



Stabsstelle für Wirtschafts-, Europa- und Fördermittelangelegenheiten

Wirtschaftsfaktor migrantische Unternehmen

Duisburgs vielfältige Ökonomie

Empfohlene Zitierweise

Terstriep, J., David, A., Sänger, R., & Genc, V. (2025). Wirtschaftsfaktor migrantische Unternehmen: Duisburgs vielfältige Ökonomie. Ergebnisbericht des Projekts MIRO im Auftrag der Stadt Duisburg. <https://doi.org/10.53190/INNO/202502>

Hinweis

Dieser Bericht ist das Ergebnis des Projekts „MIRO“, das vom Institut Arbeit und Technik (IAT) der Westfälischen Hochschule Gelsenkirchen in Zusammenarbeit mit Perspektive neuStart e. V. im Auftrag der Stadt Duisburg durchgeführt wurde.

Danksagung

Wir bedanken uns herzlich bei den Unternehmer:innen aus Duisburg, die uns mit ihrer Zeit und Expertise wichtige Einblicke in die Migrant:innenökonomie der Stadt Duisburg gewährt haben. Bedanken möchten wir uns außerdem bei Lukas Zaghow der uns bei der Durchführung der Interviews tatkräftig unterstützt hat und bei Marvin Mos-ters für die Transkriptionen.

Mit Unterstützung durch



Gefördert durch:

Ministerium für Kinder, Jugend, Familie,
Gleichstellung, Flucht und Integration
des Landes Nordrhein-Westfalen



In Tregerschaft:



Inhalt

Auf den Punkt	1
1 Vorbemerkungen	1
1.1 Auftragsgegenstand & Begriffsverständnis	1
1.2 Methodisches Vorgehen	2
1.2.1 Quantitative Analyse	2
1.2.2 Qualitative Analyse	2
2 Zur Relevanz der Migrant:innenökonomie	6
3 Stadt Duisburg: Ein Schnappschuss	8
4 Migrant:innenökonomie: Ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in der Stadt	13
4.1 Migrantische Unternehmen in Duisburg – Ein Überblick	13
4.2 Einzelunternehmen: Gründungsdynamik	14
4.2.1 Gründungen	15
4.2.2 Schließungen	17
4.2.3 Gründungssalden	19
4.2.4 Gründungen nach Wirtschaftszweigen	22
4.3 Gründungen – Position Duisburgs im Ruhrgebiet und in NRW	25
4.3.1 Gründungen von Einzelunternehmen im Vergleich	25
4.3.2 Schließungen von Einzelunternehmen im Vergleich	26
4.3.3 Gründungen nach Staatsangehörigkeit im NRW-Vergleich	28
4.3.4 Schließungen nach Staatsangehörigkeit im NRW-Vergleich	29
4.3.5 Gründungen nach Wirtschaftszweigen im NRW-Vergleich	31
4.4 Gründungsgeschehen der vergangenen 3 Jahre	32
4.5 Unternehmensbestand – Ausländische Gewerbetreibende in Duisburg	39
4.5.1 Gewerbetreibende in Duisburg nach Staatsangehörigkeit	39
4.5.2 Gewerbetreibende nach Wirtschaftszweigen	40
4.6 Unternehmensbestand - Einzelunternehmen	46
4.6.1 Einzelunternehmen nach Rechtsform und Geschlecht	46

4.6.2	Ausländische Einzelunternehmen nach Staatsangehörigkeit	48
4.6.3	Einzelunternehmen nach Wirtschaftszweigen, Geschlecht & Staatsangehörigkeit	49
4.6.4	Einzelunternehmen nach TOP-5 Staatsangehörigkeiten	53
4.7	Wirtschaftliche Leistung – Versuch einer Approximation	55
5	Unternehmerinnen im Fokus – Sonderauswertung	57
5.1	Gründungsverhalten von Frauen in Duisburg	57
5.2	Unternehmensbestand weiblicher Gewerbetreibender	66
5.3	Einzelunternehmerinnen in Duisburg	67
6	Qualitative Ergebnisse	70
6.1	Gründungsmotive migrantischer Unternehmer:innen	70
6.2	Herausforderungen	71
6.3	(Gründungs-)Unterstützung migrantischer Unternehmer:innen	73
6.3.1	Institutionelle Unterstützung	73
6.3.2	Informelle Unterstützung	75
6.4	Einbettung in das unternehmerische Ökosystem	75
6.4.1	Zugehörigkeitsgefühl	76
6.4.2	Vernetzung	78
6.4.3	Segregation & Diskriminierung	79
6.5	Ausbildung & Beschäftigung	80
6.5.1	Beschäftigung	80
6.5.2	Ausbildung	82
6.5.3	Unternehmerische Handlungsfähigkeit	84
7	Resümee	88
8	Handlungsempfehlungen	90
8.1	Sensibilisierung für die Vielfalt migrantischer Unternehmen	90
8.2	Wertschätzung migrantischen Unternehmer:innentums	91
8.3	„Entrepreneurial Agency“ als Instrument der Quartiersentwicklung	92
8.4	Ausweitung der Beratung	93
8.5	Mentoring & „Role Models“	94
8.6	Gemeinsam Zukunft gestalten	95
8.7	Ein Blick in die Region: Ressourcen bündeln, Synergien nutzen	97

Anhang

A1. Interviewleitfaden

A1

Abbildungen

Abb. 1.	Bevölkerung Stadt Duisburg	9
Abb. 2.	Gründungen von Einzelunternehmen durch Ausländer:innen und Deutsche (2018–2023)	15
Abb. 3.	Anteile der Schließungen von Einzelunternehmen an allen Schließungen (2018–2023)	18
Abb. 4.	Gründungssalden Einzelunternehmen (2018-2023)	19
Abb. 5.	Gründungen, Schließungen und Salden von Einzelunternehmen (2018–2022)	21
Abb. 6.	Gründungssalden nach TOP-5 Nationalitäten der Einzelunternehmer:innen (2018–2023)	21
Abb. 7.	Gründer:innen nach deutscher und ausländischer Staatsangehörigkeit (09/2021–07/2024)	33
Abb. 8.	Gründer:innen nach Staatsangehörigkeiten (09/2021–07/2024)	34
Abb. 9.	Gründungen nach Wirtschaftszweigen und Staatsangehörigkeit alle Gewerbetreibende (09/2021–07/2024)	35
Abb. 10.	Anteil der Gründungen ausländischer Staatsangehöriger innerhalb des jeweiligen Wirtschaftszweigs (09/2021–07/2024)	36
Abb. 11.	Wirtschaftszweige in denen Deutsche und Ausländer:innen gründeten nach Geschlecht (09/2021–07/2024)	38
Abb. 12.	Gewerbetreibende in Duisburg – Anteile nach Staatsangehörigkeit und Geschlecht (07/2024)	40
Abb. 13.	Anteil der Gewerbetreibenden nach TOP-5 Staatsangehörigkeiten (07/2024)	40
Abb. 14.	Anteile der Gewerbetreibenden nach Wirtschaftszweigen und Staatsangehörigkeit (07/2024)	42
Abb. 15.	Anteil der Gewerbetreibenden nach Geschlecht (alle Gewerbetreibende)	44
Abb. 16.	Bestand an Einzelunternehmen nach Staatsangehörigkeit und Geschlecht (07/2024)	47
Abb. 17.	Einzelunternehmen nach TOP-5 Staatsangehörigkeiten und Geschlecht	49
Abb. 18.	Einzelunternehmer:innen nach Wirtschaftszweig & Geschlecht (07/2024)	52
Abb. 19.	Anteile der ausländischen und deutschen Gründerinnen an allen Gründungen der jeweiligen Gruppe (09/2021–07/2024)	58
Abb. 20.	Ausländische Gründerinnen nach TOP-5 Staatsangehörigkeiten (09/2021–07/2024)	59
Abb. 21.	Anteil der Gründungen von Frauen je Wirtschaftszweig (09/2021–07/2024)	60
Abb. 22.	Anteil Wirtschaftszweige, in denen Frauen in den letzten drei Jahren gegründet haben (09/2021–07/2024)	60
Abb. 23.	Anteil der deutschen und ausländischen Gründerinnen an allen Gründerinnen nach Wirtschaftszweig (09/2021–07/2024)	62

Abb. 24.	Prozentuale Anteile der Gründungen von Frauen nach Wirtschaftszweig und Staatsangehörigkeit (09/2021–07/2024)	64
Abb. 25.	Gründerinnen nach TOP-5 Staatsangehörigkeiten und Wirtschaftszweig (09/2021–07/2024)	65
Abb. 26.	Anteile weiblicher Gewerbetreibender (07/2024)	66
Abb. 27.	Anteile weiblicher ausländischer Gewerbetreibender nach Staatsangehörigkeit (07/2024)	67
Abb. 28.	Ausländische Einzelunternehmerinnen im Vergleich (07/2024)	68
Abb. 29.	Anteile Einzelunternehmerinnen nach TOP-5 Staatsangehörigkeiten (07/2024)	69

Tabellen

Tabelle 1.	Zusammensetzung des Samples	4
Tabelle 2.	Einwohner:innen in Duisburg nach Nationalität	10
Tabelle 3.	Ausländische Bevölkerung nach Staatsangehörigkeit	11
Tabelle 4.	Gründungen nach Staatsangehörigkeit – TOP 5 ausländischer Gründer:innen (2018–2023)	16
Tabelle 5.	Anteile der Neugründungen nach Staatsangehörigkeit in Duisburg (2018–2023)	17
Tabelle 6.	Schließungen von Einzelunternehmen in absoluten Zahlen (2018–2023)	18
Tabelle 7.	Anteil ausländischer Gründungen an allen Gründungen nach ausgewählten Wirtschaftszweigen (2018–2023)	23
Tabelle 8.	Anteil der Neugründung von Einzelunternehmen durch ausländische Staatsangehörige sowie nach Geschlecht an allen Neugründungen nach Region (2018–2022)	25
Tabelle 9.	Anteil der Schließungen von Einzelunternehmen durch ausländische Staatsangehörige sowie nach Geschlecht an allen Schließungen nach Region (2018–2022)	27
Tabelle 10.	Anteil der Gründungen von Einzelunternehmen nach Staatsangehörigkeit und Region (2018–2022)	28
Tabelle 11.	Anteil der Schließungen von Einzelunternehmen nach Staatsangehörigkeit und Region (2018–2022)	29
Tabelle 12.	Anteil der Neugründungen an ausgewählten Wirtschaftszweigen im NRW-Vergleich (2018–2022)	31
Tabelle 13.	Anteil ausländischer Gewerbetreibender an allen Gewerbetreibenden nach Wirtschaftszweig und Geschlecht (07/2004)	45
Tabelle 14.	Einzelunternehmen nach Wirtschaftszweigen und Geschlecht (07/2024)	50
Tabelle 15.	Einzelunternehmer der TOP-5 Staatsangehörigkeiten nach Wirtschaftszweigen (07/2024)	53
Tabelle 16.	Einzelunternehmerinnen der TOP-5 Staatsangehörigkeiten nach Wirtschaftszweigen (07/2024)	54

Auf den Punkt

1

Vielfalt hat in Duisburg Tradition!

