

Marion Wartumjan

Migration – Unternehmen – Engagement. Eine Einführung aus Sicht eines migrantischen Unternehmervereins

Einführungsreferat auf der Tagung am 7.11.2015 Rüsselsheim

Einführung

Der Dreiklang Migration – Unternehmen – Engagement ist eine höchst komplexe Angelegenheit. Umso mehr freut es mich, dass ich aus Sicht eines migrantischen Unternehmervereins einen Blick auf die Verbindung der drei genannten Bereiche werfen kann. Gut zeigt sich die Verwobenheit der Bereiche in der Biografie und Tätigkeit eines Unternehmers aus Hamburg: Bünjamin Öztürk ist mit seinem Unternehmen „Altona Citymarkt“ im Lebensmittelhandel tätig. Seit 1990 befindet sich das Geschäft im Besitz der Familie Öztürk. Zehn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie zwei Azubis sind für das Unternehmen tätig. Familienmitglieder arbeiten im Kassenbereich. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stammen aus der Türkei und Rumänien. Der Unternehmer war 1998 Mitbegründer der Arbeitsgemeinschaft türkischer Unternehmer und Existenzgründer e.V. (ATU) – der Vorläuferorganisation der ASM. Er engagiert sich in seinem Stadtteil als Sponsor von zwei Fußballmannschaften: Inter Hamburg und Inter Osdorf. Bünjamin Öztürk war 1979 nach Deutschland eingereist. Er gehört also jener Gruppe von Menschen an, die seit 1949 nach Deutschland eingewandert sind.

Unternehmen von Inhabern mit Migrationshintergrund

Herr Öztürk zählt damit zu den kleinen und mittleren Unternehmen, die mehr als 99 Prozent der Wirtschaftsunternehmen in der Bundesrepublik und auch in der Europäischen Union ausmachen. In kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) in Deutschland sind über 65 Prozent der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnisse angesiedelt und werden über 80 Prozent der Berufsausbildungen realisiert. Damit nehmen diese Unternehmen ein hohes Maß an gesellschaftlicher Verantwortung wahr. Herr Öztürk zählt zudem zu den migrantischen Unternehmerinnen und Unternehmern, die in Deutschland ca. 2,2 bis 2,7 Millionen Arbeitsplätze schaffen. Er zählt laut der Studie „Ökonomische Bedeutung und Leistungspotenziale von Migrantunternehmen in Deutschland“ zu der Gruppe der 18 Prozent inhabergeführten Unternehmen, deren Staatsangehörigkeit nicht Deutsch ist, bzw. die eine Einwanderungsgeschichte haben.

Engagement

Für kleine und mittlere Unternehmen sind die Bedingungen im Hinblick auf die Wahrnehmung ihrer gesellschaftlichen Verantwortung signifikant verschieden: Personelle und materielle Ressourcen, die für Freistellungen zum Corporate Volunteering, Mentoring oder zur Unterstützung des Gemeinwesens zur Verfügung gestellt werden könnten, sind begrenzt. Das Beispiel von Herrn Öztürk zeigt aber auch, dass und wie kleine und mittelständische Unternehmen in der Regel stark mit ihren Standorten verbunden sind.

Eine Herausforderung dieser Tagung sehe ich darin, bei der gewählten Themenstellung zwischen den Aufgaben des Staates, der Verantwortung der Unternehmen sowie den Rahmenbedingungen und Möglichkeiten des zivilgesellschaftlichen Engagements zu differenzieren. Lassen Sie mich zunächst kurz unsere Organisation beschreiben. Danach werde ich mich auf die Charakteristik von Migrantenorganisationen (MO) und ihre Potenziale für Engagement fokussieren. Dabei werden Beispiele für die Zusammenarbeit mit Unternehmen beim Zugang zu Ausbildung und Arbeit genannt und daraus Herausforderungen und Handlungsbedarf abgeleitet.

Die ASM e.V.

