

## 5 RESÜMEE

### 5.1 *Angelpunkte der Entrepreneurship in den kurdischen Communities in Wien*

#### Unsichere Datenlage, Unterschätzung der Selbständigenanteile in den kurdischen Communities

Der Selbständigenanteil sowie konkrete Zahlen von Entrepreneurs in der kurdischen Diaspora können mangels Erhebung in der offiziellen Statistik nicht valide angegeben werden. Selbst Schätzungen sind den Statements der Expert/inn/en gemäß seriöserweise nicht möglich.

#### Strukturen, Push- und Pull-Faktoren

Die Selbständigkeit ist bei Immigrant/inn/en in Wien ein wichtiges „Integrationsvehikel“. In der Regel bilden ethnisch-kulturelle und sozialschichtspezifische Normen, familiäre Traditionen, individuelle Motivationen, sozialkapitalbezogene Faktoren sowie die Opportunity Structures ein komplexes Geflecht, welches den Zugang in die Migrant Entrepreneurship determiniert. Den Einschätzungen der Expert/inn/en gemäß ist das Unternehmertum der Kurd/inn/en in Wien längst keine Nischenökonomie mehr und hat sich über die Grenzen der ehemals sehr beliebten Branchen (Lebensmitteleinzelhandel, Märkte, Gastronomie) hinausentwickelt. Das heißt, die aktuelle Branchenstruktur ist äußerst heterogen. Die Unternehmer/innen kurdischer Herkunft unterliegen denselben privatwirtschaftlichen Rahmenbedingungen und Gegebenheiten des Marktes wie andere Herkunftsgruppen. Spezifisch kurdische Elemente in Bezug auf das kulinarische Angebot, die Gestaltung der Lokale und die Gästestruktur können daher nach wie vor am ehesten in der Gastronomie zum Tragen kommen. In den anderen Branchen ist „Kurdisches“ kaum im Unternehmen oder unternehmensinternen Abläufen zu finden, manifestiert sich aber in Kontakten zu Organisationen und in der Unterstützung kurdischer Initiativen und karitativer Aktivitäten in den Herkunftsländern.

Die kurdische Diaspora zählt zu jenen Communities mit einer hohen Wertschätzung der Tätigkeit als selbständige/r Unternehmer/in. In manchen Familien war bereits die erste Generation entweder im Herkunftsland oder in Österreich als Entrepreneurs tätig. In diesen Familien ist ein unternehmerisches Erfahrungspotential vorhanden, welches nachfolgenden Generationen die Firmengründung erleichtert. Gründer/innen mit einem

solchen familiären Background sind somit häufig erfolgreicher, da sie über profunderes Marktwissen und mehr spezifisch unternehmerisches Knowhow verfügen als Neueinsteiger/innen. Man kann sagen, dass es für kurdische (v.a. alevitische) Frauen, die über die geeigneten Voraussetzungen verfügen, leichter ist, einer selbständigen Erwerbstätigkeit nachzugehen, als für Frauen in konservativeren (v.a. muslimischen) Gruppen.

Vor allem für ehemalige „Gastarbeiter/innen“ der 1960er- und 1970er-Jahre, die selbst oder deren Eltern auf dem österreichischen Arbeitsmarkt zunächst in Arbeiterpositionen tätig waren, repräsentiert eine unternehmerische Karriere einen erheblichen Sprung an „upward social mobility“. Der damit verbundene Gewinn an Sozialprestige und der ökonomische Erfolg stellen für diese Unternehmer/innen ein enormes Motivationspotential dar. In Fällen, in denen höhere Bildungsabschlüsse fehlten, war die Selbständigkeit stets ein vielversprechender Weg zum Aufstieg. Selbständigkeit kann als attraktive Alternative zur unselbständigen Erwerbstätigkeit und zur Arbeitslosigkeit gesehen werden, wobei Gründungen als einzige Alternative zur Arbeitslosigkeit im vorliegenden Wiener Sample nahezu keine Rolle spielten.

