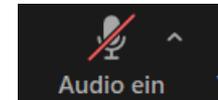
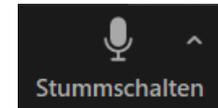


# Empfehlungen im Zoom-Meeting-Raum

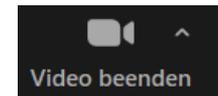
## Umgang mit dem Mikrofon und der Kamera:

**Das Mikrofon** aktivieren Sie, indem Sie auf den Mikrofon-Button unten Links klicken. Wenn Sie wieder auf den Mikrofon-Button klicken deaktivieren Sie es. Das Symbol ist nun durchgestrichen.



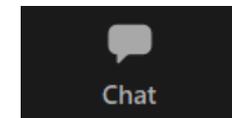
**Die Kamera** aktivieren Sie, indem Sie auf den Kamera-Button unten Links neben den Mikrofon-Button klicken.

Wenn Sie wieder auf den Kamera-Button klicken deaktivieren Sie es. Das Symbol ist nun durchgestrichen.



## Interaktion über den Chat:

Es haben sich mehrere Teilnehmende zu unserer Veranstaltung registriert. Wir empfehlen nach den Vorträgen für Wortmeldungen die **Chat-Funktion** zu nutzen, bitte geben Sie dazu ein x im Chat ein.



**Trans | L | Oek**  
**Transformation der  
Lokalen Oekonomie**

Ökonomische Nebenschauplätze im Funktionswandel stärken  
Aufbau eines regionalen Kompetenzzentrums  
„Lokale Ökonomien am Niederrhein“

**6. Treffen des Kompetenznetzwerkes zum Thema  
„Potenziale von migrantischen Unternehmer:innen für die  
Stadt- und Quartiersentwicklung“**

**Kurzvorträge & Diskussion**

**15. März 2022**

# Agenda

1. Begrüßung

2. Vorträge + Diskussion

3. Abschließende Worte

## 2. Vortrag



### **Dr. Georgios Tsakalidis**

Politikwissenschaftler, Soziologe, unabhängiger Ratsherr und Mitglied des Integrationsrates der Stadt Münster

**Migrantische Ökonomien: Vom Nischenthema zum Standortfaktor in urbanen Quartieren**

## 2.1 Begriffsverständnis

### Begriffsverständnis:

- Migrantische Unternehmen:
  - Von Menschen mit Migrationsgeschichte/ gegründete/geführte Unternehmen, die Produkte und Dienstleistungen für unterschiedliche Zielgruppen anbieten (IQ Fachstelle Migrantenökonomie, David et al. 2019a: 5)
- Ethnische Unternehmen:
  - Unternehmen, die primär Produkte und Dienstleistungen für eine bestimmte Ethnie anbieten, Migrationshintergrund nicht erforderlich (IQ Fachstelle Migrantenökonomie, David et al. 2019a: 5)
- Achtung:
  - Keine homogene bzw. statische Gruppe, keine „Kulturalisierung“ und „Ethnisierung“ (aufgrund der kulturellen Zugehörigkeit, werden (negative) Eigenschaften zugeschrieben)
- Kapitalsorten nach Bourdieu (1983) (ökonomisches, kulturelles und Sozialkapital)
  - Unternehmer:innenzentrierter Fokus
  - der die ökonomischen, kulturellen (Bildung) und sozialen Ressourcen berücksichtigt

# 2. Studie zu migrantischen Unternehmer:innen

## 2.2 Forschungsfragen + Methode

### Forschungsfragen:

- Wie sind die Einstellungen und Erfahrungen der migrantischen Unternehmer:innen auf ihr Unternehmen (unternehmerische Prinzipien) und zu ihrem Stadtteil? Welche Hemmnisse und Hebel werden identifiziert?
- Welche ökonomischen, kulturellen (Bildung) und sozialen Ressourcen bzw. „Kapitalsorten“ nach Bourdieu können in Bezug auf die Unternehmer:innen als Hebel identifiziert werden?
- *Wie sind die Einstellungen und Erfahrungen auf die Corona-Pandemie? Welche Hemmnisse und Hebel lassen sich in Bezug auf die Corona-Pandemie identifizieren?*

### Methode:

- Qualitative Studie:
  - Verstehen vs. Erklären, keine (statistisch) repräsentative Studie die Verallgemeinerung zulässt
- Stichprobe:
  - 13 Unternehmer:innen mit Migrationsgeschichte aus den Branchen Einzelhandel, Gastronomie, Handwerk der jeweiligen Projektgebiete (Nahversorgungszentrum: Krefeld-Süd und Viersen- Dülken; Hauptgeschäftszentrum: Gladbach)

