

Battal Kalan

# Swiss Ethnic Business

Barrieren und Besonderheiten  
bei Unternehmensgründungen durch Migranten



**disserta**  
Verlag

**Kalan, Battal: Swiss Ethnic Business. Barrieren und Besonderheiten bei Unternehmensgründungen durch Migranten. Hamburg, disserta Verlag, 2016**

Buch-ISBN: 978-3-95935-228-4

PDF-eBook-ISBN: 978-3-95935-229-1

Druck/Herstellung: disserta Verlag, Hamburg, 2016

Covermotiv: © carlosgardel – Fotolia.com

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

---

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und die Diplomica Verlag GmbH, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Alle Rechte vorbehalten

© disserta Verlag, Imprint der Diplomica Verlag GmbH  
Hermannstal 119k, 22119 Hamburg  
<http://www.disserta-verlag.de>, Hamburg 2016  
Printed in Germany

# Management Summary

Die weltweit zunehmende Migration führte in den letzten Jahren in Theorie und Praxis zu einem grossen Interesse am Unternehmertum durch Migrantinnen und Migranten. Auch in der Schweizer Forschung und Politik ist es seit wenigen Jahren ein Thema. Im Vergleich zu Ländern wie den USA, Kanada, England oder Deutschland sind die Forschungs- und Förderungsaktivitäten in der Schweiz aktuell jedoch noch in geringem Masse ausgeprägt. Dies überrascht sehr, zumal viele der grossen, renommierten Firmen wie Nestlé, ABB oder Swatch ursprünglich von Eingewanderten gegründet wurden. Diese und weitere Gründe veranlassten den Autor, sich dieser Thematik zu widmen. Hierzu wurden folgende zwei Forschungsfragen als „Leitplanken“ gebildet:

- Welche Barrieren bestehen bei der Unternehmensgründung durch Migranten?
- Welche Gründe führen zu Unternehmensgründungen von Migranten?

Die Forschungsarbeit wurde in zwei Teilen erarbeitet. Ziel war es, einen empirisch fundierten Überblick über die Chancen und Schwierigkeiten des „Ethnic Business“ zu geben sowie den entsprechenden Handlungsbedarf in der Schweiz zu ermitteln. Des Weiteren soll die Forschungsarbeit als wissenschaftlich fundierte Diskussionsgrundlage für mögliche Handlungsoptionen dienen.

Der erste Teil beginnt mit den theoretischen Grundlagen zum Untersuchungskontext. Die Auseinandersetzungen mit der Literatur haben gezeigt, dass es sich hierbei um ein komplexes und interdisziplinäres Forschungsfeld handelt. Daher wurden zunächst die für diese Arbeit wichtigen Definitionen gebildet und ein eigenes Modell mit 5 Dimensionen und entsprechenden Variablen (siehe Kapitel 3.3) entwickelt. Anhand dieses Modells wurde anschliessend die Theorie über das Ethnic Business in der Schweiz ausgearbeitet. Darauf aufbauend wurden folgende Hypothesen formuliert:

H1: Die Unternehmensgründung ist ein Reaktion auf die blockierte Mobilität, was vorwiegend in der strukturellen Dimension (siehe Abbildung 4) zu begründen ist.

- H1.1: Die Probanden fühlen sich gegenüber den einheimischen Gründern benachteiligt. Dies unterscheidet sich je nach ethnischer Gruppe.
- H1.2: Die Probanden gründen hauptsächlich, weil sie Geschäftsgelegenheiten wahrnehmen und autonom arbeiten wollen.

H2: Der fehlende bzw. erschwerte Ressourcenzugriff (institutionell, finanziell, kaufmännisch) stellt die grösste Herausforderung für die Ethnic Businesses dar.

- H2.1: Die meisten Probanden (über 50%) haben keine institutionelle Hilfe bei der Unternehmensgründung.
- H2.2: Es nehmen mehr Probanden finanzielle Unterstützung von ihrer Familie an als eine institutionelle Finanzierung (Banken, Förderstellen) zu wählen. Dies unterscheidet sich je nach ethnischer Gruppe.

