



Teil 3

VON MARYAM LAURA MOZEDI

➤ Ethnisches Unternehmertum ist seit jeher fixer Bestandteil jeder Migrationsbewegung. In den USA bildet es im Bereich der Kleinbetriebe bereits seit 1880 das Gros der UnternehmerInnen. Ob nun ethnisches Unternehmertum, Immigrantennunternehmertum oder Minderheitenunternehmertum – diese von Radha Chaganti und Patricia G. Greene vorgenommene Differenzierung wird übrigens in diesem allgemein gehaltenen Beitrag nicht weiter berücksichtigt – sie alle stellen auf ihre Art und Weise eine Verbindung zwischen Kulturen her.

Unternehmer vs. Entrepreneur

Als unterscheidendes Merkmal zwischen Unternehmer und Entrepreneur wird der statische Charakter des Ersteren dem dynamischen des Zweiteren gegenübergestellt. Blum sieht eine grundsätzlich andersartige Geisteshaltung als wesentliche Basis zur Differenzierung der beiden wirtschaftstreibenden Gruppen an und beschreibt den Entrepreneur als eine Person, die nicht durch Routine erblindet und nachhaltig neue Werte schafft sowie wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen fördert. Der Entrepreneur kann demnach besser mit Ungewissheit umgehen, hat weiterentwickelte Sozialkompetenzen und eine Vorbildfunktion, da er andere zur Selbstverwirklichung anspornt. Blum hält weiter fest, dass er konfessionell betrachtet oft pro-

testantisch ist und ethnisch gesehen meist einer Randgruppe zugehört. Letzteres dürfte gerade im Kontext „Ethnic Entrepreneurship“ eine interessante Feststellung sein, entstammen die Protagonisten einer Minderheitenkultur. Sie übernehmen häufig soziale und wirtschaftliche Verantwortung gegenüber beiden Kulturkreisen und fungieren als Brücke zwischen diesen. Laut dem Management-Vordenker Peter Drucker können demografische Veränderungen neue Märkte schaffen, ein Ansatz, der angesichts gegenwärtiger Migrationsentwicklungen an Aktualität gewinnt.

Der schöpferische Zerstörer

Der Entrepreneur übernimmt somit eine Vorreiterrolle, schafft Neues. Der österreichisch-amerikanische Ökonom Joseph Alois Schumpeter sieht im Entrepreneur den schöpferischen Zerstörer, der durch genau diese kreative Zerstörung die Grundlage jeder ökonomischen Entwicklung bildet. Das Augenmerk bildet das Neue, das den Kreislauf der Wirtschaft sprengt, das Alte verdrängt, zerstört und letzten Endes den Weg zu einer Neuordnung und dynamischen Entwicklung ebnet. Diese schöpferische Zerstörung ist für Schumpeter der Motor der wirtschaftlichen Entwicklung, die Revolution der Wirtschaftsstruktur von innen heraus und die Basis für den Kapitalismus. Im Dunstkreis der Neustrukturierung bewegt sich auch die Eröffnung neuer,

fremder Märkte, was wiederum der Rolle des „Ethnic Entrepreneur“ eine zusätzliche Funktion verleihen kann.

Diversität

Ethnische UnternehmerInnen bilden keine homogene Gruppe. Sogenannte „Klassiker“ bzw. Selbständigen-Stereotype wie türkische Lebensmittelhändler, italienische Eissalons oder persische Arztpraxen können neben kulturell bedingten Faktoren auch etwa durch variierende Motivationsgründe oder rechtliche Rahmenbedingungen erklärt werden. Letztere vermögen, durch politische Interessen bedingt, entscheidend die UnternehmerInnenlandschaft mitzuprägen. Als sich beispielsweise in den 1850er-Jahren im Zuge des ersten Goldrausches chinesische Einwanderer in Kanada niederließen, führte die Angst vor der „Gelben Gefahr“ und billiger asiatischer Arbeitskraft zum Erlass einschränkender Gesetze. Chinesen durften per Gesetz nur unqualifizierte Arbeit übernehmen, eine marginale und marginalisierte wirtschaftliche Partizipation ihrerseits wurde dadurch gewährleistet. Die Konsequenz war „Ethnic Business“, im konkreten Fall in Form von chinesischen Restaurants und Waschsalons zur Sicherstellung ihres Überlebens und Platzes in der Gesellschaft. Wang liefert zu dieser Entwicklung auch Zahlen: Waren es 1885 noch unter 5 % Chinesen, die in den Sektoren Restaurant und Waschsalon tätig waren,

