

## **Anfrage Fraktion Bündnis 90 / Die Grünen zum "Ethno-Business" (13.06.2006)**

In Osnabrück lebt, arbeitet und konsumiert eine zunehmend multikulturelle Bevölkerung. Mehr als 20 Prozent der Osnabrücker/innen sind Ausländer und/oder Menschen mit Migrationserfahrungen (Menschen mit doppelter Staatsangehörigkeit, Eingebürgerte, Asylbewerber, Aussiedler, Kontingentflüchtlinge etc.). Ihre wirtschaftlichen Aktivitäten in Handel, Dienstleistungen und Gewerbe sind teilweise vor ihrem kulturellen Hintergrund zu sehen und darauf bezogen. Von Experten wird dies unter dem Begriff des „Ethno-Business“ zusammen gefasst.

Insgesamt ein wachsendes Marktpotenzial, dessen Bedeutung in jeder Beziehung gerade unter Globalisierungsbedingen für die Stadtentwicklung weiter zunehmen wird. Die Integration unterschiedlicher ethnischer Gesellschaftsteile in Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing erscheint folglich als eine Aufgabe, der sich die Stadt auch aus eigenem Interesse widmen muss.

Vor diesem Hintergrund fragen wir die Verwaltung:

1. Wie hoch schätzt die Verwaltung das Marktpotenzial (Konsum und Wertschöpfung) des Ethno-Business in Osnabrück ein?
2. In welchen Sektoren und Branchen sind wirtschaftliche Aktivitäten des Ethno-Business in Osnabrück angesiedelt und welche zusätzlichen Potenziale zeichnen sich ab?
3. Welche Instrumente und Maßnahmen der Wirtschaftsförderung und des Stadtmarketing stehen in Osnabrück zur Erschließung und Erweiterung des Ethno-Business zur Verfügung bzw. sind ggf. geplant?

Bevor die einzelnen Fragen direkt beantwortet werden, sollen hier einige Sachverhalte dargestellt werden, die dem besseren Verständnis des Gesamtgegenstandes dienen.

### **1. Vorbemerkung**

Ethnische Ökonomie<sup>1</sup> wird immer noch weitgehend gleich gestellt mit türkischen Imbissstuben oder dem Handel von Pakistani mit Handy-Ersatzteilen. Doch diese Gleichstellung entspricht einer naiven Vorstellung über die tatsächliche Entwicklung dieses Sektors der wirtschaftlichen Entwicklung. Dies mag an den folgenden voran gestellten Hinweisen deutlich werden:

- Mehr als 10 % der Selbständigen in Osnabrück sind inzwischen Zugewanderte oder deren Kinder;
- Die wirtschaftliche Dynamik ist deutlich stärker als bei den deutschen Selbständigen, wenn man dies an der Zunahme von Unternehmen misst.
- Der Kundenstamm der meisten ethnischen Betriebe ist schon lange überwiegend deutsch.
- Nach Beobachtungen der Gewerbeaufsicht übernehmen nicht selten ethnische Unternehmen die Lokale von insolventen deutschen Unternehmen und verhindern Leerstände usw.
- Die ethnischen Betriebe sind inzwischen in allen Branchen vertreten.
- Auch für die Zukunft wird den ethnischen Betrieben ein überdurchschnittlich hohes Wachstumstempo vorausgesagt, wie dies später am Beispiel der türkischen Unternehmen durch Zitate des Zentrums für Türkeistudien der Uni Essen/Duisburg dargelegt wird.

Als ethnisches Unternehmen wird im folgenden jedes Unternehmen verstanden, dessen Besitzer oder Gesellschafter ganz oder teilweise Menschen mit einem Migrationshintergrund sind.

---

<sup>1</sup> Die Begriffe der „Ethnischen Ökonomie“, des „Ethno-Business“, der „Migranten-Ökonomie“ oder ähnliche andere erwecken den Eindruck, als handele es sich hierbei um eine andere Form der Ökonomie. Wohl aber gibt es innerhalb der Volkswirtschaft „ethnische Nischen“ oder die Ethnisierung bestimmter Bereiche.

Es muss im Interesse der Osnabrücker Stadtgesellschaft sein, diese ökonomischen Tendenzen zu unterstützen. Sowohl im Hinblick auf die gesamtwirtschaftliche Situation heute und morgen, als auch im Hinblick auf die integrative Wirkung und die soziale Situation der Zugewanderten muss es ein großes Interesse sein, hier Unterstützung zu bieten.