### Einstellungen und Erfahrungen auf das eigene Unternehmen

#### Unternehmerische Prioritäten

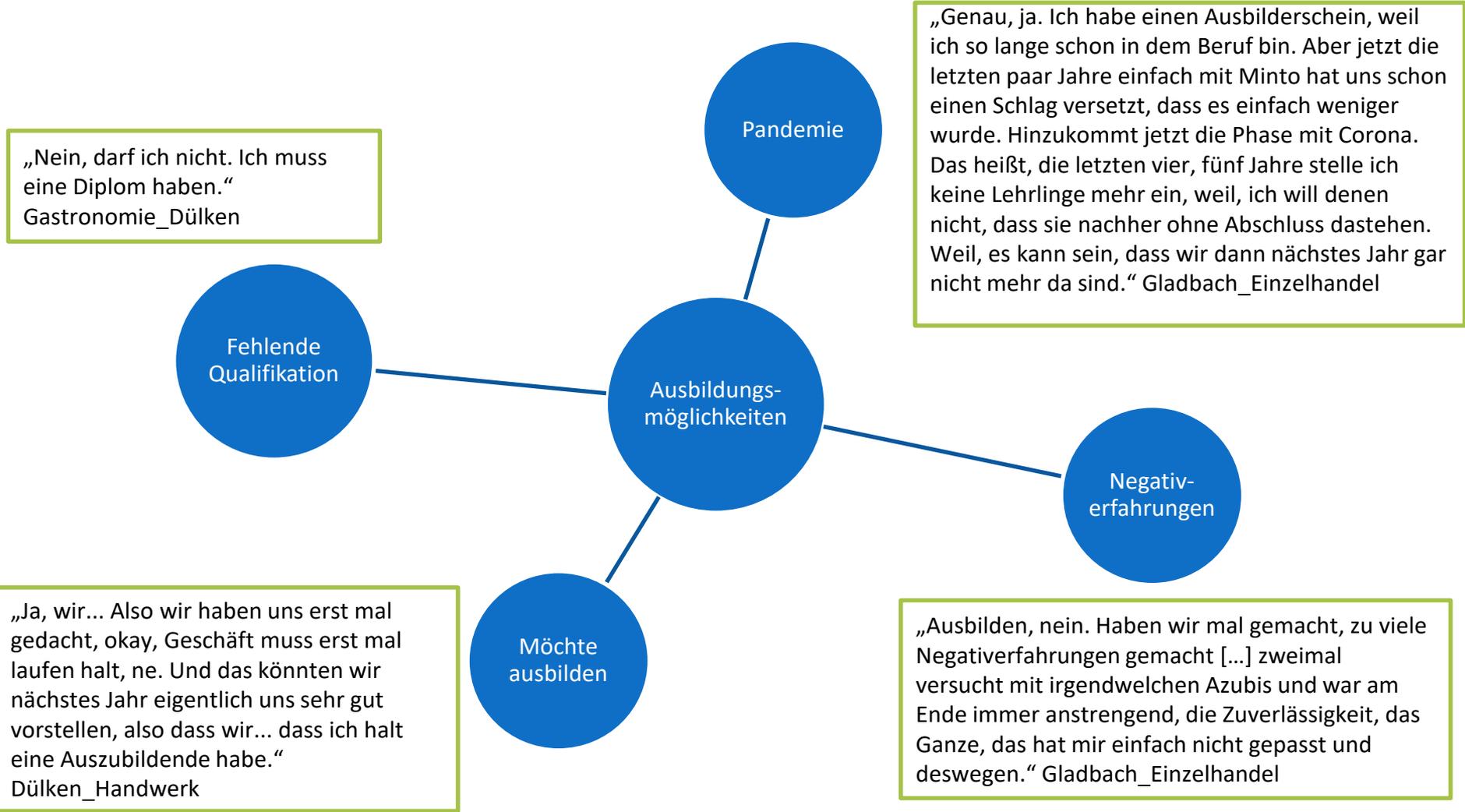
- Die prägnantesten Einstellungen zu unternehmerischen Prioritäten: Service, Qualität, Kundenzufriedenheit, Online-Handel, soziale Netzwerke, Stammkundschaft etc. (alle)

#### Mitarbeiter:innen

- 1-7 Mitarbeiter:innen, die meisten mit mindestens einem Familienmitglied, wenige ohne Familie, dafür Nutzung von Unternehmernetzwerken (Franchise)

