

Kordel, Stefan; Sauerbrey, Dominic; Weidinger, Tobias

## Article

Selbstständige Beschäftigung von geflüchteten Neuzugewanderten in ländlichen Räumen am Beispiel von Lebensmittelgeschäften: Aspirationen, Praktiken und ihr Beitrag für die lokale Versorgung

Raumforschung und Raumordnung / Spatial Research and Planning

## Provided in Cooperation with:

Leibniz-Forschungsnetzwerk "R – Räumliches Wissen für Gesellschaft und Umwelt | Spatial Knowledge for Society and Environment"

*Suggested Citation:* Kordel, Stefan; Sauerbrey, Dominic; Weidinger, Tobias (2022) : Selbstständige Beschäftigung von geflüchteten Neuzugewanderten in ländlichen Räumen am Beispiel von Lebensmittelgeschäften: Aspirationen, Praktiken und ihr Beitrag für die lokale Versorgung, Raumforschung und Raumordnung / Spatial Research and Planning, ISSN 1869-4179, oekom verlag, München, Vol. 80, Iss. 5, pp. 573-587, <https://doi.org/10.14512/rur.191>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/266778>

### Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

### Terms of use:

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*



<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

# Selbstständige Beschäftigung von geflüchteten Neuzugewanderten in ländlichen Räumen am Beispiel von Lebensmittelgeschäften: Aspirationen, Praktiken und ihr Beitrag für die lokale Versorgung

Stefan Kordel , Dominic Sauerbrey, Tobias Weidinger 

Received: 20 December 2021 ■ Accepted: 12 August 2022 ■ Published online: 10 October 2022

## Zusammenfassung

Die Bevölkerungsstruktur und das Leben in ländlichen Räumen wurden in den vergangenen Jahren durch die Ankunft und das Bleiben von Geflüchteten diverser. Die Teilhabe der Neuzugewanderten am Arbeitsmarkt ist einerseits aus integrationspolitischer Sicht wie auch für die regionale Wirtschaft relevant und erfüllt andererseits für sie selbst verschiedene Funktionen. Der (potenziellen) Selbstständigkeit von geflüchteten Neuzugewanderten wurde in Deutschland bislang jedoch wenig Aufmerksamkeit zuteil. Am Beispiel der Gründung von Lebensmittelgeschäften in ländlichen Räumen Deutschlands wurden multiperspektivisch die Aspirationen von Geflüchteten am Arbeitsmarkt, die Gründungs- und Geschäftspraxis von Betreibern sowie die Sichtweisen der Kundinnen und Kunden untersucht. Die durchgeführten qualitativen Interviews mit

(potenziell) selbstständigen geflüchteten Neuzugewanderten und (halb)standardisierten Befragungen von Kundinnen und Kunden bilden die Datengrundlage für diesen Beitrag. Konzeptionell gerahmt wird er von Forschungsarbeiten zur Teilhabe von Migrantinnen und Migranten am Arbeitsmarkt und migrantischem Unternehmertum (*immigrant entrepreneurship*) bzw. der Unterform Flüchtlingsunternehmertum (*refugee entrepreneurship*). Die Ergebnisse zeigen vielfältige Bedeutungen von Beschäftigung und einen ausgeprägten Wunsch nach Selbstständigkeit, strukturelle wie auch individuelle Hürden bei der Gründung von Geschäften und die Praxis co-ethnischer Beschäftigung.

**Schlüsselwörter:** Geflüchtete ■ Integration ■ Arbeitsmarkt ■ Agency ■ Selbstständigkeit ■ migrantische Ökonomien

## Entrepreneurship among refugee newcomers in rural areas taking the example of grocery stores: aspirations, practices and their contribution to regional supply

### Abstract

The population structure and life in rural areas have become more diverse in recent years due to the arrival and stay of refugees. The participation of the newcomers in the labour market is relevant on the one hand from the point of view of integration policy and for the regional economy, and on the other hand it fulfils various functions for them. However, little attention has been paid to the (potential) self-employment of newly arrived refugees in Germany. Using the example of the founding of grocery stores in rural areas of Germany, the aspirations of refugees on the labour market, the founding

✉ **Dr. Stefan Kordel**, Institut für Geographie, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Wetterkreuz 15, 91058 Erlangen, Deutschland  
[stefan.kordel@fau.de](mailto:stefan.kordel@fau.de)

**Dominic Sauerbrey**, Institut für Geographie, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Wetterkreuz 15, 91058 Erlangen, Deutschland  
[dsauerbrey@uni-osnabrueck.de](mailto:dsauerbrey@uni-osnabrueck.de)

**Dr. Tobias Weidinger**, Institut für Geographie, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Wetterkreuz 15, 91058 Erlangen, Deutschland  
[tobias.weidinger@fau.de](mailto:tobias.weidinger@fau.de)



© 2022 by the author(s); licensee oekom. This Open Access article is published under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licence (CC BY).

and business practices of operators and the perspectives of customers were examined from multiple perspectives. The qualitative interviews conducted with (potentially) self-employed newly arrived refugees and (semi-)standardized surveys of customers form the data basis for this paper. It is conceptually inspired by the state of research on migrant's integration to work and immigrant entrepreneurship as well as the subform refugee entrepreneurship. Results show a variety of meanings of employment and a distinct desire for self-employment. Moreover, structural and individual obstacles could be identified in the foundation phase, while co-ethnic employment is considered crucial for the operation of a store.

**Keywords:** Refugees ■ Integration ■ Employment ■ Agency ■ Self-employment ■ Migrant economies

## 1 Einführung

Bis in die 2010er-Jahre waren vor allem Städte im Fokus wissenschaftlicher Arbeiten und öffentlicher Debatten in Bezug auf internationale Zuwanderung nach Deutschland (Hillmann 2011; Schmiz 2011; Räuchle 2016). Spätestens seit dem Zuzug von Geflüchteten ab dem Jahr 2014 und jüngst auch in der Diskussion um Arbeits- und Fachkräftebedarfe rückten auch ländliche Räume in den Mittelpunkt des Interesses (Nienaber/Roos 2016; Mehl 2017; Kordel/Weidinger 2020). Die Frage, ob und inwiefern ländliche Entwicklung mit der gleichberechtigten Teilhabe von Migrantinnen und Migranten am gesellschaftlichen Leben in Kleinstädten und Dörfern verbunden werden kann und Neuzugewanderte damit indirekt auch an der nachhaltigen Entwicklung partizipieren können, wird vor allem hinsichtlich der Bereiche des Wohnens, der Alltagsmobilität, von Bildungsinfrastrukturen und ländlicher Arbeitsmärkte diskutiert (Mehl 2017). In Bezug auf Letzteres gibt es erste Hinweise, dass (internationale) Zuwanderung einen Beitrag dazu leisten kann, die Diversität von regionalen Arbeitsmärkten in ländlichen Räumen zu erhalten oder auszubauen (Barth/Zalkat 2021 für Schweden). Dies trifft insbesondere auf Sektoren zu, die aufgrund der Alterung der Bevölkerung und des Rückgangs von Erwerbspersonen verbreitet hohe Bedarfe haben, wie den Gesundheits- und Pflegebereich, aber auch das produzierende Gewerbe und das Handwerk (einschließlich Bausektor). Regional sind auch die Logistikbranche, die Lebensmittelindustrie, z. B. Fleischverarbeitung, und der Bereich Hotellerie und Gastronomie von Arbeitskräftemangel betroffen (Weidinger/Kordel/Pohle 2017; Birke/Bluhm 2020; Hickmann/Jansen/Pierenkemper et al. 2021). In all diesen Bereichen ist, lokal-regional in unterschiedlichem Ausmaß, die Beschäftigung von Zuwanderinnen und Zuwanderern oft unabdingbar und Migrantinnen

und Migranten leisten in vielen Mitgliedstaaten der EU einen wichtigen Beitrag zur Aufrechterhaltung von Schlüssel-sektoren (*immigrant key workers*, Fasani/Mazza 2020).

Aus der Perspektive von Migrantinnen und Migranten, die in ländlichen Räumen leben, eröffnet eine diversifizierte regionale Wirtschaft die Möglichkeit, wohnortnah oder zumindest in Pendeldistanz zum Wohnort Beschäftigung zu finden. Neben sozialversicherungspflichtiger, abhängiger Beschäftigung umfasst dies auch die Selbstständigkeit von Migrantinnen und Migranten. Die Gründungstätigkeit von Migrantinnen und Migranten steigerte sich in Deutschland seit den 1970er-Jahren und der Generation der „Gastarbeiter“ deutlich und erlangte nicht zuletzt durch das mediale Interesse an den türkischen Wurzeln der BioNTech-Gründer-Ehepaars hohe Aufmerksamkeit (Metzger 2020; für einen geschichtlichen Abriss zur spezifischen Entwicklung in Deutschland vgl. David/Terstriep/Stoewe et al. 2022: 8–11). Die Existenzgründung und Unternehmensführung durch Migrantinnen und Migranten (*immigrant entrepreneurs*; Kloosterman/Rath 2003) wird unter anderem auf schlechtere Chancen auf dem Arbeitsmarkt und eine höhere Risikobereitschaft zurückgeführt (Leifels/Metzger 2019). Allerdings gibt es innerhalb der Gruppe der migrantischen Unternehmerinnen und Unternehmer durchaus generationelle, qualifikatorische, sektorale, geschlechtsspezifische, kulturelle, und/oder ethnische Unterschiede, die im öffentlichen Diskurs häufig unberücksichtigt bleiben (David/Terstriep/Stoewe et al. 2022: 7). In Deutschland fanden Geflüchtete als Unternehmerinnen und Unternehmer bisher erst vereinzelt Eingang in die Forschung (Ausnahmen: Harima/Periac/Murphy et al. 2021; Leicht/Hartmann/Philipp 2021), wenngleich sich Spezifika identifizieren lassen und sich ein Forschungsstrang etabliert (*refugee entrepreneurship*; Heilbrunn/Iannone 2020).

Neben Zuwandernden aus der EU stellen Geflüchtete in vielen ländlichen Regionen eine anteilmäßig jüngst stark gewachsene und bedeutende Migrantengruppe dar, die durch ihre Beschäftigung bzw. ihre Gründungstätigkeit die Versorgungs- und Angebotsstruktur auf dem Land nachhaltig sichern bzw. diversifizieren könnte und die deshalb in diesem Beitrag fokussiert werden. In diesem Aufsatz wird dabei folgenden Fragestellungen nachgegangen:

- Welche Bedeutung hat (selbstständige) Beschäftigung in Bezug auf gleichberechtigte Teilhabe, welche Aspirationen haben Geflüchtete in Bezug auf (selbstständige) Beschäftigung und inwiefern setzen sie ihre individuelle Handlungsmacht (*Agency*) in Wert, um diese Ziele zu erreichen?
- Welche Herausforderungen bestehen bei der Gründung von Geschäften? Wie gestaltet sich die Praxis der interviewten Unternehmer und wie reflektieren die Geschäfts-

inhaber die zukünftige Entwicklung ihres Betriebs? Inwiefern setzen sie dabei unterschiedliche Ressourcen ein?