## 2. Grundsätzliches zur Entwicklung in den letzten Jahren in Deutschland

Eine aktuelle Studie des Institut für Mittelstandsforschung (ifm) der Universität Mannheim zur „Bedeutung der ethnischen Ökonomie in Deutschland“ im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit aus dem Jahr 2005 belegt, dass die ethnische Ökonomie in Deutschland einen gewichtigen Wirtschaftsfaktor darstellt, dessen Größe und Leistungsfähigkeit noch weiter zunehmen dürfte. Nach der Studie wurden in Deutschland im Jahr 2003 insgesamt 286.000 ausländische Selbstständige registriert, wobei rund die Hälfte aus einem der EU-Länder (EU 15) stammte. Die Italiener stellten dabei mit 46.000 Selbständigen einen Anteil von 16%. Unter den Türken waren 43.000 selbständig und unter den Griechen 26.000. Die drei größten Selbständigengruppen, die in der Studie gesondert betrachtet wurden, stellten rund zwei Fünftel aller Selbständigen. Die Entwicklung ausländischstämmiger Selbständigkeit ist von starken Zunahmen geprägt; allein unter den türkischstämmigen Staatsbürgern hat sich die Zahl der Selbständigen seit 1991 um 21.000 erhöht und sich damit verdoppelt.

Entgegen der Annahmen der angloamerikanischen Forschung, wonach ein wesentliches Funktionselement ethnischer Ökonomien darin zu sehen sei, dass sie ihr Kundenpotential aus der jeweils eigenen Ethnie schöpfen, konnten die Befunde der Studie dies für Deutschland nicht bestätigen. Unter den selbständigen Migrant/innen überwiegt danach in Deutschland die Zahl derer, bei denen weniger als ein Viertel der Kunden die selbe Herkunft aufweist.

Die Autoren der Mannheimer Studie stellen einschränkend fest, dass die Datenlage über Migranten, insbesondere bei einer Unterscheidung nach dem Erwerbsstatus, äußerst dürftig ist. So wird nur – wenn überhaupt – nach Staatsangehörigkeit unterschieden und Eingebürgerte oder Aussiedler sind statistisch nicht identifizierbar. Deshalb wurde neben einer Auswertung amtlicher und wissenschaftlicher Statistiken und des Mikrozensus eine repräsentative Telefonbefragung durchgeführt, die auch Migranten einbezog, deren Eltern nicht-deutscher Herkunft sind, die aber durch Einbürgerung die deutsche Staatsangehörigkeit erlangten.

Die nachfolgenden Übersichten des ifm vermitteln einen Überblick über die betrieblichen und gesamtwirtschaftlichen Leistungspotenziale ausländischstämmiger Selbständigkeit in Deutschland.

Aus Übersicht 1 wird deutlich, dass die Gruppe der türkischen Unternehmer/innen mit Abstand die größte ist. Jedoch hat sie mit 5,8 % im Vergleich zu den beiden anderen Gruppen die geringste Selbständigenquote. Hier gibt es noch gewaltige Reserven, die hier später auch skizziert werden.

Ausgewählte Merkmale	Herkunft			
	griechisch	italienisch	türkisch	Ausländer insgesamt
Ausländische Selbständige	26.000	46.000	43.000	286.000
Eingebürgerte Selbständige (Telefonbefragung)	1.500	3.500	17.500	
Ausländischstämmige Selbständige insgesamt	27.500	49.500	60.500	
Frauenanteil in %	24,0	19,6	18,6	26,2
Anteil an allen ausländischen Selbständigen in %	9,1	16,1	15,0	100,0
Selbständigenquote in %	15,5%	13,1%	5,8%	9,6%
Entwicklung der absoluten Zahlen seit 1991	+ 5.000	+ 16.000	+ 21.000	+ 111.000
Relative Veränderung in %	+ 24	+ 53	+ 95	+ 63
Entwicklung der Selbständigenquote seit 1991 in Prozentpunkten	+ 4	+ 4	+ 3	+ 3

Übersicht 2 zeigt die Anteile der jeweiligen Nationalitäten an allen ausländischen Selbständigen in der Bundesrepublik. Zum Vergleich sind hier die Anteile der jeweiligen Gruppen in Osnabrück gegenüber gestellt. Der Anteil der türkischen Unternehmer/innen in Osnabrück weicht kaum vom Bundesdurchschnitt ab. Hingegen liegt hier der Anteil der selbständigen Europäer/innen um 5 Prozentpunkte niedriger als im Bundesgebiet. Andererseits ist der Anteil der Nicht-Europäer unter den ausländischen Unternehmer/innen in Osnabrück 5 Prozentpunkte höher als im Bundesgebiet.