# 2. Studie zu migrantischen Unternehmer:innen

## 2.3 Ergebnisse\_Zitate\_Ausbildungsmöglichkeiten



#### Einstellungen und Erfahrungen auf das eigene Unternehmen

##### Unternehmerische Aktivitäten

- Die meisten sind eigeninitiativ und engagieren sich für gemeinsame Aktionen (Gladbach), sind aber nicht an Unternehmer:innennetzwerke angebunden (alle)

##### Unterstützungsbedarfe

- Digitalisierung (Krefeld-Süd), Marketing für UN (Viersen-Dülken), Vernetzung und Unterstützung durch ein Citymanagement (Gladbach)

# 2. Studie zu migrantischen Unternehmer:innen

## 2.3 Ergebnisse\_Zitate\_Rollen der Unternehmer:innen

„Ach so, und wenn uns Kuchen bleiben und so, wir schreiben immer bei Facebook, wenn jemand Kuchen haben möchte und nicht Geld dafür oder hat kleine Kinder oder so, wir geben gerne Sonntagabend die Kuchen, die geblieben sind von dem Tag, geben wir auch gerne ab.“

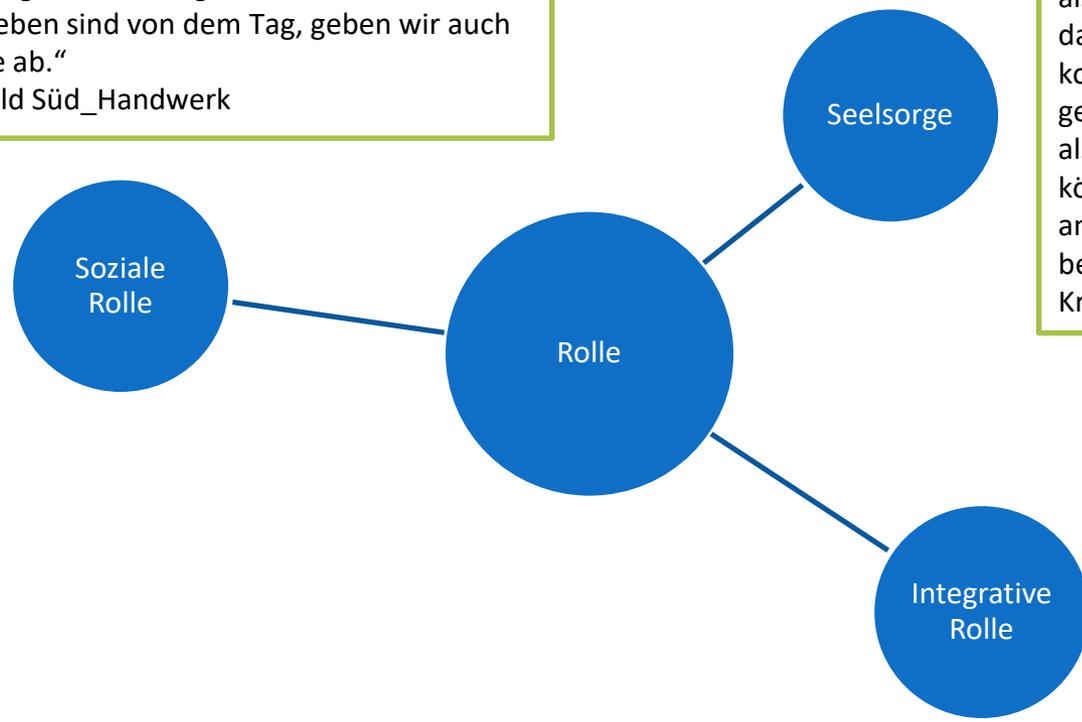
Krefeld Süd\_Handwerk

„Und dann, ja, das war schon eine... ein Erlebnis an sich, also wenn - wenn einer uns erzählt, dass er auf der Intensivstation lag oder dass er jemanden verloren hat oder so, das ist schon... also das ist schon, das ist sehr berührend, ne. Also das war schon... Also viele auch. Immer noch kommen Kunden, die uns sagen, ja, wodurch sie gegangen sind oder.... Und das ist nicht so einfach, also. Aber ist gut, dass sie kommen und wir können dann sprechen, vielleicht so einen Kuchen anbieten oder, weiß ich nicht, dass es einem bessergeht so zumindest.[...].“

Krefeld Süd\_Gastronomie

„Okay, wir sind hilfsbereit, wir versuchen zu helfen, wenn jemand auch hier Papiere, ich fülle denen das auch aus. Hab hier ein Kind zur Schule angemeldet, Kindergarten angemeldet, weil die die deutsche Sprache nicht beherrscht haben. Ja, es ist halt anders in dem Stadtgebiet. Es ist nicht vergleichbar mit anderen Stadtgebieten.“