Die Gründung von Geschäften wird in diesem Beitrag anhand des Beispiels von Lebensmittelläden diskutiert. Die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs in Wohnortnähe wird in ländlichen Räumen oftmals als Herausforderung betrachtet. Während sich Discounter in Kleinstädten oder an Pendelstrecken niederlassen, sind kleinere, inhabergeführte Geschäfte oft nur noch selten zu finden. Zudem ist das Kundenpotenzial durch Wegzüge reduziert und häufig müssen Lebensmittelläden, Bäckereien oder Metzgereien schließen (Küpper/Tautz 2015). Im Hinblick auf die Versorgung mit Lebensmitteln bezieht sich eine weitere Forschungsfrage daher auf die Perspektive der Nachfrage:

- Wie ist die Kundenstruktur der Lebensmittelgeschäfte, welche Konsumpräferenzen lassen sich identifizieren und welchen Einzugsbereich haben die Läden?

Im Folgenden werden in Kapitel 2 der Forschungsstand und theoretisch-konzeptionelle Annahmen zur Teilhabe von Migrantinnen bzw. Migranten und geflüchteten Neuzugewanderten am Arbeitsmarkt und Erkenntnisse deren Selbstständigkeit skizziert. Kapitel 3 gibt einen Überblick über die methodische Herangehensweise und unterstreicht den multiperspektivischen Ansatz der Fallstudie. Danach werden die Ergebnisse aus qualitativen Interviews mit (potenziell) selbstständigen Geflüchteten und Geschäftsinhabern von Lebensmittelläden sowie aus einer (halb)standardisierten, quantitativen Befragung von Kundinnen und Kunden dieser Geschäfte in Bezug auf die drei Forschungsfragen dargestellt (Kapitel 4), bevor diese in Kapitel 5 diskutiert werden und ein Ausblick auf Implikationen für Wissenschaft und Praxis gegeben wird.

## 2 Forschungsstand

### 2.1 Teilhabe von Migrantinnen, Migranten und geflüchteten Neuzugewanderten am Arbeitsmarkt und die Rolle räumlicher Strukturen

Die Teilhabe von Migrantinnen, Migranten und geflüchteten Neuzugewanderten am Arbeitsmarkt ist in Deutschland ein erklärtes Ziel von Migrations- und Integrationspolitiken (vgl. Schammann 2017). Integration ist, so wird politisch behauptet und öffentlich breit rezipiert, dann geglückt, wenn der Zugang zum Arbeitsmarkt erfolgreich ist – und zwar sowohl im Sinne einer System- als auch einer Sozialintegration (vgl. Brücker/Fendel/Guichard et al. 2020).

Arbeit und Beschäftigung bilden daher, neben Wohnen, Bildung, Gesundheit sowie vermittelnden Faktoren wie sozialen Kontakten oder – speziell in ländlichen Räumen – Mobilität eine wichtige Schlüsseldimension in Integrationsmodellen (Ager/Strang 2008; Weidinger/Kordel/Pohle 2017). Die Teilhabe am Arbeitsmarkt steht dabei in vielfältigen Wechselwirkungen mit anderen Lebensbereichen, wie der Frage, wo und wie Zugewanderte wohnen, und der Frage, wie das Sozialleben gestaltet wird.

Für Geflüchtete selbst hat Beschäftigung vielfältige finanzielle, soziale und psychologische Bedeutungen. Aus einer defizitorientierten Perspektive heraus wurden in der Migrationsforschung jedoch meist Hürden und Herausforderungen thematisiert. Eine Panelstudie zeigt hinsichtlich der Arbeitsmarktintegration Geflüchteter, dass fünf Jahre nach Einreise in Deutschland 55% der Personen einer Beschäftigung nachgingen (Brücker/Fendel/Guichard et al. 2020: 27). Eine im Vergleich zu anderen Migrantengruppen langsamere Arbeitsmarktintegration von Geflüchteten wird Lee, Szkudlarek, Nguyen et al. (2020) zufolge mit Integrationshemmnissen auf institutioneller (restriktive Regelungen zur Anerkennung von Qualifikationen, die im Ausland erworben wurden), organisationaler (z. B. betriebliche Einstellungspraxis) und individueller Ebene begründet. Brücker, Hauptmann und Jaschke (2020) sowie Simpson, Morgan, Lewis et al. (2021) weisen zudem auf die negative Wirkung von Wohnsitzregelungen auf die Beschäftigungswahrscheinlichkeit sowie die Bedeutung von fehlenden raumbezogenen Gelegenheitsstrukturen und Netzwerken hin. Subjektorientierte Ansätze zielen im Gegensatz dazu darauf ab, Wechselwirkungen von Biographien von Individuen und der Teilhabe am Arbeitsmarkt besser zu verstehen und sie gleichzeitig als aktive Akteure zu begreifen. Damit wird ein tieferes Verständnis über sich verändernde Ziele und Aspirationen für die Zukunft eingefordert. Biographische Perspektiven auf Lebenswelten, die Erfahrungen in der Vergangenheit einbeziehen und Wechselwirkungen mit Lebensereignissen (*life events*) forcieren, helfen, Lebensziele besser zu verstehen. Die Arbeitsmarktintegration erfolgt dabei vor dem Hintergrund sich neu aushandelnder Identitäten im Migrationsprozess (Nardon/Zhang/Szkudlarek et al. 2021). Wehrle, Klehe, Kira et al. (2018) identifizierten zwei Bedrohungen der Identität in Bezug auf Erwerbstätigkeit: (1) die Bedrohung von beruflichen Identitäten, die im Herkunftsland erworben wurden (*identity threats*), die beispielsweise mit der Abwertung von Berufserfahrung im Zielland einhergeht; (2) die Bedrohung, dass durch externe Personen im Zielland berufliche Identitäten ungewollt zugeschrieben und diese Zuschreibungen als bedrohlich bewertet werden (*threatening identities*), wenn zum Beispiel bestimmte Berufsbilder oder Bildungswege empfohlen werden (z. B. Überlegenheit des deutschen Ausbildungssystems, vgl. Bernhard/Röhler

2022). Eine zukunftsorientierte Einstellung, die mit der Sorge um die eigene Zukunft, Neugierde und der Überzeugung, das eigene Leben beeinflussen zu können, einhergeht, ist eine Charaktereigenschaft, die dazu beiträgt, mit diesen Bedrohungen umzugehen (Wehrle/Klehe/Kira et al. 2018). Das Individuum bettet Entscheidungen und Praktiken dabei stets in soziale Kontexte, zum Beispiel in Bedürfnisse der Kernfamilie ein (Kordel/Weidinger/Spenger 2022). Zudem haben Erwartungen der Gesellschaft sowie die Akzeptanz in der Gesellschaft, die wiederum durch lokale Konfigurationen beeinflusst (Stachowski/Rasmussen 2021) und intersektional hergestellt wird (Spiliopoulos/Cuban/Broadhurst 2021), Einfluss auf Entscheidungen. In Bezug auf Fluchtmigrantinnen und -migranten resultieren aus Erfahrungen der Flucht, Traumata und verschiedenen Konstellationen der Unsicherheit spezifische Herausforderungen für die Arbeitsmarktintegration (Becker/Ferrara 2019). Hinsichtlich der Beschäftigung von Geflüchteten weisen Bernhard und Röhrer (2022: 84) zudem auf einen Verlust von Ressourcen hin, die Neuzugewanderten für die Durchsetzung ihrer Ziele zur Verfügung stehen und die Bourdieu (1986) als Kapital bezeichnete: Neben ökonomischem Kapital und sozialem Kapital (Netzwerke) verlieren Geflüchtete bei der Ankunft in Deutschland auch Verwertungsmöglichkeiten ihres in Sozialisations- und Bildungsprozessen erworbenen arbeitsbezogenen Könnens und Wissens und ihrer Schul- und Berufsabschlüsse (kulturelles Kapital) und sehen sich schließlich auch mit einer fehlenden Wertschätzung ihrer bisherigen Tätigkeiten konfrontiert (symbolisches Kapital). Die Frage, wie individuelle *Agency* entsteht, wer dazu wie beiträgt, und wie sie beschränkt wird, stellt daher ein Forschungsfeld in der Migrationsforschung dar, das jüngst mehr Aufmerksamkeit erhält (u.a. Bakewell/de Haas/Kubal 2011; Phillimore 2021). Das Navigieren innerhalb institutioneller Rahmenbedingungen und biographischer Konfigurationen ist dabei charakteristisch und zugleich zeitlichen Dynamiken unterworfen.

Die Frage nach der (Wieder-)Erlangung von Ressourcen und individueller *Agency* bei Geflüchteten erfordert einen analytischen Zugang, der Geflüchtete als aktive Akteure begreift, die in der Lage sind, ihr eigenes Lebensumfeld (mit) zu gestalten. Relational bewertete Erfahrungen von *Agency* sind dabei zentral, sowohl bewusstes ‚Anders-Handeln‘ als auch das unbewusste Zurückgreifen auf Praktiken aus dem erlernten Repertoire müssen betrachtet werden. In Bezug auf berufliche Selbstständigkeit von Migrantinnen und Migranten sind insbesondere Erfahrungen aus der Vergangenheit und dem Herkunftsland relevant. Aus humangeographischer Perspektive ist bislang die räumliche Dimension von *Agency* wenig beachtet: Sowohl konkrete Orte als auch relational konstituierte Räume rund um bestimmte Lebensbereiche sind prägend für die Herausbil-

dung der Handlungsmacht Geflüchteter. Welche Wechselwirkungen spezifische Konfigurationen von Orten mit Erfahrungen von Beschäftigung haben, beschreiben Simpson, Morgan, Lewis et al. (2021) mit dem Begriff *place precarity*, den sie aus einer Fallstudie zu männlichen Arbeitern an einem vom Strukturwandel betroffenen Ort in Großbritannien ableiten. *Place precarity* beinhaltet raumbezogene Aspekte (lokale Geographie, Gelegenheitsstrukturen (*opportunity structures*) und soziale Netzwerke), individuumbezogene Dispositionen, die Konstellationen des lokalen Arbeitsmarktes und (Im)mobilitäten. Mit dieser Konzeption wird gezeigt, dass eine raumstrukturelle Herangehensweise, die ländliche Räume differenziert nach sozioökonomischer Lage und Ländlichkeit betrachtet (vgl. Küpper 2016), sinnvoll mit subjektzentrierten Faktoren verbunden und für die zukünftige ländliche Raumforschung fruchtbar gemacht werden kann.