Die Arbeitsgemeinschaft selbstständiger Migranten e.V. (ASM) hat die Ziele, Unternehmerinnen und Unternehmer mit Einwanderungsgeschichte stärker in das Wirtschaftssystem einzubinden und die Gesellschaft für migrantische Wirtschaftsaktivitäten zu sensibilisieren. Unsere Zielgruppen sind folglich zum einen Betriebe, deren Inhaber/innen eine Einwanderungsgeschichte haben. Zum anderen sind es KMU, die sich für Fachkräfte mit MgH öffnen wollen oder müssen, als auch Existenzgründerinnen und -gründer mit Einwanderungsgeschichte. Auch Ausbildungssuchende, zumeist mit Einwanderungsgeschichte, incl. Flüchtlinge, gehören zur Zielgruppe der ASM. Wir wenden uns auch an die allgemeine Öffentlichkeit, um den wirtschaftlichen Beitrag der migrantischen Unternehmer sichtbar zu machen. Der gemeinnützige Verein ist aktiv in der Akquise und Vermittlung von Ausbildungsplätzen in kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU), bei der Gründungsunterstützung für Menschen mit Einwanderungsgeschichte, der Zusammenarbeit mit Unternehmen bei der interkulturellen Öffnung und mit Regelinstitutionen des Arbeitsmarktes. In der Besetzung der Gremien und der Stellen zeigt sich die Vielfalt unserer Migrantorganisation bzw. unseres Unternehmervereins. Der Vorstand ist wie folgt besetzt: Unternehmer (afghanisch), Rechtsanwältin (türkisch) und Geschäftsführer Berufsbildung der Handelskammer Hamburg (deutsch). Derzeit haben wir 15 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (darunter ein Azubi). Elf haben eine Einwanderungsgeschichte. Im Verein werden zwölf unterschiedliche Sprachen gesprochen. Zurzeit arbeiten bei uns acht Frauen und sieben Männer; die Altersspanne des Personals liegt zwischen 18 - 64 Jahre. Wir achten beim Einsatz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf sprachliche und interkulturelle Kompetenzen, fachliche Qualifikationen, die Bereitschaft zum Engagement und nach biografischen und beruflichen Vorerfahrungen.

I. Migration und Migrantenorganisationen

Migrantenorganisationen sind von lebensweltlicher Nähe geprägt. Sie arbeiten niedrigschwellig und pflegen eine dichte Kommunikation in der Community, im Wesentlichen auf informellen Wegen. Migrantenorganisationen sind unter Einwanderinnen und Einwanderern bekannt und leicht zugänglich. Sie bieten muttersprachliche Kompetenz für Menschen ohne oder mit geringen Deutschkenntnissen. Ähnliche Erfahrungen und Formen gegenseitiger Hilfe schaffen psychologische und physische Nähe. Sicherheit und Vertrauen werden erwartet und gegeben. Die lebensweltliche Selbsthilfe garantiert ein Gefühl des Angenommen-Seins und Wohlbefindens. Sie nimmt die Angst, Ausgrenzung und Gefühle der sozialen Scham zu erfahren. Menschen in der Community kompensieren besonders in der ersten Phase des Ankommens die Unkenntnis über die Aufnahmegesellschaft.

Außenseiter? Kooperationspartner? – Wahrnehmung von Migrantenorganisationen

Die Vielfalt von Migrantenorganisationen wird meist übersehen. Die meisten MO bleiben für die Mehrheitsgesellschaft und den öffentlichen Diskurs eher randständig. In der Vergangenheit wurden MO in der Öffentlichkeit und auch in der Wissenschaft als Integrations-Herausforderung oder als potentielle Gefahr für die öffentliche Sicherheit wahrgenommen. Seit dem integrations- und migrationspolitischen Paradigmenwechsel um die Jahrtausendwende werden MO zunehmend als Vertretung spezifischer sozialer und der Interessen von Individuen und Gruppen wahrgenommen, als Dialogpartner geschätzt – z.B. für Entwicklung nationaler und kommunaler Integrationskonzepte – und für die Umsetzung entsprechender Programme gewonnen. Immer noch arbeiten sie jedoch weitgehend ohne infrastrukturelle und personelle Ressourcen.

