglichkeiten. Schließlich soll der Gesprächskreis nicht zuletzt den Teilnehmer_innen die Möglichkeit bieten, informell miteinander in Kontakt zu kommen: »Sie sagt mehrfach (nicht nur zu mir), wie wichtig das Vernetzen untereinander sei.« (FN)

3.5 Vorstellen: Teilnehmer_innen am Gesprächskreis

Der Vertreter sagt, er sei Berliner. [...] Zur Zusammenarbeit sagt er nur, dass man sich ja bereits kenne.

(FN)

Als ich dann – mit Zustimmung der Anwesenden – wieder hereingebeten wurde, war bereits die Vorstellungsrunde der Anwesenden im Gange. Neben politischen Institutionen und Sozialpartnern spielen Unternehmerverbände, aber auch Einzelpersonen aus den jeweiligen Bereichen, wichtige Rollen im Gesprächskreis und für die Diskussionen in Berlin insgesamt.

3.5.1 Politische Institutionen

Auf allen politischen Ebenen finden sich Akteur_innen, die sich im »ethnische Ökonomie«-Diskurs engagieren. Auf lokaler und regionaler Ebene fällt das Thema häufig in den Arbeitsbereich der Wirtschaftsförderungen. Aber auch auf Landes- und Bundes-

ebene bis hin zur Europäischen Union gibt es Arbeitsgruppen, die sich mit dem Thema befassen. Unter meinen Gesprächspartner_innen waren Vertreter_innen lokal- und landespolitischer Verwaltungen aus den Bereichen Wirtschafts- und Integrationspolitik. Das Themenfeld wird also von einer Reihe unterschiedlicher politischer Institutionen auf unterschiedlichen Ebenen und in unterschiedlichen Politikfeldern bearbeitet, vom Bezirksamt bis hin zur Europaebene, und von der Wirtschafts- über Stadt- bis zu Integrationspolitik.²³ Im Gesprächskreis waren hingegen nur politische Institutionen der Landesebene, neben der Senatsverwaltung für Wirtschaft auch die für Integration, vertreten. Der damalige Wirtschaftsstaatssekretär Guido Beermann leitete die Sitzung.

Beim Blick auf die Akteursgruppen, die an Diskussionen um »ethnischer Ökonomie« beteiligt sind, zeigt sich dann eine auffällige Parallele zur Theorie. In Kapitel 2.4.5 wurde dargestellt, dass Diskurs und Konzept »ethnischer Ökonomie« sich in einigen Momenten ihrer Fixierung entziehen. Nicht nur in der wissenschaftlichen Bearbeitung lässt sich »ethnische Ökonomie« also nicht trennscharf abgrenzen und eindeutig interpretieren. Solche Flexibilitäten schlagen sich auch in der Zuordnung des Themas zu politischen Institutionen nieder, die es bearbeiten. Konzeptuale Unklarheiten, die mit Ethnizität und »ethnischem Unternehmertum« verbunden sind, materialisieren sich, mit anderen Worten, in der sich überschneidenden Zuordnung des Themas zu ganz unterschiedlichen politischen Institutionen.

3.5.2 Sozialpartner: Politiknahe und wirtschaftspolitische Institutionen und Verbände

Neben Vertreter_innen politischer Institutionen nehmen die Industrie- und Handelskammer und andere wirtschaftsnahe, häufig lokale Institutionen, wie die IBB, an den Sitzungen teil. Die IBB ist die Förderbank des Landes Berlin und versteht sich als Förderin von Wirtschaft und Wohnungsbau. Als solche vergibt sie Mikrokredite, Kredite und Landesbürgschaften und bietet Beratungen an. Auch andere Sozialpartner sind im Diskurs engagiert. Die IHK ist die auf gesetzlicher Basis zur Mitgliedschaft verpflichtende Selbstverwaltung selbstständiger Gewerbetreibender und Unternehmer_innen außer Landwirten, Freiberuflern und Handwerksunternehmen, und ihre Interessenvertretung gegenüber staatlichen Institutionen. In Berlin bietet sie Arbeitskreise und spezielle Ansprechpartner_innen, die sich mit dem Themenfeld befassen.

3.5.3 Unternehmerverbände

Neben politischen Institutionen sind Unternehmerverbände die bedeutendste Akteursgruppe²⁴ im Diskurs. Viele Verbände bieten Seminare für Gründer_innen an, teilweise begleiten sie sie auch über die Gründung hinaus. Sie werden häufig mit öffentlichen

23 vgl. dazu die resümierende Aufforderung, dass »beide Politikfelder [Wirtschaftsförderung und Integration, RB] stärker verknüpft werden« (Schuleri-Hartje u. a. 2005: 126).

24 In der Tat ist der überwiegende Teil der Mitglieder derjenigen Verbände, mit denen ich gesprochen habe, männlich.

Geldern gefördert und finanzieren sich zudem über Mitgliedsbeiträge und Beratungsleistungen. Der Verband TUH (Türkische Unternehmer und Handwerker) betreibt beispielsweise ein Bildungszentrum als gGmbH, das BWK (Bildungswerk in Kreuzberg) ist selbst ein als GmbH organisierter Bildungsträger. Viele Verbände sind als Verein, andere als GmbH organisiert.²⁵ Vor allem aber beanspruchen die Verbände, für die bei ihnen versammelte Unternehmerschaft gegenüber anderen Stellen zu sprechen. National kategorisierte vietnamesische, polnische, türkische und russische Verbände vertreten die Interessen ihrer entlang nationaler Kategorien organisierten Mitglieder. Besonders groß ist die als türkisch kategorisierte Verbändelandschaft. Sie differenziert sich entlang politischer Linien aus. Konservative und progressive, laizistisch-kemalistische, implizit und explizit religiöse Verbände, auch ein alevitischer Verband, finden sich hier. In der Außenwahrnehmung spielen diese Charakteristika allerdings nur selten eine Rolle. Meist werden sie vereinfacht als türkische Verbände zusammengefasst. Im Diskurs verstehen sich die Verbände als legitime Repräsentanten »ethnischen Unternehmertums« und werden als solche wahrgenommen und adressiert. Sie bilden eine Form der kulturellen Repräsentation für ansonsten aus politischen Strukturen weitgehend ausgeschlossene »Ausländer«. (Römhild 2007b: 170) Gleichzeitig, so wird im Folgenden deutlich werden, sind strategische Formen der Homogenisierung und der Selbst-Ethnisierung zu beobachten, die ein Hinweis auf die transnationalen Verbindungen der jeweiligen »Communities« sein können. Sie schaffen »transnationale soziale Räume« (Pries 1996), indem sie sich mehr oder weniger stark an die Türkei binden und mit ihr im Austausch stehen. Gleichzeitig ist sie die Grundlage für die Nutzung ihnen zugeschriebener kultureller Ressourcen.²⁶

Sowohl für selbst-ethnisierende, homogenisierende Tendenzen und die Selbstorganisation der Verbände über politische Grenzziehungen hinweg als auch für die Herstellung transnationaler sozialer Räume durch Bindungen an die Türkei stellt der Verband Müsiad²⁷ ein anschauliches Beispiel dar. Mit Verweis auf die weltweit angesiedelten Büros präsentiert sich Müsiad als globales Netzwerk von Unternehmer_innen mit starker Bindung an die Türkei.

Hauptsitz von Müsiad ist in der Türkei. Müsiad ist ein globales Netzwerk, das überall in der Welt (.) ja # Und Müsiad war so'n bisschen so mehr asien-, afrikaorientierter. Globaler Akteur. (Müsiad/Costano1)

Als globalisierter Akteur verfolgt der Verband das Ziel, gesamtgesellschaftliche Wirkung zu entfalten und erklärt so die Organisation der Zusammenarbeit vieler türkischer Verbände auch und gerade innerhalb des Labels »türkisch«. Müsiads Ziel insgesamt ist es,

25 Zur Frage der Finanzierung der Verbände vgl. Kap. 3.6.8.

26 vgl. Kap. 3.6.2.

27 Zum Zeitpunkt der Gespräche hieß das heutige NE-TU, Netzwerk Europäisch-Türkischer Unternehmen, noch Müsiad und verwendete die offiziellen Logos des internationalen Verbands. Im Zusammenhang mit der Gründung von NE-TU hat sich in Berlin eine neue Müsiad-Gruppe gegründet. Während zwischen NE-TU und dem alten Müsiad, zumindest im Vorstand, personelle Kontinuität herrscht, hat sich die neue Version von Müsiad sich zwischen 2015 und 2017 aus anderen Personen rekrutiert. Vgl. z. B. Müsiad Berlin.

tatsächlich eine gesamtgesellschaftliche Schlüsselrolle zu übernehmen und zu sagen ›Wir möchten genau an wichtigen gesellschaftlichen Schnittstellen operieren und unseren Beitrag für die Gesamtgesellschaft leisten.‹ (Müsiad/Costano1)

Um dieses Ziel zu erreichen, ist Müsiad bemüht, die Stimmen als türkisch gelabelter Verbände zu konzentrieren. Auch seine eigenen Organisationspraktiken labelt der Verband als türkisch.

So wie es in der Türkei den Akteuren selber überlassen wird, wie sie sich identifizieren, genau das möchten wir auch und haben hier, regelmäßige Empfänge von Migrantenorganisationen, die Sie früher nie gemeinsam an einen Tisch gebracht hätten. (Müsiad/Costano1)

Homogenisierung wird hier zum Mittel ethno-natio-kulturalisierter Selbstorganisation im transnationalen Raum des Verbands. In der Repräsentation »ethnischen Unternehmertums« im Diskurs verzichten Verbände damit auf die Darstellung ihrer Heterogenität. Stattdessen wird die homogenisierend wirkende Unterteilung des Diskurses von Unternehmerverbänden performativ nachvollzogen. Die homogenisierende Logik des Diskurses ist damit in der Praxis wirkmächtiger als die intrinsische Heterogenität »ethnischen Unternehmertums«. Durch Ethnisierung und *othering* beförderte Semantiken des Innen und Außen werden in Organisationsformen übersetzt, die sich dann in materiellen Arrangements wie der Sitzordnung im Gesprächskreis artikulieren.

Bemerkenswert ist Müsiad aber auch aus anderen Gründen. In der Außendarstellung mir gegenüber legt der Verband großen Wert auf politische und religiöse Neutralität und auf die relativ geringe inhaltliche Verpflichtung gegenüber der türkischen Zentrale. Während es nicht das Anliegen dieser Arbeit ist, die politische Haltung einzelner Verbände zu befragen, möchte ich doch auf einige Kontroversen hinweisen, die den Verband seit Langem begleiten. Denn nicht nur manche Gesprächspartner_innen haben auf die dezidiert islamisch-konservative Ausrichtung Müsiads hingewiesen. Auch in der Wissenschaft wird die bedeutsame Rolle der Religion beschrieben.²⁸ Jenkins beschreibt diese so:

from its establishment, Müsiad was an avowedly Muslim organization: Applications for membership from companies that were perceived as immoral or whose activities were deemed un-Islamic [...] were explicitly discouraged. (Jenkins 2008: 154)

In der Presse wird die politische Rolle Müsiads als überaus schwierig diskutiert.²⁹ Der Berliner Verfassungsschutz sieht Müsiad in einem Dossier über Islamismus, allerdings von 2005, als Medium der Organisation des Islam. (Kandel 2005: 64) Weil diese Beschreibungen im scharfen Gegensatz zur Selbstdarstellung stehen, blieb mir Müsiad, heute NE-TU, in vielen Aspekten rätselhaft. Aus ethnografischer Sicht bietet sich die

28 vgl. z.B. Scheiterbauer (2014: 84f.). Müsiad wird hier dargestellt als »Paradebeispiel für die Verquickung von islamischer Identität und wirtschaftsliberalem Denken«. Vgl. zudem Dufner (1998: 209). Die Autorin präsentiert Müsiad als wichtige Entwicklung im Bereich islamischer Wirtschaft. Vgl. weiterhin Eligur (2010: 204); Hoffmann (2003: 87f.).

29 <https://www.bz-berlin.de/berlin/mitte/warum-spricht-michael-mueller-bei-einem-verein-der-gegen-israel-hetzt>; [https://taz.de/!1280749/\(07/2018\)](https://taz.de/!1280749/(07/2018)).

Interpretation an, dass sich in widersprüchlichen Selbst- und Fremdpositionierungen des Verbandes das Bemühen ausdrückt, zwischen verschiedenen Gruppen einflussreicher Anspruchsgruppen zu vermitteln. Einerseits soll ein traditionalistisches, möglicherweise islamsich-nationalistisches, neo-osmanistisches³⁰ Klientel bedient werden. Möglicherweise kann man sich hier dem Einfluss mächtiger Akteursgruppen in der Türkei nicht komplett entziehen. Andererseits werden deutsche Diskurse von Integration mitverhandelt, die die Offenheit der Anderen genauso verlangen, wie aktive Bemühungen um Gesellschaft im Allgemeinen und die eigene Integration im Besonderen.

Weniger kontrovers werden die Aktivitäten des VWM diskutiert, des »Verbands der Migrantenwirtschaft, Ethnische [sic!] Unternehmer, Ausländische [sic!] Arbeitgeber«. Er versteht sich als

unabhängige Interessenvertretung vor allem für Unternehmen, internationale Firmen und Arbeitgeber und insbesondere für Betriebe, Selbstständige, Gewerbetreibende, Fach- und Führungskräfte mit Migrationshintergrund in Deutschland. (vmwev.de b)

Das Engagement gründet auf der Überzeugung, dass kulturelle Diversität Arbeitsplätze schaffe. Im Gegensatz beispielsweise zu Müsiad, die Homogenisierungen nutzen, um mit stärkerer Stimme zu sprechen, betont der VMW die Produktivität kultureller Diversität. Gleichzeitig finden die hier Organisierten aber ihre Gemeinsamkeit in der Kategorie des Migrationshintergrunds. Trotz unterschiedlicher Semantiken verhilft die Kategorisierung als türkisch oder migrantisch dazu, soziales Kapital anzuhäufen. Dadurch manipuliert das Kollektiv der türkischen Verbände seine Position in Diskussionen und verhilft so seinen Anliegen zu größerer Aufmerksamkeit. Mit Bezug auf Bourdieus Feldtheorie könnte man sagen, Unternehmerverbände verändern durch die Anhäufung sozialen Kapitals ihre Position im politischen Feld.³¹ Denselben Zweck dient die mehrfache Mitgliedschaft einzelner Mitglieder. Während die Mitglieder mancher Verbände oft sogar deckungsgleich sind, gibt es in der Zielgruppe Unterschiede. Der VMW richtet sich vor allem an größere Unternehmen und Konzerne, einschließlich ausländischer Unternehmen, die in Deutschland Arbeitsplätze schaffen. Sie haben einen leicht veränderten Fokus gegenüber den üblichen Verbänden, indem sie kleine Unternehmen ausschließen und ausländische Unternehmen genauso einbeziehen wie Fach- und Führungskräfte. Ähnlich wie der VMW richtet sich die TDIHK an größere Firmen, vor allem aber an solche, die im Außenhandeln tätig sind. Der Verband TUH bietet seine Dienstleistungen vor allem Handwerkern an und das BWK richtet sich auch an Auszubildende und junge Menschen.

Mithin funktioniert die Ethnisierung von Unternehmerverbänden nicht nur über Zuschreibungen von außen, sondern auch durch vergemeinschaftende Praktiken der Verbände selbst, die durchaus strategischer Natur sein können, gerade wenn sie sich

30 Zum Konzept des Neo-Osmanismus vgl. z.B. Taspınar (2008). Die Grundsätze beschreibt der Autor als das Ziel »to come to terms with Turkey's Ottoman and Islamic heritage at home and abroad« (S. 14).

31 Die Feldtheorie dient hier vor allem als anschauliche Metapher, ohne sie jedoch in ihrer ganzen Breite aufrufen zu wollen. Vgl. z.B. Bourdieu (2008); Bourdieu (2005); Bourdieu (1998). Vgl. auch Kap. 3.6.8.

bewusst, durch alle politische Couleur hindurch, als vereinte Stimme sämtlicher türkischer oder »migrantischer Unternehmer_innen« präsentieren. Ethnisierende und nationalisierende Zuschreibungen sind damit gleichermaßen Voraussetzung und Resultat gängiger nationalisierter Wahrnehmung, ihrer Diskursivierung und Materialisierung.

Migranten entwickeln vor diesem komplexen Hintergrund ethnisierender Zuschreibungen und Ausgrenzungen, ethnischer und transnationaler Bezugspunkte vielfältige Formen der kulturellen Selbstverortung, der Selbsteingliederung und der Selbstorganisation. Dabei lässt sich der selbst gestaltete Zusammenschluss in Migrantenvereinen und religiösen Organisationen als eine mögliche Option und auch als eine Taktik der Selbst-Ethnisierung verstehen, die das Ziel verfolgt, sich unter herrschenden Bedingungen von Diskriminierung, Ethnisierung und Rassismus einen Ort des gemeinschaftlichen Rückhalts zu schaffen. (Römhild 2007b: 169)

Betrachtet man Unternehmerverbände unter dieser Prämisse, können sie als eine Form der Selbstorganisation und als Rückzugsort verstanden werden, aber auch als eine Form der kulturellen und gesellschaftlichen und Selbstpositionierung, die in Wechselwirkung zu ihrer Position im »ethnische Ökonomie«-Diskurs steht.

3.5.4 Einzelpersonen

Seine Prominenz im politischen Diskurs verdankt das Thema »ethnische Ökonomie« nicht zuletzt dem Engagement einzelner Akteur_innen. Im Berliner politischen Apparat ist Frau Heinemann als einzige seitens der Wirtschaftsverwaltung offiziell mit dem Thema befasste Beamtin zwar mit geringen finanziellen Ressourcen ausgestattet. Sie beschreibt aber in Gesprächen, wie sie es dennoch vermocht hat, das Thema auf der Tagesordnung zu halten. Seit rund 20 Jahren beschäftigt sie sich mit »ethnischer Ökonomie«. Ihr Engagement und ihre Erfahrung zeigen sich in Momenten wie dem, als sie zu Beginn des Gesprächskreises Migration alle Teilnehmer_innen persönlich und namentlich begrüßt. Herstellung von Vertrauen, so beschreibt sie, sei ein langwieriger und schwieriger Prozess gewesen, der ihre heutige Arbeit aber erheblich erleichtere. Die Herstellung von Anerkennung ist auch ihr zentrales Anliegen im Umgang mit »Selbstständigen nicht-deutscher Herkunft«.

Neben ihr nehmen Akteure aus den Reihen der Unternehmerverbände, häufig in Person ihrer »Vorstandsvorsitzenden«, ³² eine zentrale Rolle in den und für die Diskussionen ein: »Das werden Sie ja auch gemerkt haben, oft sind die Personen, die eine Rolle spielen, deckungsgleich.« (IHK/Brieger)

In der Tat wurden mir von Kontakten im wissenschaftlichen und politischen Feld häufig dieselben Personen als wichtige Akteure beschrieben. Und auch die späteren Gesprächspartner selbst betonen, mal mehr, mal weniger direkt, ihr herausragendes Interesse am Thema ebenso wie ihren Einfluss und Status, die sie dafür zum Einsatz bringen.

32 Die meisten Verbände haben eine detaillierte Vorstandsstruktur und bezeichnen ihre Vorsitzenden als Vorstandsvorsitzende.