## 2.2 Das Unternehmertum von Migrantinnen, Migranten und Geflüchteten

In Bezug auf die Teilhabe von Migrantinnen und Migranten am Arbeitsmarkt stellt Selbstständigkeit eine Form der Beschäftigung dar, deren Entstehung meist mithilfe struktureller und kulturalistischer Ansätze begründet wurde (Pütz 2003: 77; Fischer-Krapohl 2007: 200). Strukturelle Ansätze zeichnen sich dadurch aus, dass sie ihren Fokus auf die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen legen, unter denen Migrantinnen und Migranten Betriebe gründen und ihre Selbstständigkeit bestreiten (Fischer-Krapohl 2007: 200). Dabei werden strukturelle Benachteiligungen von Migrantinnen und Migranten am regulären Arbeitsmarkt, wie zum Beispiel formelle Hürden, durch die ihnen der Zugang zum Arbeitsmarkt erschwert wird (z. B. keine Erteilung einer Arbeitserlaubnis), aber auch informelle Hürden, die sich als Formen der Diskriminierung (z. B. bei der Auswahl von Bewerberinnen und Bewerbern) ausdrücken (Pütz 2008: 520; Leicht/Philipp/Woywode 2021: 18), diskutiert. Die Hervorhebung struktureller Faktoren führt jedoch gleichzeitig dazu, die Handlungsfähigkeit von Migrantinnen und Migranten systematisch zu unterschätzen, indem migrantische Betriebsgründungen nicht auf die individuelle Initiative der Migrantinnen und Migranten zurückgeführt werden (Sandoz/Mittmasser/Riaño et al. 2021: 4). Sie werden also nicht als aktive Subjekte mit Handlungsmacht, sondern als passive Objekte gesellschaftlicher Strukturen gezeichnet, die ihre Handlungen determinieren. Ein Beispiel für diese Betrachtungsweise ist der sogenannte Reaktionsansatz, im Rahmen dessen die Gründung migrantischer Unternehmen vor allem in weniger wissens- und kapitalintensiven Branchen als eine Reaktion auf diskriminierende Strukturen auf dem Arbeitsmarkt oder auf wirtschaftliche Krisen (David/

Terstriep/Stoewe et al. 2022: 9) und damit als „Flucht in die Selbstständigkeit“ (Fischer-Krapohl 2007: 208) oder auch als „Notgründung“ (Leifels/Metzger 2019: 2) interpretiert wird. Ähnliches gilt für den Ansatz der *blocked mobility*, in dem die Selbstständigkeit von Migrantinnen und Migranten als Möglichkeit gesehen wird, den institutionellen Rassismus und die damit einhergehenden Schranken zum Arbeitsmarkt umgehen zu können (Rath/Schutjens 2016: 100). Als Reaktion auf diese verkürzte, strukturdeterministische Sichtweise plädieren Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler zunehmend dafür, Migrantinnen und Migranten auch im Kontext der Selbstständigkeit als aktive Subjekte mit *Agency* zu verstehen (u. a. Bührmann 2010: 276; Rath/Schutjens 2016: 100; Heilbrunn/Iannone 2020: 22).

Weiterentwicklungen dieser strukturellen Ansätze erkennen die Existenz institutioneller Schranken und diverser Formen der Diskriminierung an, gehen jedoch davon aus, dass diese Rahmenbedingungen ihre Wirkmächtigkeit erst in Relation zu handelnden Migrantinnen und Migranten entfalten (Rath/Schutjens 2016: 100). Folglich werden diese beeinflussenden Strukturen eher als ‚Restriktionen mit Aussicht‘ oder als *opportunity structures* konzeptualisiert (Kloosterman 2010: 28). Die Wechselwirkungen zwischen Akteuren und den sie umgebenden Strukturen greift dabei der *Mixed Embeddedness*-Ansatz von Kloosterman, van der Leun und Rath (1999) auf, der migrantisches Unternehmertum als aktive Auseinandersetzung mit dem jeweiligen sozioökonomischen und politisch-institutionellen Kontext versteht. Solano, Schutjens und Rath (2022) entwickelten den *Mixed Embeddedness*-Ansatz jüngst weiter, indem sie in ihre Kontextualisierung mehrere Orte und mehrere Gruppen gleichzeitig miteinbezogen und damit eine transnationale Perspektive auf migrantische Selbstständigkeit stärken (vgl. auch Sandoz/Mittmasser/Riaño et al. 2021). Ein solcher konzeptueller Fokus auf eine aktive Einbettung berücksichtigt schließlich auch das individuelle Unabhängigkeitsbestreben von Migrantinnen und Migranten, sich durch die eigene Selbstständigkeit von Abhängigkeiten wie etwa staatlichen Unterstützungsleistungen oder einem abhängigen Beschäftigungsverhältnis zu lösen (vgl. Bertelsmann Stiftung 2016: 24; Cifci/Atsiz 2021: 12).

Neben strukturellen Ansätzen dominieren kulturalistische Ansätze die Forschungslandschaft. Dabei werden Migrantinnen und Migranten zunächst einer homogenen, ethnischen Gruppe zugeordnet, deren kulturelle ‚Besonderheiten‘ herangezogen werden, um mithilfe einer so geformten Kategorie das unternehmerische Handeln zu erklären (Leicht/Hartmann/Philipp 2021: 7). So geht beispielsweise das Kulturmodell von einer vollständigen Übertragbarkeit kultureller Traditionen aus dem Herkunftsland der Migrantinnen und Migranten aus und interpretiert empirische Beobachtungen zu ökonomischen Praktiken – wie einer

generellen Neigung zur Selbstständigkeit als ‚Basarmentalität‘ – kulturell und durch ihren kulturellen Hintergrund vorherbestimmt (Fischer-Krapohl 2007: 201–202). Eine solche Betrachtung wird deshalb kritisiert, weil sie von einem essenzialistischen Konzept von Kultur ausgeht, das die Kontingenz kultureller Identität(en) unberücksichtigt lässt (Pütz 2008: 522–523). Eine ähnliche Argumentation lässt sich in den theoretischen Erklärungsversuchen des Ressourcenansatzes und des Nischenmodells beobachten. Während sich der Ressourcenansatz auf vermeintlich ethnische Ressourcen konzentriert, mithilfe derer sich unternehmerische Vorhaben realisieren lassen, geht das Nischenmodell von einer Marktnische aus, die zum Beispiel im Zuge einer regionalen Konzentration von Zugewanderten mit anderen ‚Lebensgewohnheiten‘ und damit anderen Konsumbedürfnissen entsteht und von findigen migrantischen (aber auch nicht-migrantischen) Unternehmerinnen und Unternehmern aufgrund ihrer ‚kulturellen Affinität‘ besetzt wird (Pütz 2004: 41; Rath/Solano/Schutjens 2020: 455).<sup>1</sup> Der Mehrwert dieser Ansätze liegt darin, dass der Blick auf spezifische Erklärungsfaktoren gelenkt wird. Hierunter fallen zum Beispiel innerfamiliäre Solidarität und Unterstützungsmöglichkeiten im sozialen Umfeld als Ausdruck vermeintlich ethnischer Ressourcen (Cifci/Atsiz 2021: 6), aber auch ein unternehmerischer Opportunismus, die spezielle Nachfrage nach bestimmten ethnisch kodierten bzw. kulturspezifischen Produkten und Dienstleistungen zu nutzen (Atasü-Topcuoğlu 2019: 203, 205; Breuer 2019: 27). Mit dem Konzept der Transkulturalität, das den *Mixed Embeddedness*-Ansatz auf den kulturellen Kontext ausweitet, werden essenzialistische Vorstellungen von Kultur aufgebrochen. Die kulturelle Einbettung von Akteuren erscheint hierbei als etwas situativ Hergestelltes, Akteure rekurrieren in alltäglichen Praktiken auf kulturelle Grenzen und (re)produzieren diese dabei (Pütz 2004: 28–29). Selbstständige Migrantinnen und Migranten verorten sich somit je nach Handlungssituation (z. B. Kundenstruktur) in unterschiedlichen Deutungsschemata, wobei hierbei zwischen einer alltäglichen Transkulturalität als dem „routinisierte[n] Heranziehen von Deutungsschemata“ (Pütz 2003: 82) und einer strategischen Transkulturalität als einer „absichtsvolle[n] reflexive[n] Verortung“ (Pütz 2003: 83) unterschieden wird. Selbstständige Migrantinnen und Migranten bedienen somit entweder bewusst oder unbewusst bestimmte kulturelle Aspekte, um so im Zuge ihrer Selbstständigkeit etwa

<sup>1</sup> Vgl. die Diskussion um ethnisches Unternehmertum (*ethnic entrepreneurship*) (Aldrich/Waldinger 1990). Ethnisches Unternehmertum bezeichnet dabei die „Fokussierung des Geschäftsmodells auf Dienstleistungen und/oder Waren für eine bestimmte ethnische Gruppe“ (David/Terstriep/Stoewe et al. 2022: 9).

die besondere Nachfrage nach bestimmten Produkten zu befriedigen oder aber sich innerhalb diverser Netzwerke zu bewegen.

Die Spezifika von Geflüchteten, die selbstständig werden, adressieren jüngst Arbeiten zum Flüchtlingsunternehmertum (*refugee entrepreneurship*, vgl. Heilbrunn/Iannone 2020; Leicht/Hartmann/Philipp 2021). Diskutiert wurden bislang institutionelle Hürden, etwa dass Qualifikationen und berufliche Kenntnisse, die von Geflüchteten vor der Flucht erworben wurden (kulturelles Kapital), oftmals nicht anerkannt werden (Heilbrunn/Iannone 2019: 3; Wauters/Lambrecht 2008: 904). Des Weiteren wird eine schwächere *embeddedness* in die sozialen und institutionellen Strukturen der Ankunftsgesellschaft thematisiert, die durch eine in der Regel geringere Ressourcenausstattung (ökonomisches und soziales Kapital) als Folge des oftmals abrupten Abbruchs der eigenen (beruflichen) Biographie im Herkunftskontext verstärkt wird (Atasü-Topcuoğlu 2019: 204; Leicht/Hartmann/Philipp 2021: 8). Außerdem finden die prekären Lebensumstände, in denen sich Geflüchtete während ihrer Flucht, aber oftmals auch später in Form aufenthaltsrechtlicher Beschränkungen und sozioökonomischer Unsicherheiten wiederfinden, besondere Berücksichtigung (Heilbrunn/Iannone 2019: 3; Leicht/Hartmann/Philipp 2021: 37). So resümieren Leicht, Philipp und Woywode (2021: 35–36), dass Geflüchtete kurz nach ihrer Ankunft besonders von diesen strukturellen Benachteiligungen schwächerer Einbettung und allgemeiner Prekarität betroffen sind. Gleichzeitig weisen subjektorientierte Studien, die sich nicht nur auf die strukturellen Faktoren der Gründung konzentrieren, sondern auch die individuellen Motivationen und die Unternehmenspraxis miteinbeziehen, auf den Aspekt der *Agency* von Geflüchteten hin. So sehen Cifci und Atsiz (2021: 12) sowie Harima, Periac, Murphy et al. (2021: 629) in der Realisierung unternehmerischer Selbstständigkeit eine Strategie von Geflüchteten, mit den im Zusammenhang ihrer Flucht entstehenden Identitätskonflikten und psychischen Problemen umzugehen, und attestieren ihnen folglich eine gesteigerte Resilienz.

Die berufliche Selbstständigkeit von Migrantinnen und Migranten sowie geflüchteten Neuzugewanderten wurde aufgrund der zahlenmäßigen Relevanz bisher vor allem in Großstädten und urbanen Räumen untersucht (vgl. Hillmann 2011; Räuchle 2016). Nur wenige Studien, vor allem in Nordeuropa, befassen sich mit migrantischen Ökonomien in ländlichen Räumen und ihren Wechselwirkungen mit ländlicher Entwicklung (Barth/Zalkat 2021; Webster/Kontkanen 2021). So konstatieren Barth und Zalkat (2021: 190), dass ländliche Räume zwar einerseits oft von Ressourcenknappheit und fehlenden wachstumsorientierten Traditionen geprägt sind, andererseits jedoch potenziell mehr unternehmerische Freiheiten und ein stärker ausge-

prägtes Gemeinschaftsgefühl bieten, was sich positiv auf die Realisierung und den nachhaltigen Erfolg von (migrantischer) Selbstständigkeit auswirken kann. Gerade im deutschsprachigen Kontext wurden diese und weitere besondere Qualitäten ländlicher Räume bisher jedoch noch nicht stark rezipiert, da die individuelle Selbstständigkeit von Migrantinnen, Migranten und Geflüchteten als Strategie zum Umgang mit struktureller Prekarität und der Reduktion sozialer Ungleichheit untersucht wurde (vgl. Bührmann 2010; Breuer 2019). Dieses Desiderat hinsichtlich der (potenziellen) Selbstständigkeit von Geflüchteten in ländlichen Räumen und des Beitrags sowohl für das Individuum als auch für die Versorgung auf dem Land soll daher im Folgenden mittels der drei in der Einleitung aufgeworfenen Forschungsfragen am Beispiel von Lebensmittelgeschäften adressiert werden. Dabei liegt ein besonderer Fokus auf der Artikulation von Aspirationen und der Umsetzung dieser mithilfe von *Agency*.