### Übersicht 2: Verteilung und Anzahl selbständiger Migranten in Deutschland nach Staatsangehörigkeit (2003)

Nationalität	Europäische Union					Sonst. Europa		Türkei	Übrige	Zusammen
	Griechen	Italiener	Niederländer	Österreicher	(übrige) EU-Europäer	Ex-Jugoslawen	(übrige) Nicht-EU-Europäer	Türken	Übrige Ausländer	Alle ausl. Selbständigen
Deutschland abs.	26.000	46.000	13.000	21.000	35.000	21.000	31.000	43.000	47.000	283.000
Deutschland in %	9	16	5	7	14	7	11	15	16	100,0
Osnabrück abs.	27	69	86	20	188	42	181	151	199	963
Osnabrück in %	3	7	9	2	20	4	19	16	21	100,0

### 3. Türkische Unternehmensgründungen

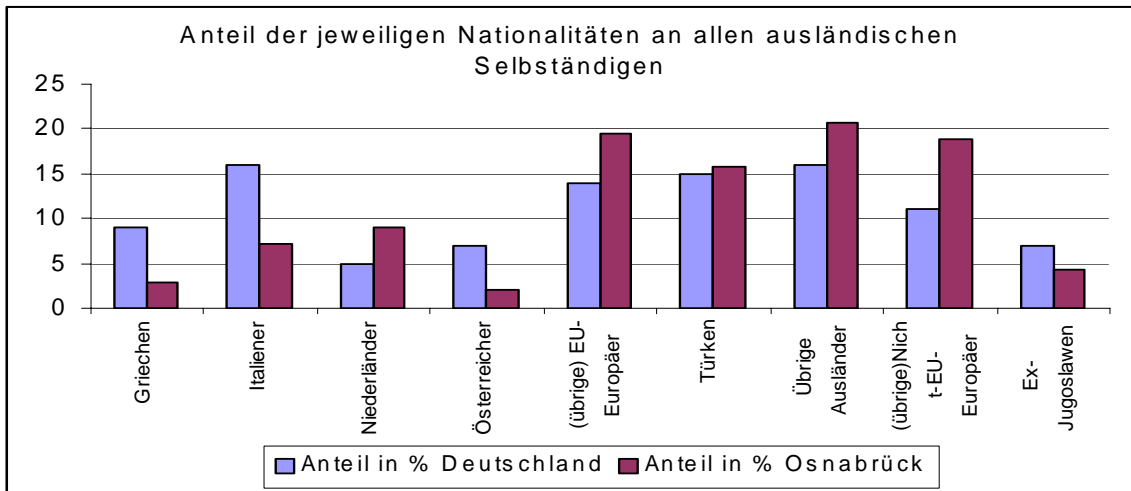
Von einer noch höheren Zahl türkischer Selbständiger geht die Stiftung Zentrum für Türkei-studien (ZfT) aus. Die an der Universität Duisburg-Essen angesiedelte Stiftung (ZfT) hat im September 2005 eine aktuelle Studie vorgestellt. Unter dem Titel "Türkische Unternehmer in Deutschland und in der EU - Eine neue europäische Mittelschicht im Aufbruch" zeigt die Studie eine Wachstumsdynamik der türkischen Unternehmen in Deutschland und in der EU, die die durchschnittlichen Wachstumsraten der jeweiligen Volkswirtschaften deutlich übersteigt.

Mitte des Jahres 2005 hatte das ZfT 846 Unternehmen im Auftrag der Türkisch- Deutschen Industrie- und Handelskammer (TD-IHK) befragt. Eine Erhöhung des jährlichen Gesamtumsatzes in den vergangenen zehn Jahren um insgesamt 87,5 Prozent auf heute mehr als 40,5 Milliarden Euro, eine annähernde Verdopplung der Investitionen und die Schaffung und Sicherung von 451.000 Arbeitsplätzen europaweit sprechen laut ZfT eine deutliche Sprache.