Die Stadt beheimatet Menschen aus 163 Nationen. Ebenso divers ist die migrantische Ökonomie, die sich mit ihren 6.055 Gewerbetreibenden durch unternehmerische Vielfalt und kulturelle Pluralität auszeichnet.

2

Wirtschaftsfaktor Migrant:innenökonomie

Die Gewerbetreibenden mit ausländischer Staatsangehörigkeit in Duisburg erwirtschaften geschätzt rund 4,2 Mrd. € des Bruttoinlandsprodukts der Stadt und beschäftigen rund 40.600 Personen, Tendenz steigend.

3

Bedeutende Gründungsaktivitäten

Mehr als ein Drittel der Gründungen von Einzelunternehmen erfolgt in Duisburg durch Personen mit ausländischer Staatsangehörigkeit, wobei das Baugewerbe, Verkehr & Lagerei sowie das Gastgewerbe zu den präferierten Wirtschaftszweigen zählen, die durch ein wachsendes Engagement in wissensintensiven Sektoren komplettiert werden.

4

Stabilisierender Faktor migrantische Einzelunternehmen

Mit einem Plus von 412 ausländischen und einem Minus von 679 Einzelunternehmen waren es im Jahr 2023 vor allem ausländische Gründer:innen die den Bestand an Einzelunternehmen in Duisburg stabilisiert haben.

5

Zukunftspotenzial Frauen!

Frauen machen 26,3 % der Gewerbetreibenden in Duisburg aus und trugen in den letzten drei Jahren mit 31,7 % zum Gründungsgeschehen bei, Tendenz steigend. Der Anteil der Gründungen von Frauen mit ausländischer Staatsangehörigkeit fällt mit 20,4 % aller ausländischen Gründungen zwar geringer aus, bietet jedoch zugleich enormes Entwicklungspotenzial.

6

Diversität als Standortfaktor nutzen

Die Sensibilisierung für die Diversität migrantischer Unternehmer:innen und die Förderung interkultureller Kompetenzen bei den Akteuren des lokalen Ökosystems sowie die Wertschätzung des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Beitrags dieser Gruppe von Unternehmer:innen sind zentrale Voraussetzungen für die Fortentwicklung der Migrant:innenökonomie in Duisburg.

7

Effektive Unterstützung ausbauen

Die Ergänzung bisheriger Unterstützungsangebote (einschl. der Finanzierung) durch ein antizipierendes, phasenspezifisches und damit bedarfsorientiertes Begleitprogramm entlang des Geschäftslebenszyklus birgt die Chance, das unternehmerische Potenzial migrantischer Unternehmer:innen weiter zu heben, Schließungen zu reduzieren und nachhaltiges Wachstum zu fördern.

Glossar

Ausländer:in

Alle Personen, die nicht die deutsche Staatsangehörigkeit gem. Art. 116 Abs. 1 GG besitzen.

Einzelunternehmen

Rechtsform, bei der eine *einzelne* natürliche Person eine wirtschaftliche Tätigkeit ausübt. Es umfasst sowohl gewerbliche als auch freiberufliche Tätigkeiten. Einzelunternehmen können entweder im Handelsregister eingetragen sein (eingetragener Kaufmann, e.K.) oder als Kleingewerbetreibende ohne Handelsregistereintrag agieren, abhängig vom Umfang des Geschäftsbetriebs (§ 1 HGB).

Gewerbetreibende

Als Gewerbe gilt jede erlaubte selbstständige Tätigkeit, die auf Dauer angelegt ist und mit der Absicht der Gewinnerzielung betrieben wird. Die Tätigkeiten, die der Gewerbeordnung unterliegen, regelt § 6 der GewO. Gewerbetreibende müssen in der Regel ein Gewerbe anmelden, was bedeutet, dass die Tätigkeit bei der zuständigen Gewerbebehörde registriert werden muss. Dies umfasst eine Vielzahl von Berufen, von kleinen Einzelunternehmen bis hin zu großen Handelsfirmen, und kann sowohl handwerkliche als auch industrielle Betriebe sowie Dienstleistungsunternehmen einschließen.

Lokales (unternehmerisches) Ökosystem

Ein komplexes Geflecht sich wechselseitig beeinflussender Faktoren (z. B. Netzwerke, Wissen, Institutionen, Finanzierung) und Akteure, die in ihrem Zusammenspiel produktives Unternehmer:innen-tum fördern.

Migrant:innenökonomie

Alle Selbstständigen mit Einwanderungs- oder Fluchtgeschichte (–» [Migrationshintergrund](#)) und die von ihnen gegründeten oder geführten Unternehmen.

Migrationshintergrund/Einwanderungsgechichte

Alle Personen, die selbst oder deren mindestens ein Elternteil die deutsche Staatsangehörigkeit nicht durch Geburt besitzt. Hierzu zählen: Ausländer:innen, Eingebürgerte, (Spät-)Aussiedler:innen und Personen, die die deutsche Staatsbürgerschaft durch die Adoption deutscher Eltern erhalten haben, sowie die Kinder dieser vier Gruppen. Dies gilt auch für Zugewanderte aus den Mitgliedstaaten der Europäischen Union.

Selbständige

Alle Personen, die eigenständig wirtschaftlich tätig sind. Dazu gehören sowohl Einzelunternehmer als auch Freiberufler und andere Formen selbstständiger Arbeit. Selbständige können gewerblich tätig sein oder einem freien Beruf nachgehen, wobei sie nicht zwingend ein Gewerbe anmelden müssen.

Wirtschaftszweig

Als Wirtschaftszweig oder Sektor wird eine Gruppe von Unternehmen bezeichnet, die im Rahmen ihrer wirtschaftlichen Tätigkeit ähnliche Produkte herstellen bzw. ähnliche Dienstleistungen erbringen. Grundlage hierfür bildet die Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 (WZ 2008).

1 Vorbemerkungen

1.1 Auftragsgegenstand & Begriffsverständnis

Im Auftrag der Stadt Duisburg untersucht die vorliegende Studie die „Migrant:innenökonomie“ am Standort. Inhaltliche Schwerpunkte bilden die sektorale Zuordnung migrantischer Unternehmen, das Thema „Ausbildung“ sowie die Einbettung migrantischer Unternehmen in das lokale Ökosystem. Forschungsleitend waren die folgenden Fragestellungen:

1. In welchen Branchen sind migrantische Unternehmer:innen tätig?
2. Wie stellt sich das Gründungsgeschehen dar?
3. Wie sind migrantische Unternehmer:innen in die lokale Wirtschaft / das lokale Ökosystem eingebunden?

Die Untersuchung dieser Fragestellungen bildet die Grundlage für die Ableitung von Handlungsempfehlungen zur Hebung des Potenzials der Migrant:innenökonomie in der Stadt Duisburg.

Unter dem Begriff „Migrant:innenökonomie“ subsumieren wir die Gesamtheit der Selbständigen mit Einwanderungs-/Fluchtgeschichte und die von ihnen gegründeten und/oder geführten Unternehmen und folgen damit der im deutschsprachigen Raum verbreiteten Definition (Leicht, 2019; David et al., 2019). In Anlehnung an die Definition des Statistischen Bundesamts verfügt eine Person über einen Migrationshintergrund, „wenn sie selbst oder mindestens ein Elternteil die deutsche Staatsangehörigkeit nicht durch Geburt besitzt“ (Destatis, 2023a: 5). Die Personengruppe umfasst sowohl die seit mehreren Jahrzehnten in Deutschland lebenden Zugewanderten (einschl. Doppelstaater:innen), ihre Nachkommen sowie erst kürzlich Zugewanderte aus EU-Ländern, Nicht-EU-Ländern ebenso die Geflüchteten der vergangenen Jahre (IQ Netzwerk Migrantenökonomie, 2017). Die Begriffe Zugewanderte, Migrant:in und Person mit Einwanderungsgeschichte werden nachfolgend synonym verwendet. Davon zu unterscheiden sind aus statistischen Gründen „ausländische Einzelunternehmer:innen“ bzw. „ausländische Gründer:innen“, also Personen mit ausländischer Staatsangehörigkeit.

Aufgrund der Limitation der verfügbaren Daten der amtlichen Statistik wird im Rahmen der quantitativen Analyse lediglich zwischen Personen mit deutscher und ausländischer Staatsangehörigkeit (Deutsche und Ausländer:innen) differenziert. In der qualitativen Analyse finden auch Personen mit deutscher Staatsangehörigkeit und Migrationshintergrund Berücksichtigung.

Auftragsgegenstand
Migrant:innenökonomie

Begriffsverständnis
Worüber wir sprechen

1.2 Methodisches Vorgehen

Zur Beantwortung der Forschungsfragen greift die vorliegende Studie auf einen Mixed Method Ansatz zurück, der die Auswertung quantitativer Daten der amtlichen Statistik mit der Analyse qualitativer Primärdaten verknüpft.

1.2.1 Quantitative Analyse

Für die quantitative Analyse wurden Daten der amtlichen Statistik herangezogen. Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass Strukturdaten zur Migrant:innenökonomie bisher nur mit Einschränkungen systematisch erhoben werden. Dies gilt insbesondere in der Kombination von räumlicher (Stadt) und sektoraler Tiefe (Branchenzuordnung). Aus diesem Grund wurde für diese Studie auf Statistiken zugegriffen, die Gewerbetreibende und Gründer:innen nach ihrer Staatsangehörigkeit unterscheidet (Gewerbeanzeigenstatistik), die mit den Statistiken der Stadt Duisburg, die die Einwohner:innen u. a. nach Nationalität differenzieren, in Bezug gesetzt werden können.

Als Datenquellen wurden vom Statistischen Landesamt die Statistiken zu den Neugründungen, tätigen Personen, Zuzügen und sonstigen Anmeldungen nach Rechtsform, Einzelunternehmen nach Geschlecht und Staatsangehörigkeit sowie zu den „Vollständigen Aufgaben“, tätigen Personen, Fortzügen und sonstigen Abmeldungen nach Rechtsform, Einzelunternehmen nach Geschlecht und Staatsangehörigkeit und den Neugründungen von Gewerbetreibende nach Wirtschaftsbereichen genutzt. Für eine vertiefende Analyse der migrantischen Ökonomie in der Stadt Duisburg konnten zudem die Datensätze aus der Informationsdatenbank „migewa“ genutzt werden, die von vielen Ordnungsämtern für das Gewerbe- und Erlaubniswesen eingesetzt wird.

Sämtliche Zahlen zu den Gründungen und Schließungen, die den Statistiken von IT.NRW entnommen sind, wurden nach der Berechnungsmethode des ifM Bonn errechnet. Dabei wurden ausschließlich Vollerwerbsgründungen berücksichtigt (Günterberg, 2011).