### 3 Empirisches Datenmaterial und Methoden

Empirische Daten zu den funktionalen Bedeutungen von (selbstständiger) Beschäftigung aus der Perspektive von geflüchteten Neuzugewanderten wurden multiperspektivisch aus zwei verschiedenen Blickwinkeln erhoben. Erstens wurden biographisch-narrative, qualitative Interviews mit Geflüchteten, die in ländlichen Räumen Deutschlands leben, zu Funktionen von Beschäftigung sowie konkreten Aspirationen und Zielen in der Zukunft geführt (n=139). Zweitens dienten leitfadengestützte, qualitative Interviews mit geflüchteten Geschäftsinhabern von Lebensmittelläden dazu, retrospektiv die Phase der Gründung des Geschäfts und die Unternehmenspraxis in der Gegenwart zu erfassen (n=5). Eine (halb)standardisierte, quantitative Befragung von Kundinnen und Kunden von drei dieser Lebensmittelgeschäfte (n=95) ergab Aufschluss über deren Einkaufsgewohnheiten (vgl. Tabelle 1).

In acht, entsprechend der Thünen-Typologie (Küpper 2016) als sehr ländlich eingestuft Landkreisen in den Bundesländern Bayern, Hessen, Niedersachsen und Sachsen<sup>2</sup> wurden unter anderem durch zwei der Autoren 2018/2019 insgesamt 139 biographisch-narrative, qualitative Interviews mit 192 Personen (davon 81 weiblich) durchgeführt.

<sup>2</sup> Abweichend davon wurden in Sachsen auch Landkreise ausgewählt, die der Kategorie „weniger ländlich“ entsprechen, da es dort aufgrund der im Bundesvergleich stark überdurchschnittlichen Größe keine Landkreise gibt, die unter die Typologie „sehr ländlich“ fallen.

**Tabelle 1** Übersicht des Datenkorpus

Sample	Methode	Zielgruppe	Stichprobenumfang	Räumlicher Umgriff
1	Biographisch-narrative, qualitative Interviews	Geflüchtete mit (un)befristetem Aufenthaltsstatus	139	8 Landkreise in 4 Bundesländern
2	Leitfadengestützte, qualitative Interviews	Geschäftsinhaber von Lebensmittelgeschäften	5	4 Kleinstädte in Bayern
3	(Halb)standardisierte, quantitative Befragung	Kundinnen und Kunden von Lebensmittelgeschäften	95	2 Kleinstädte in Bayern

Inhaltlich fokussierten die Gespräche zunächst bedeutungsvolle Lebensereignisse in der Vergangenheit, wie die Aufnahme einer Beschäftigung in Deutschland. Anschließend wurde von Erfahrungen am Wohnort berichtet. Im Schlussteil wurden die Teilnehmenden aufgefordert, ihre Ziele und Aspirationen für die Zukunft zu benennen und deren Realisierbarkeit am ländlichen Wohnort zu bewerten. Die Teilnehmenden kamen vorwiegend aus Syrien (108), Afghanistan (22), Irak (19) und Eritrea (12) und waren durchschnittlich 34,9 Jahre alt. Die Stichprobe umfasst 162 Personen mit anerkanntem Schutzstatus und 25 Personen ohne Schutzstatus.<sup>3</sup>

Fünf leitfadengestützte, qualitative Interviews wurden 2019 und 2020 mit insgesamt sieben geflüchteten Personen geführt, die in vier ländlichen Kleinstädten in Bayern nach 2015 ein Lebensmittelgeschäft eröffnet hatten. Neben den fünf ausschließlich männlichen Betreibern waren bei zwei Gesprächen auch Personen anwesend, die bei der Gründung und im Geschäftsalltag unterstütz(t)en. Die Mitarbeitenden in den Geschäften wurden persönlich vor Ort angesprochen, der Geschäftsinhaber wurde identifiziert und ein Gesprächstermin wurde vereinbart. Diese Form der Ansprache kann als erfolgreich bewertet werden, da es zu keinerlei Absagen kam. Zu Beginn wurden Fragen zum Entstehungshintergrund des Geschäftes gestellt, wobei auch auf Erfahrungen im Herkunftsland eingegangen wurde und die lokalen Konstellationen, die die Gründung beeinflussten, thematisiert wurden. Es folgte der Themenkomplex Kundenstruktur und unternehmerisches Umfeld, bevor die Gespräche mit einem Ausblick auf die Zukunft und möglichen Weiterentwicklungen des Betriebs schlossen. Die Gespräche wurden von zwei der Autoren sowie Studierenden in deutscher Sprache in den Geschäften geführt, ein Interview fand aufgrund von Sprachbarrieren mithilfe einer Konsektivdolmetschung in arabischer Sprache statt, ein weiteres Gespräch wurde aufgrund von Kontaktbeschränkungen online durchgeführt. Die Befragten stammten aus Syrien und dem Irak und waren in ihren Zwanzigern bis Fünfzigern.

Zu allen qualitativen Interviews wurden für die inhaltliche Auswertung Gesprächsprotokolle erstellt und sie wurden wörtlich transkribiert. Die biographisch-narrativen Interviews mit Geflüchteten wurden kodiert. Anschließend wurde das kodierte Material einer Kode-Kookkurrenzanalyse sowie einer Narrativanalyse unterzogen. Die qualitativen Interviews mit geflüchteten Neuzugewanderten, die ein Geschäft etablierten, wurden mithilfe einer thematischen Analyse ausgewertet und werden hier in sprachlich geglätteter Form präsentiert.

Eine (halb)standardisierte, quantitative Befragung der Kundinnen und Kunden von drei Lebensmittelgeschäften in zwei Kleinstädten in Bayern (n=95) fokussierte deren soziodemographische Struktur, Konsumpraktiken und das Einzugsgebiet des Geschäfts. Sie wurde an unterschiedlichen Wochentagen und zu verschiedenen Tageszeiten 2019/2020 über standardisierte persönliche Interviews durchgeführt. Fragebögen standen in deutscher und arabischer Sprache zur Verfügung. Die Auswertung erfolgte deskriptiv mithilfe der Software SPSS.

## 4 Ergebnisse

### 4.1 Bedeutung von Beschäftigung für gleichberechtigte Teilhabe und Aspirationen von Geflüchteten in Bezug auf Beschäftigung

Empirische Daten zeigen, dass Geflüchtete dem Themenkomplex Arbeit unterschiedliche Bedeutungen für ihren Lebensalltag allgemein und das Ankommen in Deutschland zuschreiben. Wichtig ist für sie das Erlangen von finanzieller Unabhängigkeit und damit von ökonomischem Kapital, das in der Konsequenz zu einer selbstständige(re)n Lebensführung führt.

<sup>3</sup> Vgl. für weitere Informationen zum *Sample* sowie zum *Sampling* Kordel/Weidinger/Spenger (2022).

[auf Arabisch]: *Ich will gerne arbeiten. Und ich will kein Geld vom Jobcenter verdienen. Ich will Geld verdienen von meinem eigenen Job* (Syrer, 50-60 Jahre, A\_II\_GEF\_024).<sup>4</sup>

Von großer Relevanz ist finanzielle Unabhängigkeit erstens, da sie dazu führt, Abhängigkeit von Sozialleistungen des Staates zu reduzieren und damit verbundenen Sanktionsdruck beenden kann. Zweitens ermöglicht eigenes Einkommen Ausgaben, die als für die Zukunft relevant erachtet werden (z. B. Führerschein zur Realisierung von Individualmobilität). Bindungen an den Wohnort entwickeln Geflüchtete auch durch die Einrichtung ihrer Wohnung durch das eigene Einkommen. Auch trägt die Arbeitsaufnahme dazu bei, Geld an Familienmitglieder zu schicken (Rimessen). Die Unabhängigkeit von Sozialleistungen kann schließlich zur Beendigung einer Wohnsitzauflage führen und ermöglicht somit eine freiere Wohnstandortwahl. Für diejenigen mit Partner bzw. Partnerin und Kindern in Herkunfts- oder Transitländern kann der Verdienst durch Arbeit die Realisierung des Familiennachzugs erleichtern (vgl. Carlbaum 2022). Hinzu kommt das Ziel, durch die Arbeitskraft, aber auch durch die damit verbundenen Steuerbeiträge, der Gesellschaft etwas zurückzugeben und Dankbarkeit zu zeigen (Kordel/Weidinger/Spenger 2022). Daneben hat die Arbeitsaufnahme auch sozialpsychologische Bedeutungen. Geflüchtete berichten von Sinnstiftung, Struktur und Abwechslung.

*Ich habe auch gelebt mit dem Geld vom Jobcenter, aber den ganzen Tag schlafen und essen, das ist zielloos. [...] Wenn ich [jetzt] so arbeite, dann ist meine Zeit schon weg [Anmerkung: geht die Zeit schnell vorüber]* (Eritreer, 20-30 Jahre, D\_VII\_GEF\_104).

*Ja, also auf jeden Fall war für mich, also der Höhepunkt, weil ich in meine Welt gekommen bin. Das hat mir also sehr gut getan, ich habe mich wohl gefühlt in der Apotheke. Und die Leute waren sehr nett auch in der Apotheke, die Chefin auch. [...] Ja, ich konnte mich sozusagen identifizieren mit dem Land. [...] Ja, das war schon, also Selbstbewusstsein* (Syrer, 20-30 Jahre, D\_VIII\_GEF\_125).

Wie das zweite Beispiel zeigt, trägt die Arbeitsaufnahme auch zu sozialem Wohlbefinden bei, insbesondere dann, wenn Geflüchtete im gleichen Berufsfeld arbeiten wie im Herkunftsland. Für Geflüchtete ist der Arbeitsplatz außerdem ein Ort, an dem durch Sprachpraxis Deutschkenntnisse erweitert werden können (kulturelles Kapital) und soziale Kontakte intensiviert werden können (soziales Kapital). Das

Streben nach beruflicher Selbstständigkeit weist auf ein starkes Interesse an einem selbstbestimmten Arbeitsleben hin. Berufsfelder, in denen interviewte Geflüchtete in ländlichen Räumen selbstständige Beschäftigung anstreben, umfassen das Handwerk, insbesondere das Frisörhandwerk (von weiblichen und männlichen Befragten erwünscht) und andere körpernahe Dienstleistungen (z. B. Tätowieren) sowie Gastronomie und Handel. Zudem wird angestrebte Selbstständigkeit im Familienverbund ausgehandelt.

a: *Meine Frau [kann] gut kochen, arabisch kochen. Wir wünschen uns, ein kleines Geschäft zu eröffnen mit arabisch food. Falafel.*

b: *Ich denke darüber nach, ein Geschäft zu eröffnen, aber das kostet* (a: Syrer, 50-60 Jahre, b: Syrerin, 40-50 Jahre, A\_II\_GEF\_020).