[Er, RB] bittet mich noch um zwei Minuten Geduld. Ich warte draußen, wo eine Sitzgruppe aus fünf Ledersesseln steht. Außen herum die Bildergalerie, auf der [der Gesprächspartner, RB] mit Rau 2005, mit Merkel und Wowereit 2009 zu sehen ist. Auch mit dem türkischen Konsul. Die »Hall of Fame« sozusagen. (FN)

Während sie ihr Engagement für die Sache hervorheben, ist einerseits die Bedeutung von Wechselwirkungen der Nähe zu wichtigen politischen Akteur_innen mit persönlichem Status kaum von der Hand zu weisen. Andererseits ist sie aber auch als Signal an die umgebende Gesellschaft zu deuten, dass sie in ihrer Mitte angekommen seien. Dafür steht auch die Teilnahme am Gesprächskreis Migration in den Räumen der zuständigen Senatsverwaltung.³³

3.6 Debattieren, intervenieren: Modi der Problematisierung »ethnischer Ökonomie«

Unsere deutschen Debatten um »Migration« und »Integration« verraten also immer wieder dies: eine historisch zwar erklärbare, doch übersteigerte, fast neurotisch zu nennende Sehnsucht nach kultureller Einheitlichkeit und nach spiritueller Gemeinschaft. Und umgekehrt eine heftige Ablehnung von oder sogar tiefe Furcht vor Verschiedenheit.
(Kaschuba 2007:7)

Die Tagesordnung des Gesprächskreises sah in erster Linie eine Bestandsaufnahme der aktuellen Maßnahmen von Verbänden und Verwaltung vor, die mit »ethnischer Ökonomie« im Zusammenhang stehen. Im Mittelpunkt standen der Austausch über das, was in der Vergangenheit stattgefunden hatte und dessen Evaluation. Dabei regelmäßig wiederkehrende Motive habe ich zu Narrativen verdichtet, die die Logik des Diskurses offenlegen, so das Bild von »ethnischer Ökonomie« im Feld nachzeichnen und das als ethnisch beschriebene Andere beschreiben und charakterisieren sollen. Die Unterscheidung zwischen einzelnen Narrativen verstehe ich dabei als eine Heuristik, die dazu dient, die sich häufig überschneidenden Motive und Logiken zu strukturieren. Aus diskurstheoretischer Perspektive soll mit der Analyse der zentralen Narrative des »ethnische Ökonomie«-Diskurses gezeigt werden, welche Akteur_innen und Akteursgruppen welchen Motiven und Narrativen zur Durchsetzung verhelfen, welche Deutungs- und Erklärungsmuster im Diskurs besondere Relevanz erlangen, wie diese »das alltägliche Denken und Handeln der Menschen als gesellschaftliche Praxis orientieren« (Bühmann/Schneider 2008) und welche Vorstellungen von gesellschaftlicher Ordnung

33 Vgl. auch den Hinweis eines Gesprächspartners: »Später sagt er, z.B. wenn sich jemand zum Vorstand eines Vereins wählen lasse, gehe es um das damit verbundene Prestige, nicht darum dem Verein zu dienen.« (FN Globe)

im »ethnische Ökonomie«-Diskurs impliziert sind. Diesem Gedanken folgend, strukturieren die dargestellten Narrative diskursives Wissen und schaffen die Rahmenbedingungen für politische Intervention: Sie ist durch Narrative diskursiv determiniert, ohne vorherbestimmt zu sein (Klöppel 2010: 256) und als ein Resultat der Störungen normativer Erwartung zu verstehen, die in Narrativen des Diskurses Ausdruck erlangen. Der Diskurs gibt so »Spielräume für alternative Entwürfe« (Klöppel 2010: 255) vor, indem er Interventionen in ein Feld strukturiert, in dem unterschiedliche Akteur_innen und Akteursgruppen ihre Interessen aushandeln.

Im Konzept der Problematisierung sind Narrative und Interventionen verbunden. Den Prozess der Problematisierung »ethnischer Ökonomie« zu analysieren heißt zu fragen, wie und warum sie zum Problem in diesem Sinne wurde.³⁴ Die im Folgenden beschriebenen Narrative von Kulturalisierung, Marginalisierung und Prekarisierung beantworten die Frage nach dem Wie und die nach dem Warum gleichermaßen, denn sie lassen sich einerseits als Formatierung des Diskurses und der davon angeleiteten Intervention begreifen. Andererseits stört die als kulturell anders, marginal und prekär markierte »ethnische Ökonomie« die normativen Erwartungen der Akteur_innen im Diskurs und fordert Akteur_innen dazu auf, die Spannungen zwischen Erwartung und Wahrnehmung aufzulösen. Die politische Intervention wird vom Diskurs, seinen Narrativen und Materialisierungen gleichsam impliziert und strukturiert.

Die folgenden Abhandlungen zeigen, wie der Prozess der Problematisierung und die ihm zugrunde liegenden Logiken letztendlich in politisches Handeln übersetzt werden. Kulturalisierung, Marginalisierung und Prekarisierung bilden somit die zentralen Ansatzpunkte politischer Intervention in den Diskurs um »ethnische Ökonomie«.

3.6.1 Intervention debattieren

Über die bisher getroffenen Maßnahmen zur Bearbeitung »ethnischer Ökonomie« entbrannten kontroverse Diskussionen. Nicht alles, was getan wurde, wurde positiv bewertet, aber auch nicht alle Vorschläge, die im Gesprächskreis gemacht wurden, trafen auf offene Ohren. Es gebe schließlich »bereits ›massig‹ Beratung, auch kostenlos« (FN). Ein Verbandsvertreter »ruft dazwischen, er kenne dieses Argument nun schon seit zehn Jahren.« (FN) Problematisch sei nicht die Anzahl oder der Preis der Angebote, sondern die Tatsache, dass diese nicht wahrgenommen würden: »Außerdem sagt er, es gebe bereits viele Seminare auch für kleines Geld, aber keiner gehe hin.« (FN) Bevor man über neue Angebote nachdenke, so der Tenor, sei es sinnvoll, die vorhandenen Angebote besser zu nutzen. Immer wieder zeigte sich in diesen Aussagen auch das hohe Frustrationspotenzial vieler Teilnehmer_innen, die sich Routinen statt Fortschritt ausgesetzt sahen. Die mangelnde Dynamik der Diskussionen, und vor allem ihrer Umsetzung, wurde stark kritisiert. Es wurde häufig betont, dass es bereits viele Maßnahmen, viele Stellen und Einrichtungen gebe, die nur zu wenig genutzt würden, sodass auch vorgeschlagen wurde, bestehende Angebote weiterhin zu evaluieren.

Ein Teilnehmer äußerte die Ansicht, dass sich in den letzten Jahren der Beschäftigung mit »ethnischer Ökonomie« wenig zum Besseren verändert habe und die Beschäf-

34 vgl. Foucault (1996: 178).

tigung mit dem Themenfeld stagniere. Unternehmerverbände beschreiben die Verhaftung in Routinen als problematisch, gerade weil viele der aktuell durchgeführten Maßnahmen seit Langem bekannt seien. Der Staatssekretär erklärte dazu:

Man habe sich mit Existenzgründungen und Unternehmertum von Menschen mit Migrationshintergrund beschäftigt, ohne eine Neuausrichtung durchzuführen. Vielmehr habe man Routinen weiterverfolgt. (FN)

Zur Erklärung verweisen politische Akteur_innen auf die geringe finanzielle Ausstattung, ohne die Neuerungen schwer umzusetzen seien: »Der Senat habe eventuell zu ›geringe Finanzierungsressourcen‹ bereitgestellt, vielleicht könne er größere ›Bündelungseffekte‹ hervorbringen.« (FN) Mangelnde finanzielle Ressourcen stünden einer Finanzierung zusätzlicher Angebote im Weg.

Häufig würde das mangelnde finanzielle Engagement durch das persönliche Engagement einzelner Mitarbeiter_innen abgedeckt. In seiner Behörde selbst verfüge man über »endliche Ressourcen, aber fleißige Leute« (FN), so der Staatssekretär. Hervorgehoben wurde zudem der symbolische Wert einer Veranstaltung wie dem des Gesprächskreises.

Es sei immer besser man mache etwas, und selbst wenn der messbare Erfolg nicht so hoch sein sollte, sei es auch ein Signal an die Unternehmer, dass man sich um sie kümmere und sie wertschätze. Sie bringt das Beispiel des feierlichen Abschlusses der Seminare, mit Urkunden und Pipapo. Das spreche sich bestimmt herum. (FN Heinemann)

Die politische Intervention in das Themenfeld »ethnische Ökonomie« ist häufig vom Engagement einzelner Akteur_innen getragen. Der Verbleib in Routinen, oder die geringe Dynamik der Bearbeitung, wird einerseits als politisch motiviert, andererseits aber aus aktivistischer Sicht als ungenügend beurteilt. Darin spiegeln sich politische Standpunkte und Opportunitäten, eigene Positionen im Feld der »ethnischen Ökonomie« und die Relationen untereinander. Sie sprechen für konkurrierende Positionen, widerstrebende Machtverhältnisse, teilweise auch für widerstreitende Interessen im Bereich der »ethnischen Ökonomie«, gerade wenn es um finanzielle Fragen geht.³⁵ Sie artikulieren sich aber auch in Interventionen jenseits etablierter Routinen.

Während es breite Kritik an der Art der Intervention gibt, wird die grundsätzliche Notwendigkeit nicht in Frage gestellt. »Ethnische Ökonomie«, so der Tenor, für den das folgende Zitat prototypisch steht, funktioniere nicht ohne Unterstützung, insbesondere nicht ohne spezifische Unterstützung.

Aber ethnische Ökonomie ist kein Selbstläufer. Migranten brauchen Unterstützung, spezielle Angebote und Hilfen bei der Bewältigung bürokratischer Hürden und im Umgang mit den Rahmenbedingungen vor Ort. Der TUH e.V. hilft ihnen bei der Vernetzung mit anderen Akteuren und unterstützt sie bei der Bewältigung von Proble-

35 vgl. dazu das Argument, dass eine spezielle Förderung »ethnischer Ökonomie« gesetzlich kaum möglich sei.

men: sei es das Erwirken einer Ausnahmegenehmigung oder die Antragstellung bei einer Behörde. (tuh-berlin.de a)

Die hier angesprochene Spezifik der Angebote, die sich an »migrantische Unternehmer_innen« richten, lohnt genauere Betrachtung, denn gerade die »Spezifik des Migrantischen«, die hier gesehen wird, macht die Verbände zu möglichen und nötigen Partnern in der Bearbeitung »ethnischer Ökonomie«. Der folgende Abschnitt geht darauf ein.

3.6.2 Kulturalisierung...

Jeder fünfte Unternehmensgründer in Deutschland hat einen Migrationshintergrund. Umso wichtiger ist es, dass sie die Hürden, die speziell Migranten bei Unternehmensgründungen nehmen müssen, kennen und sich darauf vorbereiten. Wir appellieren an die Industrie- und Handelskammern sowie Handwerkskammern sich interkulturell zu öffnen und in den Kammern vor Ort Geschäftsbereiche für die spezifische Beratung von Migranten-Unternehmen einzurichten. [...] Die vorhandenen Programme, Beratungsstellen und befristet geförderten Projekte für Migrantenunternehmen können keine dauerhafte, zielgruppenspezifische Beratung leisten. (vmwev.de e)

An der Spezifik des Migrantischen besteht auch für den VMW kein Zweifel. Sie wird in diesem Zitat mehrfach hervorgehoben und besonders betont. Was aber ist die Spezifik der Zielgruppe, auf die sich Beratung einzustellen habe und wie kann sie sich dann darauf einstellen? Was ist dieses »spezifisch Migrantische«?

In Kapitel 3.3.4 wurde festgestellt, dass das ethnisierte Andere in Prozessen des *othering* machtvoll hergestellt und unspezifisch als außerhalb des *mainstream* und des Eigenen stehend konzipiert wird. Diese Differenz zwischen Innen und Außen, Eigen und Fremd wird mit der unterscheidbaren Kultur der »migrantischen Unternehmer_innen« begründet und politisch gedeutet.

Ethnische Ökonomie sei es nicht, wenn jemand in der dritten Generation in Deutschland lebe. Sie mache das nicht am Menschen fest (am Unternehmer) sondern an der Kultur. (FN Heinemann)

Die kollektivierende Logik im Ansehen der Kultur verdeutlicht die Wirkmacht des Konzepts, das die (Wahrnehmung von) Wirklichkeit strukturiert. Kulturelle Andersartigkeit wird so zum zentralen Merkmal »ethnischer Ökonomie«. Sie erfordert aus Sicht des VMW eine Bearbeitung mittels spezifischer Maßnahmen. Dafür steht die Forderung der interkulturellen Öffnung von Behörden, um so, dieser Logik folgend, zwischen den unterscheidbaren Kulturen vermitteln zu können und die Überwindung letztlich kulturspezifischer Hürden zu begünstigen.

Ich mein, da hätt' man dann, glaub ich, mit ganz anderen Maßnahmen # Ne, da hätte man nicht mit *Maßnahmen* arbeiten können, sondern das wär wirklich die Frage der interkulturellen Öffnung von, ja, von deutschen Behörden. (Bürgerstiftung/Kolland)

Das Ausmaß kultureller Andersartigkeit »ethnischer Unternehmer_innen« verunmöglicht politische Bearbeitung, wenn ihr nicht interkulturelle Öffnung und Sensibilisie-

nung vorangestellt werden. Konsens besteht im Feld darüber, dass ein solches Eingreifen nur spezifisch und spezialisiert erfolgen könne.

Kultur ist im dominierenden Wissensbestand zu verstehen als Repräsentation unterschiedlicher Formen von Differenz, die nicht immer gleich gelabelt, aber häufig kulturell reflektiert werden.³⁶ Im Diskurs ist sie als »dominante Differenzkategorie« (Sökefeld 2007: 47) mit besonderer »Beharrungskraft« (Ege 2013: 21) ausgestattet. Für viele beobachtete Phänomene scheint im gesellschaftlichen Wissensbestand zudem keine geeignete Kategorie zur Verfügung zu stehen. Mit Vorstellungen von kultureller Differenz geht die Annahme unbekannter, und damit auch undurchschaubarer, Strukturen und Regeln, Vorstellungen und Werte einher, die auf ein Verständnis von verschiedenen Kulturen als kollidierenden Entitäten verweisen, das außerwissenschaftliche Debatten häufig dominiert.

Naja, ich glaub das hat ziemlich viel damit zu tun, dass die ganzen Strukturen einfach nur vordergründig nach den uns bekannten Regeln funktionieren, dass eben grade sowas wie Clan-Strukturen bei den Arabern und bei den Türken ne ganz große Rolle spielen, und da schaut man als Fernstehender nicht rein. (Bürgerstiftung/Kolland)

Als Differenzkategorie wird Kultur zur Chiffre und Begründung für das, was an »ethnischem Unternehmertum« als unbekannt markiert werden soll. Insgesamt sei »nicht-ethnischen« Akteur_innen und Institutionen vieles an der Struktur und Organisation der Unternehmen unbekannt.

Zwar bleibt diese Argumentationslogik im Feld nicht unwidersprochen:

Aber letztendlich, also wenn man es vielleicht auch (.) platt sagen kann, und das glaub ich ist ja vorhin so'n bisschen durchgeschienen in meiner Argumentation, seh ich jetzt erstmal keine spezifischen Probleme, die sich aus der Herkunft ergeben, oder aus Migrationshintergrund. Ne. Sondern ähm, man könnte fast sagen, diese Probleme, die da vermeintlich spezifisch auftreten, haben viele andere Unternehmer auch. (IHK/Brieger)

Tatsächlich weist der Gesprächspartner hier auf eine Tatsache hin, die im Diskurs ansonsten nur wenig Aufmerksamkeit erfährt. »Migrantische Unternehmer_innen« haben ihre Probleme häufig nicht als Migrant_innen, sondern als Unternehmer_innen. Dennoch ist die im Feld prävalente Logik diejenige, wonach das spezifisch Migrantische auf einer spezifischen, anderen Kultur beruhe.

Die kulturalisierte Deutung der Abweichung vom Normalfall legt eine Einordnung des Diskurses nahe, wie ihn Schmidt-Lauber am Beispiel des Karikaturenstreits vornimmt. Der »ethnische Ökonomie«-Diskurs kann demnach nicht nur als theoretischer Differenzdiskurs beschrieben werden. Vielmehr bewegt er sich funktional im weiten Feld der Integrationsdiskurse.³⁷

36 vgl. Niedermüller (2004: 44).

37 Zur Kritik am Konzept »Integration« vgl. z.B. Bojadzijeve (2006); Glick Schiller u.a. (2006); Römhild (2004).

Sie werden als Abweichung vom vermeintlichen Normalfall [...] und als besondere Herausforderung an Staat und Gesellschaft verstanden. Das zentrale Schlagwort in diesem Zusammenhang ist das der ›Integration‹: Einwanderer bzw. Personen, die einem anderen (national-)kulturellen Kontext zugeordnet werden, sollen in die Gesellschaft integriert werden bzw. sich integrieren. (Schmidt-Lauber 2007: 10)

Die Dominanz dieser Logik lässt sich so erklären, dass Wissen über kulturelle Differenz allgemein verfügbar und daher eine der zentralen Grundlagen für Kulturalisierungs- wie auch Ethnisierungsprozesse im Feld ist. Kulturalisierte Wissensbestände gelten als allgemeingültig und werden nicht hinterfragt. West und Fenstermaker bezeichnen diese Formen von Wissen als »*the commonsensical beliefs of members of our society*« und führen aus: »*these beliefs are predicated on the assumption that different ›races‹ can be reliably distinguished from one another.*« (West/Fenstermaker 1995: 33)

Während Vorstellungen von kultureller Differenz im wissenschaftlichen Diskurs als essentialisierend und damit hoch problematisch diskutiert werden, da kulturelle Kategorien und Labels in der Abbildung von Mehrdimensionalität und Heterogenität des beobachteten Alltags regelmäßig scheitern und so abstrahierend und homogenisierend wirken, entfalten sie in der praktischen Logik des Alltags hohen Erklärwert.³⁸ Im Alltagsverständnis bringt die Kategorie Kultur ontologische Sicherheit über grundsätzliche Andersartigkeit. Die Verlässlichkeit des hier zutage tretenden Alltagswissens begründet gleichzeitig seine apodiktische Gültigkeit. Merkmale einzelner Gruppen werden mitunter als essentiell dargestellt. Allerdings führt dies im Diskurs nicht zu einer »öffentliche[n, RB] Rede über die Unmöglichkeit sozialer und kultureller Integration« (Niedermüller 2004: 43), sondern vielmehr zur Suche nach möglichen Lösungen unter dem Vorzeichen der Kulturalisierung. Kulturalisiertes Wissen ist als Teil des *common sense* nicht nur verfügbar, sondern auch verlässlich, plausibel und legitim. Im gesellschaftlichen Wissensbestand verweisen kulturalisierende Logiken auf unauflösbare Unterschiede. Dies gilt umso mehr, wenn das Sicht- und Wahrnehmbare als unverwechselbarer Hinweis auf eindeutig ablesbare Sachbestände gedeutet wird.³⁹

Stuart Hall weist darauf hin, dass kulturalisierende Logiken und die Überzeugung von der Unüberwindbarkeit kultureller Unterschiede als plausibel und legitim erst durchgesetzt werden müssen und verweist damit auf das Machtgefälle, das gesellschaftlich dominanten Bedeutungen inhärent ist. (Hall 2004: 75) Die Durchsetzung einer legitimen Weltansicht erfolgt mithin auf der Grundlage gesellschaftlicher Macht-konstellationen, die im »ethnische Ökonomie«-Diskurs sichtbar und wirkmächtig sind. Machtvoll etablierte ethno-natio-kulturelle Kategorien sind damit plausible

38 Wenngleich ich bereits darauf hingewiesen habe, dass ich grundsätzlich von einer Verschränkung wissenschaftlichen und nicht-wissenschaftlichen Wissens ausgehe, sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass auch wissenschaftliche Studien »ethnische Ökonomie« und die darin eingelagerten Beziehungen zwischen verschiedenen Gruppen explizit kulturalistisch betrachten. (Schuleri-Hartje u.a. 2005) Ein »Kulturmodell«, das zur Erklärung für die Entstehung »ethnischen Unternehmertums« von einem Nischen- und einem Reaktionsmodell abgegrenzt wird, verstärkt diese Tendenz, vgl. z. B. Schuleri-Hartje u.a. (2005: 25).

39 West/Fenstermaker (1995: 20).

Repräsentationen kulturalisierter gesellschaftlicher Wissensbestände, die durch ihre Verarbeitung in diskursiver Praxis die Ordnung des Diskurses stabilisieren.