Im zweiten Teil der Arbeit wird ein quantitativer Forschungsansatz verfolgt. Hierbei werden einerseits am Beispiel der türkischen, italienischen und albanischen Ökonomien eigene Primärdaten erhoben. Andererseits werden mit Hilfe eines Fragebogens, welcher Unternehmen der drei ethnischen Diasporas in der Schweiz zugestellt wurde, empirisch fundierte Informationen über die Herausforderungen und Hemmnisse gewonnen, mit denen Migrantinnen und Migranten in der Schweiz bei der Unternehmensgründung konfrontiert sind. Die Ergebnisse der Befragungen wurden deskriptiv und explorativ analysiert. Anschliessend wurden die Ergebnisse kritisch diskutiert, die Hypothesen beantwortet, und es wurden Empfehlungen abgegeben.

Die Ergebnisse der Studie haben die Hypothese H1.1 nicht bestätigt. Weder eine Benachteiligung noch diesbezügliche Unterschiede je nach Ethnie sind in dieser Untersuchung gefunden worden. Hingegen bestätigen die Ergebnisse die Hypothese H1.2, worin behauptet wurde, dass die Probanden hauptsächlich Unternehmen gründen, weil sie Geschäftsgelegenheiten wahrnehmen und autonom arbeiten wollen. Auch die Hypothese H2.1 wurde bestätigt. Die Ergebnisse haben deutlich aufgezeigt, dass die meisten Probanden keine institutionelle Hilfe bei der Unternehmensgründung beanspruchen. Ebenso die letzte Hypothese H2.2 wurde bestätigt. Insgesamt haben die Ergebnisse aufgezeigt, dass die Probanden mehr auf Familie und Bekannte zurückgreifen als auf Banken und Förderstellen. Zudem zeigen die statistischen Tests, dass es bei dieser Frage signifikante Unterschiede unter den Ethnien gibt. Insgesamt hat die empirische Erhebung deutlich gemacht, dass die ethnischen Unternehmensgründer mit zahlreichen Besonderheiten und Barrieren konfrontiert sind. Diese können, analog der fünf Dimensionen des entwickelten Swiss Ethnic-Business-Modells, folgendermassen stichwortartig zusammengefasst werden:

### **Funktionale Dimension**

- Ethnische Unternehmen sind vorwiegend in eintrittsniedrigen Branchen wie Gastronomie und Imbissbuden vertreten.
- Die meisten ethnischen Unternehmen sind Kleinst- bis Kleinunternehmen.
- Ethnische Unternehmen leisten sowohl einen volkswirtschaftlichen als auch einen gesellschaftlichen Beitrag.

### **Strukturelle Dimension**

- Ethnische Unternehmen werden vorwiegend aufgrund von Autonomie und Gelegenheitswahrnehmung gegründet.
- Die meistgenannten strukturellen Gründungshemmnisse sind: „Bürokratischer Aufwand“, „Körperliche/psychische Belastung“, „Belastung Familie/Partnerschaft“ und „Kredit/nötiges Kapital zu finden“.
- Der institutionelle Weg bei der Unternehmensgründung ist für Migranten/innen steinig, insbesondere beim Finanzierungs- und beim Beratungsaspekt besteht Nachholbedarf.

### **Kulturelle Dimension**

- Ethnic Business fördert die Interaktion nicht nur zwischen den Ethnien sondern auch mit den Einheimischen massiv.
- Kulturelle Aspekte wie Sprache, Netzwerk und familiäre Hilfe sind sehr wichtige Aspekte des Ethnic Business.

### **Individuelle Dimension**

- Die ethnischen Gründer sind tendenziell jung und das Bildungsniveau ist je nach Ethnie signifikant unterschiedlich.
- Zudem fühlen sie sich im Wettbewerb mit den Einheimischen eindeutig nicht benachteiligt und in der Schweiz gut bis sehr gut integriert.
- Ethnische Gründer sind risikobereite, wenn es darum geht, ein Unternehmen zu gründen.

### **Schatten-Dimension**

- Diese sind schwierig zu eruieren: Es gibt jedoch Anzeichen, welche auf eine prekäre Situation hinweisen, die durch Selbständigkeit entstehen bzw. verstärkt werden kann.
- Es bestehen gewisse latente Konflikte (bspw. gesetzliche oder gewerbliche), die aus dem Ethnic Business hervorgehen können.