[auf Arabisch]: *Ich brauche zuerst das Geld. Ich möchte zuerst ein eigenes Geschäft eröffnen, dann könnte ich mir leisten, ein eigenes Haus zu kaufen. [...] Ich brauche, wie gesagt, das Geld, ungefähr einen Betrag von 50 bis 80 Tausend Euro, da man normalerweise in den ersten acht Monaten keinen guten Umsatz machen kann. Und man muss Miete, Steuern und für die Mitarbeiter [bezahlen] und das kostet viel* (Syrer, 40-50 Jahre, D\_VIII\_GEF\_127).

[auf Arabisch]: *Ich möchte finanziell unabhängig sein, entweder ein eigenes Geschäft haben oder ein eigenes Restaurant, dann kann ich Steuern bezahlen und selber eigenes Geld verdienen.*

Interviewer: *Und um dieses Ziel zu erreichen, was brauchen Sie dafür?*

[auf Arabisch]: *Zeit, Sprache, soziale Kontakte, das ist wie mit Treppenstufen. Wir können nicht von der ersten Stufe zur letzten springen, kommt alles mit der Zeit.*

Interviewer: *Gibt es noch Personen, die Ihnen dabei helfen können?*

[auf Arabisch]: *Es gibt Leute, die das Gleiche erlebt haben und schon die Erfahrung haben. Ich kontaktiere gerne solche Leute, um etwas zu lernen* (Iraker, 30-40 Jahre, D\_VIII\_GEF\_129)

Neben dem Bewusstsein über die Notwendigkeit von ökonomischem Kapital und der Schwierigkeit, ein Darlehen in Ergänzung zum Eigenkapital zu erhalten, sehen Geflüchtete auch den Nutzen sozialer Netzwerke zum Erfahrungsaustausch als wichtige Voraussetzung für die Realisierung von Selbstständigkeit. Soziales Kapital umfasst dabei Beziehungen zu Verwandten, Freunden und Bekannten aus dem Herkunftsland (*social bonds*) als auch zu ehrenamtlich tätigen Personen oder zu Hauptamtlichen in der Migrationsberatung oder in Jobcentern (*social bridges, social links*). Sie nehmen darüber hinaus wahr, dass der Weg zum Erreichen des Ziels vorgezeichnet ist. Gesetzliche Regelungen in bestimmten Branchen, z. B. im Pharmaziebereich, werden

<sup>4</sup> Um die persönlichen Daten der Befragten zu schützen, werden hier nur die wichtigsten Daten wiedergegeben. Aus Gründen der Transparenz sind jedoch alle dargestellten Zitate mit einem *Token* versehen, das das Bundesland, den Landkreis und die Interviewnummer enthält.

reflektiert. In der Beratungspraxis zeigt sich hingegen ein lineares Integrationsverständnis.

*Mein Bruder hat Papiere, [einen] Meister[brief] von Syrien, Friseur. Der ist zum Jobcenter gegangen und hat gesagt: Ich will ein kleines Geschäft aufmachen als Friseur. Aber das Jobcenter hat gesagt, du musst erst mal fünf Monate eine Arbeit finden [in] Vollzeit und dann später kannst du ein Geschäft aufmachen* (Syrer, 20-30 Jahre, B\_III\_GEF\_045).

Berufliche Aspirationen weisen oft auf erwünschte Selbstständigkeit hin. Welche Beweggründe Geflüchtete, die den Weg in die Selbstständigkeit realisiert haben, im Rückblick anführen, wird im Folgenden thematisiert.

## 4.2 Gründung und Unternehmenspraxis: Ressourcen und Agency

Erfahrungen mit beruflicher Selbstständigkeit in den Herkunftsländern konnten bei zwei der fünf Ladenbesitzer festgestellt werden (sogenannte *re-starter*; David/Terstriep/Stoewe et al. 2022: 10), jedoch außerhalb der Lebensmittelbranche. Die Motivation der Befragten, ein Geschäft speziell für internationale Lebensmittel, vor allem aus ihren Herkunftsländern und -regionen, zu gründen, und die positive Einschätzung der Erfolgsaussichten eines solchen Vorhabens wird von diesen dadurch begründet, dass aufgrund der großen Anzahl von syrischen und irakischen Geflüchteten in ländlichen Räumen seit 2014 eine gestiegene Nachfrage nach besonderen Lebensmitteln, die aus den Herkunftsländern bekannt sind, besteht. So wird auf eine neue Marktnische hingewiesen, die von den befragten Unternehmern erkannt und folglich durch ihre eigenen Läden besetzt wurde (vgl. Nischenmodell; Fischer-Krapohl 2007: 204–205).

[auf Arabisch]: *Ein Laden, wo man arabische Lebensmittel verkauft, ist rentabel und egal, wo man den aufmacht, wird man bestimmt Gewinne erzielen aufgrund der großen Anzahl an Flüchtlingen in Deutschland* (Betreiber, Syrer, 30-40 Jahre, BETR2).

Die Einschätzung, dass die große Anzahl vieler Geflüchteter aus arabischen Ländern auch in den ländlichen Regionen Deutschlands eine besondere Geschäftschance bietet, stellt sich im Hinblick auf die Kundenstruktur als richtig heraus (vgl. Kapitel 4.3). Die befragten Unternehmer, die selbst aus diesen Herkunftsländern stammen, profitieren von diesem Umstand, indem sie entweder bestimmte kulturelle Deutungsschemata wie etwa den Verzehr bestimmter Lebensmittel implizit teilen oder aber explizit auf diesen kulturellen Hintergrund rekurrieren.

*We need our stuff; what we eat, what we taste. For example, what we eat, maybe you don't eat. Or some different food you eat, we don't eat. So this is, what we have and I think*

*many people travelling to our countries and they tasted and they like it* (Betreiber, Syrer, 30-40 Jahre, BETR1).

Dieses Zitat verdeutlicht, wie betriebswirtschaftliche Erwägungen selbstständiger geflüchteter Neuzugewandeter dazu führen können, dass über die eigene kulturelle Einbettung reflektiert und kulturelles Kapital in Wert gesetzt wird. Mit dem Hinweis auf Reisende verliert diese kulturelle Rahmung gleichzeitig auch ihren essenzialistischen Charakter, da kulturelle Bezüge, wie die Vorliebe nach bestimmten Lebensmitteln, nicht nur einer Bevölkerungsgruppe zugeschrieben werden. Im Zuge einer „strategischen Transkulturalität“ (Pütz 2003: 83) ist zunächst festzustellen, dass die befragten Betreiber auf die kulturellen Bezüge einer bestimmten Gruppe (Geflüchtete aus arabischen Ländern) rekurrieren. Gleichzeitig ist jedoch auch zu erkennen, dass sie neben diesem Hauptgeschäft noch zusätzliche Geschäftsmöglichkeiten ausloten, indem sie weitere soziokulturelle Anknüpfungspunkte in ihre Überlegungen miteinbeziehen. Mit dieser Praxis profitiert einer der Betreiber (BETR 1) von dem Umstand, dass er bereits in seinem Herkunftsland ein Unternehmen in der Modebranche geführt hat und an diese Erfahrung anknüpfen kann.

Zur Realisierung von betriebserweiternden Vorhaben, die nicht nur weitere Lebensmittel, sondern auch Non-Food oder Serviceleistungen wie Geldtransfer oder den Verkauf von Bustickets umfassen, setzen die Befragten häufig die Unterstützung von Familienangehörigen in Wert. Ein anderer Betreiber (BETR 5) beschäftigte Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer gezielt nach ihrer Herkunft, um so deren Sprachkenntnisse, Kenntnisse über kulturelle Gepflogenheiten und Zugehörigkeit zu (wahrgenommenen) ethnischen Gemeinschaften als kulturelles Kapital in Wert zu setzen und unterschiedliche Kundinnen und Kunden optimal zu betreuen bzw. diese „wie Magnete“ anziehen zu können. Letzteres, also die Beobachtung, dass migrantische Ökonomien anderen Migrantinnen und Migranten den Zugang zum lokalen Arbeitsmarkt ermöglichen, wird als „co-ethnische Beschäftigung“ diskutiert (Leicht/Philipp/Woywode 2021: 20). Aufgrund der geringen Anzahl der untersuchten Geschäfte lassen sich jedoch keine Aussagen darüber machen, inwiefern diese Funktion selbstständiger Neuzugewandeter als *gatekeeper* zum lokalen Arbeitsmarkt über den Familienkontext hinausreicht. Lediglich in dem einzigen untersuchten größeren Betrieb, in dem von insgesamt elf Beschäftigten fünf unter die Kategorie „co-ethnische Beschäftigung“ fallen, lassen sich solche Praktiken beobachten.

Schließlich interessiert neben dieser potenziellen Integrationsfunktion migrantischer Ökonomien auch, inwiefern sich die Befragten im Zuge ihrer Selbstständigkeit aktiv in ihre sozial-räumlichen Kontexte einbetten und diese mitgestalten. Neben den angesprochenen Aspekten der kulturel-

len Kompetenz, der beruflichen Erfahrung und der „co-ethnischen Beschäftigung“ geschieht dies vor allem durch die Aktivierung sozialer Netzwerke. So erwähnt einer der Ladenbetreiber, dass der Kontakt zu Lieferanten über Freunde zustande kam, „die auch Erfahrungen mit diesen Lieferanten gemacht haben“ (BETR2). Die so zustande kommenden Vertrauensbeziehungen bzw. die so aktivierten Netzwerke (soziales Kapital) können jedoch nicht zwingend als ethnische Netzwerke bezeichnet werden.

Eine Ähnlichkeit zwischen den befragten Betreibern bestand darin, dass Leerstände in den Ortszentren erworben wurden, die zuvor bereits als Läden oder Bäckereien genutzt, jedoch von den jeweiligen Vorbesitzerinnen bzw. Vorbesitzern aufgrund gesundheitlicher Gründe, Renteneintritt oder Todesfällen aufgegeben wurden. Die neuen Ladenbesitzer nutzten bestehende lokale Gelegenheitsstrukturen (Kloosterman 2010: 28) in Form von Leerständen und trugen gleichzeitig zum Erhalt des wirtschaftlichen Standorts bei bzw. leisteten einen Beitrag zur lokalen Entwicklung, indem sie die Kontinuität einer gewerblichen Nutzung der innerörtlichen Flächen gewährleisteten. Die weiteren skizzierten Standorterwägungen verdeutlichen dabei nochmals die vitale Versorgungsfunktion, die die Lebensmittelläden für ihre Umgebung darstellen können. Neben der Präsenz von Geflüchteten wird dabei zum Beispiel auch die Nähe zu vielen alten Menschen als Kundenpotenzial genannt.

*For example, in this road we have many old people [who] cannot walk to Lidl o Aldi. Yeah, they're coming here, taking the things and go. Or they call us and I take them to home for them. In this road, in this area* (Betreiber, Syrer, 30-40 Jahre, BETR1).