Wo liegen die Potenziale von Migrantenorganisationen?

Migrantinnen und Migranten bringen ihre Traditionen von Engagement mit. Sie sind eher informell in gegenseitiger Hilfe und Selbsthilfe aktiv, vielfach in der Community. Dabei bewältigen sie oft die eigene schwierige Situation oder die der Community. Sie haben nach wie vor keine Ressourcen, ihr Engagement in der Öffentlichkeit sichtbar zu machen. Migrantenorganisationen sind geprägt von lebensweltlicher Nähe, sie haben oft ganzheitliche Perspektiven und Arbeitsansätze. Sie arbeiten niedrigschwellig. Die Arbeit innerhalb der Migrantenorganisationen ist zunächst von gegenseitigem Vertrauen gekennzeichnet, was nicht heißt, dass sie konfliktarm ist. Sie sind innerhalb der verschiedenen Communities bekannt und leicht zugänglich.

Migrantenorganisationen pflegen muttersprachliche Kompetenz, auch im Umgang mit Kindern. Diese Organisationen haben oftmals Erfahrungen in der Anerkennung von Kulturen im globalen Maßstab. Sie gestalten in vielfältige Formen das Gemeinwesen – ganz nach dem Motto „Im Kleinen etwas gestalten können“.

II. Unternehmen und Migrantenorganisationen

Ein gelungenes Beispiel für die Zusammenarbeit von Migrantenorganisationen und Unternehmen ist das **Stipendiumprogramm der Hamburger Stiftung für Migranten**, das ich hier in Eckpunkten skizzieren möchte:

Fördersumme

- bis zu 2.000 € pro Auszubildender zur Finanzierung von Bildungsmaßnahmen der Stipendiaten (Sprachtraining oder auch Nachhilfe in Berufsschulfächern, individueller Bedarf)

Wochenendbildungsreise

- Möglichkeit für Teilnehmerinnen und Teilnehmer, sich mit Politik und Geschichte in Deutschland auseinanderzusetzen
 - z.B. Besuch des Bundestags, das Beiwohnen an einer Plenarsitzung und die Begehung der Reichstagskuppel sowie der Besuch des Jüdischen Museums; Stadtentwicklung Kreuzberg

Zusätzlich vierteljährig stattfindende Treffen

- zum gegenseitigen Austausch über Erfahrungen innerhalb der Ausbildung und über weitere Bildungsmaßnahmen

Bisher förderte die von Unternehmern mit Migrationshintergrund ins Leben gerufene Stiftung 18 Azubis mit Einwanderungsgeschichte (im Ausland geboren/in 2. Generation in Deutschland). Die Stipendiatinnen und Stipendiaten seit Aufnahme des Programms 2008 kamen aus Afghanistan, der Elfenbeinküste, der Türkei, Polen, aus China, Sierra Leone, dem Iran, Rumänien, Bulgarien und Guinea. Sie erlernten folgende Berufe: Kauffrau für Reiseverkehr, für Schifffahrt, für Bürokommunikation, im Groß- und Einzelhandel, für Personaldienstleistungen, Flugzeuggerätemechaniker, Segelmacher, Koch, Konditoreifachverkäufer, Fachkraft für Gastgewerbe, Anlagemechaniker für Sanitär-, Heizung-, Klima- und Wassertechnik.

III. Engagement und Migrantenorganisationen: Typische Hürden in Kooperationsprozessen

Kooperationen mit anderen Institutionen benötigen längere und kompliziertere Abstimmungsprozesse – zumindest in der Anfangsphase. Organisationen sind darauf bedacht, ihre Selbstständigkeit nicht aufzugeben, sie befürchten eine Ungleichbehandlung bei der Bewertung nicht direkt verrechenbarer Investitionen und Gewinne durch die Kooperation. Die Hoffnung auf kurzfristige Vorteile, insb. Marketingvorteile überdeckt die Bereitschaft zur langfristigen Investition in die Kooperation. Die Planung und Entwicklung von Kooperationen braucht sowohl Aufmerksamkeit für das inhaltliche Vorhaben als auch für das neue, ins Leben zu bringende, soziale System.