1.2.2 Qualitative Analyse

Obwohl quantitative Daten einen guten Überblick über den Status quo liefern, können sie die Realität nie vollständig abbilden. Sie lassen weder Rückschlüsse auf die Gründungsmotive von (Neu-)Zugewanderten noch auf deren Handlungslogiken und etwaige Unterstützungs-/Beratungsbedarfe zu. Ebenso geben quantitative Daten keinen Aufschluss über die Interaktionen im lokale Ökosystem und die Einbettung darin. Vor diesem Hintergrund wurde die quantitative Analyse durch eine qualitative Erhebung komplettiert.

Den Kern der qualitativen Erhebung bildete die Durchführung semi-strukturierter (leitfadengestützter) Interviews mit migrantischen und nicht-migrantischen Unternehmer:innen sowie ein fokussiertes Gruppengespräch mit den City-Manager:innen der Duisburg Business & Innovation GmbH (DBI) – der

Quantitative Erhebung
Datenverfügbarkeit

Qualitative Erhebung
Migrantischen Unternehmer:innen
eine Stimme geben

städtischen Wirtschaftsförderung – zur Reflexion und Validierung der Ergebnisse.

Unter Berücksichtigung der forschungsleitenden Fragen wurde für die Durchführung der Interviews ein Gesprächsleitfaden erarbeitet, der sich aus den drei thematischen Blöcken (i) sozio-demografische Daten, (ii) unternehmerische Tätigkeit und (iii) Interaktionen im Ökosystem zusammensetzte (–» **Anhang 1**). Dieser wurde im Rahmen eines Pretests nach der „Think Aloud“-Methode¹ (Güss, 2018) mit drei migrantischen Unternehmer:innen erprobt, die nicht an der Studie beteiligt waren.

Insgesamt nahmen 22 Unternehmer:innen an den Interviews teil, davon 20 migrantische Unternehmer:innen. Mit Unterstützung der Stabsstelle für Wirtschafts-, Europa- und Fördermittelangelegenheiten der Stadt Duisburg, dem Kompetenzzentrum Frau und Beruf Niederrhein, und der DBI erfolgt die Auswahl basierend auf der Bevölkerungsstruktur, persönlichen Kontakten zu Unternehmer:innen und Schneeball-Sampling. Die Auswahlkriterien umfassten Migrationshintergrund, Standort, Geschäftsregistrierung und Geschlecht. Die Durchführung und Auswertung der Interviews erfolgten unter Berücksichtigung forschungsethischer Grundsätze, welche den Teilnehmenden u. a. Vertraulichkeit zusicherten. Die Interviews wurden im Zeitraum von April bis Oktober 2024 in den Räumlichkeiten der Unternehmer:innen durchgeführt und dauerten zwischen 60 und 90 Minuten. Sie wurden aufgezeichnet, transkribiert, anonymisiert und mittels MAXQDA inhaltsanalytisch ausgewertet.

Von den 20 befragten migrantischen Unternehmer:innen besitzen 10 die deutsche Staatsangehörigkeit (–» **Tabelle 1**). Von diesen gehören drei Personen zur Gruppe der Migrant:innen der ersten Generation, die den Migrationsprozess selbst durchlebt haben, während sieben der zweiten und eine Person der dritten Generation angehören, sprich in Deutschland geboren sind.

Die verbleibenden zehn Unternehmer:innen sind „Nichtdeutsche“, wobei fünf Personen die türkische Staatsbürgerschaft haben, und jeweils eine Person einen syrischen, niederländischen, ivorischen, italienischen bzw. spanischen Pass besitzt. Etwas mehr als die Hälfte der befragten Unternehmer:innen hat türkische Wurzeln (52,4 %), ein Anteil, der mit der Bevölkerungsstruktur korrespondiert. Mit 76,2 % überwiegt der Anteil migrantischer Unternehmer gegenüber Unternehmerinnen (33,3 %) deutlich im Sample. Wie in den nachfolgenden Kapiteln gezeigt wird, entspricht dieser Anteil migrantischer Unternehmerinnen jedoch ihrem zahlenmäßigen Anteil an migrantischen Selbständigen in der Stadt Duisburg. Das Alter der befragten Unternehmer:innen variierte zwischen 32 und 60 Jahre.

¹ Im Rahmen des „Think Aloud“-Ansatzes werden die Teilnehmenden dazu angeregt, ihre Gedanken laut auszusprechen und sämtliche Denkprozesse zu verbalisieren, die zu einer Antwort führen oder geführt haben. Dieser Ansatz zielt darauf ab, den Prozess der Antwortfindung transparent zu machen und mögliche Schwierigkeiten im Verständnis der gestellten Fragen aufzudecken (Güss, 2018).

Tabelle 1.
Zusammensetzung des Samples

C	Verarbeitendes Gewerbe
E	Wasserversorgung, Abwasser- & Abfallentsorgung
F	Baugewerbe
G	Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz
H	Verkehr & Lagerei
I	Gastgewerbe
J	Information & Kommunikation
K	Erbringung v. Finanz- & Versicherungs-DL
L	Grundstücks- & Wohnungswesen
M	Erbringung freiberuflicher, wissenschaftlicher & technischer DL
N	Erbringung sonst. wirtschaftlichen DL
P	Erziehung & Unterricht
Q	Gesundheits- & Sozialwesen
R	Kunst, Unterhaltung & Erholung
S	Erbringung sonstiger DL

ID	Branche	Herkunftsland	Staatsangehörigkeit	Generation	Alter	Geschlecht
02-F-01-002	F	Türkei	deutsch	2	41	m
02-J-01-004	J	Türkei	türkisch	1	33	m
02-C-01-009	C	Türkei	deutsch	2	35	m
02-K-01-010	K	Türkei	türkisch	1	55	m
01-K-01-011	K	Türkei	türkisch	1	47	w
01-N-01-012	N	Türkei	deutsch	1	60	w
02-M-01-013	M	Türkei	deutsch	3	34	m
02-S-01-014	S	Türkei	türkisch	1	33	m
01-P-01-015	P	Türkei	deutsch	2	41	w
01-P-01-016	P	Türkei	türkisch	2	38	w
02-F-01-017	F	Türkei	deutsch	2	30	m
02-H-03-018	H	Niederlande	niederländisch	1	53	m
02-G-06-019	G	Italien	deutsch	2	48	m
02-L-06-020	L	Italien	deutsch	2	45	m
02-I-06-021	I	Italien	deutsch	1	60	m
02-I-06-022	I	Italien	italienisch	1	57	m
02-C-07-023	C	Ukraine	deutsch	1	39	m
01-G-02-024	G	Polen	deutsch	2	32	w
02-G-08-025	G	Syrien	syrisch	1	35	m
01-N-10-026	N	Spanien	spanisch	1	57	w
02-N-12-027	N	Elfenbeinküste	ivorisch	1	46	m
01-R-11-028	R	Deutschland	deutsch	-	57	w
01-C-11-029	C	Deutschland	deutsch	-	35	m

Herausforderungen Zugang zu Gesprächspartner:innen

Aus unserer früheren Forschung aber auch aus anderen Studien war uns bekannt, dass migrantische Unternehmer:innen zu den schwer zugänglichen Zielgruppen bei Befragungen zählen (Falcão et al., 2023; Willis et al., 2014). Insofern hatten wir diesen Umstand von Beginn an in unserem Forschungsdesign berücksichtigt. Dennoch gestaltete sich die Aktivierung migrantischer Unternehmer:innen insbesondere in Bezug auf die Ansprache der arabischstämmigen sowie der Community aus den ehemaligen Ostblockländern herausfordernd – Interviews wurden zugesagt und dann kurzfristig abgesagt, oder schlicht, ohne Absage, nicht wahrgenommen. Letztere Schwierigkeiten ergaben sich vor allem bei der Kontaktaufnahme mit der bulgarischen und polnischen Community, die stark im Baugewerbe vertreten sind und damit weniger sichtbar als der Handel oder die Gastronomie. Hinsichtlich der polnischen Unternehmer:innen könnte ein möglicher Erklärungsansatz für deren geringere Beteiligung darin bestehen, dass sie sich selbst nicht mehr als „migrantisch“ wahrnehmen.

Im weiteren Verlauf des Ergebnisberichts wird zunächst auf die Relevanz migrantischer Ökonomien für Wirtschaft und Gesellschaft eingegangen, gefolgt von einem „Schnappschuss“ zur Bevölkerungsstruktur in Duisburg ([Abschnitt 3](#)). [Abschnitt 4](#) gibt einen zahlenmäßigen Einblick in die Migrant:innenökonomie der Stadt Duisburg und nimmt das Gründungs Geschehen (Gründungen und Schließungen), den Bestand migrantischer Unternehmen und die sektorale Zuordnung in den Blick. [Abschnitt 5](#) stellt die Ergebnisse der Sonderauswertung „Unternehmer:innen“ vor. Aufschluss über Gründungsmotive, Herausforderungen, die Nutzung von Unterstützungsinfrastrukturen und Bedarfe sowie die Einbettung in das Ökosystem der Stadt Duisburg gibt die Analyse der qualitativen Interviews in [Abschnitt 6](#). Die Zusammenfassung der quantitativen und qualitativen Ergebnisse erfolgt in [Abschnitt 7](#). Im abschließenden [Abschnitt 8](#) werden basierend auf den gewonnen Erkenntnissen Handlungsempfehlungen für die Stadt Duisburg formuliert.

2 Zur Relevanz der Migrant:innenökonomie

**„Jede:r fünfte Start-up
Gründende in Deutschland hat
einen Migrationshintergrund“**

(Migrant Founders Monitor, 2023: 6)

Die Relevanz migrantischer Unternehmer:innen für die deutsche Wirtschaft und Gesellschaft ist unbestritten. Laut dem Global Entrepreneurship Monitor (Sternberg et al., 2023), der Gründungsaktivitäten und -einstellungen international vergleicht, zeigen Personen mit Migrationshintergrund eine deutlich höhere Gründungsneigung. Im Jahr 2022 betrug die TEA-Gründungsquote² dieser Gruppe 20 % und lag damit etwa 2,5-mal höher als die von Personen ohne Migrationshintergrund (8,3 %). Mit einem Unterschied von 5,6 Prozentpunkten überstieg die Gründungsaktivität unter Menschen mit Einwanderungsgeschichte (12,2 %) auch 2023 deutlich jene ohne Migrationshintergrund (7 %) (Corynia-Pfeffer, 2024). Ergänzend zeigt der Migrant Founders Monitor (2023), dass Personen mit Migrationshintergrund 21 % des deutschen Startup-Ökosystems ausmachen, wobei 58 % dieser Gründer:innen außerhalb Deutschlands geboren wurden.