Krefeld Süd\_Einzelhandel



### Einstellungen zu den Stadtteilen (ganzheitlich)

Ganzheitliche Betrachtung und die Bedeutung für das Geschäft

- kritische Betrachtung zur sozialen Lage, Drogenkonsum, Obdachlosigkeit, Aufenthaltsqualität, Diversität (nicht kinder-, familien- und altersfreundlich)

Angebote

- Zu viele Angebote, zu ähnliche Angebote (Gladbach), keine oder zu wenig Angebote (Krefeld-Süd und Viersen-Dülken)

Potenziale für den Stadtteil

- inhabergeführte Geschäfte, Erreichbarkeit (Gladbach/ Viersen- Dülken)

Hemmnisse für den Stadtteil

- Sauberkeit, Bauzustand, Architektur

Filialisten

- Filialisten als Chance. Abwanderung der Filialisten werden kritisch gesehen. (Gladbach, Krefeld-Süd und Viersen-Dülken)

### Ökonomische Ressourcen

- Einige der Unternehmer:innen sind Eigentümer:innen der Immobilien, Relevanz der Wertigkeit des Raumes und dadurch Aufwertung des Eigentums (Einzelhandel/Handwerk/Gastronomie)
- Führt zu mehr Handlungsspielraum

### Kulturelle Ressourcen

- Alle sind zum Großteil ausgebildet, auch einige Quereinsteiger und wenige ohne Ausbildung (Gastronomie), aber dennoch mit viel Erfahrungen
- Tendenz zu mehr Engagement, als ohne kulturelle Ressourcen

### Soziale Ressourcen

- Großteil verfügt über formelle und informelle Netzwerke (Familie, Bekannte, Unternehmer:innen, Franchise)
- Einzelhändler in Gladbach nutzt für Gründung Franchisenetzwerke/ Behörden werden in der Gründungsphase als Hürden beschrieben (Krefeld: Einzelhandel /Gastronomie)

## 2.5 Zusammenfassung

- Als **Hebel** können kulturelle und insbesondere soziale Ressourcen für die Unternehmer:innen identifiziert werden
- In den meisten Branchen arbeiten Familienmitglieder unterstützend mit oder Franchisenetze werden genutzt (Sozialkapital)
- Neben den unternehmerischen Prioritäten konnten weitere Rollen (sozial, integrativ, seelsorgerisch) der Unternehmer:innen identifiziert werden (Krefeld)
- Als **Hemmnisse** beurteilen die Unternehmer:innen die äußeren Gegebenheiten (Stadtteil) auf ihr Geschäft sehen aber auch **Chancen** zur Verbesserung (Städtebauprojekte, eigene Ideen: Bummelbahn für die Hindenburgstr., Diversität der Angebote)
- Insgesamt keine eklatanten Unterschiede zwischen den Branchen, außer vereinzelt für Gastronomie: keine Ausbildung (kulturelles Kapital)/weniger aktiv, behördliche und operative Schwierigkeiten)

- **Zusammenfassung mit Blick auf Potenziale und Bedeutung für Stadt/Stadtteil/Quartier**
  - Wirtschaftlich
  - Arbeitsmarktpolitisch (Arbeitsplätze)
  - Gesellschaftspolitisch (integrativ)
- Notwendigkeit einer genauen Bestandspflege
- Individuelle Förderung von Unternehmen Lokaler (migrantischer) Ökonomien
  - Aktives (wirtschaftliches) Quartiersmanagement „Kümmerer“
- In Bezug auf gängige Sichtweisen: mehr potenzialorientiert statt defizitorientiert denken und migrantische Unternehmer:innen als urbane Ressource begreifen

## 2. Vortrag



### Dr. Tagrid Yousef

Leiterin des Fachbereichs Integration und Integrationsbeauftragte der Stadt Krefeld

**Potenziale migrantischer Ökonomien für die Stadt Krefeld**



### Paul Marius Brand

Stellv. Leiter des kommunalen Integrationszentrums Krefeld

**Potenziale migrantischer Ökonomien für die Stadt Krefeld**

# Nächstes Treffen des Kompetenznetzwerks

## "Das verzwickte Reallabor in Mittelingen. Ein Planspiel zur Transformativen Forschung"

... am **24.Mai 2022** von **15-17 Uhr** via zoom

... entwickelt und durchgeführt von Doktorierenden des  
Graduiertenkollegs "Mittelstadt als Mitmachstadt"

<http://www.mittelstadtalsmitmachstadt.de/>

**Mittelstadt als  
Mitmachstadt**

Qualitativer Wandel  
durch neue Kulturen  
des Stadtmachens