Mit ihrer Bereicherung für Warenangebote, Wettbewerb, Arbeits- und Ausbildungsmarkt, Integration und Internationalisierung seien die 94.000 türkischen Unternehmer in der EU Beleg für den hohen Stellenwert selbständigen Engagements in der türkischen Community. Zugleich relativiere die Wachstumsdynamik Befürchtungen von Arbeitsplatzkonkurrenz in Europa im Falle einer EU-Mitgliedschaft der Türkei, so ZfT-Direktor Faruk Sen: "In Deutschland verdreifachte sich die Zahl türkischer Selbständiger in den letzten zwanzig Jahren von 22.000 auf 64.000. Verglichen mit dem Wachstum der türkischen Bevölkerung wuchs die Zahl türkischer Selbständiger und damit auch potentieller Arbeitgeber doppelt so schnell."

Bis 2015 prognostiziert die Studie ein Anwachsen der Zahl türkischer Selbständiger europaweit auf 160.000 Unternehmen, 120.000 davon in Deutschland. Verbunden damit sind hohe Investitionen und eine Verdoppelung der Arbeitsplätze in Europa. Allein in Deutschland wären dann insgesamt 720.000 zusätzliche Arbeitsplätze entstanden. Den Gesamtumsatz

türkischer Unternehmer sieht das ZfT im Jahr 2015 bei insgesamt 87 Milliarden Euro in Europa und 66,5 Milliarden Euro in Deutschland.



Der Umsatz der ausländischen Unternehmer/innen sowie der deutschen Unternehmer/innen mit Migrationshintergrund ist erheblich. Allein die griechischen, italienischen und türkischen Selbständigen machen bundesweit einen Umsatz von 49,1 Mrd. €. Sie haben über 600.000 Beschäftigte und mit rund 16.000 Auszubildende eine zwar noch nicht so riesige, aber ständig steigende Ausbildungsbedeutung.

Schwer ist es zu beurteilen, ob die in Überblick 3 dargestellten Daten wirklich Durchschnittsdaten sind, oder ob diese doch über einzelne Großunternehmen nach oben hin verfälscht werden.

Übersicht 3: Übersicht zu den betrieblichen und gesamtwirtschaftlichen Leistungspotenzialen ausländischstämmiger Selbständigkeit in Deutschland

Ausgewählte Merkmale	Herkunft		
	griechisch	italienisch	türkisch
Sektoraler Schwerpunkt	Gastgewerbe (50%)	Gastgewerbe (52%)	Handel (32%)
	Handel (24%)	„sonstige“ DL (23%)	„sonstige“ DL (29%)
Durchschnittliche Unternehmensgröße	4,0 Beschäftigte	4,8 Beschäftigte	4,3 Beschäftigte
Beschäftigungsbeitrag			
Arbeitgeberbetriebe	56%	67%	49%
Arbeitsplätze insgesamt	109.000	240.000	260.000
Ausbildungsbeitrag			
Ausbildungsbetriebe	6%	9%	15%
Durchschn. Azubi-Zahl	1,8	2,1	1,7
Ausbildungsplätze	1.800	6.500	7.500
Umsätze in €	9,3 Mrd.	15,1 Mrd.	24,7 Mrd.
Umsätze je Unternehmen in €	340.000	302.000	408.000

#### 4. Unterstützungsbedarf

Es werden innerhalb der Literatur verschiedene spezifische Probleme ausländischer Selbständiger – sowohl direkt im Gründungsprozess, als auch im laufenden Geschäftsbetrieb – benannt. Hier sollen drei der meist genannten Probleme benannt werden. Es sind dies:

- Ethnische Unternehmen haben häufig Probleme bei der Fremdfinanzierung und konzentrieren sich oft auf Gewerbe mit geringen Einstiegskosten. Auch ist eine Finanzierung durch Familien oder Netzwerke nicht selten. Dennoch bleibt häufig eine Unterfinanzierung ein großes Problem. Ein erheblicher Teil der Insolvenzen geht auf dieses Problem zurück.
- In der Literatur wird immer wieder darauf hingewiesen, dass ethnische Unternehmen kaum Zugang zu Unterstützungsdiensten im Sinne hochwertiger öffentlicher und privater Beratungsangebote finden.
- Die größten Probleme werden durch Floeting u.A. im laufenden Geschäftsbetrieb der ersten fünf Jahre gesehen. „Adäquate Krisenmanagementangebote fehlen bisher zumeist oder greifen nicht umfassend, da zuweilen ihre Wirksamkeit durch eine bei einigen Migrantenunternehmen verbreitete Beratungsresistenz eingeschränkt wird.“<sup>2</sup>

Es gibt inzwischen in vielen Städten unterschiedliche Förder- und Akteursstrukturen, die auch gut beschrieben und ausgewertet sind. Diese hier vorzustellen sprengt den Rahmen der Beantwortung einer Anfrage.