Zur Dominanz kultureller Argumentationslogiken und deren Konsequenzen hat Wolfgang Kaschuba bereits 1995 festgestellt, was auch hier im Feld zu beobachten ist, nämlich dass sie andere, z.B. soziale Erklärungen, in den Hintergrund treten lassen. Kulturalistische Logiken verschleiern soziale Ungleichheiten im Feld, wie sie durch marginalisierende und prekarisierende Narrative eingeführt werden, wenn kulturelle Differenz an ihre Stelle tritt.⁴⁰ Kaschuba weist zudem darauf hin, dass es weder nur die eine noch nur die andere Komponente ist, die ursächlich wirkt, sondern dass in der Diskussion eine Reihe unterschiedlicher Faktoren zu betrachten wären. Die zu beobachtende Isolierung des Kulturellen führe dazu, so Kaschuba, dass das Kulturelle »damit selbstreferentiell und letztendlich beliebig wird« (Kaschuba 1995: 32). Wenngleich hier einzuschränken ist, dass Kultur im Diskurs stellenweise als Sprache spezifiziert wird, lässt sich gleichwohl eine gewisse Beliebbarkeit auch im »ethnische Ökonomie«-Diskurs beobachten. Das Kulturelle verkommt so in der politischen Debatte letztendlich zur abstrakten Differenzkategorie, das »bisher nicht dazu beigetragen [hat, RB], komplexere, genauere Repräsentationen zu ermöglichen« (Sökefeld 2004: 27). Dadurch trägt sie sich der Konkretisierung in anderen Narrativen an, sodass sie ihren erklärenden Wert nicht mehr aus ihrer Konzeption selbst, sondern aus den mit ihr assoziierten Alltagsvorstellungen von Marginalität und Prekarität erhält, die sie gleichsam spezifizieren. So bleibt die Differenzkategorie Kultur weitgehend vage und ist darin eng verbunden, wenn nicht austauschbar, mit dem Ethnizitätskonzept.⁴¹

Brüchig wird das Narrativ kultureller Andersartigkeit durch die Einführung eines weiteren, wenngleich weniger verbreiteten Narrativs, das neben und gegen dem kultureller Andersartigkeit operiert und das sich aus ökonomischen Diskursen speist. Demnach sei weniger die »Ethno-Natio-Kultur« als vielmehr die »ökonomische Kultur« des Einzelnen ein Faktor für wirtschaftliches Engagement und Erfolg. Neben, und in Abgrenzung zum, »ethnischen« operiert im Diskurs mithin auch ein »unternehmerisches Selbst« (Bröckling 2016).

Er sagt, unternehmerisch erfolgreich werde nicht jemand, dem man einen Flyer in die Hand drücke und ihn nach seiner Idee frage. Das müsse aus einem selbst kommen, ein Unternehmer müsse extrovertiert sein (zusammenfassend: Ein Unternehmer-Typ). (FN)

Für Unternehmer_innen wird hier davon ausgegangen, dass Extrovertiertheit keine angelegene Fähigkeit, sondern eine angeborene Eigenschaft sei. Die Nähe der beiden Figuren zeigt sich im folgenden Zitat, wenn »ethnisches« und unternehmerisches Selbst in Kontakt geraten:

Viele Türken seien sehr erfolgreich, manche sprächen aber katastrophales Deutsch. Wenn man kein Deutsch kann, sei das also kein Hindernis. Viel wichtiger seien Unternehmergeist und eine professionelle Ebene. (FN)

40 vgl. Kaschuba (1995: 31).

41 Man könnte wohl auch vom Konzept der »Ethno-Natio-Kulturalität« sprechen.

Während das ökonomisierende Narrativ hier als Gegenentwurf zum ethnisierenden fungiert, sind beide in ihrer Funktionsweise vergleichbar. Ökonomische Diskurse sind ebenso stark im kollektiven Wissen verankert wie die des Kulturellen und verfügen demnach über ähnlich hohe Plausibilität und Wirkmacht. Kultur bleibt indes nicht immer abstrakt, sondern wird, wie bereits angedeutet, mitunter als Sprache gedeutet. Als eines der größten der als kulturell gelabelten Probleme gilt die Sprache.

Auch ein Schwabe im Prenzlauer Berg wolle lieber eine Unternehmensberatung aus Stuttgart. Er sagt, es gebe damit in Berlin mehr als 180 Sprachen und mehr als 180 Existenzgründungs-Kulturen. (FN)

Im Zitat werden, stellvertretend für viele Momente im Feld, Sprache und Kultur weitgehend gleichgesetzt. Die Feststellung kultureller und damit sprachlicher Vielfalt impliziert für den Akteur die Notwendigkeit zu kulturspezifischer Ansprache im wahrsten Sinne des Wortes. Förderung müsse auf der Grundlage kultureller Unterschiede stattfinden. Da hier die Unterschiede vor allem als kulturell beschrieben werden, sei für die Bearbeitung »ethnischer Ökonomie« zuallererst eine »kulturelle Übersetzung« (FN) notwendig. Diese Metapher ist besonders aussagekräftig, da häufig die Sprache repräsentativ für viele möglichen kulturellen Aspekte steht. Das Andere, Fremde materialisiert sich in der Sprache: »Klar, die größte Behinderung ist die Sprache.« (Bürgerstiftung/Kolland)

Sprachliche Unterschiede stehen daher im Diskurs stellvertretend für die Gesamtheit ethnischer, nationaler und kultureller Differenz. Sie wird durch die hohe institutionelle Bedeutung des Deutschen verstärkt. Deutsch als Amtssprache in der behördlichen und bürokratischen Praxis zu beherrschen wird als selbstverständlich angesehen. Sprache fungiert, mit anderen Worten, als Materialisierung ethno-natio-kultureller Differenz und als Ort kulturalistisch begründeter gesellschaftlicher Grenzziehung.⁴² Auch die KfW beschreibt in Studien die Bedeutung der Sprache für die Gründungswahrscheinlichkeit und trägt so zur Spezifikation des »Migrantischen« über Grenzziehungen entlang der Sprache bei. (Leifels/Metzger 2019)

Sprache ist damit im Diskurs eine Möglichkeit, das Unbekannte am Ethnischen zu spezifizieren und ermöglicht so die Ausgestaltung konkreter Intervention. Denn eine kultursensible Bearbeitung »ethnischer Ökonomie« bedeutet demnach zunächst eine sprachensible. Dabei wurde die Frage, in welcher Sprache Angebote an Unternehmer_innen gemacht werden sollen, in- und außerhalb des Gesprächskreises viel diskutiert.

Bei Seminaren, die sie bereits abhalten gebe es unterstützende Übersetzer, die in der Muttersprache erklären wenn etwas nicht verstanden wurde. Über den Sinn [der Seminare, RB] wolle er gar nicht reden, man habe seit drei Jahren gute Erfolge, wisse aber auch um die besondere Dynamik (d.h. häufiges Scheitern, viele neue Gründungen, etc). (FN)

42 Präziserweise müsste auch hier von Ethno-Natio-Kulturalisierung gesprochen werden, um zu kennzeichnen, dass auch hier nicht trennscharf zwischen Kategorisierungen nach ethnischen, kulturellen und nationalen Gesichtspunkten differenziert wird.

Hinter der Frage der angemessenen »An-Sprache« steht auch die Frage nach der tatsächlichen Heterogenität »ethnischer Ökonomie«. Mit dem Verweis auf 180 Existenzgründungskulturen und der Frage nach der adäquaten Sprache für politische Maßnahme erweist sich die Homogenität »ethnischer Ökonomie«, die ja einerseits vorausgesetzt und andererseits strategisch reproduziert wird, für die Praxis politischer Bearbeitung als brüchig.

Keine merklichen Brüche hingegen erfährt das Bild vom sprichwörtlichen Behördenschungel, dem sich Unternehmer_innen ausgesetzt sehen: »Gute Ideen seien also da, Bürokratie und Verwaltung seien allerdings eine Überforderung.« (FN) Ähnlich wie kulturalisierte Differenzen in Bezug auf Unternehmen Schwierigkeiten im gegenseitigen Kontakt erklären sollen, gelten umgekehrt Behörden und politische Institutionen als fremd und unbekannt. Vor allem die Verbände verweisen auf die Schwierigkeiten im Umgang der repräsentierten Unternehmer_innen mit Behörden.

In Beratung wird ja schon über ganze Menge gesprochen, nicht nur Wege beschrieben, sondern auch Defizite. Über Defizite gesprochen und da merken wir doch, dass sie mit System nicht klarkommen. Vielen ist das System noch nicht so durchsichtig. Die können das # Und äh, das müsste geändert werden, das sind ja auch für uns Signale. (Guwbi/Ersöz)

Der bürokratische Apparat wird – übrigens auch von Unternehmer_innen selbst – häufig als kompliziert und unverständlich dargestellt. Erklärungen und Unterstützung in Form von Broschüren, Beratungen oder Begleitungen bei Behördengängen sollen den Weg durch den Behördenschungel erleichtern. Dabei rekurren sie auf anerkannte stereotypische Vorstellungen deutscher Bürokratie und argumentieren damit auf eine Art und Weise, die ähnlich plausibel und nachvollziehbar wirkt wie andere kulturalisierte Argumente.

Wenn Sie einen Antrag stellen gibt's, früher gab es sowas nicht, aber, nach der Wende hat sich alles geändert. Äh, eine Masse geworden, wenn Sie eine Antrag stellen, Finanzierung eines Projektes, mit Recht natürlich, wenn jemand Ihnen ein Geld gibt, dann muss er fragen, er muss sicher sein, sein Geld zu bekommen. Bei Banken, aber wenn Sie mit Namen, türkische Namen, Hüssein, Hasan, Ali usw. ein Antrag stellen, wird fünfmal [so, RB] kritisch betrachtet. Es ist so. Das ist Wahrheit, also. Ich erlebe da tausende von denen. (TUH/Yilmaz)

Der Gesprächspartner führt hier nicht nur die steigende Komplexität von Anträgen aus, der sich Unternehmer_innen gegenübersehen. Er hebt auch Diskriminierungserfahrungen hervor, die Unternehmer_innen mit türkischen Nachnamen machen – ein Motiv, das ansonsten selten bemüht wurde. Wenn es aber aufgerufen wurde, dann in den allermeisten Fällen im Zusammenhang mit der Vergabe von Krediten.

Als Hürde im Kontakt zwischen »ethnischen Unternehmer_innen« und der öffentlichen Verwaltung wird nicht nur die Komplexität, sondern auch der schiere Aufwand bürokratischer Prozesse als Erklärung angeführt.

Vielleicht mehr bei ethnischer Ökonomie, dass diese, dass diese Unternehmen (.) sich um Ausbildung nicht so richtig gekümmert hatten, oder Angst hatten vor dem gan-

zen Wust, der da mit dranhängt, also neben den inhaltlichen Sachen, aber auch den bürokratischen Notwendigkeiten, dass sie sich davor scheuen. (Bezirksamt/Mücke)

Demnach, so spekuliert der Gesprächspartner, verhindert möglicherweise die Vorstellung vom Umfang bürokratischer Vorschriften und Auflagen, dass sich »ethnische Unternehmer_innen« im Bereich der beruflichen Ausbildung engagieren. In der Tat wurde selbst dann kaum auf »ethnische Unternehmen« als Ausbildungsbetriebe Bezug genommen, als es Akteur_innen im Gesprächskreis darum ging, ihren gesamtgesellschaftlichen Nutzen zu unterstreichen.⁴³ Während der Gesprächspartner hier Mutmaßungen anstrengt, scheint sich der folgende Gesprächspartner seines Arguments sicher. Er führt pragmatischere Gründe dafür ins Feld, weshalb Unternehmer_innen nicht gern mit Behörden zusammenarbeiten.

R Woher kommt denn diese Skepsis von den Unternehmern gegenüber allem was behördenähnlich wirkt?

M Ja, in erster Linie geht es um Schwarzarbeit und Steuer. Ja, also wenn ich mehr Wissen über den Geschäft, das Geschäft, ja, von dem Geschäft, um dem zu helfen oder ja # Zum Beispiel: Er muss mir sagen, wer arbeitet bei ihm, wie arbeitet bei ihm, ja, welchen Umsatz macht er, wo kauft er seine Ware, wie verkauft er. Das wollen sie nicht. Ist normal. (AKI/Mahmood)

Gut möglich, dass er Vorurteile gegenüber bürokratischen Institutionen mit einem anderen Vorurteil erklärt, namentlich dem, dass viele Unternehmer_innen Steuern hinterzögen. So würde er die Positionalität des mehrheitsgesellschaftlichen Forschers gegenüber dem ethnisierten Unternehmervertreter reflektieren, die aus seiner Sicht ein solches Vorurteil impliziert und gleichzeitig kulturalisierte Logiken in seine Argumentation hineinverhandeln. Dadurch wird auch auf dieser Ebene eine Art kultureller Übersetzung notwendig, die von politischen Institutionen nicht geleistet werden könne.

[Unternehmerverbände, RB] führten Seminare für die Gründer ihrer eigenen Community durch und hätten dabei »Übersetzer der jeweiligen Ethnie« dabei. Diese Angebote seien niedrigschwelliger als wenn die Senatsverwaltung etwas anböte. »Zu uns kommen die nicht«. Man könne sich dann unter Seinesgleichen einfach hinsetzen und etwas flapsiger Fragen stellen. (FN Heinemann)

Somit stehen sich mit »ethnischer Ökonomie« und »deutscher Bürokratie« zwei kulturalisierte und stereotypisierte Formationen gegenüber, die auf der Grundlage ähnlicher Argumentationslogiken diskursiviert werden. Das Bild von der Notwendigkeit einer Übersetzung des »Bürokratischen« ins »Ethnische« macht das deutlich. In beiden Fällen gelten Unbekanntheit und Differenz als Gründe, weshalb Kontakt zwischen Behörden und »migrantischen Unternehmen« als beschwerlich dargestellt wird und häufig unterbleibt. Und in beiden Zusammenhängen zeigen sich Wirkmacht und Plausibilität kulturalisierter Stereotype. Denn die Sprichwörtlichkeit des deutschen Behördenschungels und seines undurchsichtigen Dickichts ist ein Hinweis auf die auch in

43 vgl. dazu Kap. 3.6.5.

diese Richtung stereotypisierte Wahrnehmung des Gegenübers im Diskurs. Kulturalisierte Stereotype bewirken so die »Sakralisierung kollektiver Sinnggebung« (Kaschuba 1995: 36). Gleichzeitig bilden sie mit dem Narrativ kultureller Andersartigkeit den gemeinsamen Bezugspunkt für Interventionen ins Feld der »ethnischen Ökonomie«. Sie limitieren so den Spielraum für Transformation, setzen die Bedingungen für Intervention und Lösungsfindung. (Klöppel 2010: 260) Damit wird die Unterscheidung einer »ethnischen« von einer »nicht-ethnischen Ökonomie« im Diskurs die allgemein gültige Voraussetzung politischer Intervention.

3.6.3 ...und Integration

Was Kulturalisierung strukturell für die Narrative im Diskurs ist, ist Integration für die politische Intervention, die hier als übergeordnetes Ziel beschrieben werden kann, unter das sich die übrigen Motive, Narrative und Interventionen einordnen lassen. So folgen die politischen Interventionen, unabhängig von den Ausführenden, einem übergeordneten Ziel. Analog dazu, dass Ethnisierung und *othering* die Grundlage und den narrativen Rahmen für die Performanz, Reproduktion und das Füllen der »ethnischen Ökonomie« mit Bedeutung bilden, stellt Integration die übergeordnete Zielsetzung politischer Bemühungen dar. Ebenso analog wird das abstrakte Konzept der Integration in beschreib- und beobachtbaren Praktiken konkretisiert. Integrationsbemühungen deute ich damit auch als Effekt von *othering* und Kulturalisierung in den Narrativen des »ethnische Ökonomie«-Diskurses. Mit der politischen Verortung des Themas »ethnische Ökonomie« am Schnittfeld von Wirtschafts- und Integrationspolitik (Eriksen 2012) können diesen Politikbereichen dann auch die Maßnahmen zugeordnet werden, die sich mit »ethnischer Ökonomie« auseinandersetzen.

genauso wie wir in diesen Fällen, wo man eigentlich mehr aus der integrationspolitischen Perspektive heraus macht, und sagen kann also da muss eben ne Situation sich so ändern, dass sie auch die bestimmten Bedingungen, die Kids aus Einwanderercommunities mitbringen, aufnehmen kann, so sagen wir das bei der Wirtschaftsförderung natürlich auch. (Integrationsbeauftragter/Germershausen)

Diese Zuordnung spiegelt sich in den Zuständigkeiten der Institutionen, die am Gesprächskreis teilnehmen. Sie befassen sich in unterschiedlichen Formen mit Fragen der Integrationspolitik – manche größtenteils, wie die Senatsverwaltung für Integration oder der Verein Globe e.V., der Mitglied im Integrationsbeirat Berlin-Brandenburg ist.⁴⁴ Andere, wie die IHK, die aufgrund des Integrationsgesetzes Mitglied im Landesbeirat für Integrations- und Migrationsfragen ist, bilden Arbeitsgruppen und organisieren Veranstaltungen, wie auch die Senatsverwaltung für Wirtschaft den Gesprächskreis Migration.

44 Der Vertreter von Globe war allerdings bei dieser Gesprächskreissitzung nicht anwesend. Globe, Gesellschaft für Internationale Kooperation e.V., hat zum Ziel die »Förderung der Völkerverständigung, der Entwicklungszusammenarbeit und (seit 2015) der Bildung im Bereich der Ländlichen Entwicklung, der Agrarkultur und des Umweltschutzes« (globeline.de).

Dementsprechend präsent war das Thema Integration in Gesprächen mit unterschiedlichen Akteur_innen. Im 90-minütigen Gespräch mit der IHK wurde das Stichwort in unterschiedlichen Formen und Verbindungen beispielsweise 28-mal genannt. In meinen Notizen zum Gespräch vermerke ich: »Hier wieder: Integration!«. In 50 Minuten mit dem Vertreter des Integrationsbeauftragten kam es 14-mal vor, und im rund 90-minütigen Gespräch mit den Herausgebern der Zeitschrift und Webseite »Migration Business« wurde das Stichwort Integration in unterschiedlichen Verbindungen sogar 31-mal genannt. Mit Bezug auf einen IHK-Arbeitskreis sagt der Gesprächspartner:

Da ist auch damals ziemlich schnell so'ne Art Arbeitsliste entstanden mit Themen, da ging's um Gründungsfragen, Finanzierungsfragen, Sprachqualifizierung, aber auch allgemeine integrationspolitische Themen. Das hat dann so'ne Agenda ergeben, die die AG im Laufe der Zeit auch abgearbeitet hat. (IHK/Brieger)

Integration ist auch hier ein zentrales Anliegen. Frau Heinemann beschreibt an anderer Stelle das »Integrationspotenzial« von Betrieben, das es zu heben gelte. Sie könnten »Integrationsstätte sein, Leute aufnehmen, die nicht gut genug Deutsch für andere Betriebe sprächen, die es dann hier lernen könnten« (FN Heinemann). Das übergeordnete Ziel politischer Maßnahmen im Diskurs ist damit die Integration der »ethnischen Ökonomie«. Auch die Verbände ordnen sich dem Ziel der Integration unter, wie sich beispielhaft bei der TUH nachlesen lässt. Die habe sich

zum Ziel gestellt, das Miteinander der Kulturen in Berlin zu fördern und die Migranten, insbesondere türkische Migranten bei ihren Integrationsbemühungen aktiv zu unterstützen. (thu-berlin.de d)

Damit kann Integration als dasjenige dynamische »Feld gesellschaftlicher Auseinandersetzungen« (Klöppel 2010: 256) identifiziert werden, in das die Problematisierung »ethnischer Ökonomie« strategisch interveniert.

3.6.4 Wer interveniert? Kultur als Ressource im Markt der Kulturen

Die unüberwindbare »Fremdheit« von Kultur und Sprache, mit der sich mehrheitsgesellschaftliche Akteur_innen im Feld »ethnischer Ökonomie« konfrontiert sehen, hat Konsequenzen für die Bearbeitung des kulturalisierten Feldes. Was mehrheitsgesellschaftliche Akteur_innen und Institutionen aufgrund fehlenden sprachlich-kulturalisierten Wissens nicht leisten können, kann von Verbänden, die zusätzlich über spezifisches Erfahrungswissen verfügen, durchaus übernommen werden. Aber nicht nur deswegen seien Behörden nur schlecht für eine Bearbeitung geeignet.