Aufgrund der theoretischen Grundlagen sowie der Ergebnisse der empirischen Untersuchung werden folgende Empfehlungen abgegeben:

### **Empfehlungen für Politik & Gesellschaft**

- Spezifische Beratungsangebote
- Politische Kampagnen
- Hilfestellung für niedrig Qualifizierte
- Finanzieller Support der potentiellen Swiss Ethnic Gründer
- Coaching- und Mentoring-Programme
- Aufbau neuer Netzwerke

### **Empfehlungen für die Forschung**

- Erweiterung dieser Studie mit qualitativer Forschung
- Erweiterung der gebildeten Oberhypothesen H1 und H2
- Erweiterung der Studie mit mehr Probanden
- Umfangreichere Untersuchungen pro Ethnie
- Einsatz des entwickelten Swiss Ethnic-Business-Modells in anderen Ländern
- Einsatz des entwickelten Swiss Ethnic-Business-Modells in weiterführenden Untersuchungen
- Statistische Erklärung des Swiss Ethnic-Business-Modells bzw. von dessen Variablen
- Gesamtschweizerische Erhebungen
- Interdisziplinäre Forschungsarbeiten

Trotz gewisser Limitationen hat diese Studie einen Beitrag in der eingangs erwähnten Forschungslücke in diesem Kontext geliefert. Zudem wurde ein Modell in die Hand gegeben, welches bei zukünftigen Forschungen helfen wird, sich im komplexen und breiten Themenfeld zu orientieren. Auf jeden Fall sollten in diesem Kontext weitere Untersuchungen stattfinden, um besser verstehen zu können, mit welchen Barrieren und Hemmnissen die Swiss Ethnic Gründer konfrontiert sind. Nur so kann ihnen adäquat geholfen werden, ihr Potential besser auszuschöpfen.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Management Summary</b> .....	<b>5</b>
<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	<b>9</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>11</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>12</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>13</b>
<b>1 Einleitung</b> .....	<b>15</b>
1.1 Einleitung und Zielsetzung .....	15
1.2 Methodische Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit.....	17
<b>2 Grundlagen – Definitionen</b> .....	<b>19</b>
2.1 Zum Begriff des Migranten .....	19
2.2 Ethnizität & Ethnische Zugehörigkeit.....	20
2.3 Entrepreneur & Entrepreneurship.....	21
2.4 Begriffliche Vielfalt im Untersuchungskontext .....	24
2.4.1 Ethnic Business .....	24
2.4.2 Ethnic Enclave Economy .....	25
2.4.3 Immigrant Business .....	26
2.4.4 Ethnic Niche Economy.....	26
2.4.5 Minority Entrepreneurship.....	27
2.5 Kritische Würdigung und Definition „Swiss Ethnic Business“ .....	27
<b>3 Ethnic Business – Entstehung, Forschungsstand und Forschungsansätze</b> .....	<b>31</b>
3.1 Historische Annäherung .....	31
3.2 Forschungsstand .....	32
3.2.1 Forschungsstand – International .....	33
3.2.2 Forschungsstand – Europa.....	35
3.2.2.1 Forschungsstand – Deutschland.....	37
3.2.2.2 Forschungsstand – Österreich .....	40
3.2.3 Forschungsansätze im Untersuchungskontext.....	43
3.3 Kritische Würdigung und Ableitung Swiss Ethnic-Business-Modell .....	50
<b>4 Swiss Ethnic Business - Forschungsstand, Rahmenbedingungen, Daten, Fakten</b> .....	<b>55</b>
4.1 Forschungsstand in der Schweiz.....	55
4.2 Funktionelle Dimension .....	59

4.3	Strukturelle Dimension .....	61
4.4	Kulturelle Dimension.....	65
4.5	Individuelle Dimension.....	67
4.6	Schatten-Dimension .....	68
4.7	Kritische Würdigung und Ableitung der Hypothesen .....	70
<b>5</b>	<b>Empirie.....</b>	<b>74</b>
5.1	Schweizerische Migrationsgeschichte .....	74
5.1.1	Migrationsgeschichte und soziodemografisches Profil der albanischen Ethnie in der Schweiz .....	74
5.1.2	Migrationsgeschichte und soziodemografisches Profil der türkischen Ethnie in der Schweiz .....	75
5.1.3	Migrationsgeschichte und soziodemografisches Profil der italienischen Ethnie in der Schweiz .....	76
5.2	Forschungsdesign .....	77
5.2.1	Ziel der Untersuchung und Hypothesen .....	78
5.2.2	Forschungsmethodik .....	79
5.2.3	Vorgang Datenerhebung .....	85
5.3	Ergebnisse und Analyse der Umfrage .....	88
5.3.1	Allgemeine und soziodemografische Aspekte .....	88
5.3.2	Funktionale Dimension .....	90
5.3.3	Strukturelle Dimension.....	94
5.3.4	Kulturelle Dimension.....	100
5.3.5	Individuelle Dimension.....	102
5.3.6	Schatten-Dimension .....	104
5.4	Kritische Würdigung und Anpassung SwissEB-Modell .....	108
<b>6</b>	<b>Fazit und Empfehlungen .....</b>	<b>115</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>118</b>
	<b>Anhang.....</b>	<b>128</b>



## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Ausgewählte Definitionen der Begriffe Entrepreneurship und Entrepreneur.....	21
Tabelle 2: Weiterführende Begriffsdefinitionen von Entrepreneurship und Entrepreneur .....	23
Tabelle 3: Ethnic-Business-Forschungsansätze inkl. Klassifikation .....	49
Tabelle 4: Swiss Ethnic Business – Forschungsarbeiten .....	58
Tabelle 5: Selbständig Erwerbstätige in der Schweiz - Anzahl und Anteile ausgewählter Herkunftsgruppen .....	60
Tabelle 6: Voraussetzungen zur Firmengründung .....	62
Tabelle 7: Zu beachtende Faktoren der Befragung.....	79
Tabelle 8: Befragungsformen .....	81
Tabelle 9: Kriterien Datenerhebung .....	85
Tabelle 10: Ergebnisse Datensammlung .....	88
Tabelle 11: Chi-Quadrat-Test der ausgewählten Variablen .....	95
Tabelle 12: Chi-Quadrat-Test für den Zusammenhang zwischen Ethnie und Variablen .....	98
Tabelle 13: Arbeitsstunden der ethnischen Unternehmer .....	105
Tabelle 14: Startkapital von "Eigenkapital".....	140
Tabelle 15: Startkapital von "Familie/Bekanntem" .....	140
Tabelle 16: Startkapital von "Banken" .....	141
Tabelle 17: Startkapital von "Förderstellen" .....	141
Tabelle 18: Startkapital von "sonstige" .....	141
Tabelle 19: Businessplan vor Gründung pro Ethnie.....	142
Tabelle 20: Welche Förderorganisationen kennen Sie? .....	143
Tabelle 21: Inanspruchnahme der Dienstleistungen .....	143
Tabelle 22: Beratungs- bzw. Weiterbildungsbedarf von türkischen Probanden.....	143
Tabelle 23: Beratungs- bzw. Weiterbildungsbedarf von italienischen Probanden .....	143
Tabelle 24: Beratungs- bzw. Weiterbildungsbedarf von albanischen Probanden .....	144
Tabelle 25: Wichtigkeit von Deutschkenntnissen im beruflichen Alltag der Probanden.....	145
Tabelle 26: Abschluss in der CH .....	146
Tabelle 27: Abschluss in der Schweiz pro Ethnie (absolut & relativ) .....	146
Tabelle 28: Benachteiligungsgrad nach Ethnie inkl. Tests.....	146
Tabelle 29: Integrationsgefühl pro Ethnie inkl. Tests .....	147
Tabelle 30: Konflikte der ethnischen Unternehmer (Total).....	148
Tabelle 31: Retrospektive Gründungsanteil .....	148