Es konnten Unterschiede zwischen der ersten Generation von Unternehmer/innenn, die noch viel stärker auf „klassische“ Branchen (Lebensmitteleinzelhandel, Gastronomie) und teils auf den „ethnischen“ Markt der eigenen Communities orientiert waren, und der zweiten bzw. dritten Generation festgestellt werden. In der ersten Generation waren auch die Push-Faktoren für die Entscheidung für eine unternehmerische Tätigkeit, wie z.B. Diskriminierung auf dem Arbeitsmarkt der Unselbständigkeit, viel maßgeblicher und die Anteile der „forced entrepreneurs“ höher. Allerdings sind derzeit in Wien mit seiner im EU-Vergleich niedrigeren Quote an Erwerbslosigkeit die Push-Faktoren in Richtung Selbständigkeit schwächer ausgeprägt.

Die zweite und besser ausgebildete Generation wurde stärker von Pull-Faktoren geleitet und agierte bedeutend selektiver in der Auswahl von unselbständigen Beschäftigungen. Der weitere Schritt in die Unternehmer/innentätigkeit erfolgte nach Jahren der unselbständigen Beschäftigung, in welchen Startkapital und Knowhow in bestimmten Branchen akkumuliert werden konnten. Die in der zweiten Generation meist „voluntary entrepreneurs“ verhalten sich aber auch in Bezug auf die Branchenwahl viel selektiver und marktorientierter als die erste Generation der Diaspora. Sie waren und sind offener für den Eintritt in neue Marktsegmente und innovative ökonomische Aktivitäten, z.B. Kinderbetreuung etc.

Der allgemeinen Wertschätzung, die Unternehmer/innen in den kurdischen Communities sowie von der Mehrheitsgesellschaft entgegengebracht wird, kommt im breiten Rahmen eines gründungsfreundlichen Klimas eine erhebliche Bedeutung zu. Infolge von Arbeitsplatzdefiziten und steigenden Arbeitslosenquoten wurde ab den 1990er Jahren seitens der politischen Entscheidungsträger der Slogan „Mehr Gründer braucht das Land“ kreiert und Kampagnen zur Förderung der selbständigen Erwerbstätigkeit gestartet. In Wien wurden seit der Jahrtausendwende auf wirtschaftspolitischer Ebene viele Initiativen gesetzt. Die Entrepreneurship von Immigrant/inn/en gilt als

etwas Erwünschtes und wird institutionell stark gefördert. In den Expert/inn/eninterviews wurde auf diesen Wandel der Rahmenbedingungen Bezug genommen und die positiven Auswirkungen auch für die kurdischen Communities hervorgehoben: Für die Umsetzung des bei manchen Kurd/inn/en bereits in früheren Jahrzehnten vorhandenen Wunsches, sich selbständig zu machen, fehlte es damals noch an entsprechenden Strukturen. Heute sind diese weitgehend vorhanden, Beratungen und Förderungen werden geboten.

### Veränderungen der Migrationsmuster und Aufenthaltsverfestigung

Veränderte Migrationsmuster und verfestigte Bleibeabsichten trugen zur Herausbildung einer stabilen Unternehmerschicht in den kurdischen Communities bei. Wirtschaftsbranchen, in denen einige klassischerweise tätig waren und sind, wie Gastronomie, Lebensmittelhandel, Friseur- oder Reinigungsgewerbe, setzen eine längerfristige Stabilität des Aufenthaltes voraus. Die Investition in betriebliches Anlagevermögen rentiert sich erst ab einer längeren intendierten Aufenthaltsdauer. Somit wurden die Pläne vieler ehemaliger Gastarbeiter/innen zur Eröffnung eines Unternehmens im Herkunftsland simultan zur Bleibeabsicht zu einem Start-up in Wien transformiert. Die Umorientierung fand bei Kurd/inn/en aus der Türkei oft im Verlauf der 1990er-Jahre statt und stand auch in einem Konnex zu politischen Entwicklungen im Herkunftsland. In der Türkei setzte die starke wirtschaftliche Boomphase im Laufe der 1990er-Jahre ein. In Österreich ansässige türkische, aber auch einige kurdische Unternehmer/innen profitierten davon.

### Aufenthaltsrechtliche Rahmenbedingungen in Österreich

Positive Auswirkungen auf die Gründungsmotivation hatte eine Reihe von Erleichterungen hinsichtlich unbefristeter Aufenthaltstitel. Im Vergleich zur aufenthaltsrechtlich rigiden Phase der 1990er-Jahre, in der es nicht so einfach war, einen unbefristeten Aufenthaltstitel zu erhalten und Antragsteller/innen mit dem Nachweis ausreichender Einkünfte regelmäßig vorstellig zu werden hatten, wurden aufenthaltsrechtliche Erleichterungen eingeführt. Dies hat selbständige Erwerbstätigkeiten in den kurdischen Communities gefördert.