#### 5. Beantwortung der gestellten Fragen

##### **Zu 1: Wie hoch schätzt die Verwaltung das Marktpotenzial (Konsum und Wertschöpfung) des Ethno-Business in Osnabrück ein?**

Zur Wertschöpfung<sup>3</sup> ist keine Aussage möglich. Es sind auch keine Quellen bekannt, nach denen die Wertschöpfung durch die ethnische Ökonomie untersucht worden wäre.

Soweit man vereinfachend Konsum mit Umsatz gleichsetzt, kann versucht werden, hier Aussagen in Analogie zu Bundesdaten zu machen.

Geht man von den in der Übersicht 3 vom ifm genannten Umsätzen aus und überträgt diese auf die lokalen Gegebenheiten für die drei Nationalitätengruppen, ergäbe sich für Osnabrück, dass die griechischen Gewerbebetriebe einen Gesamtumsatz von 9,13 Mio. € erwirtschaften, während dieser bei italienischen Selbständigen bei rund 21 Mio. € liegt und bei türkischen Selbständigen 61,6 Mio. €, insgesamt also allein für diese drei Gruppen 91,7 Mio. € beträgt. Würde man diese Summe fortschreiben auf alle zugewanderten Selbständigen in Osnabrück, so ergäbe sich hier die Summe von 357 Mio. € Umsatz. Diese Höhe wird aber bei weitem nicht für realistisch gehalten. Es muss davon ausgegangen werden, dass in diese bundesweiten durchschnittlichen Umsatzzahlen auch einzelne sehr große Unternehmen eingehen, die das Bild verfälschen. Floeting u.A. gehen davon aus, dass

„der Geschäftsbetrieb von ethnischen Unternehmen (...) häufig nur zu geringen Erwerbseinkommen für die Selbständigen (führt). Zwar gab es bei den untersten Einkommensgruppen (unter rund 700 Euro) zwischen deutschen und ausländischen Selbständigen insgesamt nur geringe Unterschiede, betrachtet man dagegen die höchsten Einkommensgruppen (über rund 2000 Euro), ergeben sich deutliche Unterschiede. Lag bei fast 40 Prozent der deutschen Selbständigen das Ein-

---

<sup>2</sup> Floeting, Holger; Reimann, Bettina; Schuleri-Hartje, Ulla: Von ‚Tante Emma‘ zu ‚Onkel Ali‘ – Entwicklung der Migrantenökonomie in den Stadtquartieren deutscher Großstädte. DifU, Aktuelle Informationen, April 2005.

<sup>3</sup> <Wertschöpfung> das Nettoergebnis der Produktionstätigkeiten (Bruttoproduktionswerte minus Vorleistungen minus Abschreibungen) oder die Summe der durch den Produktionsprozess entstandenen Einkommen einer Volkswirtschaft (Nettonationaleinkommen zu Faktorkosten = Volkseinkommen). Quelle: www.wissen.de

kommen über dieser Marke, so verdienten nur 26 Prozent der ausländischen Selbständigen so viel. Betrachtet man allein bestimmte Migrantengruppen, die in stärkerem Maße auch als ethnische Unternehmer erscheinen, wächst diese Diskrepanz noch einmal zusätzlich. So erzielen nur etwa 15 Prozent der türkischen und 18 Prozent der griechischen Selbständigen Einkommen über rund 2000 Euro. Zwischen den einzelnen Migrantengruppen, die in Migrantenunternehmen tätig sind, gibt es somit erhebliche Unterschiede. Der Anteil von jugoslawischen und italienischen Selbständigen in den hohen Einkommensgruppen liegt deutlich über dem griechischer oder türkischer Selbständiger (Leiß 2001, zit. n. Buschmann 2003:9)<sup>4</sup>

Bei der Interpretation der Zahlen und Ausführungen bleibt auf jeden Fall Vorsicht erforderlich. Es gibt nur wenige Quellen und diese werden in den meisten Untersuchungen immer wieder zitiert.