Die "Klassiker" für Kooperationserfolg – sei es zwischen Migrantenorganisationen und Unternehmen oder aber auch zwischen Migrantenorganisationen untereinander oder zwischen MO und nicht migrantischen Organisationen – seien hier kurz genannt:

- Die Entwicklung klarer Ziele
- Schaffung einer Vertrauenskultur
- Vereinbarung von Spielregeln für Zusammenarbeit und Auflösung
- Klärung der "originären" Antriebsmomente für die Kooperation
- Rechtzeitige Thematisierung der Langatmigkeit sowie des Risikos der Beschleunigung von Kooperationsprozessen
- Unterstützung des Kultur-Wandels der beteiligten Organisation
- Ermittlung von adäquaten Umgangsformen für nicht monetär bewertbare Investitionen in die Kooperation z.B. Know-how-Transfer, Imagegewinn aus der Kooperation
- Rechtzeitige Vorsorge für den Ausgleich von zeitlich versetzten Investitionen in die Kooperation zu treffen

In der Kooperation können zwangsläufig Spannungsverhältnisse auftreten, die zu berücksichtigen und zu managen sind:

- Vielfalt – Einheit,
- Flexibilität – Spezifität,
- Autonomie – Abhängigkeit,
- Vertrauen – Kontrolle,
- Kooperation – Wettbewerb,
- Stabilität – Fragilität,
- Formalität – Informalität,
- Ökonomie – Herrschaft.

Was sind die Herausforderungen im Engagement von Migrantenorganisationen?

Der Weg vom Ehren- zum Hauptamt ist steinig. Es geht darum, dass Migrantenorganisationen mittels angemessener Ressourcen die Chance zum Mitgestalten erhalten. Mit anderen Worten: Ehrenamt braucht Hauptamt! Das häufig allgemeine Engagement von Migrantenorganisationen hat oft mehr Chancen, wenn es sich wandelt in konkrete, differenzierte Sacharbeit. Öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen sind gut, kontinuierliche partizipativ ausgerichtete Sacharbeit ist besser. Teile des Engagements, die in den Bereich Sozialarbeit

fallen, können identifiziert und über Qualifizierungsmaßnahmen ins Hauptamt geführt werden. Ressourcenumverteilungen und Strukturänderungen sind unvermeidlich.

Handlungsbedarf: Migration – Unternehmen – Engagement

Um die Potenziale von Migrantenorganisationen ausschöpfen zu können, braucht es einen neuen Blick auf Potenziale und Fähigkeiten. Benötigt wird eine grundlegend andere Kultur der Beteiligung, der Partizipation.

Es ist notwendig, die Verteilung von Aufgaben und Ressourcen neu zu definieren – grundsätzlich als auch in konkreten Projekten und Vorhaben. Arbeits- und Kommunikationsprozesse benötigen neue Formen. Weitere Gelingensfaktoren sind:

- ein offensiver Dialog und die direkte sowie indirekte Förderung von Migrantenorganisationen,
- eine neue Qualität von Netzwerken,
- eine neue Systematik des Auf-die MO-Zugehens
- sowie die Identifikation von Migrantenorganisationen als Kooperationspartner z.B. in Hinblick auf passende Arbeitsschwerpunkte, Ziele und Adressaten.

Autorin

Marion Wartumjan ist Geschäftsführerin der *Arbeitsgemeinschaft selbstständiger Migranten e.V. (ASM)*.

Kontakt: marion.wartumjan@asm-hh.de

Redaktion

BBE-Newsletter für Engagement und Partizipation in Deutschland

Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE)

Michaelkirchstr. 17-18

10179 Berlin

+49 (0) 30 6 29 80-11 5

E-Mail: newsletter@b-b-e.de

Web: www.b-b-e.de