### Arbeitsmarktpositionen und Haushaltseinkommen

Die Push- und Pull-Faktoren in Richtung Selbständigkeit werden durch Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt beeinflusst, vor allem durch die rasanten Veränderungsprozesse der Arbeitswelt. Die individuelle Entscheidung pro oder kontra Selbständigkeit findet in einem komplexen Geflecht persönlicher Präferenzen und unter Abwägung eines Bündels von Konsequenzen statt, wie unsere Interviews belegen. Mehrfach wurde in den Expert/inn/eninterviews der enge Konnex ökonomischer Prekarität und der damit

korrelierenden Flucht in die Selbständigkeit argumentiert. So ist der ökonomische Druck in Richtung Selbständigkeit in Teilen der türkischen Communities wesentlich stärker als bei den oft gut ausgebildeten Kurd/inn/en aus der Türkei. Anders die Situation bei den rezent aus Syrien und dem Irak geflüchteten Kurd/inn/en, die nach Zuerkennung ihres Asylstatus oft direkt in die Selbständigkeit gehen, da sie auch im Herkunftsland bereits unternehmerisch tätig waren.

### Keine Nischenökonomie oder Konzentrationseffekte

Im Gegensatz zur Konzentration der türkischen Communities auf bestimmte Wirtschaftsbranchen lässt sich dieser Leitbrancheneffekt bei den Kurd/inn/en nur abgeschwächt feststellen. Das Fehlen des Leitbrancheneffektes hat ambivalente Auswirkungen. Es werden dadurch Nachahmungseffekte abgeschwächt, dies könnte die Gründungsneigung schwächer ausfallen lassen.

### Startphase und Finanzierungsdefizite

Unternehmer/innen sowie Expert/inn/en bewerteten die Startphase als die problematischste. Sie stellt die höchsten Anforderungen an die Managementqualitäten der Unternehmer/innen.

In den meisten Fällen an die Arbeitsmarktpositionierung gekoppelt sind der finanzielle Background und somit die Eigenkapitalausstattung von Gründer/inne/n. Die Tätigkeit in schlecht bezahlten Branchen bedingt eine geringe Möglichkeit zur Kapitalakkumulation. Aus dem Startkapitalmangel resultiert ein höheres Insolvenzrisiko bzw. können mangels Eigenkapital und aufgrund fehlender Kreditwürdigkeit unternehmerische Ambitionen gar nicht umgesetzt werden. Vor allem für Frauen ist es schwierig, das Startkapital für ein Unternehmen aufzubringen. Manche erhalten dafür familiäre Unterstützungen.

### Bildungsabschlüsse und formale Voraussetzungen für eine selbständige Erwerbstätigkeit

Vor allem in der ersten Generation manifestierten sich generelle Defizite hinsichtlich der Unternehmens- und Managementkonzepte. Dies hat sich in den Folgegenerationen grundlegend geändert. Kurd/inn/en der ersten Generation geben auch öfter an, dass sie die Flucht aus der Arbeitslosigkeit angetreten hatten oder dass sie mit ihrem vorhergehenden Job unzufrieden waren. Die Wichtigkeit des Faktors Bildung und Qualifikation wurde von einigen Expert/inn/en angesprochen. Eine bessere Ausbildung erleichtert die Unternehmensgründung. Bildung wird immer wieder als die zentrale Variable für erfolgreiche Unternehmensgründungen ins Treffen geführt (vgl. IHK-GRÜNDERREPORT 2009). Da sich Österreich wie alle europäischen Volkswirtschaften immer stärker zu

einer Wissensgesellschaft wandelt, behindern Qualifikationsdefizite den Sprung in die Selbständigkeit.

Zwischen Bildungskapital und Branchenwahl bestehen Korrelationen. Lebensmittel- und Gemüsehändler/innen, Inhaber/innen von Bäckereien sowie Unternehmer/innen in der Gastronomie verfügen meist über Pflichtschulabschlüsse oder Lehrausbildung. Bei wirtschaftsbezogenen Dienstleistungen, Beratungsunternehmen etc., vor allem in der zweiten Generation, agieren bereits viele kurdische Jungunternehmer/innen mit BHS-Abschlüssen, FH- oder BWL-Studien.