Migration

Zuwanderung nach Deutschland

Migration ist seit langem ein entscheidender Faktor für die demografische und gesellschaftliche Entwicklung in Deutschland. Insbesondere seit dem Anstieg der Zuwanderung im Jahr 2015 und dem sogenannten „langen Sommer der Migration“ hat das Thema an politischer und gesellschaftlicher Relevanz gewonnen. Die Fluchtmigration aus der Ukraine hat diesen Fokus seit 2022 weiter verstärkt. Im Jahr 2023 wurden rund 692.700 Personen registriert, die Anspruch auf einen Langzeit- oder Daueraufenthalt hatten, einschließlich Statusänderungen und Freizügigkeitsregelungen. Dies entspricht einem Anstieg von +3,5 % im Vergleich zum Vorjahr (OECD, 2024). Die Zusammensetzung der Zuwanderung ist vielfältig: Rund 46 % der Zugewanderten profitierten von der EU-Freizügigkeit, 13,4 % waren Arbeitsmigrant:innen (92.000 Personen), 16 % kamen als Familienangehörige und 24,5 % aus humanitären Gründen (170.000 Personen) (OECD, 2024). Darüber hinaus wurden 19.000 Aufenthaltstitel für internationale Studierende im tertiären Bildungssektor und 12.000 für temporäre sowie saisonale Arbeitskräfte aus Drittstaaten ausgestellt.

² Die Quote der „Total early-stage Entrepreneurial Activity“ (TEA), erfasst den prozentualen Anteil derjenigen 18-64 Jährigen, in den letzten dreieinhalb Jahren ein Unternehmen gegründet haben und/oder dabei sind, ein Unternehmen zu gründen, an allen 18-64 Jährigen (Sternberg, 2024: 19).

Die Zahl der Erstanträge auf Asyl stieg 2023 um 34 % auf 329.120 Personen. Die meisten Antragstellenden stammten aus Syrien (102.930 Personen), der Türkei (61.180 Personen) und Afghanistan (51.275 Personen) (OECD, 2024). Neben Geflüchteten aus dem Nahen Osten haben Schutzsuchende aus der Ukraine das Migrationsgeschehen seit 2022 entscheidend geprägt. Bis November 2024 erreichte ihre Zahl etwa 1,23 Millionen, womit sie die Einwanderung aus anderen Regionen deutlich übertraf (Statista, 2025).

Im Zuge des anhaltenden Zuzugs wird die Rolle von Selbständigkeit und Unternehmer:innentum erneut verstärkt als Instrument der Arbeitsmarktintegration von Migrant:innen und Geflüchteten diskutiert (David & Terstriep, 2022, 2024). Dabei wird diese Thematik häufig mit einem defizitorientierten Ansatz verknüpft, der Gründungen vor allem als Ergebnis begrenzter Arbeitsmarktoptionen interpretiert. Solche sogenannten „Notgründungen“ stellen jedoch die Ausnahme dar. Studien zu früheren Migrant:innenkohorten belegen, dass Migrant:innen oftmals gezielt Marktchancen erkennen, diese aktiv ergreifen und sich bewusst für den Weg in die Selbständigkeit entscheiden (Neuman et al., 2021; OECD, 2022; Schäfer, 2021; David et al., 2018).

Diese Entwicklungen lassen sich auch in der Stadt Duisburg beobachten. Seit Jahrzehnten ist Duisburg ein Lebensmittelpunkt für Migrant:innen verschiedener Zuwanderungskohorten. Als Universitätsstadt ist Duisburg zudem Anziehungspunkt für internationale Studierende. Die Bevölkerung der Stadt zeichnet sich heute durch eine hohe Diversität und kulturelle Vielfalt aus (–» **Abschnitt 3**). Diese Vielfalt spiegelt sich erwartungsgemäß auch in der Wirtschaftsstruktur wider. Dies betrifft gleichermaßen die Generation der Gastarbeiter:innen und deren Nachkommen sowie neu zugewanderte Gruppen, zu denen Geflüchtete, internationale Studierende und Auszubildende, Erwerbstätige sowie Fachkräfte aus Drittstaaten zählen.

Daneben kommt dem Thema „Fluchtmigration“ ein hoher Stellenwert zu, wie aktuelle Zahlen veranschaulichen: Im Jahr 2023 lebten 23.190 Schutzsuchende in Duisburg, was einem leichten Rückgang im Vergleich zu 2022 (23.565 Personen) entspricht. Rund 89 % dieser Schutzsuchenden besitzen einen anerkannten Schutzstatus. Hinzu kommen die Geflüchteten aus der Ukraine.

Angesichts der Vielfalt der Stadtgesellschaft ist es nur folgerichtig, dass die Stadt Duisburg das interkulturelle Stadtportal „Wir sind DU!“ ins Leben gerufen hat. Die Plattform hat zum Ziel, die Transparenz der Integrationsarbeit zu erhöhen und die Vernetzung zwischen verschiedenen Akteuren zu fördern. Gleichzeitig verfolgt die Stadt gemeinsam mit der DBI das strategische Ziel, die Potenziale der Migrant:innenökonomie systematisch zu erschließen und auszubauen.

.....
Unternehmer:innentum:
Migrant:innen erkennen und ergreifen sich bietende Marktchancen

.....
Stadt Duisburg
Diversität & kulturelle Vielfalt

3 Stadt Duisburg: Ein Schnappschuss

„Integration und das Zusammenleben von Menschen unterschiedlicher Herkunft haben eine Tradition und Geschichte in Duisburg.“

(Plattform „Wir sind DU!“)

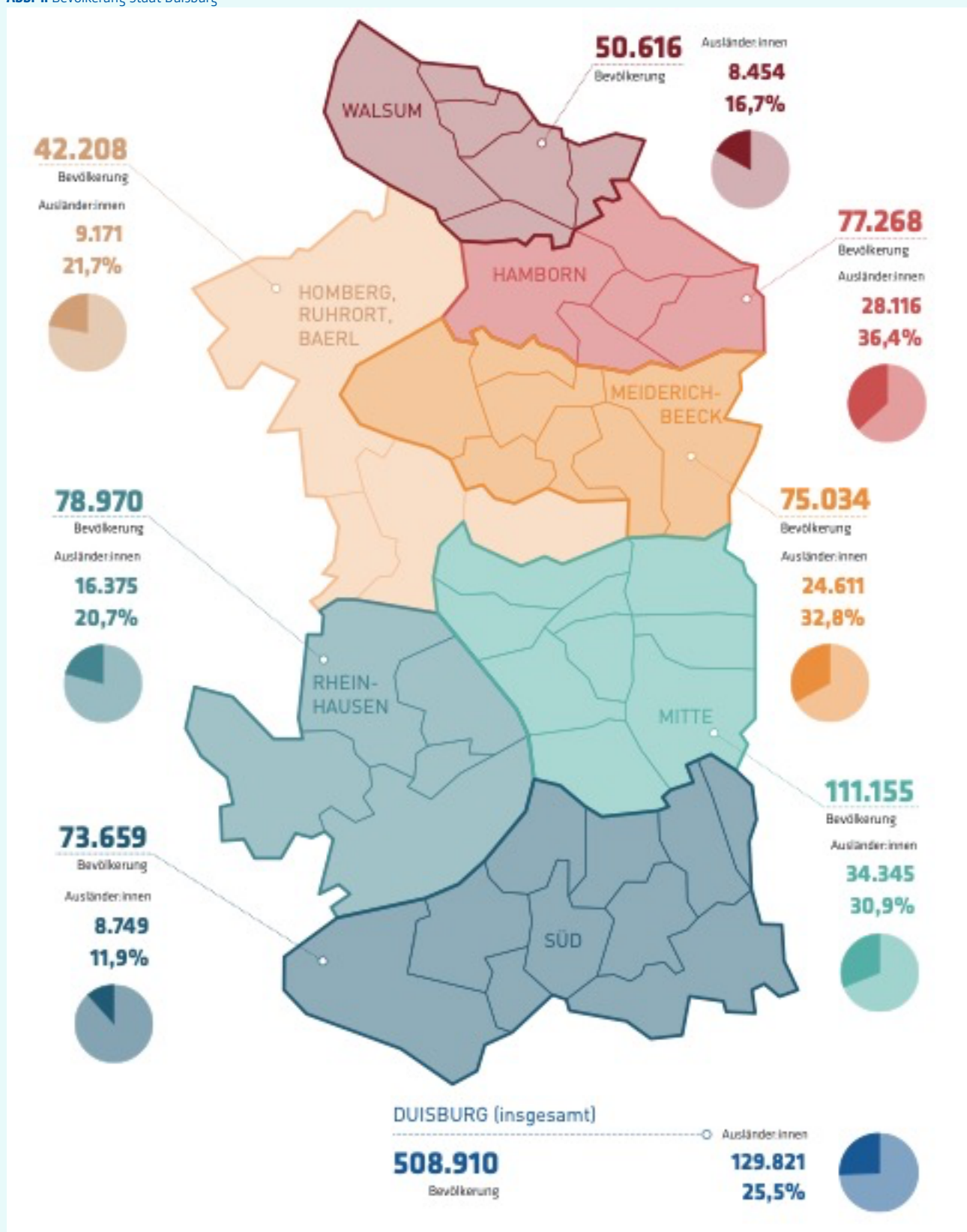
Die räumliche Erhebungseinheit für die quantitative und qualitative Erhebung war die Stadt Duisburg mit 47 Ortsteilen, die sich in die sieben Stadtbezirke Walsum, Hamborn, Meiderich-Beeck, Homberg-Ruhrort-Baerl, Mitte, Rheinhausen und Süd gliedern (→ [Abb. 1](#)).

Am 31. Dezember 2023 betrug die Einwohnerzahl der Stadt Duisburg 508.652 Personen, darunter 255.538 Frauen und 253.114 Männer. Die Zahl der Menschen mit Migrationshintergrund lag bei insgesamt 236.712 (46,5 % der Gesamtbevölkerung). Davon entfielen 128.041 auf ausländische Staatsangehörige (ohne deutsche Staatsangehörigkeit), bei einem Frauenanteil von 47,9 % (62.123 Frauen) und Männeranteil von 52,1 % (67.698 Männern).

Insgesamt hatten 25,1 %, d.h. jede/r Vierte der Duisburger Bevölkerung eine ausländische Staatsangehörigkeit. In den ersten neun Monaten des Jahres 2024 erhöhte sich dieser Anteil um 0,4 Prozentpunkte auf 25,5 %.

Wie [Abb. 1](#) veranschaulicht, zeigen sich erhebliche Unterschiede in den Anteilen der ausländischen Bevölkerung zwischen den einzelnen Stadtbezirken. Zum Stand 30.09.2024 verzeichnete Hamborn mit 36,4 % der Gesamtbevölkerung im Stadtbezirk den höchsten Anteil, gefolgt von Meiderich-Beeck (32,8 %) und dem Bezirk Mitte (30,9 %). Deutlich unter dem gesamtstädtischen Durchschnitt von 25,5 % lagen die Bezirke Süd (11,9 %) und Walsum (16,7 %). Rheinhausen weist einen Anteil von 20,7 % auf, während der Bezirk Homberg-Ruhrort-Baerl 21,7 % erreichte.