Verbände könnten das leisten, Behörden seien aber immer auch »gruselig«, beispielsweise wenn man zu wenig Feuerlöscher habe. Man fürchte dann immer, man bekomme sie nicht mehr los. (FN Heinemann)

Durch die Formen, in denen Behörden im Diskurs repräsentiert sind, und die respektive Verortung potenzieller bearbeitender Entitäten im Kulturkonflikt, werden Behörden als Ansprechpartner für Unternehmer_innen weitgehend disqualifiziert. Die Lücke, die sich so zwischen ethno-natio-kulturalisierten Unternehmen und Verwaltung auf tut,

füllen die Verbände als vermittelnde Instanzen. So herrscht auf allen Seiten Einigkeit darüber, dass Verbände als sprachliche und kulturelle Übersetzer und Vermittler unabdingbare Akteur_innen im Diskurs sind. Die Vermittlung durch Verbände ist sowohl ein Anliegen der politischen Institutionen als auch der Verbände selbst. Entsprechend pointiert stellt der Staatssekretär fest: »Er brauche die Mithilfe der Vereine.« (FN)

Die Vorteile der Bearbeitung durch die Verbände werden nicht nur im größeren Vertrauen, das ihnen Unternehmer_innen entgegenbringen, oder vielmehr im Misstrauen gegenüber politischen Institutionen, sondern eben auch in ihrer besonderen kulturalisierten Kompetenz und ihrem spezifischen Erfahrungswissen, aber auch in ihrer besseren Vernetzung gesehen. Die drückt sich auch darin aus, dass Verbände ihre Peers scheinbar angemessen und wirksam anzusprechen vermögen, denn gerade sie »kennen die Leute« (FN), wie es der Staatssekretär im Gesprächskreis ausdrückte. In vielen Momenten bleiben politischen Institutionen die Zugänge zu Akteur_innen »ethnischer Ökonomie« mithin verwehrt. Umso mehr macht die kulturalisierte Spezifik des Migrantischen die Verbände durch ihr kulturalisiertes Wissen, aber auch durch die ihnen zugeschriebene Routine und Erfahrung in Kontexten, zu denen politische Institutionen kaum Zugang haben, zu wichtigen Partnern in der Bearbeitung »ethnischer Ökonomie«.

Entscheidenden Anteil an ihrer Bedeutung in der Bearbeitung hat die Deutung von Kultur als Ressource der Verbände. Kulturalisierende Logiken strukturieren die Bearbeitung »ethnischer Ökonomie« und legen fest, wer überhaupt in der Lage ist zu intervenieren und wer nicht. Dabei wird deutlich, dass Diskussion und Bearbeitung »ethnischer Ökonomie« als Bestandteile der Problematisierung nicht voneinander zu trennen sind. Die enge Verbindung von Narrativen und Bearbeitung zeigt sich auch darin, dass »Kultur« als Praxis der Wahrnehmung und Bearbeitung von »Wirklichkeit« [...] in hohem Maße über gesellschaftliche Diskurse organisiert« (Kaschuba 1995: 36) ist. Wenn Verbände höhere Kompetenzen und leichteren Zugang haben als politische Institutionen, folgt dies auch den Logiken des Narrativs der Kulturalisierung. Kulturell codiertes Wissen wird so in der Bearbeitung des Diskurses politisch wirksam und funktionalisiert.⁴⁵ Kulturalisierungsprozesse, so wird sich zeigen, werden im Zusammenhang mit »ethnischer Ökonomie« zur paradoxen politisch-instrumentellen Strategie, die sich um die Lösung eines politischen Problems verdient zu machen sucht, die sie zunächst selbst zu verhindern scheint.

Es geht dabei vorrangig um strategische Argumentationen, um die Definition von Werten, Symbolen, Bedeutungen, die dann ihrerseits zur Legitimation sozialen und politischen Handelns benutzt werden. (Kaschuba 1995: 36)

Was einerseits der Selbstvergewisserung dient, kann andererseits verstanden werden als strategische Argumentation, die eine Form politischen Handelns legitimiert, die die praktische Bearbeitung »ethnischer Ökonomie« größtenteils den Verbänden überträgt. Die besondere Rolle, die Verbänden dabei zugesprochen wird, wird legitimiert, indem Kultur im Diskurs als Ressource gedeutet wird. Eine solche Deutung vertreten auch

45 vgl. Amelang u.a. (2010: 16).

die Verbände und beanspruchen damit kulturalisierte Erfahrungskompetenz für sich, beispielsweise indem sie die Eignung öffentlicher Stellen in Frage stellen.

Herr K. sagt, öffentliche Institutionen seien nicht geeignet, Gründungen zu begleiten. Besehene Stellen könnten keine Konzepte schaffen. Das Thema sei breiter angelegt als nur um Existenzgründungsseminare herum. (FN)

Unternehmerverbände positionieren sich so auch selbst als Experten im Umgang mit dem Fremden im Allgemeinen, und so mit der Gründung und Begleitung »ethnischer Unternehmen« im Besonderen. Sie heben ihre eigenen sprachlichen und kulturalisierten – und interkulturellen – Kompetenzen hervor und positionieren sich als Vermittler.⁴⁶

Deutschland hat keine Rohstoffe, es gibt kein Öl, es gibt keine andere, kein Erdgas, das wird alles importiert, alles Mögliche wird importiert, wird hier verarbeitet und vermarktet nach außen hin. Und da sollte man diese Verbände, Vereine, diese Interkulturalität zu nutzen wissen. Das sind die Ressourcen, die besser auszuschöpfen sind. (BWK/Sorgec)

Mit der Umdeutung von kulturellen Differenzen zur Ressource gelingt Unternehmerverbänden eine positive Deutung ihrer *otherness*, die seither als problematisch verhandelt wurde. Diese positive Umdeutung zeigt sich auch in einem sich wandelnden Bild von den Unternehmen, das nun an mancher Stelle präsentiert wird: »Weil ich halt eventuell bessere Ware anbiete, weil ich freundlicher bin, weil ich kostengünstiger bin, weil mein Laden auch eventuell ansprechender ist, weil ich exotischer bin.« (BWK/Sorgec) In den Beispielen, in denen kulturelle Differenz als Ressource gedeutet wird, wird sie nun dazu genutzt, die häufig erwähnten »migrantischen« Besonderheiten umzudeuten: »[...] eines meiner Argumente, die ich auch im Fernsehen bringe, nämlich was Sie gesagt haben: nicht um 20 Uhr, ich sag das was ich gesagt habe, nämlich: länger auf.« (TDIHK/Bakir) Als weiteres Beispiel für kulturalisierte Ressourcen von Unternehmen, die die Verbände repräsentieren, führt der Gesprächspartner die besondere Flexibilität, gerade im Gegensatz zu stereotypischerweise früh schließenden und wenig serviceorientierten Unternehmer_innen des »nicht-ethnischen« *mainstream*, an. Die Mobilisierung von Stereotypen erleichtert die Deutung diskursiv eingeführter kultureller Andersartigkeit als Ressource und reproduziert die Trennung einer kulturalisierten »ethnischen« von einer »nicht-ethnischen Ökonomie«. Aus Sicht bürokratischer Akteur_innen handelt es sich dabei allerdings nicht immer um eine positive Ressource, sondern mitunter auch um Konfliktpotenzial.

Ganz früher gab's diese schärferen Konflikte, also mit dem, mit der Nichteinhaltung des Ladenschlussgesetzes, so Sachen eben. Da kamen die meisten Beschwerden, aber da sich das Berliner Ladenschlussgesetz jetzt so liberalisiert hat, ist das nicht mehr so schlimm. (Integrationsbeauftragter/Germershausen)

Im Fall der Ladenöffnungszeiten wurden die gesetzlichen Rahmenbedingungen derart verändert, dass sich keine Konflikte mehr ergeben, weder kulturell noch juristisch. So

46 Zur Konzeption der Unternehmer_innen als *cultural brokers* vgl. Kap. 4.5.

nutzen nicht nur politische Institutionen kulturalisierende, orientalisierende oder exotisierende Kategorien und Beschreibungen. Im strategischen Umgang damit bemächtigen sich die Unternehmerverbände normativer Erwartungen, die im Diskurs an sie herangetragen werden. Das Feld der »ethnischen Ökonomie« wird zum Ort der Verhandlung normativer Erwartungen und kulturell codierter Ressourcen in diskursiver Praxis.

In alle Richtungen zeigt sich dabei, wie Stereotype mobilisiert werden, ohne in Bewegung zu geraten.

Und das *ist* die Stärke derjenigen gewesen, die in der Lage waren, die *Kombination* aus der interkulturellen Kompetenz hineinzubringen in ihre Selbstständigkeit, also die, die Flexibilität, die Dienstleistungsorientiertheit, mit der deutschen Mentalität des Perfektionismus, der zeitgemäßen, äh, bzw. ordentlichen Art und Weise. Und diejenigen, die verstanden haben, sowohl die deutschen Tugenden, als auch ihre, aus der, äh, sagen wir, Herkunftsland mitgebrachten, positiven Tugenden zu kombinieren, die sind erfolgreich geworden. Die bauen weiterhin aus. (BWK/Sorgec)

Stereotype beziehen sich, ebenso wie die Narrative insgesamt, auf kulturelle Differenzen und stabilisieren sie Vorstellungen von kulturalisierter *otherness*.⁴⁷ Sie werden Teil der kulturalistischen Argumentationslogik des Diskurses und dienen der Aushandlung der diskursiv zugewiesenen Subjektposition. Als zwei nur scheinbar gegensätzliche Elemente verlaufen Transformation und Stabilisierung im Prozess der Problematisierung »ethnischer Ökonomie« parallel.⁴⁸

Die Deutung von Kultur als Ressource macht den »ethnische Ökonomie«-Diskurs zu einem »Markt der Kulturen« (Römhild 2007b: 172). Auf diesem Markt wird kulturelle Differenz mit intrinsischem Wert ausgestattet, den sowohl politische Institutionen als auch Verbände für sich nutzen. Der Verweis auf Kultur selbst wird für Akteur_innen im Diskurs nutzbar, sodass Prozesse des *othering* auch positiven Deutungen offen stehen können.⁴⁹ Ethnische Referenzen werden hier kategorisiert als

nach Marktwerten der Rezeption und des Konsums in unterschiedlichen sub- und populärkulturellen Kontexten. Gerade für die potentielle Weltstadt sind die Beiträge der »Peripherie«, sofern sie marktförmig gemacht werden, eine wesentliche Ressource für ihre eigene Reputation als Produzentin neuer kultureller Entwicklungen. (Römhild 2007b: 172)

Dabei verweist diese Perspektive auf einen zusätzlichen Aspekt der Diskussionen. »Ethnische Ökonomie« an sich, und die damit auszudrückende »kulturelle Vielfalt« Berlins, kann für die Verwaltung insofern zur Ressource werden, als sie sich darum bemüht, die Stadt als »potentielle Weltstadt« zu positionieren. Auf diesen Aspekt verweist auch einer der Teilnehmer im Gesprächskreis:

47 vgl. Klöppel (2010: 260).

48 vgl. Klöppel (2010: 262).

49 zur positiven Deutung von Differenz vgl. Schiffauer (1996).

Er habe die Idee, eine Imagekampagne zu starten, in deren Zentrum Berlin auch als Startup-Hauptstadt stehe. So nach dem Motto ›Unternehmertum spricht viele Sprachen‹. (FN)

Beiträge der als marginal und prekär narrativierten »ethnischen Ökonomie« befördern das eigene Narrativ einer offenen und kosmopolitischen Stadt. Berlin wird zur »Global City« im ökonomischen und im kulturellen Sinne.⁵⁰ So erlangt die Beschäftigung mit ethno-natio-kultureller Differenz und mit »ethnischer Ökonomie« schon durch ihre potenziellen Reputationsgewinn intrinsischen Wert für politische Akteur_innen im Diskurs, als eine

strategy of producing distinctive images in order to make cities an attractive place for financial investors, young urban professionals, city boosters and other elite groups, as well as for tourists. (Binder 2001: 21).

Das besondere Potenzial in der Beschäftigung mit »ethnischer Ökonomie« besteht also für politische Institutionen in der damit einhergehenden Möglichkeit, die Stadt, entsprechend des zugrunde liegenden Kulturverständnisses, als progressiven Schmelztiegel der Kulturen und als »bunte«, »vielfältige«, »multikulturelle« Weltmetropole zu inszenieren.

Die Kulturalisierung von Diskurs, Problemfeld und Intervention und die Deutung von Kultur als Ressource überlassen die Lösung der Probleme weitgehend den kulturalisierten Akteur_innen selbst. Daraus ergibt sich in letzter Konsequenz nicht nur die Vorstellung von begrenzter Handlungsmacht politischer Institutionen, die übrigens die zur initialen Auslagerung nötige Handlungsmacht übersieht, sondern auch die Begrenzung ihrer Verantwortung, und nicht zuletzt auch die unverzichtbare Rolle von Unternehmerverbänden im Diskurs um »ethnische Ökonomie«. Politischen Institutionen bleibt damit in erster Linie die Aufgabe, die Rahmenbedingungen für Unternehmertum und Gründungen zu optimieren.

Also Politik ist dazu da in erster Linie, die Rahmenbedingungen zu optimieren, damit die Wirtschaft besser funktioniert. Und äh, in diesem Zusammenhang sollte die Politik gestaltet werden, dass diese Menschen bessere Rahmenbedingungen und Plattform bekommen, äh, ihren Beitrag auch wirtschaftlich dazu beizutragen. (BWK/Sorgec)

Dementsprechend nimmt auch die IHK eher eine vermittelnde als eine aktiv gestaltende Rolle ein. Im Gespräch über das »Gründernetzwerk Berlin« berichtet beispielsweise der Gesprächspartner, dass dort

ja sehr viele kleinere Organisationen auch dazu beitragen als Beratungspartner, so dass wir auf spezielle Sprachen oder Ethnien abzielende Gründungs- oder Einstiegsberatung gar nicht so selber anbieten, sondern eher vermitteln, also eher'n dezentraler Ansatz. Und das ist ganz wichtig, dass da die Verbände auch Multiplikatoren sind oder Erstkontaktpartner worüber das'n bisschen kanalisiert wird. (IHK/Brieger)

50 vgl. Römhild (2004: 167).

Indem der Auftrag zur Bearbeitung politischer Problemlagen durch Kulturalisierung den Kulturalisierten selbst übertragen wird, wird der »ungelöste Widerspruch [...] zu einem Problem der Anderen deklariert, die sich den unhinterfragbaren Regeln der Institution und der Gesellschaft anzupassen haben«. (Römhild 2007b: 162) Nach Foucault ließe sich formulieren, dass die Bearbeitung der Störung normativer Erwartungen denjenigen aufgetragen wird, die sie hervorzurufen scheinen. Kulturelle Differenz kann somit auch als Begründung und Legitimation in denjenigen Situationen fungieren, in denen politische Institutionen und Akteur_innen sich auf die Bearbeitung der Rahmenbedingungen beschränken oder gänzlich unbeteiligt bleiben. Kulturelle Differenz begründet in diesem Fall das eigene Unbeteiligtsein.⁵¹

3.6.5 Marginalisierung...

Unternehmer_innen werden nicht nur, aber auch durch die Bearbeitung »ethnischer Ökonomie«, in marginalen ökonomischen und gesellschaftlichen Positionen in diskursiver Praxis verortet. Während kulturalisierte Differenz den Diskurs grundsätzlich ordnet, wird sie in unterschiedlichen marginalisierenden Motiven konkretisiert. Hier fasse ich die in der Diskursivierung und Bearbeitung regelmäßig aufgerufenen Motive der hohen Gründungsdynamik und, damit verbunden, des häufigen Scheiterns und des dadurch entstehenden Schadens zusammen. Die Konzeption von »ethnischer Ökonomie« als Arbeitsmarktmaßnahme hängt zudem mit der Gründung von Unternehmen aus der Arbeitslosigkeit heraus zusammen.

Häufig wird im Gesprächskreis, und im Diskurs insgesamt, die Frage gestellt, weshalb Menschen mit Migrationshintergrund Unternehmen gründen und was ihre Motivation zur Selbstständigkeit sei. Der Verband TUH hat hierzu eigene Befragungen durchgeführt und eine Reihe von Gründen erfasst.

Warum werden Unternehmen gegründet? Welches sind die Startmotivationen? In den Gesprächen wurden folgende Merkmale sichtbar: Interesse an selbstständiger Berufstätigkeit und Unabhängigkeit, Beendigung der Arbeitslosigkeit, teilweise verbunden [sic!] mit der Möglichkeit der Inanspruchnahme von Fördermitteln (z.B. sog. Ich-AG-Förderung), mangelnde Weiterbildungs-, Beschäftigungs- und Einkommensalternativen, Festigung des Aufenthaltsstatus, Verbesserung der Einbürgerungsmöglichkeiten. Weitere Kennzeichen sind, dass die Mehrzahl der Unternehmer Quereinsteiger sind. Die Branche der Selbstständigkeit stimmt nicht überein mit der Ausbildung oder dem Studiengang. (tuh-berlin.de b)

Die Gründung aus Arbeitslosigkeit heraus ist eines der prominenteren Motive im Diskurs. Selbstständigkeit wird dabei als Möglichkeit diskutiert, um der Arbeitslosigkeit zu entgehen. Auch im Gesprächskreis wurde das Motiv besprochen.

Herr C., der zunächst Herrn Beermann auf das falsche Aussprechen seines Namens hinwies, sagte, dass viele der Selbstständigen aus der Arbeitslosigkeit kämen. Es sei wichtig, die Zielgruppe zu erreichen. Diese brauche bessere Führung. (FN)

51 vgl. Römhild (2007b: 163).

Die These, dass häufig aus der Arbeitslosigkeit heraus gegründet würde, markiert Arbeitslosigkeit als eine »ethnischem Unternehmertum« zugrundeliegende Normalität. Die Förderung von Unternehmensgründungen sei insofern eine »Arbeitsmarkt-Maßnahme« (FN), als Teil des Kampfes gegen die Langzeitarbeitslosigkeit und »eine Arbeitsförderung auf dem ersten Arbeitsmarkt« (FN).

Das Motiv der Gründung aus Arbeitslosigkeit ist ein Beispiel für das Scheitern monokausaler Argumentationen an komplexen Phänomenen. Denn einerseits hat Berlin aus seinen Tagen als Industriestadt des 19. Jahrhunderts in Folge von Deindustrialisierung und Postfordismus viele Arbeitsplätze verloren. Gerade verarbeitende und produzierende Betriebe, in denen Migrant_innen als Gastarbeiter_innen besonders aktiv waren, waren von den Umstürzen besonders betroffen. In den 1990er Jahren gingen schätzungsweise 67 % der Industriearbeitsplätze Berlins verloren. Die Folgen des Arbeitsplatzabbaus und damit einhergehende Prekarisierung traf Migrant_innen in besonderem Maße.⁵² Auf der anderen Seite zeigte sich bei meiner eigenen Forschung im Markt für muslimische Mode, dass es eine Reihe ganz unterschiedlicher Gründe gibt, die meine Gesprächspartner_innen zur Selbstständigkeit motivierten. Es zeigt sich aber vor allem auch, dass drohende oder bestehende Arbeitslosigkeit nur in einem der Fälle relevant war, während alle anderen, verkürzt gesagt, Familienunternehmen fortführten oder sich mit der Eröffnung der eigenen Boutique einen lange gehegten Traum erfüllten.

Was zeigt das? Strukturelle Veränderungen der gesamtwirtschaftlichen Lage Berlins sind nur ein möglicher Faktor, der Arbeitslosigkeit und damit die Gründung »ethnischer Unternehmen« begünstigen kann, die in einer solchen Situation als Ausweg empfunden wurde. Es verdeutlicht aber auch, dass es eine Reihe ganz unterschiedlicher Gründe für Selbstständigkeit gibt, von denen viele weit entfernt sind von der marginalisierenden Semantik der Flucht aus der Arbeitslosigkeit.⁵³

Stärker noch als die Frage nach der Motivation für die Selbstständigkeit, nahm im Gesprächskreis die Frage nach Scheitern und Erfolg der Unternehmen Raum ein. Grundsätzlich gilt die besondere Gründungsbereitschaft »migrantischer Unternehmer_innen« als statistisch belegt. So leisteten »Migranten einen überdurchschnittlichen Beitrag zum Gründungsgeschehen in Deutschland« (Leifels/Metzger 2019). Kulturalisierte Unterschiede erklären hier die verschiedenen Bereitschaften von Unternehmer_innen. Das Scheitern einer Unternehmung wird durch hohe bürokratische Hürden, aber auch Bildungsarmut und unzureichende Ausbildung, möglicherweise nach einem Quereinstieg aus der Arbeitslosigkeit, begründet.⁵⁴

52 vgl. Ohliger/Raiser (2005: 24) & Krätke/Borst (2000: 292).