Trotz der von vielen Befragten immer wieder geäußerten Aspirationen, selbstständig zu werden, gestaltet sich eine Unternehmensgründung besonders für geflüchtete Neuzugewanderte oftmals schwierig. Als Gründe hierfür führen die befragten Unternehmer rückblickend an, dass Institutionen bzw. Verantwortliche, die für die Integration in den Arbeitsmarkt zuständig sind, für Geflüchtete einen bestimmten ‚idealen‘ Weg, wie die Aufnahme einer Ausbildung oder Weiterqualifikationen, vorsehen und deshalb oft keine finanzielle Unterstützung bieten (Bertelsmann Stiftung 2016: 41).

[auf Arabisch]: *Also die größte Herausforderung war mit dem Jobcenter. Also in der Regel wird man bis zu zwei Jahre vom Jobcenter unterstützt, wenn man so einen Laden eröffnen möchte, aber das haben wir nicht bekommen und deswegen haben wir uns auch ein bisschen vom Jobcenter diskriminiert gefühlt* (Betreiber, Syrer, 30-40 Jahre, BETR2).

Dabei sind gerade für die Gruppe der Geflüchteten institutionelle Hürden zur Selbstständigkeit noch stärker ausgeprägt, da diese oft nicht derart in die Netzwerke der Zielgesellschaft eingebettet sind und ihnen entsprechendes

soziales Kapital fehlt (Leicht/Hartmann/Philipp 2021: 36). Gleichzeitig bewertet ein anderer Unternehmer die Praxis der Kreditvergabe relational und weist darauf hin, dass im Herkunftsland ein großes Vertrauensverhältnis zu Banken bestehe und er dort „bekannt sei“ (BETR5). In Bezug auf Startkapital zur Geschäftsgründung ist vor allem das unmittelbare soziale Umfeld relevant. Verwandte und Bekannte unterstützen mit Privatkrediten. Gleichzeitig spielt auch die eigene Erwerbsarbeit eine Rolle, ökonomisches Kapital zu generieren und dadurch die eigene *Agency* zu vergrößern.

*Also mit diesen Schwierigkeiten habe ich mich auf Freunde verlassen, also die waren richtig zuverlässig. Ich habe nach 1.000 Euro gefragt und dann haben sie 1.000 Euro gegeben. Und auch durch meine Arbeit bei einer Reinigungsfirma* (Betreiber, Syrer, 50-60 Jahre, BETR2).

Zusammenfassend lässt sich bei der Betrachtung der Gründung und Unternehmenspraxis der untersuchten migrantischen Ökonomien feststellen, dass diese aufgrund institutioneller Hürden bei der (finanziellen) Unterstützung weder als Notgründungen pauschalisiert noch aufgrund der geäußerten Ambitionen zur Betriebserweiterung und -anpassung auf ihre Nischenfunktion als ethnische Ökonomien reduziert werden sollten.

### 4.3 Funktionen von Lebensmittelgeschäften für Kundinnen und Kunden

Die Befragung der Kundinnen und Kunden in den untersuchten Lebensmittelläden ergab, dass die meisten aus Syrien (54), gefolgt vom Irak (12) und Afghanistan (6) stammen, während Kundinnen und Kunden mit deutscher Staatsangehörigkeit eher selten dort einkaufen. Die meisten Befragten leben seit dem Jahr 2015 in Deutschland (37), 29 kamen erst 2016 oder später an und nur 19 sind vor 2015 zugezogen. Die befragten Kundinnen und Kunden sind jung, 60% sind unter 40 Jahre alt, während über 50-Jährige nur selten dort einkaufen. Diejenigen Kundinnen und Kunden, die in dem gleichen Ort wohnen, in dem sich der Laden befindet, erreichen diesen zum Großteil zu Fuß (39 von 54). Falls der Wohnort der Befragten nicht der Standort des Geschäftes ist, stellt vor allem der Privat-Pkw (eigenes Auto oder Mitfahrgelegenheit) das bevorzugte Verkehrsmittel zum Einkaufen dar (26 von 41). Bei Einkäufen herrschen kleine Ausgaben vor (bis zehn Euro), da vor allem Personen, die in der Nähe wohnen, die Geschäfte sehr regelmäßig aufsuchen und Single-Haushalte überwiegen. Große Ausgaben (über 30 Euro) werden von Kundinnen und Kunden getätigt, die eine weitere Anreise haben.

Neben der Funktion der Versorgung mit Lebensmitteln sind die Läden zum Teil auch soziale Treffpunkte und dienen dem Informationsaustausch, z. B. über verfügbare Wohnungen. Die Lebensmittelgeschäfte bieten nicht nur für Mi-

grantinnen und Migranten, sondern auch für die eingesessene Bevölkerung neue Waren und Dienstleistungen an. Die große Relevanz der Geschäfte im Lebensalltag von Migrantinnen und Migranten zeigen Ergebnisse von *Mobility Mappings*, die im Rahmen der biographisch-narrativen, qualitativen Interviews durchgeführt wurden. Dabei wurden Orte identifiziert, die für Geflüchtete in ihrem Lebensalltag wichtig sind und eine Bedeutung haben. In Bezug auf die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs nutzen neuzugewanderte Geflüchtete in ländlichen Regionen hauptsächlich kostengünstige Discounter in der Nähe des Wohnorts. Wie folgende Zitate zeigen, werden für die Versorgung mit speziellen Produkten auch besondere Geschäfte aufgesucht.

*Meistens kaufen wir im Rewe ein, weil das der Supermarkt ist, der hier in der Nähe ist und wenn es Dinge gibt, die wir im Rewe nicht besorgen können, dann kaufen wir die im arabischen Supermarkt ein* (Afghanin, 20-30 Jahre, C\_V\_GEF\_071).

In Bezug auf die Versorgung mit besonderen Lebensmitteln müssen Geflüchtete häufig in weiter entfernte Städte fahren, was, wie folgende Zitate zeigen, zum einen als beschwerlich wahrgenommen wird, zum anderen mit Planungsaktivitäten zur Vorratshaltung verbunden ist.

*Ja, also ich gehe immer einmal im Monat nach [GROSSSTADT] mit meinem Freund und wir gehen dort einkaufen, weil es da viele Halāl-Läden gibt. Wir kaufen da Fleisch und Hähnchen, alles und sowas ein, ja. [...] Vorher, vor der Geburt meines Sohnes, bin ich auch mit meiner Familie hingefahren, aber jetzt, seitdem wir ein Kind haben, ist das ein bisschen schwer mit dem Weg* (Staatenloser, 30-40 Jahre, C\_V\_GEF\_089).

a [auf Arabisch]: *Was wir schlecht finden, dass es hier keine arabischen Geschäfte gibt. Wir müssen immer nach [GROSSSTADT] fahren und arabische Sachen mitbringen. [...] auf Deutsch]: Arabisches Brot ist wichtig für eine arabische Familie. [...] Auch noch Fleisch.*

b: *Dafür brauchen wir einen Gefrierschrank und haben Mehrkosten für Strom. [auf Arabisch]: Und einen Kühlschrank. Wir brauchen einen großen Kühlschrank.*

a [auf Arabisch]: *Gefrierschrank, ja. Damit wir das Brot einfach hineinstecken.*

b: *Und Fleisch und Wurst* (a: Syrerin, 40-50 Jahre, b: Syrer, 50-60 Jahre, A\_II\_GEF\_020).

Eine wohnortnahe Versorgung mit bestimmten Lebensmitteln ermöglicht es Migrantinnen und Migranten hauptsächlich, Lebensmittel nach ihren Präferenzen zu konsumieren. Durch diese Konsumpraktiken können sie Anknüpfungspunkte zur Vergangenheit herstellen und gleichzeitig eine Zukunft an einem Ort aufbauen. Die Geschäfte werden deshalb auch als „culinary safe havens“ bezeichnet (Sabar/Posner 2013: 198). In ländlichen Räumen ist die Versorgung am Wohnort nicht zuletzt deshalb von Bedeutung, da

sie hilft, beschwerliche Alltagsmobilität zu reduzieren und so eine Bleibeorientierung zu fördern.

## 5 Diskussion und Ausblick

Die Entstehung migrantischer Ökonomien wurde bislang vorwiegend hinsichtlich der Motivationen der Geschäftsründerinnen und -ründer und der ökonomischen Bedeutungen für Quartiere oder Städte diskutiert. Eine Perspektive, die ländliche Räume fokussiert und die Bedeutung von Beschäftigung von Migrantinnen und Migranten allgemein und speziell deren Aspirationen, selbstständig zu werden, einnimmt, fehlt bislang weitgehend in der Debatte. Besonders gilt dies für die Gruppe der Geflüchteten, die seit 2014 in den Mittelpunkt des öffentlichen Interesses und des Forschungsinteresses in Deutschland gerückt sind. Die vorliegende Fallstudie zu (potenziellem) Flüchtlingsunternehmertum (*refugee entrepreneurship*) als Unterform von migrantischem Unternehmertum (*immigrant entrepreneurship*) konnte zeigen, dass die Bedeutungen von Beschäftigung für Geflüchtete vielfältig sind und ein Arbeitsplatz neben dem Erwerb ökonomischen Kapitals und der damit verbundenen Möglichkeit von Investitionen, die soziales Wohlbefinden steigern oder rechtliche Voraussetzungen für Familienzusammenführungen darstellen, auch direkte (psycho)soziale Auswirkungen hat. Darüber hinaus ermöglicht ein Arbeitsplatz die Erweiterung sozialer Netzwerke, also von sozialem Kapital, und ist dabei in sich im Migrationsprozess neu aushandelnden Identitäten eingebettet (Nardon/Zhang/Szkudlarek et al. 2021). Insbesondere die von Wehrle, Klehe, Kira et al. (2018) beschriebene Bedrohung, dass durch externe Akteure berufliche Identitäten ungewollt zugeschrieben werden (*threatening identities*), zeigt sich in der Fallstudie deutlich: Während die beruflichen Aspirationen in Bezug auf Selbstständigkeit vor allem in den Bereichen Handel, Gastronomie und Handwerk hoch sind, folgen berufliche Beratungsprozesse insbesondere in ländlichen Kontexten häufig einem linearen Integrationsverständnis, das sozialversicherungspflichtige Beschäftigung und insbesondere abgeschlossene Berufsausbildungen in Deutschland im lokalen Arbeitsmarkt präferiert. Um individuelle berufliche Entwicklungsprozesse nicht einzuschränken, müssen erstens die vielfältigen Bedeutungen offengelegt und zweitens die Aspirationen von Geflüchteten besser kommuniziert und in Beratungsprozesse eingebunden werden. Geschieht dies nicht, kann die fehlende Möglichkeit, sich an einem Ort durch berufliche Selbstständigkeit zu verwirklichen, zu Abwanderung führen. Um in der Praxis Beratungsangebote zu stärken, sollten diese flächendeckend, also auch in Kleinstädten und ländlichen Regionen, ausgerollt werden. Insbesondere die Zusammenarbeit

mit lokalen Akteuren, wie der Wirtschaftsförderung, sollte hier konsequent angegangen werden.