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Aufbau der Arbeit .....	18
Abbildung 2: Bluebox der Ethnic-Business-Definitionen .....	29
Abbildung 3: Expertenbefragung zu Ethnic Business in Österreich .....	42
Abbildung 4: Konzeptionelles "Swiss Ethnic-Business-Modell" .....	52
Abbildung 5: Quote der Selbständigerwerbenden mit Angestellten nach Migrationsstatus, 2. Quartal 2012.....	64
Abbildung 6: Ständige ausländische Wohnbevölkerung nach Staatsangehörigkeit, 1980-2012 ..	66
Abbildung 7: Forschungsdesign .....	78
Abbildung 8: Faktoren und Dimensionszuteilung am Beispiel Item 13 .....	84
Abbildung 9: Soziodemografisches Profil der Umfrageteilnehmer .....	89
Abbildung 10: Branchenverteilung der ethnischen Unternehmer.....	91
Abbildung 11: Mitarbeiterstruktur der ethnischen Unternehmer.....	92
Abbildung 12: Kundenkreis der ethnischen Unternehmer.....	93
Abbildung 13: Gründungsmotiv der ethnischen Unternehmer .....	94
Abbildung 14: Gründungshemmnisse der ethnischen Unternehmer.....	96
Abbildung 15: Startkapital von ethnischen Unternehmern .....	98
Abbildung 16: Beratungs- bzw. Weiterbildungsbedarf der ethnischen Unternehmer.....	100
Abbildung 17: Herkunft Mitarbeiter der ethnischen Unternehmer .....	101
Abbildung 18: Integrationsmassnahmen der ethnischen Unternehmer .....	102
Abbildung 19: Benachteiligungsgrad der ethnischen Unternehmer .....	103
Abbildung 20: Konflikte der ethnischen Unternehmer .....	106
Abbildung 21: Retrospektive Unternehmensgründungen von ethnischen Unternehmern ...	107
Abbildung 22: Streudiagramm zur Regression Unternehmensgründung und Aufenthalts- dauer in der Schweiz.....	111
Abbildung 23: Konzeptionelles "Swiss Ethnic-Business-Modell" (angepasst).....	114
Abbildung 24: Branchenverteilung pro Ethnie .....	136
Abbildung 25: Branchenerfahrung vor Gründung.....	136
Abbildung 26: Mitarbeiterstruktur pro Ethnie .....	137
Abbildung 27: Mitarbeit Familie pro Ethnie.....	137
Abbildung 28: Gründungsmotiv der ethnischen Unternehmer pro Ethnie .....	138
Abbildung 29: Gründungshemmnis "Bürokratischer Aufwand" pro Ethnie .....	138
Abbildung 30: Gründungshemmnis "Körperliche/psychische Belastung".....	139
Abbildung 31: Gründungshemmnis "Belastung Familie/Partnerschaft".....	139
Abbildung 32: Gründungshemmnis "Kredit/nötiges Kapital zu finden".....	140
Abbildung 33: Integrationsmassnahmen der ethnischen Unternehmer pro Ethnie .....	145

## Abkürzungsverzeichnis

AG = Aktiengesellschaft

AUG = Ausländergesetz

BFS = Bundesamt für Statistik

BVO = Bundesverordnung über die Begrenzung der Zahl der Ausländer

CEO = Chief Executive Officer

Co. KG = Compagnie Kommanditgesellschaft

CV = Cramers-V

EFTA = European Free Trade Association

EU = Europäische Union

FIMM = Forum für die Integration der Migrantinnen und Migranten

FZA = Personen-Freizügigkeitsabkommen

GEM = Global Entrepreneurship Monitor

GmbH = Gesellschaft mit beschränkter Haftung

IOM = International Organization for Migration

KMU = Klein- und Mittelunternehmen

KTI = Kommission für Technologie und Innovation

KW = Kurswochen

NFP = Nationales Forschungsprogramm

o. S. = ohne Seiten

OECD = Organisation for Economic Cooperation and Development

SAKE = Schweizerische Arbeitskräfteerhebung

SEB = Swiss Ethnic Business

SECO = Staatssekretariat für Wirtschaft

SEU = Swiss Ethnic Unternehmer

SSCI = Social Science Citation

SPSS = Statistical Package for the Social Sciences

UN = United Nations

VZAE = Verordnung über Zulassung, Aufenthalt und Erwerbstätigkeit

X<sup>2</sup> = Chi-Quadrat

Zefix = Zentraler Firmenindex



# 1 Einleitung

Diese Forschungsarbeit wird in zwei Phasen erarbeitet. In einer ersten Phase werden theoretische Grundlagen gelegt und Hypothesen aufgestellt. In der zweiten Phase wird eine empirische Erhebung durchgeführt, mit deren Hilfe die Hypothesen beantwortet und die theoretischen sowie empirischen Erkenntnisse diskutiert werden.