### Unternehmerische Einstellungen und Erfahrungen

Empirisch sind diese schwer greifbar, aber Mentalitäts- und Einstellungsunterschiede spielen eine Rolle. Der Faktor der „Unternehmermentalität“ und divergierender Einstellungen zur Selbständigkeit fand in den Expertenbefragungen wiederholt Erwähnung. Für Unternehmer/innen maßgeblich sind Einsatzbereitschaft, Durchsetzungsfähigkeit, Innovativität, eine gute Networkingkompetenz und andere Eigenschaften, die man allgemein als „unternehmerische Begabung“ umschreiben könnte. Unternehmertum setzt gewisse Talente voraus und dies gilt unabhängig vom Migrationshintergrund. Grundsätzlich ist natürlich davon auszugehen, dass diese Begabungen in jeder Herkunftsgruppe gleichermaßen existent sind, dass jedoch aufgrund von Wechselwirkungen zwischen Opportunity Structures in der Aufnahmegesellschaft und mitgebrachten Normensystemen der Immigrant/inn/en Talente unterschiedlich ausgebildet werden können.

### Kulturelle Wertmuster, Role Models

Es wurde u.a. bemängelt, dass in Österreich die Selbständigkeit zu wenig positiv bewertet wird. In den kurdischen Communities leisten unternehmerfreundliche Wertemuster und Rollenbilder ihren Beitrag zur Förderung der Entrepreneurship. Erfolgreiche Unternehmer/innen genießen in der Diaspora sowie im Grätzel ein hohes Ansehen, dies gilt ebenso für Frauen, die allerdings manchmal auch mit Vorurteilen und Kritik konfrontiert werden, was vor allem auf Kollisionen zwischen dem klassischen Frauenbild, Mutter- und Unternehmerinnenrolle zurückzuführen ist. Traditionell-kulturell geprägte Rollenbilder, die eine Erwerbstätigkeit der Frau „außer Haus“ erschweren, sind in den kurdischen Communities viel weniger vorhanden als in anderen Gruppen aus dem Mittleren Osten.

### Akzeptanz- und Wertschätzungsdivergenzen

Wiederholt wurde in den Interviews das Problem einer Distanziertheit bzw. mangelnden Akzeptanz, welche Unternehmer/inne/n aus den türkisch-kurdischen

Communities seitens türkischer Entrepreneurs, Kund/inn/en, Gästen etc. entgegengebracht wird, erwähnt. Auch auf die Kundenfrequenz und somit auf den Unternehmenserfolg scheinen gemäß Einschätzungen der Befragten Einflüsse nachweisbar zu sein. Dies führt oft zu Strategien einer „Verschleierung“ des ethnischen Backgrounds kurdischstämmiger Unternehmer/innen. Nur ganz wenige deklarieren sich offen als kurdisch. Andere Befragte betonten allerdings die hohe Reputation, welche sie bei ihren Kund/inn/en genießen, obwohl ihre Zugehörigkeit zur kurdischen Diaspora bekannt ist. Die Effekte und etwaigen Problemkonstellationen scheinen je nach Standorten, Unternehmen und Branchen sehr unterschiedlich zu sein.

### Integrationsorientierung der Kurd/inn/en

Ein sowohl in der Unternehmerbefragung als auch seitens der Experten angesprochener Aspekt bezieht sich auf die hohe Integrationsbereitschaft der kurdischen Immigrant/inn/en. Ohne in diesem Zusammenhang eine kritische Reflexion des Integrationsbegriffs vornehmen zu wollen, erleichtert dies den Einstieg und das Avancement auf dem Arbeitsmarkt der unselbständigen Erwerbstätigkeit sowie die Entrepreneurship. Angebote türkischer Entrepreneurs richten sich häufiger an Angehörige der eigenen Communities. Allerdings haben sich infolge der politischen und wertemäßigen Entwicklungen in der Türkei auch in kurdischen Unternehmen Veränderungen vollzogen. Zum Beispiel wird in Lebensmittelhandel und Gastronomie der Verkauf von Alkohol, der früher meist unproblematisch war, nun oft abgelehnt und Fleisch nur mehr aus *halal*-Schlachtungen angeboten.