Management-Serie: Ethnic Business

Ethnic Entrepreneurship und die »schöpferische Zerstörung«

stieg der Prozentsatz bis 1921 auf 32 % und bis 1931 auf 40 %.

Ihre Diskriminierung nahm in ihrer Struktur eine Form an, die letzten Endes ausschlaggebend für die Entwicklung einer spezifischen Art von Ethnic Business war. Benachteiligungen per Gesetz, aber auch durch mangelnde Sprachkenntnisse, Ausbildung oder Erfahrung und eine damit einhergehende schlechtere Positionierung auf dem Arbeitsmarkt können mitunter den Weg zur Selbstständigkeit ebnen.

Neben den externen Faktoren und strukturellen Erklärungsansätzen gibt es auch kulturelle. Volery etwa sieht kulturelle Umstände von Einwanderinnen und Einwanderern als begünstigende Begleiterscheinungen. Kulturell verwurzeltes Arbeitsethos, wirtschaftsorientiertes Leben, Risikobereitschaft und der hohe Stellenwert der Selbstständigkeit bilden in diesem Zusammenhang einige zitierte Beispiele. In Großbritannien, Kanada und den Niederlanden durchgeführte Studien kommen zu dem Schluss, dass die Motivation ethnischer UnternehmerInnen in erster Linie von dem Wunsch gespeist wird, Erfolg, Autonomie und Fortschritt zu erlangen. Die Beweggründe bilden eine Parallele zu „nicht ethnischen“ UnternehmerInnen, während sich die Bedingungen – je nach kultureller und rechtlicher Situation – in aller Regel für ethnische UnternehmerInnen unterscheiden.

Neben der Leistungsmotivation werden auch Familienstrukturen als Wettbewerbs-

vorteil gesehen, gibt die Familie Unterstützung moralischer und indirekt finanzieller Art, wenn sie im Betrieb mitarbeitet ohne auf den persönlichen monetären Profit zu achten. Gerade in der neuen Kultur wird der Zusammenhalt durch das Fremde und das Fremdsein häufig verstärkt. Eine Erweiterung findet die Unterstützung in ihrer ethnischen Community, was sich allerdings langfristig auch zum Nachteil entwickeln kann, wenn der wirtschaftliche Aktionsradius auf diese beschränkt bleibt.

Ethnic Entrepreneur

Der schöpferische, einfallreiche, dynamische Entrepreneur treibt den wirtschaftlichen Fortschritt voran. Er revolutioniert, schafft Neues. Streng definitorisch mag nicht jeder „Ethnic Entrepreneur“ in diese Kategorie fallen. Dennoch ist auch ihm die Offenheit für das Neue nicht abzusprechen, lässt er sich auf das Abenteuer einer Gründung in der Fremde ein. ■

Über die Serie

Ethnic Business bezieht sich auf den ethnischen Aspekt von UnternehmerInnentum, von Produkten und von Zielgruppen. Damit einher gehen zahlreiche positive Auswirkungen auf sozialer, kultureller, betriebs- und volkswirtschaftlicher Ebene. Ein Ausschnitt der Chancen und Potenziale wird in dieser *Ethnic-Business-Serie* dargestellt.

Bisher in *Fazit* erschienene Texte von M. Laura Moazedi gibt es auch unter www.fazitmagazin.at/serie



Über die Autorin

Mag. Maryam Laura Moazedi ist Projektleiterin bei Satzinger & Hardenberg, Universitätslektorin an der Grazer Karl-Franzens-Universität und Lehrbeauftragte an der FH Salzburg. Ihr Arbeits- und Interessenschwerpunkt ist Diversity Management.