Um zu verlässlicheren Daten für Osnabrück zu kommen, werden hier eigene Untersuchungen – beispielsweise im Rahmen einer Diplomarbeit für sinnvoll und erforderlich gehalten.

## **Zu 2: In welchen Sektoren und Branchen sind wirtschaftliche Aktivitäten des Ethno-Business in Osnabrück angesiedelt und welche zusätzlichen Potenziale zeichnen sich ab?**

Eine Auswertung der kommunalen Gewerbeanzeigenstatistik nach dem Kriterium Staatsangehörigkeit ergibt folgendes Bild:

Von den insgesamt 10.553 als aktiven gemeldeten Gewerbebetrieben und Firmen (Stand: 16.05.2006) hatten danach 963 mindestens einen Betriebsinhaber mit ausländischer Staatsangehörigkeit. Dies entspricht einer ausländischen Selbständigenquote von 9,1 %. Bundesweit lag diese für ausländische Selbständige bei 9,7 %, und hat sich damit der deutschen Selbständigenquote von 10,9 % in 2004 fast angenähert.<sup>5</sup>

Bei den Angaben über Selbständige mit Migrationshintergrund ist nicht berücksichtigt, dass Eingebürgerte in der Statistik nicht ausgewiesen werden. Nach der Mannheimer Studie (s. Übersicht 1) kommen z. B. bei den türkischstämmigen Selbständigen neben den 43.000 mit türkischer Staatsangehörigkeit noch rund 17.500 (+ 40,7%) Eingebürgerte hinzu. Bezieht man diesen Wert - bei allen damit verbundenen Einschränkungen - auf die Osnabrücker Situation, müsste man von etwa 212 anstelle der ausgewiesenen 151 türkischstämmigen Gewerbetreibenden ausgehen. Insgesamt läge bei Berücksichtigung der deutschen Selbständigen mit Migrationshintergrund die Selbständigenquote in Osnabrück deutlich über 10 % und dürfte damit die Selbständigenquote der Deutschen ohne Migrationshintergrund eingeholt haben.

Bezogen auf die 10 größten Nationalitätengruppen (69 insgesamt), ergeben sich innerhalb einer großen Bandbreite der Branchenbereiche deutlich differenzierende Schwerpunkte. Italiener und Griechen sind überwiegend in der Gastronomie tätig, während bei türkischstämmigen und spanischen Selbständigen sich Einzelhandel und Gastronomie in etwa die Waage halten. Polnische Selbständige sind vor allem im Baunebengewerbe (Fliesenleger) vertreten.

Die Dominanz von Gastgewerbe und Handel spiegelt eine sektorale Ausrichtung wieder, die eine hohe Bereitschaft zum Risiko, eine hohe Arbeitsmotivation und Leistungsbereitschaft erfordert, da es sich um sehr wettbewerbs- und arbeitsintensive Bereiche handelt, in welchem gleichzeitig eine hohe Fluktuation durch Markteintritte und –austritte herrscht.

Auch die o.g. Studie des ZfT kommt zu einem ähnlichen Ergebnis: „Der Schwerpunkt der türkischen Selbständigen in Deutschland liegt noch immer in den Bereichen Ein-

---

<sup>4</sup> Floeting, Holger; Reimann, Bettina; Schuleri-Hartje, Ulla: Von ‚Tante Emma‘ zu ‚Onkel Ali‘ – Entwicklung der Migrantenökonomie in den Stadtquartieren deutscher Großstädte. DifU, Aktuelle Informationen, April 2005.

<sup>5</sup> Quelle: Bericht der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration über die Lage der Ausländerinnen und Ausländer in Deutschland vom August 2005, Tab. 24)