### Bedeutung der herkunftsstaatlichen Förderung

In den Interviews wurde mehrmals die Bedeutung der Unterstützung türkischer Organisationen und Unternehmen durch den türkischen Staat angesprochen. Dazu zählt auch, dass wirtschaftliche Kooperationsstrukturen gefördert und die Potentiale der türkischen Entrepreneurs zum Nutzen der Türkei eingesetzt werden. Unterstützungen seitens des Iraks, Syriens und des Irans konnten nicht festgestellt werden. Erfolgreiche türkische Entrepreneurs werden in Netzwerke inkorporiert mit dem Ziel, das Prestige der Türkei sowie Wirtschaftsverflechtungen zu fördern. Dies stärkt türkische Entrepreneurs, die Handel mit der Türkei treiben, und hat positive Effekte auf das türkische Unternehmer/innentum. Zwar scheinen kurdische Unternehmer/innen davon nicht grundsätzlich ausgeschlossen zu sein, aber es ist fraglich, ob sie die Positiveffekte analog nutzen können. Dies ist vor allem dann nicht anzunehmen, wenn sie sich offen als „kurdisch“ deklarieren.

## 5.2 Schlüsselbereiche der Förderung der Diaspora Entrepreneurship

Die Diaspora Entrepreneurship der Kurd/inn/en ist ein wichtiger Bestandteil der lokalen, aber zugleich auch der nationalen Wirtschaftsentwicklung. Hinsichtlich des Bedarfs an Förderungen sind die Bedürfnisse von Entrepreneurs aus den kurdischen Communities so heterogen wie die Unternehmen, welche sie führen bzw. zu gründen beabsichtigen. Dies gilt für die Branchenzugehörigkeit ebenso wie für die qualifikatorischen Voraussetzungen, die Unternehmensgröße, den Kapitalbedarf, die Mitarbeiter/innenzahl etc. Eine zielgruppenbezogene Förderung spezifisch für kurdische Entrepreneurs erscheint nicht sinnvoll. Intentionen in Richtung zielgruppenorientierter Förderungen wurden in der Vergangenheit bereits heftig kritisiert. Es entsteht damit der Eindruck der einseitigen Bevorzugung bestimmter Gruppen. In Wien wird eine **erfolgreiche Abstimmung der Einzelmaßnahmen und Maßnahmenbündel** unterschiedlicher Fördergeber (WKW, z.B. Gründerservice der WKW, <<https://www.gruenderservice.at/>>, Wirtschaftsagentur Wien z.B. <<https://wirtschaftsagentur.at/foerderungen/aktuelle-programme/>> etc.) praktiziert. Details zu bestehenden Förderungen sind den Homepages der genannten Institutionen zu entnehmen. Im Folgenden werden aus der Perspektive der Autor/inn/en dieses Bandes wichtige Ansatzpunkte für Fördermaßnahmen aufgezählt:

- Die Förderung der Migrant Entrepreneurship in Wien erfolgt vor allem durch **finanzielle Förderungen**: In diese Kategorie fällt neben Subventionen und Prämien auch die Kreditvergabe, aber auch der begünstigte Zugang zu Büroräumen in Gründerzentren oder Unterstützungen für die betriebliche Standortfindung. Des Weiteren sind auch **fachliche Beratung, die Zurverfügungstellung von Expert/inn/enwissen, Hilfestellungen** bei der Bewältigung bürokratischer und institutioneller Barrieren relevant.
- Darüber hinaus sind ein allgemein **positives Gründungsklima** und somit der Gesamtkomplex der lokalen, urbanen **Opportunity Structures** relevant. Aufgrund der Interdependenzen zwischen den Elementen der Opportunitätsstrukturen ist keine einzelne Maßnahme für sich imstande, die Migrant Entrepreneurship zu forcieren. Erst aus deren Zusammenspiel resultiert eine nachhaltige Verbesserung des Unternehmensgründungsklimas. Einzelmaßnahmen können die Opportunity Structures allerdings jeweils partiell beeinflussen. In summa ist das Gesamtgefüge der Opportunity Structures in Wien positiv zu bewerten. Zahlreiche Fördermaßnahmen wurden im Verlauf der letzten Dekade gesetzt, bestehende Förderungen diversifiziert und diese durch geeignete PR-Strategien in den Communities aktiv bekannt gemacht. Angebote zur gründungsvorbereitenden Begleitung und zur Unterstützung von Jungunternehmer/inne/n in Problemsituationen sind vorhanden, Beratung durch Expert/inn/en wird angeboten.