Abb. 1. Bevölkerung Stadt Duisburg



Quelle: Stadt Duisburg, Stabsstelle Wahlen und Informationslogistik (Stand: 30.09.2024)

Tabelle 2.
Einwohner:innen in Duisburg
nach Migrationshintergrund und
Nationalität am 31.12.2023

	Einwohner	Deutsche o. MigH	Deutsche m. MigH	Ausländer:innen
Stadt	508.652	271.940 53,5 %	108.671 21,4 %	128.041 25,2 %
Walsum	50.791	30.255 59,6 %	12.169 23,9 %	8.367 16,5 %
Hamborn	77.520	30.140 38,9 %	19.283 24,9 %	28.907 36,2 %
Meiderich-Beeck	74.410	32.373 43,5 %	18.167 24,4 %	23.870 32,1 %
Homborg-Ruhr- ort-Baerl	42.063	25.384 60,3 %	7.737 18,4 %	8.942 21,3 %
Mitte	111.216	54.987 49,4 %	22.458 20,2 %	33.771 30,4 %
Rheinhausen	79.089	46.795 59,2 %	15.862 20,1 %	16.432 20,8 %
Süd	73.563	52.006 70,7 %	12.995 17,7 %	8.562 11,6 %

Quelle: Stadt Duisburg, Stabsstelle für Wahlen und Informationslogistik; eigene Berechnungen (Stand: 31.12.2023)

Ein deutlich ausgeglicheneres Bild zeigt sich für die deutsche Bevölkerung mit Migrationshintergrund (→ **Tabelle 2**). Ihr Anteil an der Gesamtbevölkerung in Duisburg lag im Jahr 2023 bei 21,4 % und damit 3,8 Prozentpunkte unter dem Anteil der ausländischen Bevölkerung. In Hamborn verfügte rund ein Viertel der deutschen Bevölkerung (24,9 %) über einen Migrationshintergrund. Ähnliche Werte weisen die Stadtbezirke Meiderich-Beeck (24,4 %) und Walsum (24,0 %) auf. Interessant ist, dass Stadtbezirke mit hohen/niedrigen Anteilen an ausländischer Bevölkerung nicht zwangsläufig auch hohe/ niedrige Anteile an Deutschen mit Migrationshintergrund aufweisen. So lag beispielsweise der Anteil der ausländischen Bevölkerung in Walsum bei lediglich 16,5 %, während der Anteil der Deutschen mit Migrationshintergrund um 7,5 Prozentpunkte höher ausfiel. Ein ähnliches Muster zeigt sich im Duisburger Süden. Diese Zahlen veranschaulichen, dass die demografische Verteilung in Duisburg nicht nur von aktuellen Migrationsbewegungen, sondern ebenso von langfristigen Prozessen wie Einbürgerung, Integration und sozialer Mobilität geprägt.

Duisburg ist Heimat für Menschen aus 163 verschiedenen Nationen und blickt auf eine lange Historie im Zusammenleben unterschiedlicher Kulturen zurück. Ein Blick auf die Staatsangehörigkeiten der Bevölkerung belegt dies eindrucksvoll (→ **Tabelle 3**).

Rang	Staatsangehörigkeit	Anzahl	Anteil	↑ ↓ (2022)
1	Türkei	31.767	24,8 %	↓ 98
2	Bulgarien	16.359	12,8 %	↑ 806
3	Syrien	11.205	8,8 %	↓ 511
4	Rumänien	10.074	7,9 %	↑ 181
5	Ukraine	6.856	5,4 %	↑ 674
6	Polen	5.428	4,2 %	↑ 78
7	Italien	3.749	2,9 %	↓ 34
8	Irak	2.895	2,3 %	↓ 19
9	Serbien	2.823	2,2 %	↑ 371
10	Griechenland	2.325	1,8 %	↑ 11
11	Bosnien/Herzegowina	2.157	1,7 %	↑ 45
12	Kroatien	2.016	1,6 %	↓ 71
13	Mazedonien	1.690	1,3 %	↑ 63
14	Afghanistan	1.650	1,3 %	↑ 137
15	Spanien	1.613	1,3 %	↑ 123
	Andere	25.434	19,9 %	
	Summe	128.041	100,0 %	

Quelle: Stadt Duisburg, Stabsstelle für Wahlen und Informationslogistik, eigene Berechnungen (Stand: 31.12.2023)

Im Dezember 2023 stellten türkische Staatsangehörige mit 31.767 Personen – rund ein Viertel der ausländischen Bevölkerung – die mit Abstand größte ausländische Bevölkerungsgruppe dar. An zweiter Stelle folgten Personen mit bulgarischer Staatsangehörigkeit: Zum Stichtag 31.12.2023 waren 16.359 bulgarische Staatsangehörige in Duisburg registriert, was einem Anstieg von 806 Personen (+4,9 %) im Vergleich zu Vorjahr entspricht. Die drittgrößte ausländische Bevölkerungsgruppe sind syrische Staatsangehörige, deren Zahl sich auf 11.205 belief. Darüber hinaus verzeichnete Duisburg im Jahr 2023 einen Anstieg ukrainischer Staatsangehöriger, deren Zahl Ende Dezember 2023 insgesamt 6.856 Personen betrug.

Mehr als drei Viertel (78,8 %)³ der ausländischen Bevölkerung in Duisburg ist im erwerbsfähigen Alter zwischen 15 und 74 Jahren. Dieser hohe Anteil spiegelt sich jedoch nicht auf dem Arbeitsmarkt wider. Im Gegenteil: Der Anteil der Personen mit ausländischer Staatsangehörigkeit an allen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten lag im März 2024 mit 22,2 % (40.935 Personen) sogar um 3 Prozentpunkte niedriger als ihr Anteil an der Gesamtbevölkerung in Duisburg, der 25,5 % beträgt.⁴ Im Gegensatz dazu war der Anteil der ausländischen Personen an allen Arbeitslosen mit 47,7 % (16.135 Personen) überproportional hoch, was auf besondere Herausforderungen bei der Integration dieser Personengruppe in den Arbeitsmarkt hinweist. Noch deutlicher wird

Tabelle 3.

Ausländische Bevölkerung
nach Staatsangehörigkeit

Erwerbsfähige Bevölkerung

Ausländische Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter 15-74 Jahre

³ Quelle: IT.NRW, Ausländische Bevölkerung nach Geschlecht und Altersgruppen

⁴ Quellen: Stadt Duisburg, Stabsstelle Wahlen und Informationslogistik (2024). Duisburger Ortsteile in Zahlen, 30.09.2024; migewa, eigene Berechnungen

dies durch den Anteil der ausländischen Personen an allen erwerbsfähigen Leistungsbeziehenden, der bei 50,7 % (26.096 Personen) liegt.

Für einen großen Teil der ausländischen Erwerbstätigen stellt der Weg in die Selbständigkeit eine häufig gewählte Option dar: In den letzten drei Jahren betrug der Anteil der ausländischen Gründer:innen rd. 32,9 % an allen Gründungen⁵ und im Jahr 2023 hatten ausländische Gründe:rinnen einen Anteil von rund 44,3 % an allen Neugründungen.⁶ Diese Entwicklungen zeigen die vorhandenen Gegensätze: Einerseits ist die Herausforderung der Arbeitsmarktintegration von ausländischen Personen unübersehbar, andererseits wird die Option der selbständigen Erwerbstätigkeit von einem überproportionalen Anteil der erwerbsfähigen ausländischen Bevölkerung für den Eintritt in das Erwerbsleben wahrgenommen und damit (auch) ihre Bedeutung für die wirtschaftliche Dynamik in der Stadt Duisburg ersichtlich.

⁵ Quelle: migewa, eigene Berechnungen

⁶ Quelle: IT.NRW, eigene Berechnungen

4 Migrant:innenökonomie: Ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in der Stadt

4.1 Migrantische Unternehmen in Duisburg – Ein Überblick

Eine Differenzierung der Selbständigen anhand der Daten der Gewerbeanzeigenstatistik unterscheidet ausschließlich nach der Staatsangehörigkeit, also danach, ob der/die Selbständige bei der Anmeldung des Gewerbes einen ausländischen oder einen deutschen Pass vorgelegt hat. Dies bedeutet nicht automatisch, dass alle Personen mit ausländischem Pass auch Ausländer:innen sind. So könnten Doppelstaatler:innen ihren ausländischen Pass bei der Gewerbeanmeldung vorgelegt haben. Um die Daten in Relation zu setzen und Konsistenz zu wahren, wird davon ausgegangen, dass es sich bei den in den Gewerbeanzeigenstatistiken aufgeführten Selbständigen mit ausländischem Pass um Nichtdeutsche (Ausländer:innen) handelt.

Wie in Abschnitt 1.2.2 aufgezeigt, verfügen 10 Unternehmer:innen, der insgesamt 20 interviewten Migrant:innen, über eine deutsche Staatsbürgerschaft, wobei sieben von ihnen in Deutschland geboren sind. Bei den verbleibenden 10 Unternehmer:innen handelt es sich um ausländische Staatsangehörige. Rund 60 % der Interviewten – 12 Unternehmer:innen – haben den Migrationsprozess selbst erlebt und sind somit der ersten Generation der Migrant:innen zuzurechnen.

~22,5% (rund jede/r Vierte)

der in Duisburg registrierten 26.460 Gewerbetreibenden
hat eine ausländische Staatsangehörigkeit!

Quelle: migewa, eigene Berechnungen (Stand: 07/2024)

Von den zum Zeitpunkt der Analyse (07/2024) in Duisburg registrierten 26.460 Selbständigen⁷ verfügen 6.055 über eine ausländische Staatsangehörigkeit. Die Selbstständigenquote, die den Anteil der selbständig tätigen Personen an den gesamten Erwerbstätigen angibt, betrug 12,9 %. Sie rangierte damit 4,4 Prozentpunkte oberhalb der Selbstständigenquote in Nordrhein-Westfalen insgesamt, die im Jahr 2022 bei 8,5 % lag (ifm Bonn, 2025).

⁷ Hierzu zählen auch Gewerbetreibende, die weder eine deutsche noch eine ausländische Staatsangehörigkeit angegeben haben.

Von den 6.055 Gewerbetreibenden mit ausländischer Staatsangehörigkeit waren 20,4 % Frauen⁸. Der prozentuale Anteil der weiblichen ausländischen Gewerbetreibenden in Duisburg ist nicht nur im Vergleich zu ihren männlichen Pendants überraschend niedrig, sondern grundsätzlich bemerkenswert, da laut Mikrozensus der Anteil weiblicher migrantischer Selbständiger im Bundesgebiet bei etwa 34,6 % liegt⁹ (Mikrozensus, 2024; eigene Berechnungen).

Mit Polen und der Türkei stehen in Duisburg zwei – für das Ruhrgebiet und den Niederrhein (IHK Niederrhein, 2024) – „klassische“ Zuwanderungsländer an der Spitze, gefolgt von Bulgarien und Rumänien. Syrien rangiert erst an fünfter Stelle. Dies gilt es insofern zu relativieren, als dass türkische Einwohner:innen (31.767) zugleich die stärkste ausländische Bevölkerungsgruppe bilden. Anders verhält sich dies bei den polnischen Einwohner:innen (5.428), die erst auf Platz 6 folgen, aber die zweitstärkste Gruppe der Selbständigen stellen, wohingegen Bulgar:innen, trotz einer höheren Einwohner:innenzahl (16.359), hinter den polnischen Selbständigen zurückbleiben.