zelhandel (34,1%) und Gastronomie (23,0%). Allerdings schrumpften diese Sektoren in den vergangenen Jahren zugunsten des Dienstleistungsbereichs, wo ein klares Wachstum auf einen Anteil von 22,8% (Jahr 2000: 19,2%) der Betriebe zu verzeichnen ist.(.....) Diejenigen Unternehmen, die sich noch in den klassischen Branchen der Migrantenökonomie bewegen, insbesondere in Gastronomie und Einzelhandel, sehen sich zunehmendem Wettbewerbsdruck ausgesetzt, auch durch die türkischen Mitkonkurrenten." Zugleich könne die Branchendifferenzierung in der Migrantenökonomie noch deutlich schneller vonstatten gehen, wenn die Gründer nicht nur verstärkt auf innovative Branchen setzten, sondern auch in größerem Maße in die Strukturen der Wirtschaftsförderung eingebunden wären und von ihnen Kenntnis hätten. Zudem stünden die deutschen Banken vielen Gründungsvorhaben von Zuwanderern verhältnismäßig skeptisch gegenüber. "In jedem Fall muss es in Zukunft nicht nur um Gründungs- sondern auch um Nachhaltigkeitsförderung in der türkischen Zielgruppe gehen", blickt der Leiter des ZfT, Herr Dr. Faruk Sen, auf die kommenden Herausforderungen. Es gelte, die Gründungsmotivation der Türcinnen und Türken, die durch die Möglichkeiten der Ich-AG weiter beflügelt wurde, in langfristige unternehmerische Konzepte zu überführen und die Fluktuation türkischer Unternehmungen zu senken.<sup>6</sup>

#### Übersicht 4: Selbständige in der Stadt Osnabrück nach Branchen

Staatsang.	Summe		Einzelhandel		Großhandel		Baugewerbe		Gastronomie		Dienstleistung.		Vers.-Makler		Sonstige	
	abs.		abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%
türkisch	151		38	25,2	6	4,0	12	7,9	31	20,5	23	15,2	5	3,3	36	23,8
polnisch	92		1	1,1	2	2,2	45	48,9	6	6,5	10	10,9	8	8,7	20	21,7
niederländ.	86		42	48,8	4	4,7	1	1,2	10	11,6	7	8,1	10	11,6	12	14,0
britisch	72		17	23,6	5	6,9	5	6,9	4	5,6	16	22,2	--	--	25	34,7
italienisch	69		6	8,7	5	7,2	1	1,4	43	62,3	6	8,7	3	4,3	5	7,2
portugies.	34		4	11,8	--	--	4	11,8	6	17,6	11	32,4	8	23,5	1	2,9
spanisch	32		7	21,9	2	6,3	--	--	8	25,0	4	12,5	4	12,5	7	21,9
griechisch	27		2	7,4	--	--	--	--	19	70,4	4	14,8	--	--	2	7,4
ukrainisch	23		5	21,7	3	13,0	--	--	--	--	7	30,4	2	8,7	6	26,1
litauisch	21		--	--	--	--	4	19,0	--	--	14	66,7	1	4,8	2	9,5

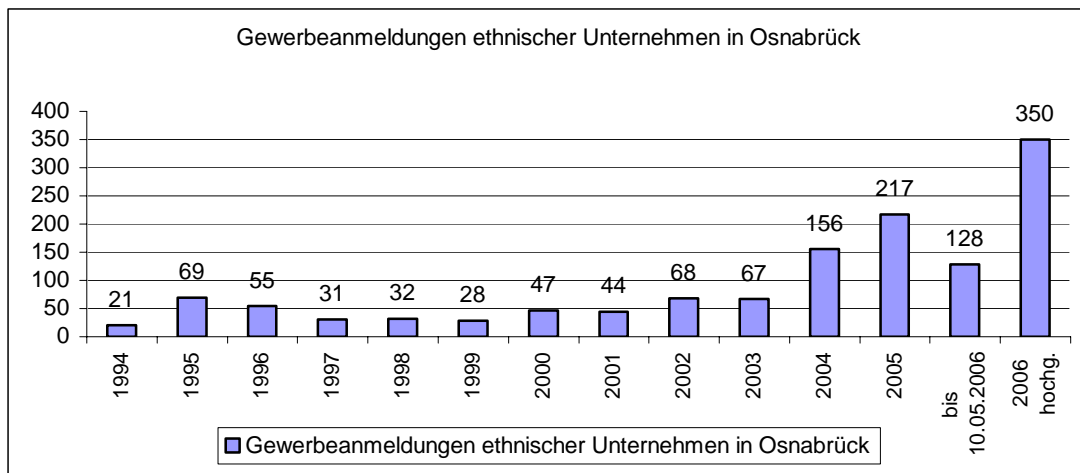
Alles in allem gibt es ausländische Selbständige in Osnabrück aus 69 Nationalitäten. Es handelt sich hierbei um:

türkisch 151 / polnisch 92 / niederländisch 86 / britisch 72 / italienisch 69 / Versch. 60 / portugiesisch 34 / spanisch 32 / griechisch 27 / ukrainisch 23 / litauisch 21 / österreichisch 20 / russisch 19 / vietnamesisch 17 / serbisch-m. 16 / französisch 15 / dänisch 13 / libanesisch 13 / kroatisch 12 / amerikanisch 11 / bosnisch-h. 9 / chinesisch 9 / schweizerisch 9 / schwedisch 8 / belgisch 7 / iranisch 6 / kasachisch 6 / ägyptisch 5 / israelisch 5 / kanadisch 5 / mazedonisch 5 / nigerianisch 5 / syrisch 5 / thailändisch 5 / brasilianisch 4 / indisch 4 / koreanisch 4 / marokkaisch 4 / pakistanisch 4 / rumänisch 4 / kirgisisch 3 / lettisch 3 / moldauisch 3 / norwegisch 3 / albanisch 2 / estnisch 2 / georgisch 2 / irakisch 2 / srilankisch 2

<sup>6</sup> (Quelle: aid – Integration in Deutschland 2/2005)

/ staatenlos 2 / tschechisch 2 / tunesisch 2 / algerisch 1 / belarussisch 1 / bulgarisch 1 / finnisch 1 / ghanaisch 1 / guyanisch 1 / irisch 1 / isländisch 1 / ivorisch 1 / jordanisch 1 / luxemburgisch 1 / nicaraguanisch 1 / ohne Angabe 1 / philippinisch 1 / santomeisch 1 / südafrikanisch 1 / ugandisch 1 / ungarisch 1 / usbekisch 1

Die Entwicklung der Gewerbebeanmeldungen ist insbesondere in den letzten Jahren deutlich gestiegen, wie aus dem folgenden Diagramm deutlich wird.



**Zu 3: Welche Instrumente und Maßnahmen der Wirtschaftsförderung und des Stadtmarketing stehen in Osnabrück zur Erschließung und Erweiterung des Ethno-Business zur Verfügung bzw. sind gfs. geplant?**

Die Anfrage wurde im Rahmen einer verwaltungsinternen Abstimmung unter Beteiligung der WfO sowie der OMT abgestimmt. Zur Frage 3 erklärte die WfO:

Die Kunden der WFO (Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Existenzgründer) werden sowohl nach Herkunft und nach Geschlecht gleichbehandelt. Angesichts der unterschiedlichsten Konstellationen des Migrationsprozesses lässt sich die Herkunft häufig in den ersten Gesprächen noch gar nicht erkennen. Eine besondere Förderung im Ethno-Business ist bisher nicht geplant. Die Wirtschaftsförderung würde aber auf besondere Beratungsbedarfe in jedem Einzelfall gezielt eingehen können, wenn das gewünscht bzw. erforderlich würde.

Die OMT erklärte für ihren Zuständigkeitsbereich: Im Rahmen des Kulturmarketings der OMT, wird zunehmend die überregionale Vermarktung Osnabrücks als Friedensstadt vorangetrieben. Hierbei spielt auch der Baustein "Interkulturelle Wochen" des Büros für Friedenskultur eine Rolle, welche auch vom Kulturmarketing unterstützt wird. Hierbei handelt es sich aber im wesentlichen um eine Veranstaltung für das Binnenklima. Besondere Maßnahmen für den Bereich "Ethno-Business" sind nicht geplant.

In eigener Zuständigkeit ist hier auch auf folgende Leistungen hinzuweisen: Unterstützung bekommt ein Teil der Existenzgründer mit Migrationshintergrund im Rahmen des LOS-Programms (Programm „Lokales Kapital für soziale Zwecke“). Die Verantwortlichkeit hierfür liegt im Referat 19. Antragsteller/innen können Zuschüsse für sogenannte Mikro-Projekte in Höhe von max. 10.000 Euro bekommen, wenn Existenzgründung oder Schaffung von Arbeitsplätzen damit verbunden ist. Räumlich ist dies allerdings auf den Bereich Rosenplatz beschränkt. Innerhalb der letzten 18 Monate wurde hiermit 3 Existenzgründungen von Zugewanderten unterstützt (eine Änderungsschneiderei, eine Personalberatungsagentur und um ein Gastronomiebetrieb mit 30 Sitzplätzen).