Die Herausforderungen, die bei der Gründung von Geschäften bestehen, wurden zunächst mit dem hohen finanziellen Aufwand für eine Betriebsgründung, den erfahrenen institutionellen Hürden im Vorfeld der Geschäftsgründung, als auch dem Umstand, dass zwar häufig Aspirationen selbstständig zu werden existieren, diese jedoch nur selten realisiert werden, beschrieben. Aufgrund dieser Befunde kann schließlich nicht von einer „Notgründung“ (Leifels/Metzger 2019: 2) gesprochen werden, da die unternehmerische Selbstständigkeit lediglich eine potenzielle Erwerbsoption unter weiteren darstellt, die schließlich darüber hinaus auch noch mit besonderen Hindernissen verbunden ist. Jedoch wird sie als sozialer Aufstieg gewertet und deshalb als eine valide Alternative zur Lohnarbeit gesehen (Leicht/Philipp/Woywode 2021: 18; vgl. symbolisches Kapital). Außerdem spielt die Marktsituation in ländlichen Räumen eine große Rolle, die sich gerade seit dem Zuzug Geflüchteter seit 2014 durch eine gestiegene Nachfrage nach spezifischen, internationalen Lebensmitteln bei fehlendem Angebot auszeichnet und damit eine Marktnische darstellt (vgl. Nischenmodell; Fischer-Krapohl 2007: 204–205).

Die befragten geflüchteten Inhaber von Lebensmittelgeschäften reflektierten diese Gelegenheitsstruktur und nannten diesen Umstand auch als expliziten Grund für ihre Betriebsgründung (vgl. *ethnic entrepreneurship*). Darüber hinaus äußerten sich die Befragten zum Zeitpunkt der Befragung überwiegend positiv bezüglich der betrieblichen Zukunftsaussichten und planten, weitere Personen – allen voran aus dem unmittelbaren sozialen Kontext – zu beschäftigen. Gleichzeitig existieren aber auch Beobachtungen, dass Selbstständigkeit von geflüchteten Neuzugewanderten im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels volatil und in manchen Fällen wenig nachhaltig ist. Hierfür lassen sich betriebswirtschaftliche und biographische Gründe anführen: Es besteht wenig Einbindung in lokale Unternehmensnetzwerke (vgl. soziales Kapital), der Wunsch, ein breites Sortiment bieten zu können, steht finanziellen Erwägungen gegenüber (vgl. ökonomisches Kapital) und häufig können nicht alle Familienmitglieder von den generierten Einnahmen ihren Lebensunterhalt bestreiten. Andererseits sind lokale Gelegenheitsstrukturen, wie das Vorhandensein von Leerständen eine wichtige Voraussetzung für die Gründung. Weitere Forschungsarbeiten müssen diese Gründe jedoch noch differenzierter und in ihren Interaktionen diskutieren und die Entwicklung im Zeitverlauf beobachten (Barth/Zalkat 2021: 191). Auch wurden hier ausschließlich männliche Geschäftsbetreiber befragt und ein besseres Verständnis von weiblichen Akteuren ist erforderlich. Schließlich lassen sich für geflüchtete Frauen ähnliche Aspirationen im Hinblick auf Selbstständigkeit erkennen, wobei diese jedoch

noch seltener realisiert werden, da sie zum Beispiel öfter mit der zusätzlichen Problematik konfrontiert sind, berufliche Selbstständigkeit und *Care*-Arbeit zu vereinbaren (Leicht/Hartmann/Philipp 2021: 34).

Die Lebensmittelgeschäfte werden häufig von Kundinnen und Kunden frequentiert, die selbst eine Migrationsgeschichte haben und in dieser Fallstudie vorwiegend aus arabischen Ländern stammen. Für sie stellt die Versorgung mit speziellen Lebensmitteln einen wichtigen Standortfaktor für das Bleiben und die Entwicklung von Bindungen dar. Aufgrund des angebotenen Sortiments erweitern diese Lebensmittelgeschäfte jedoch auch das wohnortnahe Angebot für alle Bewohnerinnen und Bewohner und tragen somit zu einer Diversifizierung des Einzelhandels bei. In den betroffenen Orten ist eine Vielfalt an Lebensmittelangeboten zu einem angemessenen Preis nicht erhältlich und es würden sogenannte *food deserts* (Hallett/McDermott 2011) entstehen, insbesondere für sozioökonomisch schwächere und immobile Bevölkerungsgruppen, die zur Vermeidung von Fahrtkosten auf eine wohnortnahe Versorgung angewiesen wären. Neben der Versorgungsfunktion erfüllen Lebensmittelgeschäfte häufig auch soziale Funktionen, indem sie Kontakthäufigkeit fördern oder „Kristallisationspunkte bürgerschaftlichen Engagements und lokaler Identität“ sind (Küpper/Scheibe 2015: 46).

Speziell in ländlichen Räumen fungieren geflüchtete Neuzugewanderte, die ein Lebensmittelgeschäft gründen, als aktive Agentinnen und Agenten des Wandels, die einerseits einen maßgeblichen Beitrag zur lokalen (Weiter-)Entwicklung leisten, andererseits aber auch die Selbstwahrnehmung von Geflüchteten verändern. Wenngleich Flüchtlingsunternehmerinnen und -unternehmer, die nicht aus dem lokalen Umfeld stammen, im Vergleich weniger Arbeitsplätze schaffen (vgl. Habersetzer/Rataj/Eriksson et al. 2021), tragen sie, wie die Fallstudie zeigen konnte, dennoch in vielfältiger Weise zu ökonomischer, sozialer und gesellschaftlicher Entwicklung bei. Wie auch von Atasü-Topcuoğlu (2019) vorgeschlagen, wäre es neben diesem Fokus auf die Lebensmittelbranche in Zukunft auch interessant, weitere Branchen miteinzubeziehen, in denen die Integrationsfunktion selbstständiger Migrantinnen und Migranten sowie geflüchteter Neuzugewanderter und ihr Beitrag zur lokalen und regionalen Entwicklung ebenfalls untersucht werden kann.

**Förderhinweis und Danksagung** Die Forschung, die zu diesem Artikel führte, wurde zum Teil unterstützt durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) im Bundesprogramm „Ländliche Entwicklung“ aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages (FKZ 2817LE035, Projektlaufzeit 01.01.2018 bis 31.12.2021). Unser Dank gilt unseren Kolleginnen und Kollegen im Verbundforschungsprojekt Annelie, Baraa, Christian, Christin, David, Diana, Gesa, Hanne, Issam, Luca, Lukas, Mahmood, Miriam,

Mohammad, Nazih, Peter, Rana, Reem, Ronja, Saleh, Samer, Silke, Simone, Taskia und Ziba (Stiftung Universität Hildesheim, Technische Universität Chemnitz und Thünen-Institut für ländliche Räume Braunschweig) sowie den beteiligten Studierenden der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg für die Durchführung der Interviews sowie die Aufbereitung und Auswertung der Daten. Darüber hinaus sagen wir allen Befragten Danke für die Teilnahme an der Studie. Nicht zuletzt sind wir dankbar für die gewinnbringenden Anregungen der Reviewerinnen bzw. Reviewer und die Organisation durch den Editor.

## Literatur

- Ager, A.; Strang, A. (2008): Understanding Integration: A Conceptual Framework. In: *Journal of Refugee Studies* 21, 2, 166–191. <https://doi.org/10.1093/JRS/FEN016>
- Aldrich, H. E.; Waldinger, R. (1990): Ethnicity and entrepreneurship. In: *Annual Review of Sociology* 16, 1, 111–135. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.16.080190.000551>
- Atasü-Topcuoğlu, R. (2019): Syrian Refugee Entrepreneurship in Turkey: Integration and the Use of Immigrant Capital in the Informal Economy. In: *Social Inclusion* 7, 4, 200–210. <https://doi.org/10.17645/si.v7i4.2346>
- Bakewell, O.; de Haas, H.; Kubal, A. (2011): *Migration systems, pioneers and the role of agency*. London. = Norface Migration Discussion Paper 2011-23.
- Barth, H.; Zalkat, G. (2021): Refugee entrepreneurship in the agro-food industry: The Swedish experience. In: *Journal of Rural Studies* 86, 189–197. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.06.011>
- Becker, S. O.; Ferrara, A. (2019): Consequences of forced migration. A survey of recent findings. In: *Labour Economics* 59, 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.labeco.2019.02.007>
- Bernhard, S.; Röhrer, S. (2022): Arbeitsintegrationsverläufe syrischer Geflüchteter in Deutschland – Eine Typologie der Bedingungen und Wechselwirkungen im Zeitverlauf. In: *Sozialer Fortschritt* 71, 2, 79–96. <https://doi.org/10.3790/sfo.71.2.79>
- Bertelsmann Stiftung (2016): *Neue Gründer hat das Land! Sieben gute Beispiele zur Förderung von Migrantengründern*. Gütersloh.
- Birke, P.; Bluhm, F. (2020): Migrant Labour and Workers' Struggles: The German Meatpacking Industry as Contested Terrain. In: *Global Labour Journal* 11, 1, 34–51. <https://doi.org/10.15173/glj.v11i1.3875>
- Bourdieu, P. (1986): The forms of capital. In: Richardson, J. (Hrsg.): *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York, 241–258.
- Breuer, M. (2019): Unternehmerische Bewältigung von Prekarität. Erfahrungen und Strategien bei Selbständigen mit Migrationshintergrund. In: *Soziale Probleme* 30, 1, 9–32. <https://doi.org/10.1007/s41059-019-00055-9>
- Brücker, H.; Fendel, T.; Guichard, L.; Gundacker, L.; Jaschke, P.; Keita, S.; Kosyakova, Y.; Vallizadeh, E. (2020): *Fünf Jahre „Wir schaffen das“. Eine Bilanz aus der Perspektive des Arbeitsmarktes*. Nürnberg. = IAB-Forschungsbericht 11/2020.
- Brücker, H.; Hauptmann, A.; Jaschke, P. (2020): *Beschränkungen der Wohnortwahl für anerkannte Geflüchtete. Wohnsitzauflagen reduzieren die Chancen auf Arbeitsmarktintegration*. Nürnberg. = IAB-Kurzbericht 3/2020.
- Bühmann, A. D. (2010): *Wider die theoretischen Erwartungen: empirische Befunde zur Motivation von Unternehmensgründungen durch Migrant/inn/en*. In: Bühmann, A. D.; Pongratz, H. J. (Hrsg.): *Prekäres Unternehmertum: Unsicherheiten von selbstständiger Erwerbstätigkeit und Unternehmensgründungen*. Wiesbaden, 271–293. [https://doi.org/10.1007/978-3-531-92513-4\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-531-92513-4_11)
- Carlbaum, S. (2022): Refugee women's establishment in the rural north of Sweden: cultural capital in meeting local labour market needs. In: *Journal of Ethnic and Migration Studies* 48, 5, 1210–1227. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2021.1933402>
- Cifci, I.; Atsiz, O. (2021): Understanding the Role of Refugees' Entrepreneurship Motives and Challenges in Integration: Evidence From the Food Industry. In: *Journal of Economy Culture and Society* 64, 1–19. <https://doi.org/10.26650/JECS2021-863909>
- David, A.; Terstriep, J.; Stoewe, K.; Ruthemeier, A.; Elo, M.; Garcia Schmidt, A. (2022): *Migrantisches Unternehmertum in Deutschland. Vorschlag einer Differenzierung*. Gütersloh.
- Fasani, F.; Mazza, J. (2020): *Immigrant Key Workers: Their Contribution to Europe's COVID-19 Response*. Bonn. = IZA Policy Paper 155.
- Fischer-Krapohl, I. (2007): ‚Ethnische Ökonomie‘ im theoretischen Diskurs – Unternehmen von MigrantInnen zwischen Ethnisierung und Integration. In: Fischer-Krapohl, I.; Waltz, V. (Hrsg.): *Raum und Migration. Differenz anerkennen – Vielfalt planen – Potenziale nutzen*. Dortmund, 199–221. = *Dortmunder Beiträge zur Raumplanung* 218.
- Habersetzer A.; Rataj, M.; Eriksson, R. H.; Mayer, H. (2021): *Entrepreneurship in rural regions: the role of industry experience and home advantage for newly founded firms*. In: *Regional Studies* 55, 5, 936–950. <https://doi.org/10.1080/00343404.2020.1826038>
- Hallett, L. F.; McDermott, D. (2011): *Quantifying the extent and cost of food deserts in Lawrence, Kansas, USA*. In: *Applied Geography* 31, 4, 1210–1215. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2010.09.006>
- Harima, A.; Periac, F.; Murphy, T.; Picard, S. (2021): *Entrepreneurial Opportunities of Refugees in Germany, France, and Ireland: Multiple Embeddedness Frame-*