53 Es soll auch verdeutlichen, dass diese Arbeit nicht der Versuch ist, gängige Argumente zu disqualifizieren, sondern dass es darum geht, sie neu zu kontextualisieren und so auf die Konsequenzen der Problematisierung »ethnischen Unternehmertums« wie sie im Diskurs beobachtet wurde, aufmerksam zu machen.

54 Die zitierte KfW-Studie selbst sieht den Wunsch nach beruflicher Selbstständigkeit und die schlechteren Arbeitsmarktchancen von Menschen mit Migrationshintergrund als Gründe für die überdurchschnittliche Aktivität bei Unternehmensgründungen. (Leifels/Metzger 2019)

Menschen mit Migrationshintergrund zeichnen sich durch eine überproportional hohe Bereitschaft aus, sich beruflich selbstständig zu machen oder ein Unternehmen zu gründen – mit den unterschiedlichsten unternehmerischen Zielen und Ideen. Doch wie gut diese Ideen und wie klar diese Ziele auch sein mögen, der Weg in die Selbstständigkeit ist mit zahlreichen Hürden verbunden. (vmwev.de d)

Nicht nur der VMW attestiert Unternehmer_innen mit Migrationshintergrund eine überproportional hohe Gründungsbereitschaft. An anderer Stelle wird diese besondere Bereitschaft als spezifisch »migrantische« Risikofreude kulturalisiert.

Wie eine Sonderauswertung des KfW-Gründungsmonitors 2018 erstmals zeigt, geben 38 % der Migrantinnen und Migranten grundsätzlich der Selbstständigkeit den Vorzug vor abhängiger Beschäftigung. In der gesamten Bevölkerung wären nur 29 % lieber selbstständig als angestellt. Ein wichtiger Faktor für diesen Unterschied ist, dass viele Migranten durch eine größere Risikofreude und mehr unternehmerische Vorbilder aus ihrer Herkunftskultur geprägt sind. (N.N. 2019)

Die besondere »Risikofreude« und eine quasi herkunftskulturelle Prägung von Menschen mit Migrationshintergrund gelten hier als Gründe für die besonders hohen Gründungszahlen.⁵⁵ Folgerichtig wird Neugründungen von Unternehmen durch ausländische Staatsbürger, gerade im Vergleich mit »nicht-ethnischen« Gründungen, eine steigende Tendenz attestiert.⁵⁶

Kulturalisierende und andere Erklärungen für die scheinbar überdurchschnittliche Gründungsbereitschaft von Menschen mit Migrationshintergrund gehen dabei oft Hand in Hand. Unter der Überschrift »Migranten haben mehr Unternehmergeist« benennt die KfW an anderer Stelle »zwei zentrale Gründe für überdurchschnittliche Gründungsaktivität: Wunsch nach Selbstständigkeit und Arbeitsmarktnachteile« (Schweickhardt 2019). Sie konstatiert sowohl »größere Gründungsneigung« (Leifels/Metzger 2019) als auch spezifische Chancen, aber auch Hürden, insbesondere sprachlicher Art, auf dem Arbeitsmarkt.⁵⁷

Neben kulturalisierenden und prekarisierenden Erklärungen für die hohe Gründungsbereitschaft, wird im Diskurs immer wieder betont, dass die außerordentlich hohe Gründungs- von einer gleichermaßen spezifischen, außerordentlich hohen Scheiternsquote flankiert wird. Insgesamt, so das vereinfachte Argument, werde dort besonders häufig gescheitert, wo auch häufig gegründet wird. Gründen, aber auch Scheitern, werden damit zu spezifischen Kennzeichen einer »ethnischen Ökonomie«.⁵⁸

55 Statistiken sind in diesem Bereich allerdings häufig Schätzungen, da bei der Gründung eines Unternehmens der Migrationshintergrund von Gründer_innen, im Gegensatz zur Nationalität, nicht erfasst wird. Vgl. auch Hillmann (2011: 11).

56 vgl. z.B. Ersöz (2014).

57 vgl. außerdem Metzger (2018).

58 Hillmann (2011: 11) weist darauf hin, dass Studien über gescheiterte Unternehmer_innen fehlten. »Wüsste man mehr darüber, könnte man eventuell auch gezieltere Politik betreiben.«

Ich glaube, die große Zahl der Gründerinnen und Gründer aus Migrantengcommunities bringen auch was, dokumentieren auch was, wobei allerdings die hohe, hohe Scheiternsquote ne große Sorge ist. (Integrationsbeauftragter/Germershausen)

Während in der Aussage nicht klar wird, was die große Zahl von Gründungen nun zu dokumentieren in der Lage sei, zeigt sich die Besorgnis über die häufigen Fehlschläge. Die hohe Zahl gescheiterter Gründungen und der dadurch entstehende »volkswirtschaftliche Schaden« werden mit »ethnischer Ökonomie« assoziiert.

Jemand anders spricht weiter [und sagt, RB], dass die Scheiternsquote in der »ethnischen Ökonomie« bekanntermaßen hoch sei, ebenso wie der dadurch entstehende volkswirtschaftliche Schaden. (FN)

Bemerkenswert ist, dass »ethnische Unternehmen« im Zusammenhang mit dem durch sie hervorgerufenen Schaden als Bestandteil der gesamten Volkswirtschaft betrachtet werden, trotz ihres anderweitigen Sonderstatus'. Während »ethnische Unternehmen« nicht eindeutig Bestandteil der Gesamtwirtschaft sind, wird der durch sie entstehende Schaden ebendieser Gesamtwirtschaft angerechnet. »Ethnische Ökonomie« wird demnach einerseits als, wenngleich häufig diffuse, Chance – »Migrantengcommunities bringen auch was« – gesehen, andererseits aber auch als Gefahr für die Volkswirtschaft insgesamt. Dem entgegen steht das Bemühen, die Beiträge und Leistungen »ethnischer Unternehmer_innen« besonders hervorzuheben und zu würdigen.⁵⁹

Indem das Motiv der Gründung aus der Arbeitslosigkeit heraus eingeführt wird, wird die sinnstiftende Logik des Diskurses modifiziert. Dabei rangieren »ethnische Unternehmer_innen« im Diskurs selbst nach der Gründung oft nur an den Rändern der Profitabilität. Ihr Scheitern werde durch schlechte Kapitalausstattung begünstigt,⁶⁰ wobei damit nicht nur ökonomisches, sondern auch kulturelles Kapital gemeint ist.

Dann gibt's auch viele Gründungen aus einer gewissen # Mit zu wenig Kapital! Oder häufig würd' man sagen aus der Not heraus, oder aus dem Prekariat sogar heraus. Diese Diskussion haben Sie auch. Also aus der Arbeitslosigkeit. (Integrationsbeauftragter/Germershausen)

Durch schlechte Finanz- und Bildungsausstattung mündet eine marginale Lebensbiografie in eine prekäre Erwerbsbiografie. Diskursiver Marginalisierung wird das Narrativ der Prekarität zur Seite gestellt, wobei die beiden Aspekte in der diskursiven Wirklichkeit kaum voneinander zu trennen sind. Zunächst fordert aber die marginale Lage »ethnischer Ökonomie« zur Intervention auf.

3.6.6 ...und Wertschätzung

Frau Heinemann fasst das zentrale Anliegen politischer Institutionen und Akteur_innen zusammen, indem sie sagt, es gehe ihr »bei der Arbeit v.a. auch um Wertschätzung und Integration« (FN Heinemann) und bringt so mit der Wertschätzung eine weitere

59 vgl. Kap. 3.6.6.

60 vgl. Kap. 3.6.5.

Maxime politischer Intervention ins Spiel, die auch an anderer Stelle prominent rangiert: »Da ist wahrscheinlich noch viel zu tun, was Kapital, was Wertschätzung betrifft.« (Guwbi/Ersöz) Ein anderer Gesprächspartner betont die umfassenden gesellschaftlichen Beiträge von Unternehmer_innen insgesamt, und damit auch von »ethnischen Unternehmer_innen«, aufgrund derer er höhere Wertschätzung für angemessen hält.

Leistungen, die in allen Lebensbereichen zum Tragen kommen, dadurch, dass sie ein Unternehmen gegründet haben, und was das für uns alle gesellschaftlich bedeutet, das findet leider keine Berücksichtigung, keine ausreichende Würdigung. (Müsiad/Costano2)

Im Feld lassen sich Maßnahmen beobachten, die konkret auf die Steigerung von Anerkennung »ethnischer Ökonomie« zielen. Sie bedienen sich unterschiedlicher Argumentationsketten, die als Gegennarrative zu Ausgrenzung und Marginalität fungieren. Gerade vor dem Hintergrund prekärer Bedingungen und assoziierter Besonderheiten, vor denen »ethnische Ökonomie« in Narrativen des Diskurses operiert, verdiene ihr Wirtschaften besondere Anerkennung, deren Umfang derzeit weit hinter den tatsächlichen Beiträgen zurückbleibe. Daher fordert auch der VMW, dass die »Bedeutung und die besonderen Bedingungen der ethnischen Wirtschaft, Unternehmer mit Migrationshintergrund und ausländische Arbeitgeber kontinuierlich berücksichtigt werden.« (vmwev.de c) Als Gründe häufig genannt werden die Schaffung von Arbeitsplätzen und der Beitrag zur Gesamtwirtschaft oder die hohe Zahl der Gründungen, die der diskursiven Logik, auf der Gründung aus Arbeitslosigkeit und häufigem Scheitern basierend, entgegengestellt werden. Durch die hohe Zahl von Gründungen und die daraus generierten Arbeitsplätze und Steuern, so die Argumentation, leisten »migrantische Unternehmer_innen« einen wesentlichen Beitrag zum Sozial- und Erwerbssystem der Hauptstadt. Aber auch die kulturellen Beiträge werden betont.

Die türkischen Unternehmer in der Karl-Marx-Straße bewirtschaften nur Läden mit relativ geringen Verkaufsflächen, deshalb ist die Summe der von Türken bewirtschafteten Flächen nur gering. Die Bedeutung ist aber wesentlich größer, denn die vielen kleinen Läden an der Straße bestimmen wesentlich den optischen Eindruck der Straße und daher deren Image. Sie sind auch wichtig, weil sie Arbeitsplätze innerhalb der türkischen Bevölkerung anbieten. (tuh-berlin.de b)

Das Zitat verweist nicht nur auf den Wunsch nach stärkerer Anerkennung seitens der Unternehmer_innenschaft bzw. ihrer Repräsentant_innen im Diskurs, sondern vor allem auch auf den wichtigen Aspekt der Sichtbarkeit, der eine zentrale Rolle nicht nur bei der Wahrnehmung von »ethnischer Ökonomie« im öffentlichen Raum und ihrer Kategorisierung im Diskurs, sondern auch für die Einordnung ihrer Bedeutung einnimmt. So weist beispielsweise auch Felicitas Hillmann darauf hin, dass »man die migrantische Selbstständigkeit nicht so stark wahr[nimmt, RB], wie diese de facto bereits das Bild unserer Städte prägt« (Hillmann 2011: 9).

Häufig werden Statistiken und Zahlen präsentiert, die die Argumente stützen sollen.

Rund 18,6 Millionen Menschen nichtdeutscher Herkunft leben und arbeiten in der Bundesrepublik. Sie tragen zum Wohlstand des Landes ebenso bei wie zur Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft; und sie prägen das politische, soziale und wirtschaftliche Bild Deutschlands in Europa und der Welt mit. Mit über 700.000 Unternehmen und rund 1,2 Millionen Selbstständigen in mehr als 90 Branchen ist die Migrantenerwirtschaft ein wichtiger Faktor für die deutsche Ökonomie

Der Rückgriff auf Statistiken stellt den Versuch dar, Aussagen zu belegen, ihnen Objektivität und Messbarkeit und dadurch mehr Gewicht zu verleihen. Ein ähnliches Ziel verfolgt der Verband TDU, wenn er sich Folgendes zur Aufgabe macht:

(8) Unterstützung von Forschungsarbeiten über sozioökonomische Entwicklungen in der Bundesrepublik Deutschland, insbesondere im Hinblick auf die Bedeutung der Wirtschaftsbeziehungen zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der Türkei in Hinblick auf türkischstämmige Gewerbetreibende in Deutschland; (tdu-berlin.com)

Neben dem Zitieren von Statistiken und der Einbindung wissenschaftlichen Wissens zur Vermittlung des Eindrucks von Objektivität ist die Beschreibung erfolgreicher Beispiele »migrantischer Unternehmer_innen« ein Verfahren, das ihre Beiträge insgesamt plastisch und greifbar machen soll. Sie sollen nicht nur als die Aushängeschilder »migrantischer Ökonomien« die Außenwahrnehmung verändern – von der prekären, hin zur erfolgreichen Erwerbs- und damit Lebensbiografie. Als Vorbilder sollen sie zudem andere Unternehmer_innen motivieren, indem sie zeigen, dass Erfolge in Umsatz, Größe, Qualität und globaler Vernetzung möglich sind. Im Gesprächskreis bedient sich der Staatssekretär dieser Methode:

Vor Kurzem sei er [der Staatssekretär, RB] bei einem *hidden champion* zu Gast gewesen, der es geschafft habe von anfangs 12 jetzt über 700 Mitarbeiter zu haben. Er finde das »ganz, ganz toll«. Er meint weiter, Beispiele könnten hilfreich sein, es könnte für Gründer spannend sein, solche Leute kennenzulernen. (FN)

Das Unternehmen wird durch seine Größe und seinen ökonomischen Erfolg zum Vorbild. Die dem zugrunde liegende Definition von Erfolg ist bemerkenswert, da sie unterstellt, dass er erst dann eintritt, wenn man stetig wächst. Denkbar wäre auch, dass ein Unternehmen dann erfolgreich operiert, wenn es imstande ist, eine Familie zu versorgen. Neoliberalen Logiken folgend sind Größe und Wachstum von Unternehmen die Maßeinheiten für Erfolg.

Die Metapher des *hidden champion* ist gerade im vorliegenden Kontext ebenso bemerkenswert, verweist sie doch einmal mehr auf die Rolle der Sichtbarkeit im Bereich der »ethnischen Ökonomie«. Kennzeichen des versteckten Champions ist seine Unsichtbarkeit trotz großen Erfolges. Wird sie, entgegen ihrer ursprünglichen Bedeutung, auf den vorliegenden Kontext umgedeutet, sind erfolgreiche, aber unsichtbare »migrantische Unternehmen« entweder nicht als erfolgreich oder als migrantisch zu erkennen. Sichtbare Champions »ethnischer Ökonomie« sind demnach seltener.

Auch die Frage, wie Anerkennung in konkreten Schritten erreicht werden könne, wird im Gesprächskreis thematisiert. Teilnehmer_innen fordern eine Imagekampagne.

Sie solle, so beschreibt es einer der Teilnehmer, klarmachen, dass »Migranten ›nicht nur auf dem Sozialamt sitzen‹.« (FN) Bereits im April 2014 war

als öffentlichkeitswirksame Maßnahme im Bereich ›Anerkennung‹ eine ›Imagekampagne‹ über die Verdienste und Bedeutung der ethnischen Ökonomie in Berlin geplant. (Abgeordnetenhaus Berlin 2014)

Eine solche Kampagne wurde mit dem Wettbewerb »Vielfalt unternimmt – Berlin würdigt migrantische Unternehmer« auf Berlebene 2019 durchgeführt. Erstmals wurden Unternehmer_innen in den Kategorien bis und ab 50 Beschäftigte und junge Gründer_innen »für ihre wirtschaftlichen Leistungen im Land Berlin vor dem Hintergrund ihres Migrationsbezugs« (Fritz 2019) von der Wirtschaftssenatorin ausgezeichnet.⁶¹ Auch hier wird der »Migrationsbezug« als besonderes Hindernis qualifiziert, vor dessen Hintergrund Leistungen besondere Würdigung verdienen, und auch darin zeigt sich die marginale Stellung, die »ethnischen Unternehmer_innen« zugeschrieben wird. Hervorgehoben wurde bei der Verleihung das Engagement von denjenigen »Berliner Unternehmerinnen und Unternehmern mit Migrationshintergrund«, die zum Erfolg der Berliner Wirtschaft beitragen und »als gute Beispiele für die migrantische Wirtschaft stehen«. (Fritz 2019) Würdigung und Sichtbarmachung waren hier die zentralen Anliegen. (Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe Berlin 2019).

Im Gesprächskreis wurde mit dem Wettbewerb »Vielfalt in der Arbeit« eine ähnliche Veranstaltung thematisiert, die vom Verband TUH durchgeführt wurde, und die den Schwerpunkt auf interkulturelle Öffnung legt und »für ein Miteinander in der Arbeit, für mehr Produktivität, Gewinn und Erfolg« (tuh-berlin.de c) stehen möchte. Der Verband positioniert seine Veranstaltung damit entgegen den Motiven der Unüberwindbarkeit kulturalisierter Grenzziehungen im Feld und betont den wirtschaftlichen Nutzen von Kooperation über kulturalisierte Grenzen hinweg. Die Veranstaltung bot auch dem damals neu ins Amt gekommenen Staatssekretär Gelegenheit, sich einen Überblick über die Errungenschaften »ethnischer Unternehmer_innen« zu verschaffen.

Seinen ersten Termin am 1.11. habe er [der Staatssekretär, RB] beim TUH-Wettbewerb ›Vielfalt in der Arbeit‹ gehabt. Er habe den türkischen Botschafter getroffen und gesehen, was in der ›Community, so will ich's mal nennen‹, passiert und was geleistet wird. (FN)

Leistung ist indes ein Kriterium, das die Notwendigkeit des Erfolgs der Unternehmen einfordert. Von Unternehmer_innen wird der wirtschaftliche Erfolg zwar nicht direkt eingefordert. Der exponierte Status, der erfolgreichen *hidden champions* allerdings zugeschrieben wird, ist nur ein Moment, in dem deutlich wird, dass vor allem Erfolg und Leistung Anerkennung und Wertschätzung bringen.

Zur Information über solche Erfolge dient, neben Wettbewerben, Veranstaltungen und Imagekampagnen, eine Reihe von Publikationen, die sich demselben Ziel verschrieben haben. Auch seitens der Berliner Verwaltung wurde die Erarbeitung einer Publikation diskutiert.

61 Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe Berlin (o.J. c); Tastemir (2019a, b).

Um die Bedeutung und Vielfalt des Engagements von Unternehmerinnen und Unternehmern sichtbar zu machen und anzuerkennen, ist eine Broschüre mit Beispielen aus der unternehmerischen Praxis in der Erarbeitung. (Abgeordnetenhaus Berlin 2016)

Die Förderung von Anerkennung und Wertschätzung »migrantischen Unternehmertums« und seiner Beiträge wird auch vom Magazin »Migration Business« forciert. Das sich selbst als »Magazin der Migrantenwirtschaft« bezeichnende Medium, das personelle Überschneidungen mit dem VMW aufweist, berichtet laut eigener Darstellung über die Erfolge und besonderen Herausforderungen, aber auch über die besonderen Potenziale »ethnischer Unternehmer_innen«.

Die TDIHK hat eine Publikation herausgegeben, unter dem Titel »In bester Gesellschaft/Zirvedekiler. 100 türkische Erfolgsgeschichten aus Wirtschaft und Wissenschaft.« (Langenscheidt/Leoprechting 2011) Das zweisprachige Buch erzählt auf 334 Seiten von 100 erfolgreichen »türkischen« Unternehmer_innen und Persönlichkeiten. Das Vorwort wurde vom damaligen Bundespräsidenten Christian Wulff und seinem türkischen Pendant Abdullah Gül verfasst. So signalisieren die Herausgeber nicht nur ihre Hinwendung zu beiden Gesellschaften. Sie verschaffen sich zudem Glaubwürdigkeit und Seriosität und unterstreichen die Bedeutung ihres Anliegens, indem sie am hohen Status der beiden Repräsentanten partizipieren. Die Biografien der Unternehmer_innen umfassen jeweils vier Seiten, von denen eine der bildhaften Darstellung ihrer Unternehmen gewidmet ist. Sie zeigen Produkte, Fabrikationsstätten, Logos und manchmal Webseiten. Zitate leiten die Biografien ein, die aus dem Lebenslauf der Unternehmer_innen und der Geschichte ihrer Unternehmen bestehen. Die Biografien der vorgestellten Wissenschaftler_innen umfassen zwei Seiten und sind weniger stark bebildert. Das Buch zeichne ein

lebendiges Abbild davon, wie gelungene Integration aussehen kann [...]. Die Auswahl der Erfolgsgeschichten [...] wurde geleitet von dem Streben nach Vielfalt und der Suche nach spannenden Geschichten. (Langenscheidt/Leoprechting 2011: 15)

Die Vielfalt der Geschichten, die innerhalb der Kategorien des Türkischen zusammengefasst werden, werden sodann auch als Potenziale und Chancen gedeutet.⁶² Das Buch betont besonders die Beiträge »türkischer« Unternehmer_innen zur »deutschen« Wirtschaft und ist insofern ein gutes Beispiel für das Prinzip der Integration durch ökonomische Beiträge und wirtschaftlichen Erfolg zum Gesamtsystem bei gleichzeitiger Verstetigung des zugrunde liegenden Dualismus.