- **Zielgruppenspezifische Fördermaßnahmen** werden unterschiedlich bewertet und von der Mehrzahl der Expert/inn/en abgelehnt. Die Expert/inn/en klassifizierten drei Kategorien von Unternehmer/inne/n mit Problemen: solche mit niedrigem Bildungslevel, jene mit geringen Deutschkenntnissen sowie Unternehmer/inne/n („forced entrepreneurs“), die Push-Gründungen aus dem Zwang der Beschäftigungslosigkeit heraus vornehmen. Bei diesen kommt es zu einer Problemakkumulation infolge einer Distanz gegenüber Institutionen, einer Scheu vor der Inanspruchnahme von Beratung, einer schwachen Kapitalbasis sowie Defiziten an Qualifikation und unternehmerischem Knowhow. Diese Gruppen dürften gemäß den empirischen Ergebnissen des vorliegenden Projekts in den kurdischen Communities aber ohnehin nur selten Unternehmen gründen. Dennoch kann empfohlen werden, gezielt Maßnahmen zu ergreifen, um diese Gruppen besser zu erreichen.
- Der Faktor **Bildung** spielt auch in der Selbständigkeit eine wichtige Rolle. Es geht hierbei nicht nur um formale Qualifikationen, sondern vor allem auch um die Kenntnis bürokratischer Prozesse sowie um auf Institutionen und deren Funktionen bezogenes Wissen. Dieses erleichtert es Unternehmer/inne/n, eine Firma zu gründen und erfolgreich zu führen. Eine positive Entwicklung in der kurdischen Diaspora ist die hohe und steigende Zahl an Absolvent/inn/en von Lehr- und weiterführenden Schulabschlüssen sowie Universitäten und FHs. Da bei den Absolvent/inn/en kommerzielles und institutionelles Wissen vorhanden ist, können diese Bildungsabschlüsse auch die Schwellenangst gegenüber Beratung stark reduzieren. Damit ist ein wichtiger Impuls zur Erhöhung der Gründer/innenzahlen gegeben. Eine weitere Förderung der Teilhabe der Jugendlichen der kurdischen Communities an jeglicher Schul- und Berufsausbildung könnte auch einen Take-off bei Unternehmensgründungen nach sich ziehen.
- Von einzelnen Unternehmer/inne/n wurde das Problem der Anerkennung von im Ausland erworbenen **Qualifikationen** und Berufsausbildungen angesprochen. In diesem Punkt wurden vielfach ein vereinfachtes Procedere der Anerkennung sowie ein transparenterer Zugang zu vielen Zweigen des selbständigen Gewerbes gewünscht. Dies kann selbstverständlich nicht bedeuten, dass sinnvolle Zugangsanforderungen abgeschafft werden sollen.
- An unternehmerischer Motivation und Begeisterung mangelt den befragten Kurd/inn/en in der Diaspora keinesfalls, manchmal aber am **Management-Know-how** und vor allem bei den Älteren und weniger gut Ausgebildeten an heutzutage unbedingt nötiger **Innovationsorientierung**. Gerade viele jüngere und gut ausgebildete kurdische Unternehmer/innen sind aber bereits alternative Wege der Selbständigkeit in zukunftsorientierten Branchen gegangen. Daneben bestehen noch immer traditionelle Nischen der Diaspora Entrepreneurship (Gastronomie, Lebensmitteleinzelhandel), in denen mit der Einführung innovativerer Unterneh-



menskonzepte und Standortüberlegungen die Konkurrenzfähigkeit der Betriebe erhöht werden kann.