Eine hohe Gründungsintensität wiesen in den letzten Jahren vor allem Staatsangehörige aus den Fluchtländern auf. Gemessen am Bestand betrug der Anteil der Einzelunternehmer:innen, die in den letzten drei Jahren (09/2021 bis 07/2024) gegründet hatten, bei Einzelunternehmer:innen aus dem Irak rund 61,1 % – relativierend jedoch die in absoluten Zahlen eher geringen 33 Gründer:innen. An zweiter Stelle folgten ukrainische Staatsangehörige, die mit einem Anteil von etwa 55,2 % der Neugründungen im Verhältnis zum aktuellen Bestand und insgesamt 48 Gründer:innen vor den syrischen Gründer:innen lagen. Letztere stellten mit 123 Gründer:innen rund 53,2 % der syrischen Einzelunternehmen. Verglichen zu diesen Personen war der Anteil von türkischen Einzelunternehmen, die erst in den letzten drei Jahren zum aktuellen Bestand beitragen, mit rd. 27,5 % eher moderat, jedoch mit 380 Personen der Spitzenwert in absoluten Zahlen. Ein Grund hierfür könnte darin liegen, dass sie bereits länger in Deutschland leben und die nach 2000 Geborenen vielfach einen deutschen Pass besitzen. Insgesamt liegt der Anteil der ausländischen Einzelunternehmen, die seit 09/2021 gegründet haben, an allen ausländischen Einzelunternehmen bei 30,4 %.

4.2 Einzelunternehmen: Gründungsdynamik

Zur Analyse der Gründungsdynamik in Duisburg im Allgemeinen sowie mit besonderem Fokus auf Personen mit ausländischer Staatsangehörigkeit werden nachfolgend die Gründungs- und Schließungszahlen betrachtet. Hierzu werden Daten des Statistischen Landesamtes Nordrhein-Westfalens herangezogen, um eine vergleichende Einordnung der Entwicklung in Duisburg im

⁸ Bei der Berechnung des Frauenanteils wurden die Datensätze, die keine Angaben zum Geschlecht hatten, von der Gesamtzahl der Gewerbetreibenden abgezogen, und die sich daraus ergebenden Werte als Grundgesamtheit für die anteilige Berechnung zu Grunde gelegt.

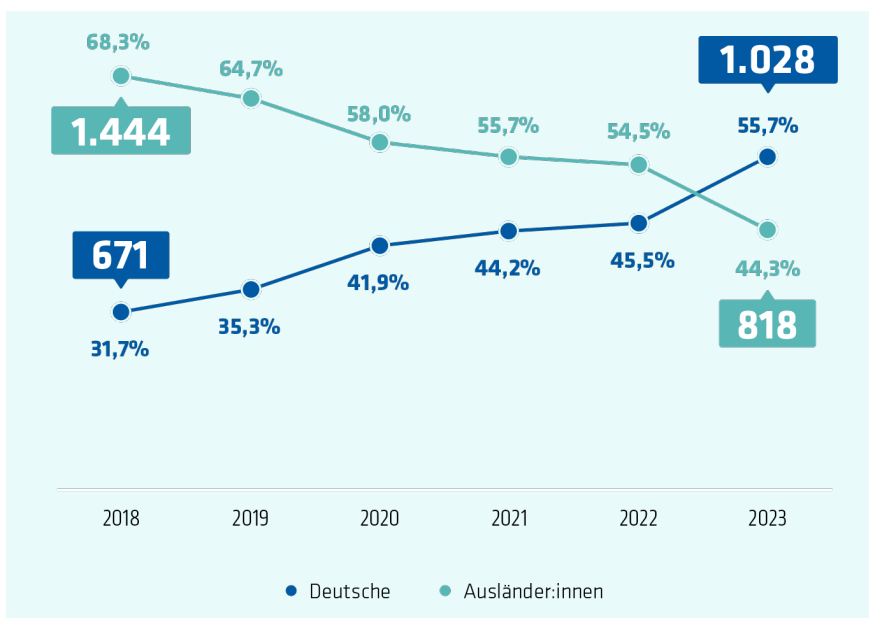
⁹ Der Anteil der weiblichen, migrantischen Gewerbetreibenden in Duisburg dürfte kaum über den 20%igen Anteil der weiblichen, ausländischen Gewerbetreibenden liegen, da sich auch die Zahl der männlichen Pendants entsprechend erhöht.

Verhältnis zu Nordrhein-Westfalen und insbesondere zum Ruhrgebiet¹⁰ zu ermöglichen. Ein solcher Vergleich ist nur auf Grundlage der Daten des Statistischen Landesamtes möglich, da diese auf einheitlichen Datensätzen basieren. Die Analyse konzentriert sich auf die Gründungen und Schließungen von Einzelunternehmen, da diese aufgrund ihrer inhabergeführten Struktur Rückschlüsse auf die Staatsangehörigkeit der Unternehmerinnen und Unternehmer zulassen.

4.2.1 Gründungen

Die Analyse der Anteile an Neugründungen nach Staatsangehörigkeit zeigt eine deutliche Veränderung in der Verteilung zwischen 2018 und 2022 (→ Abb. 2). Während der Anteil deutscher Gründer:innen in diesem Zeitraum kontinuierlich von 31,7 % im Jahr 2018 auf 45,5 % im Jahr 2022 anstieg, reduzierte sich der Anteil ausländischer Gründer:innen von 68,3 % auf 54,5 %. Diese Entwicklung illustriert eine Verschiebung hin zu einer verstärkten Beteiligung deutscher Staatsangehöriger an den Gründungsaktivitäten am Standort. Dennoch hatten im Jahr 2022 Gründer:innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit, ungeachtet des deutlichen Rückgangs, noch immer einen Anteil von mehr als der Hälfte an den Neugründungen.

Im Jahr 2023 kehrte sich dieser Trend deutlich um, und deutsche Gründer:innen stellten erstmals im betrachteten Zeitraum die Mehrheit der Gründungen und dies mit einem Anteil von 55,2 % gegenüber 44,3 % ausländischer Gründer:innen.



Quelle: IT.NRW (Neugründungen), eigene Berechnungen

Abb. 2.

Gründungen von Einzelunternehmen durch Ausländer:innen und Deutsche (2018–2023)

¹⁰ Zum Ruhrgebiet zählen die kreisfreien Städte Bochum, Bottrop, Dortmund, Duisburg, Essen, Gelsenkirchen, Hamm, Herne, Mülheim a.d.R., Oberhausen sowie die Kreise Recklinghausen, Unna und Wesel.

Die Analyse der TOP-5 Staatsangehörigkeiten ausländischer Gründer:innen weist auf signifikante Veränderungen im Zeitraum von 2018 bis 2023 hin. Gründer:innen aus Rumänien verzeichneten den stärksten Rückgang und rutschten von der zweiten Position im Jahr 2018 auf den fünften Platz im Jahr 2023 ab. Im Gegensatz dazu zeigte die Kategorie „Sonstiges Asien“, die Länder wie Afghanistan und Syrien umfasst, einen Anstieg der Gründungsaktivitäten und erreichte 2023 den zweiten Rang unter den ausländischen Gründer:innen.

Bulgarische Gründer:innen wiesen in absoluten Zahlen eine bemerkenswerte Konstanz auf, was zu einer Verbesserung von Rang 4 auf Rang 3 führte. Polen, das ursprünglich die Spitzenposition innehatte, fiel auf Rang 4 zurück und erlebte einen ähnlichen Rückgang wie Rumänien. Allerdings stiegen die Gründungszahlen der polnischen Gründer:innen im Jahr 2023 wieder an. Türkische Gründer:innen erreichten 2023 die Spitzenposition, nachdem sie 2018 noch auf Rang 3 platziert waren.

Trotz eines Rückgangs der Gründungszahlen waren die Schwankungen in der Gruppe der türkischen Gründer:innen weniger ausgeprägt als bei den meisten anderen Herkunftsländern. Eine ähnlich geringe Variabilität wiesen lediglich die Gründer:innen aus dem „Sonstigen Asien“ auf. Während die Streuung der Gründungszahlen im Jahr 2018 erheblich war (Polen: 356 Gründungen im Vergleich zu „Sonstiges Asien“: 92 Gründungen), verringerte sich der Unterschied im Jahr 2023 merklich (Türkei: 190 Gründungen im Vergleich zu Rumänien: 65 Gründungen).

Tabelle 4.
Gründungen nach Staatsangehörigkeit – TOP 5 ausländischer Gründer:innen (2018–2023)

Rang	↑ ↓ (2018)	Land	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	↑(3)	Türkei	273	236	181	149	152	190
2	↑(3)	Sonstiges Asien	92	125	127	118	106	138
3	↑(4)	Bulgarien	134	121	105	77	72	115
4	↓(1)	Polen	356	222	145	85	79	105
5	↓(2)	Rumänien	337	166	91	72	65	65

Quelle: IT.NRW (Neugründungen), eigene Berechnungen

Die Verteilung der Neugründungen nach Staatsangehörigkeit in Duisburg zeigt nicht nur Unterschiede zwischen deutschen und ausländischen Gründer:innen, sondern auch innerhalb spezifischer Herkunftsgruppen. Zwischen 2018 und 2023 sanken die Anteile von Gründer:innen aus Polen (von 16,8 % auf 5,6 %) und Rumänien (von 15,9 % auf 3,5 %) in einem erheblichen Ausmaß. Zugleich gingen die Anteile von Gründer:innen aus Bulgarien (von 6,3 % auf 6,2 %) und der Türkei (von 12,9 % auf 10,2 %) zurück, wenngleich in deutlich geringerem Umfang. Im Gegensatz dazu stieg der Anteil von Gründer:innen aus dem sonstigen Asien von 4,4 % im Jahr 2018 auf 8,5 % im Jahr 2023. Dies weist auf eine wachsende Relevanz dieser Gruppe hin und wird weiter unten bei der Betrachtung des Saldos nochmals verdeutlicht.

Land	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Deutsche	31,7 %	35,3 %	42,0 %	44,3 %	45,5 %	55,2 %
Ausländer:innen	68,3 %	64,7 %	58,0 %	55,7 %	54,5 %	44,8 %
Polen	16,8 %	13,0 %	10,3 %	7,5 %	7,3 %	5,6 %
Türkei	12,9 %	13,8 %	12,9 %	13,1 %	14,0 %	10,2 %
Rumänien	15,9 %	9,7 %	6,5 %	6,3 %	6,0 %	3,5 %
Bulgarien	6,3 %	7,0 %	7,5 %	6,8 %	6,6 %	6,2 %
Sonstiges Asien	4,4 %	7,3 %	9,0 %	10,4 %	9,8 %	8,5 %
Andere	12,0 %	13,9 %	11,8 %	11,6 %	10,8 %	10,8 %

Quelle: IT.NRW (Neugründungen), eigene Berechnungen

Tabelle 5.