Wie die Autoren des Buches, stimmen auch viele Teilnehmer_innen des Gesprächskreises mit der Einschätzung überein, dass Erfolgsgeschichten motivierend wirken können. Sie betonen die Bedeutung des persönlichen Kontakts zu solchen Unternehmer_innen, den sie für wirksamer halten als Prospekte und Broschüren.

Also man muss diese Vorbilder zeigen, man muss den Menschen zeigen, wie haben sie das geschafft, und da stecken einfach so viel Erfolgsgeschichten und interessante Ideen drin, Erfolgstipps. (Migration Business/Mohtachem)

62 vgl. z.B. S. 7.

Insgesamt, so notiere ich in meinen Feldnotizen, verlasse ich die Veranstaltung mit dem Eindruck, »dass man sehr viel Wert auf Anerkennung dessen legt, was Unternehmer_innen erreicht haben.« Mit der Betonung von Leistungen, ihrem Beitrag zur Gesamtwirtschaft und dem Hervorheben positiver Beispiele »ethnischer Unternehmen« stellen sich Akteur_innen im Diskurs der ihrer Marginalisierung entgegen. Sie werden als erfolgreiche Bestandteile der Gesamtwirtschaft beschrieben, deren Erfolg messbar und sichtbar ist und sich so an einem System der Gesamtwirtschaft beteiligt, an dem ihnen Teilhabe diskursiv vorenthalten wird. Erst diskursive Marginalisierung selbst macht jedoch die Betonung der besonderen Verdienste und Beiträge »migrantischer Unternehmer_innen« besonders relevant.

Das besondere Hervorheben von *hidden champions* und von besonders erfolgreichen Vertreter_innen »ethnischen Unternehmertums« ist eine Strategie, die zwar häufig anzutreffen war, von manchen Akteur_innen aber kritisch betrachtet wird: »Einige ragen da zwar heraus, aber die werden da sofort auch als äh Prachtexemplare, -beispiele [lacht, RB] hervorgebracht.« (Costano1) Selbst geringer Erfolg, so lässt sich die Kritik des Gesprächspartners formulieren, wird instrumentalisiert und strategisch als Vorbild für andere Unternehmer_innen eingesetzt. Erfolg in Größe und Umsatz ist die Maxime, an der sie sich messen lassen müssen. Aus anderen Gründen kritisiert ein anderer Gesprächspartner die Praxis:

Ich glaube: Natürlich braucht man irgendwie solche Begriffe, um Dinge zu benennen. Aber das ist'n bisschen so wie bei der ganzen Diskussion um Integration. Jedes Mal wenn man ein positives Beispiel bringt, impliziert man damit ja, dass eigentlich negativ drüber geredet wird und man ein positives Beispiel geben muss. (TDIHK/Sörensen)

Hidden champions – ohnehin kaum sichtbar – und erfolgreichen Vorbildern steht eine große Zahl weniger erfolgreicher Unternehmungen und Unternehmer_innen gegenüber, die auf der Skala zwischen Erfolg und Misserfolg näher an zweitem rangieren, und damit in den Randbereichen erfolgreichen Wirtschaftens verortet werden. Positive Beispiele implizieren, wenn sie als vorbildhafte Ausnahme dargestellt werden, immer auch, dass die wenig erfolgreiche Mehrheit mitzudenken sei, der einzelne Ausnahmen entgegengesetzt werden. So leistet das Aufrufen positiver Vorbilder einem Narrativ Vorschub, das den Großteil »ethnischer Unternehmer_innen« in der Marginalität und Prekarität oder der Unsichtbarkeit verortet.⁶³

Wenn man da mal hingeguckt hat, das entfaltetete sich ja vor unsern Augen, was da, äh, was da zugange war, aber es war ein, ein weitgehend – ein sichtbares, aber dennoch unsichtbares Feld. (BüSt NK Koll)

Die Unzufriedenheit der Akteur_innen kann mit Verweis auf ein bereits erwähntes Zitat eingeordnet werden. Im *Handbook for Economic Sociology* grenzen Light und Karageorgis

63 vgl. dazu auch die explizite Bezeichnung als »marginale[n] Unternehmer«, Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung Essen (Hg.) (1994): *Ausländische Selbstständige in der Bundesrepublik Deutschland unter besonderer Berücksichtigung von Entwicklungsperspektiven in den neuen Bundesländern*, Essen: o.V. In: Schuleri-Hartje u.a. (2005: 37).

»ethnische Ökonomie« derart ein, dass ein Übergang möglich ist, sodass erfolgreiche »ethnische Unternehmer_innen« – diejenigen, die auch außerhalb der eigenen ethnischen Gruppe Arbeitsplätze zur Verfügung stellen – Teil der »*host economy*« werden.⁶⁴ Erfolg und »ethnische Ökonomie« scheinen aus dieser Sicht nicht vereinbar, denn erfolgreiche Unternehmen gelten entweder als herausragende Beispiele der »ethnischen«, oder als Teil der »nicht-ethnischen Ökonomie«. Dabei zeigt sich ein grundsätzliches Dilemma von kollektiven *empowerment*-Strategien. Eine Gruppen von zu *empowernden* Subjekten muss zunächst als *powerless* beschrieben werden. Dadurch wird die Situation reproduziert und verstärkt. Ein *empowerment* ohne die Benennung als *powerless* ist aber nicht möglich, da nur diejenigen, die als *powerless* gelten, zu Subjekten von *empowerment* werden können.⁶⁵

So richten sich die politischen Lösungsvorschläge denn auch weniger auf eine Verbesserung der Infrastruktur und der finanziellen Ausstattung als auf eine individuelle Förderung des sozialen Aufstiegs durch den Ausstieg aus dem »Getto«. (Römhild 2007b: 160)

An diesem Beispiel wird eines der Paradoxa deutlich, die dem Diskurs um »ethnische Ökonomie« und Integrationsdiskursen insgesamt innewohnen. Die Notwendigkeit zur Integration setzt die Nicht-Integriertheit voraus. Durch Ethnisierung und *othering* wird diese vom Diskurs selbst reproduziert und verstärkt, während Akteur_innen sich in ihren Bemühungen um Integration und Wertschätzung darin anstrengen, die Situation von Nicht-Integriertheit und mangelnder Anerkennung zu überwinden. Um im Bild Regina Römhilds zu bleiben, könnte man sagen, dass es genau diejenigen machtvollen Akteursgruppen waren, die die Subjekte des Diskurses ins »Getto« verbrachten, die nun selbst darum bemüht sind, sie, aufgrund derselben diskursiven Machtposition, dort wieder herauszuholen. Damit wird dann übrigens auch deutlich, dass *empowerment* aus einer gesellschaftlichen Machtposition nur dann nachhaltig umzusetzen ist, wenn es mit einer Verschiebung der diskursiven und gesellschaftlichen Machtverhältnisse einhergeht, anstatt sich auf »individuelle Förderung des sozialen Aufstiegs« zu konzentrieren.

Neben der Marginalisierung »ethnischer Unternehmer_innen« spezifiziert das Narrativ der Prekarität die Charakteristika »ethnischer Ökonomie« weiter. Es bietet ebenso Ansatzpunkte für Förderung.

3.6.7 Prekarisierung...

Im Narrativ der Prekarität fasse ich diejenigen Motive zusammen, die sich auf einen Mangel an Ressourcen konzentrieren, während Interventionen an einer Manipulation der Kapitalausstattung im weitesten Sinne ansetzen. Den als Prekarität charakterisierten Zustand begreife ich als Mittellosigkeit und als Knappheit an verschiedenen Formen

64 vgl. Kap. 3.1.1: »*The ethnic economy's boundaries distinguish where a group has penetrated a host economy, taking the jobs it made available, and where that group has grafted new firms and jobs onto a host economy.*« (Light/Karageorgis 1994: 649)

65 vgl. die Anmerkungen zum feministischen Dilemma, S. 78f., Fußnote 114.

von Kapital, die zur Kompensation unterschiedliche Praktiken, wie Selbstausbeutung oder die Beschäftigung von Familienangehörigen, impliziert. In Bourdieus viel zitierten Worten handelt es sich dabei um einen Mangel an ökonomischem, sozialem und kulturellem Kapital. (Bourdieu: 1983, 1998) Umgangssprachlich bezieht sich der Begriff Prekarität zuallererst auf die mangelnde finanzielle Ausstattung.

Menschen aus ehemaligen Gastarbeiterfamilien [...und, RB] Neu-Zuwanderer haben i.d.R. nicht die Möglichkeit, eine private Beratung zu bezahlen. [...] Es gehe dabei nicht um diejenigen, die studiert hätten und 100.000 Euro Eigenkapital hätte. Es geht um Menschen, die wenig Mittel haben, die aus der Arbeitslosigkeit kommen. (FN)

Im Gegensatz zu finanziell weniger gut ausgestatteten Menschen, die aus Gastarbeiterfamilien oder der Arbeitslosigkeit kämen, sind diejenigen, die über genug Eigenkapital oder ein Studium verfügen, nicht Gegenstand der Diskussion im Gesprächskreis. Finanzielle Armut ist Teil der Subjektivierungsstrategie im »ethnische Ökonomie«-Diskurs. Für einige Akteur_innen ist die Frage der Finanzierung eine der größten Herausforderungen im unternehmerischen Alltag.

Sprache und Kultur sieht er maximal als Türöffner. Viel zentraleres Problem seien Finanzierung und Bürokratie. Alles andere sei »Kaffeersatzleserei«. (FN)

Neben dem Problem der mangelnden Ausstattung mit sozialem steht die mangelnde Ausstattung mit kulturellem Kapital. Durch geringe Bildung, so die Argumentation, stünden Unternehmer_innen nur eine begrenzte Anzahl von Branchen zur Verfügung.

Habe ich auch einmal in einer Sitzung gesagt. Also, wir wollen keine Falafelwirtschaft! Also für die meisten: Falafel. Falafel. (AKI/Mahmood)

Ihr wisst alle um die Erwerbs- und Bildungssituation unserer migrantischen Community. Das alles müssen wir ändern, ja. (Müsiad/Costano1)

Man hat dann zwar keine richtige Ausbildung, aber das ist nicht so wichtig. Es zählt, dass man Geld verdient. (Bürgerstiftung/Kolland)

Zwischen niedrigem Bildungsstand und unzureichender finanzieller Ausstattung sehen Akteur_innen im Diskurs einen Zusammenhang. Denn im Vordergrund steht mit der Erwirtschaftung ökonomischen Kapitals die Sicherung des Auskommens. Kulturellem Kapital, so das Argument, werde in diesem Zusammenhang kaum Bedeutung beigemessen. Der Zusammenhang zwischen Bildung und Kapital wird auch im folgenden Zitat deutlich.

Unternehmer und Gewerbetreibende mit Migrationshintergrund haben oft zusätzliche Herausforderungen zu meistern, z.B. weil ihnen nicht selten eine fundierte betriebswirtschaftliche Ausbildung fehlt. Dies erschwert auch den Zugang zum Kapitalmarkt, weshalb migrantische Unternehmen zunächst häufig als reine Familienbetriebe starten. Im Zuge der unternehmerischen Entwicklung stellen sich dann zunehmend Fragen nach zusätzlichen Finanzierungsmöglichkeiten oder geeigneten Fachkräften. Insbesondere hier haben viele Unternehmen Schwierigkeiten, da sie häufig

nicht selbst ausbilden und ihr Unternehmen auf dem Arbeitsmarkt nicht adäquat und hinreichend attraktiv darstellen. (vmwev.de d)

Das Fehlen einer betriebswirtschaftlichen Ausbildung, z.B. infolge eines Quereinstiegs aus der Arbeitslosigkeit heraus, wie er oben als Motiv beschrieben wurde, erschwert demnach nicht nur die Unternehmensführung, sondern hier auch den Zugang zu Krediten und anderen Finanzinstrumenten, die den Erfolg der Unternehmung sicherstellen könnten. In der Struktur der Arbeitskräfte schlägt sich diese mangelnde Ausstattung mit unterschiedlichen Kapitalsorten in der Praxis nieder. Entweder die Unternehmer_innen selbst oder ihre Familienangehörigen werden als kostengünstige Arbeitskräfte beschäftigt und Öffnungszeiten möglichst lange ausgedehnt. Die so beschriebene Tendenz zur Selbstausbeutung, die der Gesprächspartner im folgenden Zitat bei »migrantischen Unternehmer_innen« feststellt, dient zunächst der Sicherung des ökonomischen Überlebens und der Kompensation mangelnder Kapitalausstattung.

Früher gab's ne sehr hohe, oder, des, das gibt's wahrscheinlich immer noch, ne sehr hohe Bereitschaft sich selbst auszubeuten, äh, noch längere Stunden zu arbeiten als andere Unternehmer, mh, das wird dann wiederum von engagierten Sozialpolitikern problematisiert. (Integrationsbeauftragter/Germershausen)

Derselben Argumentationslogik folgt das vor allem im wissenschaftlichen Diskurs häufig bemühte (und auch meinen eigenen Beobachtungen zufolge häufig zutreffende) Motiv, dass, wenn Mitarbeiter_innen beschäftigt werden, diese häufig aus dem Familienkreis rekrutiert werden. Im Markt für muslimische Mode greifen einige Unternehmer_innen auf das zurück was sie als »Praktikantinnen« bezeichnen, die eher in Arbeitserfahrung als in Geldwert entlohnt werden. Damit wird »ethnisches Unternehmertum« zu einer kaum kapitalintensiven Form der Selbstständigkeit, die vor allem Wissen und Netzwerke als ihre zentralen Ressourcen begreift, die im Diskurs ethnisert und kulturalisiert, nicht aber als durch Bildung angeeignet dargestellt werden.

Die mangelnde Finanzausstattung der Unternehmen schlägt sich auch in der Betriebsgröße nieder und verstärkt ihre diskursive Prekarisierung. »Ethische Unternehmen« sind, diesen Logiken folgend, stets Kleinbetriebe, die nur geringe Reichweite erlangen: »Das sind kleine Unternehmen, Betriebe, Gewerbetreibende sind das. Das sind keine größeren Unternehmen.« (TUH/Yilmaz) Mit der Vorstellung vom Kleinbetrieb geht auch die Kleinteiligkeit seines Operationsradius' einher. So gelten »ethnische Unternehmen« häufig als Orte der Nahversorgung, als die ihnen großer Wert zugesprochen wird.

Aber für mich is' det schon seit Jahren der Nachfolger vom Tante Emma-Laden, weil die eben so anschreiben, weil die eben so'ne Bedienung haben wie früher so die klassischen Nahversorgungs-Miniläden. (Bezirksamt/Mücke)

Allerdings wird in dieser Vorstellung auch deutlich, dass die transnationalen Verbindungen und Netzwerke, die viele von ihnen unterhalten, dabei keine Berücksichtigung finden.

Der in Berlin weit verbreitete »Späti« (Spätverkaufsstelle) steht in dieser Aussage als Prototyp für »migrantisches Unternehmertum«. Als großformatiger Kiosk, der vor

allem Getränke und Snacks anbietet, zeichnet sich ein Späti typischerweise durch seine langen Öffnungszeiten aus. Als Teil der Kiezkultur wird der Service hier ähnlich personalisiert gedacht wie im Tante Emma-Laden, in dem Kund_innen persönlich bedient wurden. Das Bild des Spätkaufs illustriert die geringe Kapitalausstattung der Unternehmen ebenso wie ihre geringe Reichweite und die Beschäftigung von Verwandten und Bekannten statt externen Arbeitskräften. Die langen Öffnungszeiten stehen zudem illustrativ für die möglicherweise prekären Arbeitsbedingungen der Familien von Eigentümer_innen, vor allem für lange und unregelmäßige Arbeitszeiten. Der Späti wird zur Metapher für die prekarierten Motive »ethnischen Unternehmertums«.

In der geringen Ausstattung mit sozialem, kulturellem und ökonomischem Kapital sehen Akteur_innen des Diskurses die Möglichkeit zur Intervention und zur Erleichterung der angespannten, prekären Lage der Unternehmer_innen.

3.6.8 ...und Kapitalausstattung

Soziales Kapital: Vernetzung

Die Vernetzung ist eines der Hauptanliegen der Organisator_innen des Gesprächskreises. Auch darüber hinaus gibt es einige Bemühungen, Netzwerke zu etablieren, sowohl zwischen Verbänden und politischen Institutionen als auch unter den Verbänden selbst. Dabei spielt die Messe »Deutsche Gründer- und Unternehmertage« (DeGUT) eine besondere Rolle. Sie wurde im Gesprächskreis prominent besprochen, bewertet und evaluiert. Die Gründer_innenmesse, die seit 2008 jährlich von den Investitionsbanken Berlin und Brandenburg durchgeführt und von der Berliner Senatsverwaltung für Wirtschaft ebenso gefördert wird wie vom Ministerium für Wirtschaft des Landes Brandenburg. Sie bietet kostenlose Seminare und Workshops und, auch laut Selbstdarstellung, »Gelegenheit zum Networking« (DeGut 2020). Dieser Aspekt steht für die Teilnehmer_innen des Gesprächskreises im Vordergrund. »Ziel der Messe sei es in erster Linie, miteinander in Kontakt zu treten.« (FN) Ein Teilnehmer erklärt diesen Interessenschwerpunkt. Er:

schäme sich eigentlich, dass er nichts kritisieren kann, weil er sonst immer etwas auszusetzen habe. Ein anderer [...] fügt hinzu, dass es sich hierbei um sehr punktuell Engagement handele. Kein Existenzgründer warte auf die DeGUT. Diese sei daher interessant für Netzwerkpartner, nicht aber für Existenzgründer. (FN)

So wird die Veranstaltung als Netzwerkveranstaltung, nicht aber als Lernort positiv bewertet.

Auch die Verbände engagieren sich für die Vernetzung im Feld »ethnischer Ökonomie«. Innerhalb der Verbänderschaft scheint Müsiad eine besonders aktive Rolle einzunehmen, wenn es darum geht, Verbände miteinander in Kontakt zu bringen. Diese Rolle begründet sich durch den besonderen gesellschaftlichen Anspruch, den der Verband an sich und seine Arbeit stellt.

Wenn Sie als Organisation den Anspruch haben gesamtgesellschaftlich aktiv sein zu wollen, dann wäre es ja fatal, wenn sie innerhalb der eigenen ethnischen Community Abgrenzungen machen würden. (Müsiad/Costano2)

Innerhalb der heterogenen Verbändelandschaft fokussiert der Gesprächspartner gemeinsame Interessen, zu deren Gunsten Differenzen ausgeblendet werden. Er beteiligt sich so an der Hervorbringung einer gemeinsamen und dementsprechend lauterer »türkischen« Stimme. Derartige vernetzende Aktivitäten sind von der Überzeugung getragen, im Sinne gesellschaftlicher Interessen zu handeln, als die er »den gemeinsamen Wohlstand, [...] die gemeinsame Zukunft« bezeichnet.