## 1.1 Einleitung und Zielsetzung

Ethnisch geprägtes, erfolgreiches Unternehmertum von Migranten ist kein neues Phänomen. So haben sich Juden in Europa niedergelassen, Chinesen in Australien, Italiener in der Schweiz, Türken in Deutschland, um einige Beispiele von Migranten zu nennen, die vorwiegend aus ökonomischen Gründen migriert sind. Neu ist jedoch die ungebrochene und exponentiell zunehmende Migrationsbewegung (Sharp, 2007, p. 7)<sup>1</sup>. Aktuell sind schätzungsweise mehr als 214 Millionen internationale Migranten<sup>2</sup> unterwegs, Tendenz steigend (IOM, 2010). Betrachtet man die weltweiten Migrantenströme seit 2000, so stellt man ca. 50 Millionen internationale Migrationsbewegungen fest (UNO, 2009). Durch die weltweite Zunahme der Migration ist in den letzten Jahren ein hohes Interesse am sogenannten „Ethnic Entrepreneurship“ oder „Ethnic Business“<sup>3</sup> in der Theorie und Praxis zu beobachten (u.a. El-Cherkeh, 2007, S. 4; Köllinger & Minniti, 2006, S. 60; Cavusgil, et al., 2011, S. 591; Jung, et al., 2011, p. 9). Seit wenigen Jahren stösst dieses Thema auch in der Schweizer Forschung und Politik auf Interesse. Im Vergleich zu Ländern wie den USA, Kanada oder Deutschland sind die Forschungs- und Förderungsaktivitäten in der Schweiz aktuell jedoch noch in geringem Masse ausgeprägt. Während der Literaturlaufarbeit konnten lediglich zwei umfangreichere Studien in diesem Kontext in der Schweiz eruiert werden. Die erste Studie stammt von den Autoren Piguet & Benson, (2000): Die Autoren haben mittels Daten der Volkszählung aus dem Jahre 2000 mögliche Gründe für die Selbständigkeit der Migranten untersucht. Die zweite Studie stammt von den Autoren Suter et al (2003-2006): Im Rahmen der Nationalfondsstudie „NFP51“ untersuchten sie, inwiefern die selbständige Erwerbstätigkeit von Migranten Integrations- bzw. Ausschlussprozesse fördert oder behindert.

---

<sup>1</sup> Auch wenn mehrere Sätze vom gleichen Autor zitiert sind, wird in dieser Arbeit zwecks Lesefreundlichkeit der Autor lediglich im letzten Satz erwähnt.

<sup>2</sup> Werden Personenbezeichnungen aus Gründen der besseren Lesbarkeit lediglich in der männlichen oder der weiblichen Form verwendet, so schliesst dies das jeweils andere Geschlecht mit ein.

<sup>3</sup> Die Begriffe Ethnic Business sowie Ethnic Entrepreneurship werden in dieser Arbeit noch genauer erklärt.

Die geringe Anzahl Studien legt nahe, dass hier eine Forschungs- und Anwendungslücke besteht (Meier, 2008, S. 5; Gerber, 2005, S. 73; Haberfellner, 2008, o. S.; Haberfellner, 2011, p. 1; Piquet & Benson, 2000, S. 112).

Auch wenn die Unternehmensgründungen durch Migranten zunehmen, sind diese gemäss einer Studie des BFS (2006, S.5) mit 8,2% deutlich tiefer (unterrepräsentiert) als die der Schweizer Bürger/innen mit 15,6%. Gemäss der Studie dürften einige Gründe dafür bei der Integration und den restriktiven Regelungen für Inhaber einer Aufenthaltsbewilligung liegen. Zum letzteren Punkt meint Piquet (1999), dass das schweizerische Arbeitsrecht hauptsächlich darauf ausgerichtet sei, die selbständige Unternehmensgründung von Migranten begrenzt zu halten. Eine Studie der Kalaidos Fachhochschule Schweiz (2009) kommt zum Ergebnis, dass die wirtschaftliche Selbständigkeit von Migranten trotz des grossen ökonomischen und integrationspolitischen Potentials nur wenig gefördert wird. Eine weitere Studie aus Deutschland kommt zum ähnlichen Ergebnis, dass ethnische Ökonomien trotz des hohen wirtschaftlichen Beitrags mit vielen Barrieren und Hemmnissen konfrontiert sind: „(...) rechtliche Einschränkungen bei der Gewerbeausübung, Probleme bei der Fremdfinanzierung, fehlender Zugang zu Beratungsdiensten und Existenzförderprogrammen sowie Wettbewerbsnachteile durch den starken Bezug auf die eigene Ethnie“ (Schuleri-Hartje & Floeting, 2004).