Anteile der Neugründungen nach Staatsangehörigkeit in Duisburg (2018–2023)

4.2.2 Schließungen

Die Analyse der Unternehmensdemografie sollte neben der Betrachtung von Neugründungen auch Unternehmensschließungen beinhalten. Unternehmensschließungen umfassen sowohl die freiwillige Aufgabe (Liquidation) als auch Insolvenzen. Im Unterschied zu strukturellen Veränderungen in der Unternehmensdemografie führen Unternehmensschließungen zur Auflösung von Produktionsfaktoren wie Beschäftigung, Betriebsstätten und/oder Anlagen (Rink & Seiwert, 2021).

Mit Blick auf die Schließungen von Einzelunternehmen, die von ausländischen Staatsbürger:innen geführt werden, zeichnet sich ein rückläufiger Trend ab, was auf eine positive Entwicklung hindeutet. So ist in der Gruppe der ausländischen Unternehmer:innen seit dem Jahr 2018 ein Rückgang bei den Schließungen zu beobachten. Im Gegensatz zu den Gründungsraten überstieg der Anteil der Schließungen durch deutsche Einzelunternehmer:innen bereits im Jahr 2022 denjenigen der ausländischen Unternehmer:innen. Im Jahr 2023 lag der Anteil der Schließungen von ausländischen Einzelunternehmen an allen Schließungen bei lediglich 38,2 %.

Mit weniger als

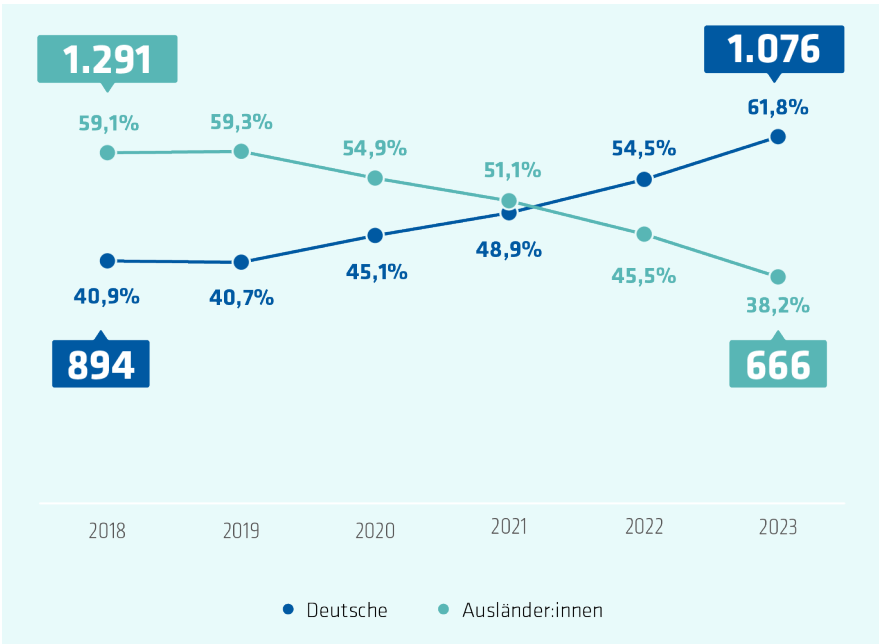
39%

fällt der Anteil der Schließungen
ausländischer Einzelunternehmen erstmals
seit 2018 unter die 40%-Marke.

Quelle: IT.NRW (Abmeldungen), eigene Berechnungen

Damit hatte sich das Verhältnis im Vergleich zu 2018 umgekehrt, als der Anteil der Schließungen deutscher Einzelunternehmer:innen noch 40,9 % betrug.

Abb. 3.
Anteile der Schließungen von Einzelunternehmen an allen Schließungen (2018–2023)



Quelle: IT.NRW (Abmeldungen), eigene Berechnungen

Sowohl prozentual als auch absolut ist die Zahl der Schließungen von Einzelunternehmen durch ausländische Unternehmer:innen in den vergangenen Jahren deutlich zurückgegangen. Allerdings war im Jahr 2023 ein leichter Anstieg zu beobachten, der möglicherweise auf die Nachwirkungen der Corona-Pandemie zurückzuführen ist. Im Gegensatz dazu überschritten die Schließungen deutscher Einzelunternehmen im Jahr 2023 das Niveau von 2018 und zeigten insbesondere in diesem Jahr einen signifikanten Anstieg (–» [Tabelle 6](#)).

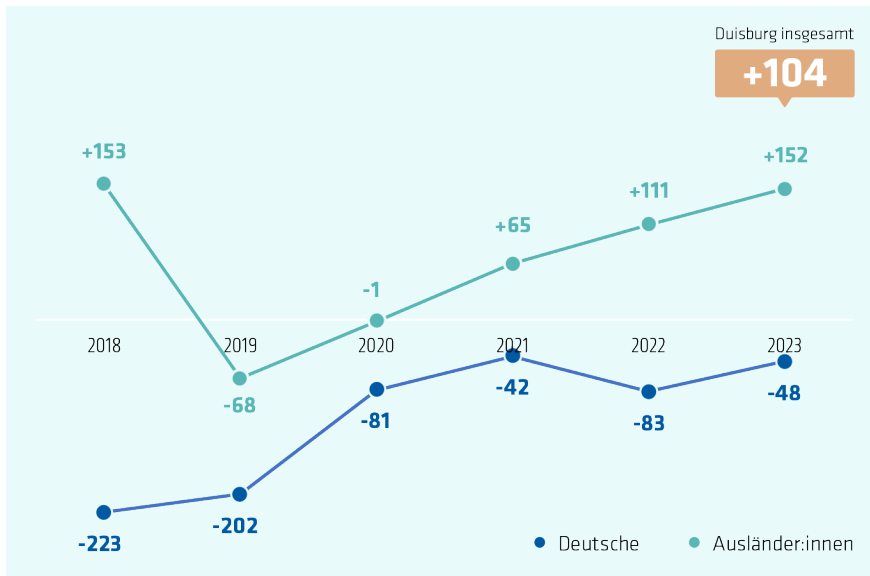
Tabelle 6.
Schließungen von Einzelunternehmen in absoluten Zahlen (2018–2023)

Land	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Deutsche	894	806	671	545	577	1.076
Ausländer:innen	1.291	1.177	817	569	481	666
Polen	320	303	186	154	86	90
Türkei	219	228	169	126	132	186
Rumänien	312	212	115	54	29	46
Bulgarien	144	120	78	61	42	83
Sonstiges Asien	58	93	76	63	92	93
Andere	238	161	193	111	100	168

Quelle: IT.NRW (Abmeldungen), eigene Berechnungen

4.2.3 Gründungssalden

Der Gründungssaldo ist ein Indikator zur Bewertung der ökonomischen Vitalität und der Trends im Unternehmenssektor. Er misst die Differenz zwischen der Anzahl von Unternehmensgründungen und -schließungen innerhalb eines bestimmten Zeitraums. Ein positiver Gründungssaldo bedeutet, dass es mehr Neugründungen als Schließungen gegeben hat, was auf ein Wachstum der Unternehmenslandschaft und potenziell auf eine dynamische wirtschaftliche Entwicklung hinweist.



Quelle: IT.NRW (Gründungen, Abmeldungen), eigene Berechnungen

Abb. 4.

Gründungssalden Einzelunternehmen (2018-2023)

Wie in Abb. 4 dargestellt, weist die Gruppe der deutschen Einzelunternehmer:innen für den Zeitraum von 2018 bis 2023 durchgehend einen negativen Gründungssaldo auf, was bedeutet, dass die Anzahl der Geschäftsaufgaben die Anzahl der Neugründungen überstieg. Im Gegensatz dazu zeigt sich bei den ausländischen Unternehmer:innen ein anderes Muster. Trotz eines Rückgangs bei den Gründungen ausländischer Einzelunternehmen blieb der Saldo – mit Ausnahme des Jahres 2019 – durchgehend positiv.

Mit einem positiven Gründungssaldo von

+152

stabilisieren ausländische Unternehmer:innen
den Bestand an Einzelunternehmen in Duisburg.

Bemerkenswerterweise hielten sich im Pandemiejahr 2020 die Gründungen und Schließungen annähernd die Waage (-1). Seit diesem Zeitpunkt vergrößert sich die Differenz zwischen Gründungen und Schließungen bei ausländischen Einzelunternehmen, wobei die Zahl der Gründungen kontinuierlich dominiert.

In den letzten drei Jahren trugen die positiven Salden ausländischer Einzelunternehmen zur Stabilisierung und zum Wachstum des Gesamtbestands an Einzelunternehmen in Duisburg bei. Dies gelang trotz eines absoluten Rückgangs der Gründungszahlen ausländischer Einzelunternehmen seit 2018 und eines Anstiegs bei den deutschen Gründungen. Die Gesamtdaten zeigen, dass nach einem negativen Gründungssaldo von -70 im Jahr 2018 die Situation 2019 auf -270 verschärft wurde. In den darauffolgenden Jahren bis 2023 erfolgte jedoch eine kontinuierliche Verbesserung, die in einem positiven Saldo von +104 mündete. Diese Entwicklung verdeutlicht, dass ausländische Einzelunternehmer:innen in dieser Zeit eine zunehmend stabilisierende Rolle spielten, während bei deutschen Unternehmer:innen ein beständiger Rückgang der Neugründungen gegenüber den Schließungen zu verzeichnen war.

Obwohl der relative und absolute Anteil der Gründungen durch deutsche Unternehmer:innen von 2018 bis 2023 zunahm und die Gründungen ausländischer Unternehmer:innen im selben Zeitraum zurückgingen – abgesehen von einem Anstieg im Jahr 2023 –, war es vor allem den ausländischen Gründer:innen zu verdanken, dass der Bestand an Einzelunternehmen – mit einem Plus von 412 ausländischen und einem Minus von 679 deutschen Einzelunternehmen – nahezu konstant blieb. Die Salden der ausländischen Einzelunternehmen waren nur in den Jahren 2019 und 2020 negativ, wurden jedoch in den Folgejahren durch positive Salden mehr als ausgeglichen. Besonders hervorzuheben sind Gründer:innen aus dem sonstigen Asien sowie in den letzten drei Jahren des Betrachtungszeitraums auch aus Bulgarien und Rumänien. Im Gegensatz dazu war der Saldo der deutschen Einzelunternehmer:innen in allen Jahren stets negativ, trotz eines leichten Rückgangs der negativen Werte.

Die nachfolgenden Abbildungen fassen das Gründungs- und Schließungs geschehen der Einzelunternehmen in Duisburg zusammen.