[...] im Sinne der Mitglieder und letztlich auch im Sinne, wie unser Vorstandsvorsitzender immer wieder sagt, im Sinne unserer Zukunft. Im Sinne unserer Gesellschaft und für unsere Kinder ist das notwendig. (Müsiad/Costano2)

Man wolle, dass sich »alle auf Augenhöhe befinden [...], wo keine hierarchischen Strukturen vorhanden sind« (Müsiad/Costano2). Zum Zwecke der Vernetzung wurde eine Kommission gegründet, die andere Verbände besucht, um Beziehungen zu etablieren und Wege der Kooperation zu finden. (Müsiad/Costano2) Es gehe darum, »einfach nur mal die Möglichkeit aufzuzeigen, dass man gemeinsam mehr erreichen kann« (Müsiad/Costano1). Dabei seien die Verbände »dann nicht mehr auf diese Differenzierungsmerkmale untereinander angewiesen [...]. Da sind diese Merkmale völlig irrelevant.« (Müsiad/Costano2)

Neben Müsiad leisten auch andere Verbände Vernetzungsarbeit innerhalb der Verbändelandschaft. Der VMW führt Netzwerkveranstaltungen durch, die TDU organisiert Empfänge und Neujahrsfeiern und das BWK organisiert regelmäßige Treffen. Auch die TDIHK führt eine große Zahl von Veranstaltungen und Netzwerktreffen durch. In der Beschreibung ihrer Aktivitäten für die Jahre 2018 und 2019 wird dargestellt, welche Unternehmen und Handelskammern in der Türkei besucht und welche in Berlin empfangen wurden. Zudem besuchen ihre Mitarbeiter_innen Messen: »17 Städte, 36 besuchte türkische Kammern und Börsen« (td-ihk.de a) in 2018. 2019 wurden im Monat durchschnittlich drei bis vier Veranstaltungen wie »Business-Frühstücke«, unterschiedliche Arbeitskreise, »B2B-Veranstaltungen« oder der türkisch-deutsche Maschinenbautag durchgeführt.

Einige Verbände nutzen neben der kollektiven Vernetzung ein weiteres Mittel, das ihrer Stimme mehr Gewicht verleiht. Da die Zahl der Mitglieder die Bedeutung der einzelnen Verbände mitbestimmt, sind alle an möglichst hohen Mitgliederzahlen interessiert. Manche von ihnen haben daher ähnliche Mitglieder, bzw. manche Einzelpersonen sind in mehreren Verbänden Mitglied. Gerade zwischen TDIHK, TDU und Müsiad gebe es große Überschneidungen, von denen vor allem große Organisationen profitierten. (TDIHK/Bakir) Möglich werde das dadurch, dass viele Verbände ähnlich arbeiten: »Die machen auch wie wir: Beratung, auch Mitglieder, die machen gleiche Organisation, also – nicht viel Unterschied, sag ich mal.« (TDU/Kaplan)

Nicht nur untereinander findet Vernetzung statt. Besondere Bedeutung wird den Kontakten zu politischen Institutionen beigemessen. Das zeigt sich schon im Gesprächskreis darin, dass alle Verbände, die eingeladen wurden, dieser Einladung Folge geleistet haben. Sie entsandten nicht einfache Mitglieder, sondern ihre Vorsitzenden dorthin. Im politischen Feld sind Arbeitstreffen und Gesprächsgruppen auf unterschiedlichen Ebenen das häufigste Format des Austauschs. Hier artikulieren

sich gemeinsame wie gegenläufige Interessen und Positionen. Sie sind Schnittstellen gemeinsamer und konfliktiver Wissensbestände und Orte ihrer Aushandlung.

Da hatten wir dann zum Beispiel 'ne Sitzung organisiert mit Vertretern vom Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, weil die ja nicht nur Integrationskurse anbieten, sondern auch berufsbegleitende Sprachqualifizierung und es da dann aus europäischen Mitteln finanzierte Programme gibt, wenn zum Beispiel Arbeitnehmer der deutschen Sprache noch nicht so mächtig sind.

(IHK/Brieger)

Mit dem Ziel, »ökonomische, politische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen zu schaffen, die es Unternehmern mit Migrationshintergrund ermöglichen, erfolgreich ihrer Arbeit nachzugehen« (vmwev.de d) vernetzt sich der VMW auf andere Weise mit politischen Akteur_innen. Eines seiner Werkzeuge ist der sog. »politische Beirat« (im Gegensatz zum ebenfalls existierenden Wirtschaftsbeirat), der einerseits beratende Funktion hat, andererseits aber sicher auch das Netzwerk des Verbandes repräsentieren und stärken und seine Reputation in der teilweise unübersichtlichen Verbändelandschaft sicherstellen soll. Er ist ein weiteres Beispiel dafür, wie Verbände die Nähe zu wichtigen politischen Akteur_innen und Institutionen herstellen. Prominente Namen wie Rita Süßmuth und Cem Özdemir sind hier vertreten. Der Verband betont daher die Stärke seines Netzwerks.

Zudem sind wir durch unser Netzwerk in Kontakt mit zahlreichen Instituten und öffentlichen Einrichtungen und haben Zugriff auf aktuelle Marktforschungen. (vmwev.de c)

Auch die TDU hat in ihrer Satzung das Ziel festgehalten,

(5) Die zuständigen Behörden über Probleme, Anliegen und Wünsche der türkischen Unternehmer/innen und unserer Mitglieder der Vereinigung zu unterrichten; (tduberlin.de)

Die Herstellung der Nähe zu politischen Institutionen ist eine der salienten Strategien der Verbände, um ihren Forderungen Nachdruck zu verleihen und ihre Position im Feld durch die Anhäufung sozialen Kapitals zu verbessern.

Insgesamt zeigt sich, dass Vernetzung vor allem zwei Zielen dient. Erstens soll dadurch der Austausch gefördert werden, der die *otherness* des ethno-natio-kulturelle Anderen entschlüsseln und so die darin wirkenden Differenzen überbrücken kann. Zweitens dient die Vernetzung dem Anliegen, mit einer Stimme zu sprechen und so die politischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen des Wirtschaftens innerhalb der »ethnischen Ökonomie« zu verändern, ohne dabei ihre Existenz in Frage zu stellen. Dabei ist Vernetzung zwar eine gängige Strategie im Feld. Nicht immer ist die Umsetzung jedoch von Erfolg gekrönt.

Die Broschüre »Ethnische Ökonomie in Neukölln« sei vor allem ein Projekt zur Vernetzung von Unternehmen gewesen. Er sagt, das habe »im Ergebnis überhaupt nicht funktioniert«. Es konnte nicht genug Kraft freigesetzt werden, um einen Unternehmerverband zu gründen. (FN Globe/Würtz)

Das Ziel, einen neuen Verband zu gründen, scheiterte in diesem Beispiel daran, dass der Gesprächspartner zu wenig Engagement seitens Verwaltung und Verbänden gleichermaßen erfahren habe. Dieses Ergebnis ist vielseitig deutbar, schließlich ist der Verband Globe kein klassischer Verband, der ethno-natio-kulturell gelabelt wird. Möglicherweise hat also gerade die Abwesenheit eines solchen Labels Identifikation und Vernetzung behindert. Denkbar wäre auch, dass das Netzwerk schon ursprünglich nicht genügend Akteur_innen umfasste, um daraus einen Verband zu gründen. Vor allem lässt sich daraus aber ablesen, dass die Anhäufung von sozialem Kapital als besondere Kompetenz und Fähigkeit, anstatt als Automatismus, angesehen werden kann.

Kulturelles Kapital: Beratung

Spezifische Kompetenzen sind es auch, die Akteursgruppen zur Beratung befähigen. Im Gesprächskreis wurde in erster Linie die Beratung von Unternehmer_innen durch Verwaltung und Verbände besprochen. Die Seminarreihe »Vielfalt gründet« wird laut eines Vorgangsberichts des Berliner Senats

in Kooperation mit der IBB Investitionsbank Berlin veranstaltet. Diese beinhaltet kulturspezifische Tagesseminare für Gründerinnen und Gründer nichtdeutscher Herkunft in Zusammenarbeit mit Verbänden und Kultureinrichtungen. (Rickerts 2019)

»Vielfalt gründet« bietet eintägige, sechsstündige Seminare in unterschiedlichen Sprachen, darunter Englisch, Französisch und Spanisch ebenso wie Türkisch, Kurdisch und Arabisch. Dabei werden »die wichtigsten Themen zu Gründung und Selbstständigkeit in Deutschland« (IBB o.J. a) vorgestellt und Teilnehmende haben die Gelegenheit, »die First Steps zum Thema Gründung kennenzulernen« (IBB o.J. b). Der Beitrag für Teilnehmende, außer Geflüchtete, beläuft sich auf zehn Euro.

Diese und andere Seminare zielen vor allem darauf, ein frühzeitiges Scheitern von Gründungen zu verhindern und sie zu verstetigen. Denn »Zwar bringe einen die Erfahrung weiter, auch wenn es scheitert, aber es gehe dann eben doch Geld durch den Schornstein.« (FN Globe/Würtz) Das Abwenden finanziellen Schadens für Unternehmer_innen und Gesamtwirtschaft soll erreicht werden, indem Unternehmen dahingehend unterstützt werden, die Frühphase nach der Gründung zu überstehen. Im Gesprächskreis war einer der prominentesten Vorschläge seitens der Verbände folgerichtig die Begleitung von Unternehmer_innen über die Gründung hinaus.

Er wolle eine geringere Scheiternsquote und dafür eine zentrale Anlaufstelle schaffen, die möglicherweise dienstags Türkisch, mittwochs Arabisch und donnerstags anderssprachig ist. (FN)

Die ersten Jahre nach der Gründung seien erfahrungsgemäß die schwierigsten und die Zeit, in der die meisten Gründungen scheiterten. Gerade die langfristige Absicherung des unternehmerischen Engagements war eines der zentralen Anliegen der Teilnehmer am Gesprächskreis.

Er befürworte auch eine Nachbetreuung. [...] Der nächste Redner [...] sagt, die Nachbetreuung sei in den ersten Jahren das Allerwichtigste. (FN)

Eine länger andauernde, flankierende Beratung sollte diese Entwicklung abbremsen. Sollte eine derartige Stabilisierung der Gründungen nicht möglich sein, oder bereits absehbar sein, dass Gründungen scheiterten, so werden auch andere Maßnahmen in Betracht gezogen, die ein Scheitern von vornherein vermeiden.

Er [der Staatssekretär, RB] befürwortet es, auch aus seiner eigenen Erfahrung heraus, dass man manche Leute auch von der Existenzgründung abhalten müsse. (FN)

Insofern sei auch eine langfristige Betreuung der Unternehmer_innen nach der Gründung nicht das politische Ziel der Förderung »ethnischer Ökonomie«.

Viele Einrichtungen gebe es bereits, es könne also nicht um die Schaffung einer weiteren Stelle gehen. Die Frage sei vor allem, an wen man die Leute verweisen kann. [...] Gründungen müssten auf dauerhaften Erfolg (d.h. für ihn Schaffung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen) im deutschsprachigen Bereich hin ausgelegt sein und aus der Nische herauskommen. Eine Dauerbetreuung sei nicht die Idee gewesen. (FN)

Die mir bekannten Beratungsinstrumente sind kostenlos oder sehr kostengünstig⁶⁶ und werden in aller Regel von gemeinnützigen Vereinen und mit Förderung der Senatsverwaltung durchgeführt. Ausführlichere Seminare und Beratungen wären innerhalb dieser Struktur nicht möglich, denn sonst würden, so erklärte mir ein Gesprächspartner, die gemeinnützigen in Konkurrenz zu kommerziellen Anbietern treten. Insofern schlägt er einen anderen Ansatz der Beratung vor.

Selbstständigkeitsunterstützung, aber: Bildung statt Beratung, da Beratung nicht mit dem Ziel der Gemeinnützigkeit des Vereins vereinbar ist. Für allzu genaue Beratung müsse sich der Unternehmer an Steuerberater oder Unternehmensberater werden. (FN Globe/Würtz)

Durch langfristige Bildungsangebote statt spezifischer Beratungen zur Selbstständigkeit, so sein Argument, könnte das Problem des frühen Scheiterns innerhalb der bestehenden Strukturen gelöst werden.

Ein wichtiger Akteur im Bereich der Beratung ist der Verband Guwbi, der bei einigen Maßnahmen mit der Senatsverwaltung für Wirtschaft kooperiert. Im Auftrag der Senatsverwaltung führt Guwbi im Rahmen der »Lotstenstelle für migrantische Selbstständigkeit«

umfangreiche Erstberatung, umfassende Informationen über öffentliche Förder- und Beratungsleistungen, Verweisberatung an nicht gewerbliche Einrichtungen, Unterstützung bei Behördengängen [durch, RB]. (guwbi.de b)

Diese Lotsenstelle ist ein Instrument, das von der Senatsverwaltung eingerichtet wurde. Dort wird es in der Rubrik »Vielfalt in der Wirtschaft« geführt, unter der auch andere Angebote an »Selbstständige nichtdeutscher Herkunft« wie die der Wettbewerb »Vielfalt unternimmt« oder der Gesprächskreis Migration, aber auch Angebote für Frauen

66 Daran zeigt sich, dass auch die Ausstattung der Akteur_innen mit unterschiedlichen Kapitalsorten und ihre Manipulation nur heuristisch nach Kapitalsorten zu trennen ist.

und an gemeinwohlorientierte Unternehmen der »sozialen Ökonomie«, kategorisiert sind. Die Lotsenstelle selbst unterstützt

Gründerinnen und Gründer sowie Selbstständige mit Migrationshintergrund bei der Aktivierung ihres unternehmerischen Potenzials und der Teilhabe am gesellschaftlich-wirtschaftlichen Leben in Berlin. (Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe Berlin o.J. b)

Die kostenlose Beratung wird auf Deutsch, Englisch, Spanisch oder Französisch durchgeführt und bei Bedarf in andere Sprachen übersetzt. Neben Informationsveranstaltungen, die grundlegende Informationen zur Selbstständigkeit vermitteln, und Netzwerkveranstaltungen, die vor allem die Bekanntheit der Lotsenstelle fördern sollen, bietet sie die o.g. Beratungsleistungen zu ihren vierstündigen Sprechzeiten einmal wöchentlich an. Über die Angebote der Lotsenstelle hinaus bietet der Verband Informationsseminare und Orientierungsberatung an. Zudem betreibt Guwbi das ähnlich gelagerte Projekt »ethnische Unternehmen in Berlin«, das durch Orientierungsberatung und Informationsseminare, die die »Eingliederung von Existenzgründer_innen und Kleinunternehmer_innen mit Migrationshintergrund sowie Neuzuwanderer_innen und Geflüchtete [sic!]« (guwbi.de c) unterstützt.⁶⁷ Weiterhin bietet der Verband dreitägige Gründungsseminare in Deutsch, Englisch und Spanisch an, die zum Preis von 49 Euro in die Themen Buchhaltung, Preiskalkulation und Steuern einführen. Neben Guwbi boten auch andere Verbände Seminare und Beratungen an. Beauftragt von der IBB führte die Kommunikationsagentur Ariadne an der Spree über einen Zeitraum von sechs Jahren hinweg »kulturspezifische Seminare« in zwölf Sprachen durch, die auch helfen sollen, die »vielfältigen Beratungs-, Qualifikations- und Förderangebote zu nutzen und rechtliche und finanzielle Aspekte zu erörtern«. (Ariadne an der Spree o.J.)

Gerade die Frage nach der richtigen Bearbeitung des Feldes in Seminaren ist von einigen Kontroversen durchzogen. Niedrigschwellige Beratungen seien, um die Diskussion zusammenzufassen, in ausreichender Zahl vorhanden. Der Zugang scheint sowohl sprachlich als auch finanziell leicht möglich zu sein. Gleichzeitig lösen die vorhandenen Angebote nicht das scheinbar größte Problem des frühzeitigen Scheiterns der Unternehmungen, denn derartige Beratungen können von den Verbänden nicht durchgeführt werden. Während also innerhalb des Diskurses der scheinbaren Spezifik der Herausforderungen »migrantischer Unternehmer_innen« durch eine Auslagerung an die Verbände als Experten für das kulturell Andere begegnet wird, scheint eine Verstärkung unternehmerischen Engagements, so das Bild der am Diskurs Beteiligten, innerhalb der bestehenden Strukturen des »ethnische Ökonomie«-Diskurses nicht möglich. Umso mehr Bedeutung erlangen Verweise an diejenigen Stellen, die solche Beratung leisten können, die aber nicht Teil des Diskurses sind, der damit immer wieder über sich hinaus verweist. Solche Diskussionen drehen sich um spannungsvolle Fragen nach der Routiniertheit der Intervention ins Themenfeld. Routinen und Stetigkeit

67 Bemerkenswert ist auch hier der Zusammenhang zwischen »ethnischer Ökonomie« und »Kleinunternehmen«, auf den bei der Beschreibung der Maßnahmen direkt Bezug genommen wird, vgl. Kap. 3.6.5.

werden gleichzeitig kritisiert, gebraucht und gewollt. Sie werden mit mangelnder Innovation in der Intervention gleichgesetzt. Dem gegenüber wird gleichzeitig eine Verfestigung der Beschäftigung in Form längerfristiger begleitender Seminare angemahnt. Der Kritik an den Routinen der Intervention wird zudem entgegengesetzt, dass seitens der Senatsverwaltung die Absicht kontinuierlicher und stetiger Beschäftigung mit dem Themenfeld bestehe.

Es gehe dabei um Wertschätzung ihrer Arbeit und ihnen gegenüber. Das dürfe nicht sein wie am Muttertag, dass das einmal im Jahr so sei, sondern müsse kontinuierlich stattfinden. (FN Heinemann)

Das Zitat zeigt nicht nur die Überschneidung der verschiedenen integrativen Maßnahmen am Beispiel von Wertschätzung und kontinuierlicher Beratung. Es zeigt auch die enge Verschränkung der Bearbeitung von Marginalität und Prekarität »ethnischer Ökonomie«. Routinen in der Bearbeitung »ethnischer Ökonomie« sind damit nicht zuletzt politisch beabsichtigt.

Ökonomisches Kapital: Finanzierung

Die Kosten für Seminare zur Existenzgründung werden bewusst niedrig gehalten. Sie sollen Unternehmer_innen ohne große finanzielle Aufwände die Teilnahme ermöglichen und stellen so eine indirekte Form finanzieller Förderung dar. Schließlich ist die Versorgung mit ökonomischem Kapital ein naheliegender Aspekt der Unternehmensförderung. Indem »ethnische Ökonomie« als ein Medium gegen Arbeitslosigkeit diskursiviert wird, wird die Förderung des Themas zum legitimen Interesse politischer Akteur_innen.⁶⁸ »Ethnische Ökonomie« als Mittel gegen Arbeitslosigkeit ist auch ein Mittel gegen die Marginalisierung und Prekarisierung der Unternehmer_innen, wie sie im Diskurs stattfindet und wird als solches förderungswürdig.

Mit einem Projekt wolle man (gemeinsam mit Partnern) den Weg ebnen für Langzeitarbeitslose, die einen schwierigen Einstieg ins Berufsleben haben. Er bittet die Verbändevertreter, dass sie Unternehmen ansprechen, für die das wichtig/interessant sein könnte. (FN)

Dennoch wurde das Motiv der Finanzierung von »ethnischer Ökonomie«, die Arbeitsplätze zur Verfügung stellt, im Gegensatz zu dem von »ethnischer Ökonomie« als Arbeitsmarktmaßnahme für die Unternehmer_innen selbst, nur selten bemüht.

Den Unternehmen stehen Finanzierungsmöglichkeiten durch die IBB offen. Sie vergibt im Rahmen des KMU-Mikrokredit-Programms Darlehen an kleine und mittlere Unternehmen. Zwar werde damit »ausdrücklich auch dem Bedarf migrantischer Unternehmen bzw. Gründerinnen und Gründer begegnet« (Rickerts 2019), grundsätzlich stehen sie aber allen kleinen und mittleren Unternehmen offen. Die Mikrokredite der IBB sind dann auch das wichtigste Instrument der finanziellen Förderung, das in manchen Interviews angesprochen wurde.

68 Zur ambivalenten politischen Debatte um die Förderung »ethnischer Ökonomie« noch einmal der Hinweis auf Binder (2007: 124f.).

Ich weiß, dass die IBB bestimmte Förderinstrumente gerne auflegt oder fortsetzt, weil sie nicht ausschließlich, aber auch Unternehmer mit Migrationshintergrund anspricht, also von der Gründungsspezifika her, weil es oft kleinteilige Gründungen sind mit nicht so hohem Finanzierungsbedarf. Und da gibt's dann spezielle Instrumente, die für diese Zielgruppe gut geeignet sind. (IHK/Brieger)

Die Mikrokredite der IBB stellen zwar keine direkte Förderung »ethnischer Unternehmer_innen« dar, da »nur Sachverhalte förderbar« (FN Heinemann) seien, im Gegensatz zu einzelnen Zielgruppen. Gleichzeitig geben aber mehrere Gesprächspartner_innen zu bedenken, dass speziell das hier besprochene Programm der IBB zumindest »migrantenfreundlich« (FN Heinemann) und damit implizit auch auf »ethnische Unternehmer_innen« gerichtet sei. Mit den Mikrokrediten stehe den Unternehmer_innen ein »unbürokratisches Förderinstrument« (Abgeordnetenhaus Berlin 2016) zur Verfügung. Der Prekarität, innerhalb derer »ethnisches Unternehmertum« laut Diskurs operiere, werden, mehr oder weniger explizit, Finanzierungsmaßnahmen entgegengesetzt, die dazu verhelfen sollen, Unternehmer_innen aus der Prekarität zu holen. Durch ihre Niedrigschwelligkeit richten sie sich dezidiert auch an diejenigen, die auch im Hinblick auf kulturelles Kapital prekariert werden.