- work. In: *International Entrepreneurship and Management Journal* 17, 2, 625–663. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00707-5>
- Heilbrunn, S.; Iannone, R. L. (2019): Introduction. In: Heilbrunn, S.; Freiling, J.; Harima, A. (Hrsg.): *Refugee Entrepreneurship: A Case-based Topography*. Cham, 1–25. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-92534-9\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-92534-9_1)
- Heilbrunn, S.; Iannone, R. L. (2020): From Center to Periphery and Back Again: A Systematic Literature Review of Refugee Entrepreneurship. In: *Sustainability* 12, 18, 1–39. <https://doi.org/10.3390/su12187658>
- Hickmann, H.; Jansen, A.; Pierenkemper, S.; Werner, D. (2021): Ohne sie geht nichts mehr. Welchen Beitrag leisten Migrant\_innen und Geflüchtete zur Sicherung der Arbeitskräftebedarfe in Fachkraftberufen in Deutschland? Bonn.
- Hillmann, F. (Hrsg.) (2011): *Marginale Urbanität: Migrantisches Unternehmertum und Stadtentwicklung*. Bielefeld.
- Kloosterman, R. C. (2010): Matching opportunities with resources: A framework for analysing (migrant) entrepreneurship from a mixed embeddedness perspective. In: *Entrepreneurship and Regional Development* 22, 1, 25–45. <https://doi.org/10.1080/08985620903220488>
- Kloosterman, R.; Rath, J. (Hrsg.) (2003): *Immigrant Entrepreneurs: Venturing Abroad in the Age of Globalization*. Oxford.
- Kloosterman, R.; van der Leun, J.; Rath, J. (1999): Mixed embeddedness: (In)formal economic activities and immigrant businesses in the Netherlands. In: *International Journal of Urban and Regional Research* 23, 2, 252–266. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.00194>
- Kordel, S.; Weidinger, T. (2020): Zuwanderungsprozesse in ländliche Räume: Vielfalt trifft auf Vielfalt. In: Krajewski, C.; Wiegandt, C.-C. (Hrsg.): *Land in Sicht. Vielfalt ländlicher Räume in Deutschland zwischen Prosperität und Peripherisierung*. Bonn, 128–142. = Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung 10362.
- Kordel, S.; Weidinger, T.; Spenger, D. (2022): Sichtweise Geflüchteter auf das Leben in ländlichen Regionen. In: Mehl, P.; Fick, J.; Glorius, B.; Kordel, S.; Schamann, H. (Hrsg.): *Geflüchtete in ländlichen Regionen Deutschlands*. Wiesbaden, 127–160. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-36689-6\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-658-36689-6_6)
- Küpper, P. (2016): *Abgrenzung und Typisierung ländlicher Räume*. Braunschweig. = Thünen Working Paper 68. <https://doi.org/10.3220/WP1481532921000>
- Küpper, P.; Scheibe, C. (2015): Steuern oder fördern? Die Sicherung der Nahversorgung in ländlichen Räumen Deutschlands und Südtirol im Vergleich. In: *Raumforschung und Raumordnung* 73, 1, 45–58. <https://doi.org/10.1007/s13147-014-0326-3>
- Küpper, P.; Tautz, A. (2015): *Sicherung der Nahversorgung in ländlichen Räumen Europas: Strategien ausgewählter Länder im Vergleich*. In: *Europa Regional* 21, 3, 138–155.
- Lee, E. S.; Szkudlarek, B.; Nguyen, D. C.; Nardon, L. (2020): Unveiling the Canvas Ceiling. A Multidisciplinary Literature Review of Refugee Employment and Workforce Integration. In: *International Journal of Management Reviews* 22, 2, 193–216. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12222>
- Leicht, R.; Hartmann, C.; Philipp, R. (2021): *Das Gründungspotenzial von Geflüchteten. Selbstständigkeit als Weg zur Arbeitsmarktintegration?* Bonn.
- Leicht, R.; Philipp, R.; Woywode, M. (2021): *Migrantische Ökonomie: Berufliche Selbstständigkeit und Unternehmen von Migrantinnen und Migranten in Deutschland. Expertise für die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration*. Fachkommission Integrationsfähigkeit. Mannheim.
- Leifels, A.; Metzger, G. (2019): *Gründungen durch Migranten: größerer Wunsch nach Selbstständigkeit*. Frankfurt am Main. = KfW Research Fokus Volkswirtschaft 240.
- Mehl, P. (Hrsg.) (2017): *Aufnahme und Integration von Geflüchteten in ländliche Räume: Spezifika und (Forschungs-)herausforderungen*. Braunschweig. = Thünen Report 53. <https://doi.org/10.3220/REP1510576697000>
- Metzger, G. (2020): *Wieder mehr migrantische Gründungen*. Frankfurt am Main. = KfW Research Volkswirtschaft Kompakt 205.
- Nardon, L.; Zhang, H.; Szkudlarek, B.; Gulanowski, D. (2021): Identity work in refugee workforce integration. The role of newcomer support organizations. In: *Human Relations* 74, 12, 1994–2020. <https://doi.org/10.1177/0018726720949630>
- Nienaber, B.; Roos, U. (2016): Globalising Rural Areas: International Migrants in Rural Germany. In: Domínguez-Mujica, J. (Hrsg.): *Global Change and Human Mobility*. Singapur, 285–302. [https://doi.org/10.1007/978-981-10-0050-8\\_15](https://doi.org/10.1007/978-981-10-0050-8_15)
- Phillimore, J. (2021): Refugee-Integration-Opportunity Structures: Shifting the Focus from Refugees to Context. In: *Journal of Refugee Studies* 34, 2, 1946–1966. <https://doi.org/10.1093/jrs/feaa012>
- Pütz, R. (2003): *Kultur und unternehmerisches Handeln – Perspektiven der „Transkulturalität als Praxis“*. In: *Petermanns Geographische Mitteilungen* 147, 2, 76–83.
- Pütz, R. (2004): *Transkulturalität als Praxis. Unternehmer türkischer Herkunft in Berlin*. Bielefeld.
- Pütz, R. (2008): *Transculturality as Practice: Turkish Entrepreneurs in Germany*. In: Al-Hamarneh, A.; Thielmann, J. (Hrsg.): *Islam and Muslims in Germany*. Leiden, 511–535. = *Muslim Minorities* 7.

- Rath, J.; Schutjens, V. (2016): Migrant Entrepreneurship. Alternative paradigms of economic integration. In: Triandafyllidou, A. (Hrsg.): *Routledge Handbook of Immigration and Refugee Studies*. London, 96–103.
- Rath, J.; Solano, G.; Schutjens, V. (2020): Migrant entrepreneurship and transnational links. In: Inglis, C.; Li, W.; Khadria, B. (Hrsg.): *Sage Handbook of International Migration*. London, 450–465.
- Räuchle, C. (2016): Migrantische Ökonomien in kleineren Großstädten. Governance und Inwertsetzung im Kontakt neoliberaler Stadtpolitiken. In: *Berichte. Geographie und Landeskunde* 90, 2, 135–156.
- Sabar, G.; Posner, R. (2013): Remembering the Past and Constructing the Future over a Communal Plate: Restaurants Established by African Asylum Seekers in Tel Aviv. In: *Food, Culture and Society* 16, 2, 197–222. <https://doi.org/10.2752/175174413X13589681351692>
- Sandoz, L.; Mittmasser, C.; Riaño, Y.; Pigué, E. (2021): A review of transnational migrant entrepreneurship: Perspectives on unequal spatialities. In: *ZFW – Advances in Economic Geography*. <https://doi.org/10.1515/zfw-2021-0004>
- Schammann, H. (2017): Eine meritokratische Wende? Arbeit und Leistung als neue Strukturprinzipien der deutschen Flüchtlingspolitik. In: *Sozialer Fortschritt* 66, 11, 741–757.
- Schmiz, A. (2011): Geschlechtsspezifisch in der Arbeitsmarktintegration vietnamesischer Migrantinnen und Migranten in Berlin. In: *Berichte zur deutschen Landeskunde* 85, 1, 79–88.
- Simpson, R.; Morgan, R.; Lewis, P.; Rumens, N. (2021): Living and working on the edge. ‘Place precarity’ and the experiences of male manual workers in a UK seaside town. In: *Population, Space and Place* 27, 8, e2447. <https://doi.org/10.1002/psp.2447>
- Solano, G.; Schutjens, V.; Rath, J. (2022): Multifocality and opportunity structure: towards a mixed embeddedness model for transnational migrant entrepreneurship. In: *Comparative Migration Studies* 10, 3. <https://doi.org/10.1186/s40878-021-00270-0>
- Spiliopoulos, G.; Cuban, S.; Broadhurst, K. (2021): Migrant Care Workers at the Intersection of Rural Belonging in Small English Communities. In: *Journal of Immigrant and Refugee Studies* 19, 2, 213–226. <https://doi.org/10.1080/15562948.2020.1801941>
- Stachowski, J.; Rasmussen, B. (2021): From Valued Stayers to Working Hands? The Social Consequences of Changing Employment Relations Among Polish Migrants in Farmed Salmon Industry in Rural Norway. In: *European Countryside* 13, 3, 565–583. <https://doi.org/10.2478/euco-2021-0015>
- Wauters, B.; Lambrecht, J. (2008): Barriers to Refugee Entrepreneurship in Belgium: Towards an Explanatory Model. In: *Journal of Ethnic and Migration Studies* 34, 6, 895–915. <https://doi.org/10.1080/13691830802211190>
- Webster, N. A.; Kontkanen, Y. (2021): Space and place in immigrant entrepreneurship literature in the Nordic countries: A systematic literature review. In: *Norsk Geografisk Tidsskrift – Norwegian Journal of Geography* 75, 4, 221–236. <https://doi.org/10.1080/00291951.2021.1949746>
- Wehrle, K.; Klehe, U.-C.; Kira, M.; Zikic, J. (2018): Can I come as I am? Refugees’ vocational identity threats, coping, and growth. In: *Journal of Vocational Behavior* 105, 83–101. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2017.10.010>
- Weidinger, T.; Kordel, S.; Pohle, P. (2017): Bleiben oder Gehen? Einflussfaktoren auf die Wohnstandortmobilität anerkannter Flüchtlinge in ländlichen Räumen am Beispiel des Bayerischen Waldes. In: *Europa Regional* 24, 3-4, 46–61.