Gestützt auf die obigen Angaben ist davon auszugehen, dass das Potenzial der Migranten für die schweizerische Wirtschaft und Gesellschaft nicht optimal ausgeschöpft wird, da sie mit typischen institutionellen Barrieren und Hemmnissen konfrontiert sind. Angesichts der Tatsache, dass die Klein- und Mittelunternehmen (KMU) für die schweizerische Volkswirtschaft von grosser Bedeutung sind, und die Migranten dabei eine integrative Leistung erbringen, sollen die Aktivitäten rund um das „Ethnic Business“ in der Schweiz in der vorliegenden Arbeit gezielt untersucht werden. Wie oben erläutert, besteht im Untersuchungskontext diesbezüglich eine Forschungslücke. Diese Arbeit soll einerseits einen Beitrag für diese in der Schweiz noch junge Forschungsdisziplin leisten und somit helfen, diese Lücke zu verkleinern. Andererseits soll sie den Migranten, die ein Unternehmen gründen/übernehmen wollen oder bereits gegründet oder übernommen haben, als Anhaltspunkt für ihre Geschäftsentwicklung dienen.

Hauptziel dieser Arbeit ist die Analyse der Barrieren und Besonderheiten (bspw. kulturelle Unterschiede, Einstellungen, Intentionen, Vorwissen etc.), die bei der Existenzgründung durch Migranten bestehen. Die Analyse wird am Beispiel der türkischen, italienischen und albanischen Existenzgründer durchgeführt. Im Zentrum stehen dabei insbesondere die folgenden zwei Forschungsfragen:

- Welche Barrieren bestehen bei der Unternehmensgründung durch Migranten?
- Welche Gründe führen zu Unternehmensgründungen von Migranten?

Generell soll diese Arbeit einen empirisch fundierten Überblick über die Chancen und Schwierigkeiten sowie den Handlungsbedarf im Bereich des „Ethnic Business“ in der Schweiz geben. Und sie soll als eine wissenschaftlich fundierte Diskussionsgrundlage für mögliche Handlungsoptionen dienen.

## 1.2 Methodische Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit

Wie bereits erwähnt, gibt es in der Schweiz nur wenige Untersuchungen in diesem Kontext. Daher liegt der Fokus auf einer möglichst breiten Aufarbeitung mit punktuell vertieften Analysen. Mithilfe des „Ethnic-Business-Konzepts“, welches im weiteren Verlauf dieser Arbeit erstellt wird, werden Barrieren und Besonderheiten untersucht, denen bestimmte Ethnien während ihrer unternehmerischen Tätigkeit begegnen. Hierzu werden am Beispiel der türkischen, italienischen und albanischen Ökonomien eigene Primärdaten erhoben. Mittels Theorieaufarbeitung werden Hypothesen gebildet. Anschliessend wird ein Fragebogen erstellt, welcher Unternehmen der drei ethnischen Communities in der Schweiz zugestellt wird. Die Ergebnisse der Befragungen werden deskriptiv und explorativ analysiert. Schliesslich werden die Ergebnisse kritisch diskutiert, die Hypothesen beantwortet und Empfehlungen abgegeben.

Die Arbeit gliedert sich, wie die Abbildung 1 zeigt, in zwei Teile: Theorie und Empirie. Nach der Einführung im **ersten Kapitel** werden in **Kapitel 2** die begrifflichen Grundlagen beschrieben, die für das Verständnis der Inhalte bedeutend sind. So wird beispielsweise geklärt, was unter einem Migranten, was unter Ethnizität und ethnischer Zugehörigkeit oder den Begriffen Entrepreneur und Entrepreneurship zu verstehen ist. Nur so kann die für diese Arbeit wichtige Definition von Ethnic Entrepreneur bzw. Ethnic Entrepreneurship ableitbar sein. Da je nach Studie und Autor unterschiedliche Definitionen verwendet werden, wird in diesem zweiten Kapitel weiter die begriffliche Vielfalt bezüglich der ethnischen Selbständigkeit voneinander abgegrenzt, um eine für diese Arbeit gültige Definition des Begriffs „Swiss Ethnic Business“ herzuleiten. Dies ist nötig, weil bspw. die Begriffe Ethnic Business, Ethnic Enclave Economy, Immigrant Business, Ethnic Niche Economy oder Minority Economy oft unterschiedlich ausgelegt werden. In **Kapitel 3** wird dann die historische Entwicklung des Ethnic Business skizziert. Anschliessend wird der State of the Art des Ethnic Business erläutert. Dabei wird sowohl die internationale als auch die europäische Ebene betrachtet, wobei bei letzterer die deutschsprachigen Länder Deutschland und Österreich gesondert