Nicht zu vernachlässigen ist die Tatsache, dass nur wenige Unternehmen auf eine solche Finanzierung zurückzugreifen scheinen, nicht zuletzt wegen religiöser Gründe, die ihnen Zinsgeschäfte verbieten. Ein Großteil der Betriebe finanziert sich demnach privat, sei es aus eigenem oder über private Kanäle beschafftes Kapital.⁶⁹

Neben den Unternehmen sei der Blick auch auf die Verbände als Akteur_innen des »ethnische Ökonomie«-Diskurses gerichtet, die sich auf unterschiedliche Weise finanzieren. Viele ihrer Einnahmen stammen aus Mitgliedsbeiträgen und Spenden, wie am Beispiel von TDU und TDIHK sichtbar wird.

Durch die Wahrnehmung seiner Aufgaben entstehen dem Verein Kosten, die durch einen jährlichen Beitrag der Mitglieder gedeckt werden. Näheres zur Höhe, Fälligkeit und Verzugsfolgen regelt eine von der Mitgliederversammlung zu beschließende Beitragsordnung. (tdu-berlin.com)

§ 3 Finanzierung der Kammer

(1) Die Kammer finanziert sich u.a. über Mitgliedsbeiträge, Aufnahmegebühren, Honorare für Dienstleistungen, Entgelte durch Verkauf von Kammerpublikationen, unentgeltliche Zuwendungen, sonstige Zuschüsse und Einnahmen. (td-ihk.de b)

Andere Verbände werden durch Mittel der Senatsverwaltung gefördert, wenngleich häufig über Umwege. So wird beispielsweise der Verband ISI e.V. vom Senat unterstützt, allerdings als Institution der Frauen- und nicht der Wirtschaftsförderung.

Auch wenn die Quellenlage zu diesem Themengebiet knapp ausfällt, lassen sich zumindest für vergangene Jahre Aussagen über zwei weitere Verbände treffen, die von den Zuwendungen profitieren. So erhielt beispielsweise der Türkische Bund

69 vgl dazu auch Türkische Unternehmer und Handwerker e.V. Berlin (o.J.).

Berlin-Brandenburg⁷⁰ für Anti-Rassismus-Programme und Integrationsmaßnahmen rund 332.000 Euro und Guwbi in den Jahren 2009 und 2010 insgesamt 104.000 Euro. (Abgeordnetenhaus Berlin 2012a) Auch andere Akteur_innen der »ethnischen Ökonomie« erhalten öffentliche Zuwendungen im Rahmen des Integrationsgesetzes (Abgeordnetenhaus Berlin 2012b).

Folgen veränderter Kapitalkonstellation für die Position im Diskurs

Nutzt man das Bourdieusche Feld⁷¹ als Metapher, lassen sich die hier beschriebenen Prozesse erklären. Sie illustriert die Bedeutung der Kapitalsorten im Feld, denn sie veranschaulicht, wie Akteur_innen in Feldern ihre Positionen zueinander durch Modifikation ihrer Kapitalausstattung verändern können. Die Herstellung und Nutzung von Netzwerken, eine umfassende Vernetzung und die Suche nach Personen und Institutionen mit hoher Reputation und Macht dienen hier demnach der Anhäufung sozialen Kapitals und damit der Verbesserung der Position im politischen Feld. Auf ähnliche Weise lassen sich die Strategien der Beratung und Finanzierung »ethnischer Unternehmer_innen« erklären, die jeweils auf das kulturelle und ökonomische Kapital und damit auch auf die Position im Feld »ethnischer Ökonomie« einwirken. Die Ausbildung und das Erstellen von Zertifikaten, durch die kulturelles Kapital angehäuft werden kann, dient der Modifikation der Machtverhältnisse, die mit einer Modifikation der Positionen im Bourdieuschen Feld, als das ich das der »ethnischen Ökonomie« zur Illustration betrachte, einhergeht.

Die Feldtheorie klärt darüber auf, dass die Kapitalsorten in verschiedenen Feldern unterschiedlich bewertet werden, sodass die Anhäufung sozialen, kulturellen oder ökonomischen Kapitals allein kein Garant für eine umfassende Verbesserung der eigenen Position in anderen gesellschaftlichen Feldern ist. Den Versuch der Akkumulation von Kapital lese ich umso mehr als direkte Antwort auf Narrative der Prekarität, die einen Mangel am Kapital im weitesten Sinne unterstellt.

3.7 Evaluieren: Zusammenfassung

Gegen Ende des Gesprächskreises fordert ein Teilnehmer dazu auf, es »solle der Senat die Angebote evaluieren.« Ein anderer schlägt vor, »für die nächste Sitzung solle man herausfinden, was beide Seiten voneinander erwarteten«.

Man müsse eine Institution schaffen, die Informationen sammelt, die den Unternehmern wichtig sind, bis das nächste Seminar stattfindet. Der Senat mache so etwas seines Wissens nach ja nicht. (FN)

Der Staatssekretär beendet dann die Sitzung mit dem Ausblick, »vielleicht könne man sich dem [der Idee einer Imagekampagne, RB] mal nähern. ›Mal schauen‹. Er hoffe auf guten Dialog und Gespräche.« Zudem fügt er hinzu, »er habe viel mitgenommen und möchte den Arbeitskreis wieder mit Leben erfüllen«.

70 Der TBB stand mir für Gespräche nicht zur Verfügung.

71 vgl. z.B. Bourdieu (2008); Bourdieu (2005); Bourdieu (1998).

Dieser letzte Abschnitt dieses Kapitels beschäftigt sich analog dazu mit der »Evaluation des Gesagten«, indem es wichtige Aspekte zusammenfasst, einordnet und Deutungen vorschlägt. Auf meine Frage hin, welches die wesentlichen Punkte politischer Intervention ins Feld der »ethnischen Ökonomie« seien, resümiert Frau Heinemann unser Gespräch so: Insgesamt gehe es

um Dialog – wir sind für sie da, darum, fehlerhafte Gründungen zu vermeiden, ethnischen Gründern staatliche Hilfe zukommen zu lassen, und um eine stärkere Vernetzung. Man wolle mehr Austausch untereinander. [...] Außerdem gehe es im Wirtschaftsbereich natürlich immer um Beschäftigung, Wachstum, Steuern. (FN Heinemann)

In diesem Sinne operierte der Gesprächskreis Migration als Dialogplattform, der Austausch und Vernetzung ermöglichte und dabei die Möglichkeiten zur Absicherung »ethnischer Ökonomie« unter den Schlagworten Wertschätzung, Beratung und, in geringerem Umfang, Finanzierung debattierte, um letztendlich Beschäftigung, Wachstum und Steuern zu generieren. Analytisch stellen diese Formen der Bearbeitung kulturalisierenden, marginalisierenden und prekarisierenden Narrativen Integration durch Wertschätzung und eine Modifikation der Kapitalkonstellationen »ethnischer Unternehmer_innen« gegenüber.

So ergibt sich aus den beschriebenen Narrativen ein kohärentes, plausibel wirkendes Bild von »ethnischer Ökonomie«, die von einer gesellschaftlich marginalen Position aus unter prekären Bedingungen wirtschaftet. Es wird deutlich, dass die in *othering*-Prozessen erfolgende Beschreibung als ethnisch durch die hier dargestellten Motive derart konkretisiert werden, dass sie die Unternehmer_innen diskursiv nicht nur als Ausnahme vom gesellschaftlichen *mainstream*, sondern auch in Marginalität und Prekarität verorten, die damit zum zentralen Charakteristikum »ethnischer Ökonomie« werden. Als Narrative des Diskurses geben Kulturalisierung, Marginalisierung und Prekarisierung Politiken der Wahrheitsfindung und Deutungsraster für die vorgefundene Welt vor. Objektivierte Wissensordnungen, wie sie in dieser Form hier repräsentiert sind, formen Wahrnehmungsweisen und tragen zu ihrer Reproduktion und Stabilität bei. Marginal und prekär operierende Unternehmer_innen sind daher eingeschränkter sozialer Mobilität unterworfen. Als als prekär beschriebene ökonomische Subjekte rangieren »ethnische Unternehmer_innen« so stets an den Rändern möglicher gesellschaftlicher und ökonomischer Existenz.

Dieses Bild von »ethnischer Ökonomie« ist es dann auch, an dem politische Bearbeitung ansetzt. Denn gleichzeitig impliziert die Narrativierung »ethnischer Ökonomie« ihre Bearbeitung, strukturiert die Eingriffe und legt die Rahmenbedingungen dafür fest. Auch die Rollen in der Bearbeitung werden durch die Narrative, die die Bearbeitung des Gegenstands strukturieren, im Diskurs verteilt. Vor allem Verbände führen die Maßnahmen durch, die häufig von politischen Institutionen in Auftrag gegeben sind. In dieser Aufgabenverteilung zwischen politischen Institutionen und Verbänden manifestiert sich nicht nur das kulturelle Expertentum der Verbände, sondern auch ihre Funktion als Bindeglied zwischen Politik und Ökonomie. Erst die durch Kulturalisierung der Ökonomie hergestellte Trennung zwischen den beiden ansonsten kaum zu trennenden Bereichen (Klein/Windmüller 2014: 14) macht den Einsatz der Verbän-

de notwendig. Gleichzeitig verfestigt die aus der Aufgabenteilung resultierende Brückenfunktion der Verbände den Anschein, dass es sich tatsächlich um getrennte Gesellschaftsbereiche handle, wodurch diese Grenzziehung als ein

eminent wirkmächtiges Ergebnis diskursiver Anstrengungen in den Blick genommen [werden kann, RB], die von den Akteuren mit eigenen Interessen verknüpft werden. Nicht nur werden über die Grenzziehung Sprecherpositionen legitimiert und mit praktisch relevanter Deutungsmacht ausgestattet, sondern damit zugleich auch [...] Handlungsspielräume der Politik gegenüber dem behaupteten Bereich des ›rein Ökonomischen‹ eingeschränkt. (Klein/Windmüller 2014: 14)

Nicht nur der Eingriff ins kulturelle, auch der ins ökonomische Feld wird politischen Akteur_innen und Institutionen so verunmöglicht. Sowohl politische Institutionen als auch Unternehmerverbände verbinden danach eigene Interessen mit dieser Grenzziehung. Sie legitimiert die Position der Verbände als Experten für »ethnische Ökonomie« zusätzlich, und mit ihr die von politischen Institutionen, die Interventionen begleiten, beauftragen oder finanzieren. Die beiderseits interessengeleitete Einschränkung der Handlungsspielräume politischer Institutionen und Akteur_innen im Bereich des Ökonomischen wird demzufolge durch Ethnisierung und Kulturalisierung des Diskurses ermöglicht und verstärkt, die die Andersartigkeit und Spezifik des Migrantischen herstellt und mit Bedeutung füllt und so die Position der Verbände zusätzlich rationalisiert und plausibilisiert.

So ist nicht nur die Grenzziehung zwischen Politik und Ökonomie, sondern auch die zwischen unterscheidbaren Kulturen und damit die Kulturalisierung des Diskurses letztendlich im Interesse beider Seiten, denn beide legitimieren damit ihre Positionen in diesem, aber auch in anderen Diskursen. Während Verbände zu Experten für »ethnische Ökonomie« werden, was sich nicht zuletzt in ihrer Finanzierung niederschlägt, ermöglichen Labels von der »bunten, vielfältigen Stadt« politischen Institutionen nicht nur die Positionierung Berlins als »Global City«, sondern begrenzen auch ihre Spielräume, und damit ihre Verantwortung, in der Bearbeitung »ethnischer Ökonomie«.

Die Bearbeitung »ethnischer Ökonomie« durch die Verbände ermöglicht als Teil des Prozesses der Problematisierung »ethnischer Ökonomie« Transformation. Vorstellungen von richtig und falsch geraten dabei in Bewegung. Die Problematisierung von »ethnischer Ökonomie« kann damit als eine strategische Intervention in eine flexible Macht-Wissens-Formation verstanden werden, deren Flexibilität sie durch die eingeleiteten Transformationen hervorbringt.⁷² Der Eingriff in den Diskurs durch Verbände in einem beweglichen Machtfeld rekurriert indes nicht auf Konzepte von Subversion und Umwälzung. Wenngleich er zu Transformation gelangen kann, wird er nicht automatisch zur subversiven Tätigkeit am Diskurs.⁷³ Durch kulturelle Differenz als gemeinsamen Bezugspunkt der Problematisierung ist die Transformierbarkeit des Kurses jedoch begrenzt, denn sie gibt die Bedingungen der Intervention überhaupt vor. Mehr noch: Der Diskurs kann in seiner Auseinandersetzung mit ethnisierenden, marginalisierenden und prekarisierenden Narrativen als Schauplatz der Auseinandersetzung um

72 vgl. Klöppel (2010: 261).

73 Vgl. Klöppel (2010: 260f.).

kollektive Identitäten und gesellschaftliche Zugehörigkeiten betrachtet werden.⁷⁴ Ethnisierung, Marginalisierung und Prekarisierung werden damit als *government techniques* gedeutet. Als Modi der Bearbeitung von »ethnischer Ökonomie« sind sie machtvolle Strategien im Umgang mit als unauflösbar wahrgenommener Differenz. Sie ermöglichen die Kontrolle des Differenten im Macht- und Subjektivierungsregime des Diskurses um »ethnische Ökonomie«.

Die damit angesprochenen, im Diskurs eingelagerten Machtverhältnisse, mittels derer sich Wirklichkeitsdeutungen und Wissensordnungen durchsetzen lassen, deren Verarbeitung im Diskurs Wirklichkeit konstituiert,⁷⁵ wirken stabilisierend und zeigen die Grenzen der Transformierbarkeit auf. Problematisierungen »ethnischer Ökonomie« wirken stabilisierend und transformierend zugleich. »Stabilisierung und Transformation greifen somit ineinander. Problematisierungen implizieren daher eine flexible, integrative Machtstrategie.« (Klöppel 2010: 260)

Aus der politischen Interessenlage und dem Wechselspiel von Transformation und Stabilisierung lässt sich ablesen, dass sich der Diskurs um »ethnische Ökonomie« im Prozess der Problematisierung, aus dem Möglichkeit und Notwendigkeit zur Intervention folgen, eigenständig am Leben erhält, indem er versucht, seine Probleme zu lösen, während Denk- und Wahrnehmungsgewohnheiten fortwährender Irritation ausgesetzt sind und mit normativen Erwartungen an die Homogenität des Fremden und Eigenen kollidieren. Wie zu beobachten war, reproduziert sich der Diskurs also fortlaufend selbst und ist dabei Ausdruck etablierter Herrschaftsverhältnisse und ihrer Bearbeitbarkeit gleichermaßen.⁷⁶

Neben der Gleichzeitigkeit von Stabilisierung und Transformation bringt die Problematisierung »ethnischer Ökonomie« in der Bearbeitung weitere Paradoxa ans Licht. Grundlegend ethnisiert der Diskurs Unternehmer_innen einerseits, versucht andererseits aber sie zu integrieren. Das Narrativ der kulturellen Vielfalt steht dem Ziel der Integration semantisch entgegen. Subjekte des Diskurses werden marginalisiert und wertgeschätzt, Kapital wird ihnen diskursiv abgesprochen und in Intervention zugeführt. Diese diskursiv hervorgebrachten Gegensätze sind es, die den Diskurs am Leben erhalten, denn sie implizieren Spannungsverhältnisse, die nach Auflösung verlangen und diese Auflösung durch den fortwährenden Eingriff ins Themenfeld nahelegen. Der Diskurs operiert damit einerseits für seine eigenen Ziele. Die Herstellung von Integration durch Wertschätzung, Vernetzung, Beratung und Finanzierung, und damit der Versuch, »ethnische Unternehmen« so erfolgreich zu machen, dass sie als Teil der Gesamtwirtschaft gelten können,⁷⁷ können als legitime Absichten betrachtet werden. Andererseits operiert er aber auch wider die eigenen Ziele, denn gerade die Suche nach kulturalisierten Spezifika, die Trennung von »ethnischer« und »nicht-ethnischer Ökonomie« in *othering*-Prozessen sowie die unkritische Aufladung mit Narrativen von Mar-

74 vgl. Brubaker (2015:139).

75 vgl. Bührmann/Schneider (2008: 28).

76 vgl. Binder (2014: 376).

77 Dabei ist zu bedenken, dass nach Light/Karageorgis (Light/Karageorgis 1994) ein Übergang erfolgreicher Unternehmen möglich sei. Wengleich ich mir diese Überzeugung nicht zu eigen mache, legitimiert sie diese Argumentationslogik, vgl. Kap. 3.1.1.

ginalität und Prekarität machen eine spezifische Bearbeitung überhaupt erst möglich und nötig.

Derartige Deutungen von »ethnischer Ökonomie« sind mithin zentral für den Diskurs. Die Suche nach der Andersartigkeit des Migrantischen und nach den unterschiedlichen Facetten der *fascinating ›otherness*.⁷⁸ der Ethnisierten, die im gesellschaftlichen Wissensbestand als gegeben hingenommen werden und als implizites Wissen in Diskurs und Praxis fungieren, kann gleichzeitig als Element der Performanz der spezifischen Eigenschaften »ethnischer Ökonomie« gelesen werden. Denn die Suche nach diesen Kennzeichen erfolgt vor allem bei Klein- und Kleinstunternehmen oder Familienbetrieben. Sie nimmt vor allem finanzschwache Unternehmen statt *hidden champions* in den Blick und konzipiert große oder erfolgreiche Unternehmen nicht mehr als Teil der »ethnischen Ökonomie«.

Schon der Prozess der Suche nach der *fascinating ›otherness* impliziert, mit anderen Worten, Marginalität, Prekarität und kulturelle Andersartigkeit, die sich dann auch in der Bearbeitung und in den spezifischen Maßnahmen zeigt. So kann die Performanz der »Spezifik des Migrantischen« erklärt werden, die zur Konstitution des Gegenstands »ethnische Ökonomie« beiträgt. Der Diskurs kann daher, auf der Grundlage ethnisierender und kulturalisierender Wissensbestände operierend, wahrgenommene, nicht mehr »selbst-verständliche« Irritationen und Erscheinungen nicht überwinden, in der Bearbeitung werden sie vielmehr reproduziert. Kurz gesagt: Was als Problem des Kulturellen gelesen und als solches bearbeitet wird, wird im Resultat wieder zu einem, möglicherweise modifizierten, Problem des Kulturellen. Marginalität, Prekarität und kulturelle Andersartigkeit auf der Grundlage von Ethnisierung und *othering* sind damit

both an outcome of and a rationale for various social arrangements and a means of justifying one of the most fundamental divisions of society. (West/Fenstermaker 1995: 9)⁷⁹

Denn die Diskurse, die »systematisch die Gegenstände bilden, von denen sie sprechen« (Foucault 2015: 74), sprechen von »ethnischer Ökonomie« eben als ethno-natio-kulturell anders, als marginal und prekär. Als solche werden sie zur politischen Problemstellung und erfordern politisches Eingreifen. Im Prozess von Problematisierung und Bearbeitung reproduzieren sie jedoch diese Narrative in diskursiver und politischer Praxis anstatt sie aufzulösen. Der Diskurs wird zwar modifiziert, aber auch stabilisiert und reproduziert. Indem kulturelle Andersartigkeit, Marginalität und Prekarität zur Grundlage der Bearbeitung in politischer Praxis werden, die diese stetig reproduziert, werden sie gleichsam zum inhärenten, unauflösbaren Kennzeichen »ethnischer Ökonomie«.

78 vgl. Hall (2013: 224).

79 Wie an vielen anderen Stellen auch, lässt sich das, was die Autorinnen über Gender berichten auch auf Ethnizität und andere ethno-natio-kulturelle Kategorien übertragen.