- Mangelnde **Finanzierungsmöglichkeiten** sind aus Sicht der befragten Unternehmer/innen und Expert/inn/en eine wesentliche Herausforderung der Unternehmensgründung. (Klein)unternehmensgründer/innen wie die meisten Kurd/inn/en decken ihren Eigenkapitalbedarf oftmals über eigene Reserven, soziale Netzwerke oder Bankkredite. Der Zugriff zu verfügbaren Förderungen fand in den im Rahmen dieses Projektes durchgeführten Interviews kaum Erwähnung. Dieses Defizit sollte proaktiv durch Informationsoffensiven über mögliche Förderungen kompensiert werden.
- Der **Informationszugang** stellte für manche befragten Unternehmer/innen, vor allem für jene mit geringeren Deutschkenntnissen, in der Gründungsphase eine erhebliche Barriere dar. Die Förderung eines niederschweligen Zugangs zu nötigen Informationen kann als ein Vehikel zu einer größeren Zahl erfolgreicher Unternehmensgründungen fungieren. Laut den Interviews fehlte es an Wissen über das Regel- und Institutionensystem in Österreich sowie über die Förderangebote für die Selbständigkeit.
- **Sprachbarrieren** spielen für die kurdischen Herkunftsgruppen offenbar eine untergeordnete Rolle und fanden selten Erwähnung. Die Zuwanderung aus der Türkei setzte bereits in der Gastarbeiterära der 1960er Jahre ein, nachkommende Familienangehörige fanden oft bereits soziale Netzwerke vor. Bei rezent Geflüchteten aus Syrien und dem Irak konnte das Sprachdefizit durch inzwischen verfügbare gezielte Maßnahmen wie ein Kursangebot kompensiert werden.
- Im Sample wurde nur ganz selten erwähnt, dass die bestehenden **Beratungsmöglichkeiten** in Anspruch genommen worden waren. Offenbar werden auch niedrigschwellige Angebote nicht in dem Ausmaß genutzt, wie dies intendiert ist. Diese Scheu zu überwinden, wäre ein wichtiges Ziel, um mit künftigen Maßnahmen zielgerichtet anzusetzen. Als wichtige Partner sehen wir hier die Organisationen der kurdischen Diaspora-Communities. Diese sollten gezielt angesprochen und als Multiplikatoren der Förderung selbständiger Erwerbstätigkeit einbezogen werden.
- Vor allem seitens der Expert/inn/en wurde ein grundlegender **Strukturwandel** der Migrant Economy in Wien diagnostiziert. Auch kurdische Immigrant/inn/en sind bereits zunehmend in strukturstärkeren und zukunftssträchtigeren Wirtschaftssektoren aktiv als noch vor einer Dekade und dieser Trend wird sich künftig verstärken. Die Voraussetzungen dafür bieten das wesentlich höhere Bildungsniveau der zweiten und dritten Generation, die bereits im Herkunftsland erworbenen besseren Bildungsabschlüsse rezenter Geflüchteter im Vergleich zu den ehemaligen „Gastarbeiter/inne/n“ sowie steigende Investitionsvolumina aufgrund intergenerational erarbeiteter Kapitalakkumulation in den Familien. Diese Basis

und die Vielfalt an Talenten und innovativen Ideen sollten als vorhandene Ressource systematisch genutzt werden.

- Die Bundeshauptstadt Wien ist in ihrer Politik der Aufwertung der Migrant Economy, deren Förderung und der Betonung der Integrationsfunktion selbständiger Erwerbstätigkeit von Immigrant/inn/en weit fortge
- Die Bundeshauptstadt Wien ist in ihrer Politik der Aufwertung der Migrant Economy, deren Förderung und der Betonung der Integrationsfunktion selbständiger Erwerbstätigkeit von Immigrant/inn/en weit fortgeschritten. In keiner anderen Stadt in Österreich besteht heute eine derartige Vielfalt an Unterstützungsangeboten und Fördermaßnahmen. Die große Reform der Gewerbeordnung im Jahr 2002 war dabei ein wichtiger Schritt. **Ein weiterer Abbau von Zugangsbeschränkungen wäre von Vorteil.**
- Da **Frauen in der kurdischen Diaspora** schwerer als Männer Ressourcen aus Netzwerken beziehen können, profitieren sie stärker von Unterstützungsleistungen durch institutionelle Fördergeber. Wenn diese Fördergeber ebenso wie informelle und formelle Netzwerke materielle Ressourcen und Beratung bereitstellen und emotionale Unterstützung und Ermutigung für Gründerinnen bieten, hat dies einen positiven Einfluss auf die unternehmerische Selbstwirksamkeit der Frauen und ihr Selbstvertrauen in Bezug auf den Erfolg des eigenen Vorhabens. Damit könnte ihre Überzeugung gestärkt werden, dass die Entrepreneurship für Frauen machbar, erstrebenswert und finanziell lukrativ ist. Aus diesem Grund ist anzustreben durch ein noch höheres Maß an gezielter Unterstützung den nach wie vor existierenden „gender gap“ in der Entrepreneurship auch in den kurdischen Communities in Wien zu verringern.