Abb. 5.
Gründungen, Schließungen und Salden von Einzelunternehmen (2018–2022)

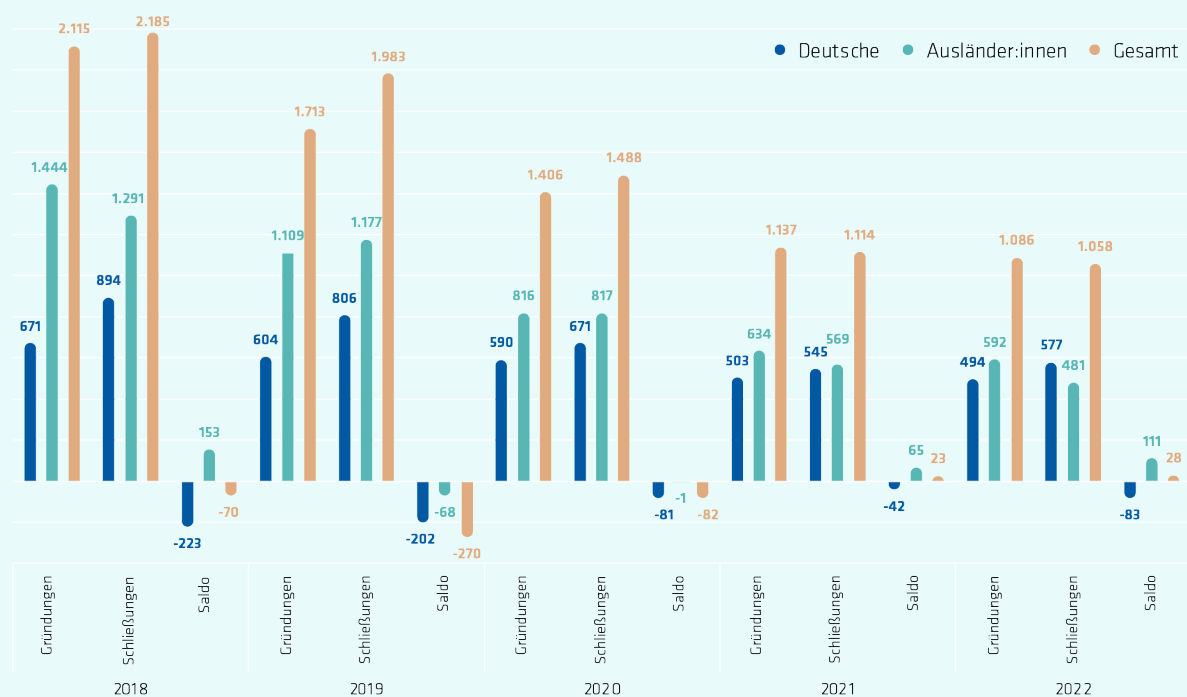
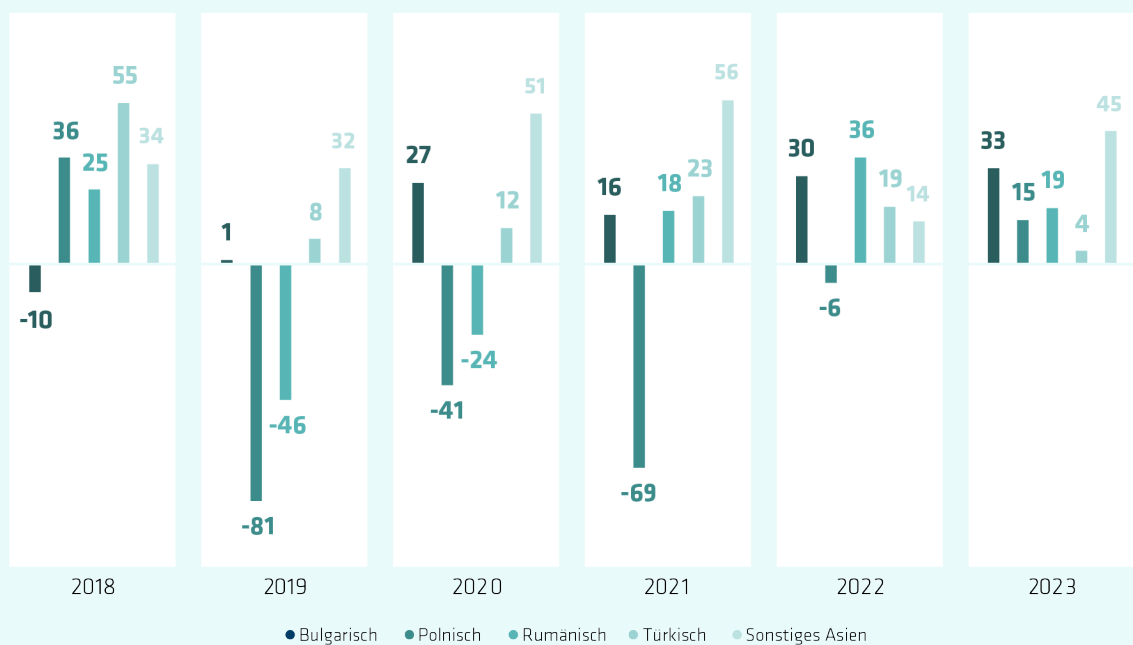


Abb. 6.
Gründungssalden nach TOP-5 Nationalitäten der Einzelunternehmer:innen (2018–2023)



Quelle: IT.NRW (Gründungen und Abmeldungen), eigene Berechnungen

Eine detaillierte Analyse der ausländischen Einzelunternehmer:innen zeigt signifikante Unterschiede zwischen den Herkunftsgruppen (→ **Abb. 6**). Einzelunternehmen aus dem sonstigen Asien und der Türkei verzeichneten durchweg positive Salden zugunsten der Neugründungen, wobei vor allem die Einzelunternehmen aus dem sonstigen Asien herausragen. Im Gegensatz dazu wiesen polnische Einzelunternehmen von 2019 bis 2022 kontinuierlich negative Salden auf, wobei sich seit 2022 eine positive Trendwende abzeichnete, die 2023 in einem positiven Saldo mündete. In den Jahren 2021 und 2022 waren polnische Gründer:innen die einzige Gruppe mit einem negativen Saldo. Im Jahr 2023 verzeichneten alle Einzelunternehmen der Top 5 positive Salden, wobei der Beitrag der Türkei nur geringfügig war. Rumänische Einzelunternehmen erlitten 2019 und 2020 hohe negative Salden, konnten jedoch ab 2021 eine Umkehr der Entwicklung erzielen, was zu einer fortwährenden Zunahme der Neugründungen gegenüber den Schließungen führte.

Für die Betrachtung des Bestands an Einzelunternehmen ist die Analyse der Salden der jeweiligen Herkunftsländer entscheidend. Dabei wird deutlich, dass Länder wie Polen und Rumänien trotz eines Rückgangs ihres prozentualen Anteils in den Jahren bis 2023 überwiegend positive Salden aufwiesen. Dies steht im völligen Gegensatz zu den deutschen Einzelunternehmen, bei denen ein solcher positiver Trend im Zeitraum von 2018 bis 2023 nicht beobachtet werden konnte.

4.2.4 Gründungen nach Wirtschaftszweigen

Nach der Analyse der zeitlichen Entwicklung von Gründungs- und Schließungszahlen wird nun der Schwerpunkt auf die sektorale Verteilung der Gründungen gelegt. Dieser Abschnitt bietet eine eingehende Betrachtung der Branchen, in denen Gründer:innen besonders aktiv sind, und untersucht die Veränderungen in den sektoralen Schwerpunkten der letzten Jahre. Eine solche Betrachtung ermöglicht die Ableitung differenzierter wirtschaftlicher Dynamiken und struktureller Veränderungen in der Duisburger Wirtschaft (Fritsch et al., 2024). Sektoren mit hoher Gründungsaktivität können auf technologische Fortschritte, veränderte Konsumentenpräferenzen oder regulatorische Anpassungen hinweisen, die neue Geschäftsmöglichkeiten eröffnen. Umgekehrt deuten rückläufige Gründungsraten in bestimmten Sektoren möglicherweise auf Reife, Marktkonzentration oder wirtschaftliche Barrieren hin.

Grundlage für die sektorale Zuordnung bildet die Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008 (WZ 2008), die der einheitlichen statistischen Erfassung der wirtschaftlichen Tätigkeiten von Unternehmen, Betrieben und anderen statistischen Einheiten in Deutschland dient (Destatis, 2008).

Die Analyse der Neugründungen von 2018 bis 2023 zeigt, dass ausländische Gründer:innen insbesondere in den Wirtschaftszweigen Baugewerbe (F), Verkehr und Lagerei (H) sowie dem Gastgewerbe (I) eine überproportional hohe Aktivität im Vergleich zu deutschen Gründer:innen aufweisen (→ **Tabelle 7**).

In den Teilbereichen „Tiefbau“ und „Vorbereitende Baustellenarbeiten“ des Baugewerbes sind kontinuierlich über drei Viertel aller Neugründungen auf Personen mit ausländischer Staatsangehörigkeit zurückzuführen. Im Hochbau liegen diese Anteile, mit Ausnahme des Jahres 2019, ebenfalls über 50 %, im Jahr 2023 sogar bei 100 %.

In den Wirtschaftszweigen Verkehr und Lagerei und „Gastronomie“ als Teilbranche des „Gastgewerbes“ werden konstant über die Hälfte aller Neugründungen von ausländischen Staatsangehörigen initiiert. Der Beherbergungssektor als Teilbereich des „Gastgewerbes“ unterlag im Zeitraum 2018 bis 2023 jedoch größeren Schwankungen. So entfielen im Jahr 2018 rund 72 % der Gründungen auf ausländische Unternehmer:innen. In den Folgejahren schwankte der Anteil zwischen 16,7 und 33 Prozentpunkten und erreichte im Jahr 2023 rund 57 %.

WZ		2018	2019	2020	2021	2022	2023
E	Wasserversorgung etc.	33,3 %	10,0 %	—	50,0 %	50,0 %	—
F	Hochbau	75,0 %	20,0 %	46,7 %	50,0 %	62,5 %	100,0 %
	Tiefbau	87,1 %	71,4 %	86,7 %	76,9 %	71,4 %	61,8 %
	Vorbereitende Bauarbeiten	88,5 %	79,9 %	75,2 %	76,4 %	71,3 %	70,2 %
G	Handel mit Kfz/Instandhalt.	44,2 %	51,4 %	34,1 %	49,4 %	37,1 %	35,9 %
	Großhandel (ohne Kfz)	31,3 %	37,9 %	26,5 %	22,7 %	30,4 %	23,3 %
	Einzelhandel (ohne Kfz)	31,3 %	34,6 %	29,8 %	29,0 %	30,4 %	26,1 %
H	Verkehr & Lagerie	59,1 %	58,2 %	51,0 %	65,2 %	49,7 %	47,8 %
I	Beherbergung	72,1 %	16,7 %	20,0 %	—	33,3 %	57,1 %
	Gastronomie	55,2 %	50,5 %	54,8 %	52,1 %	49,8 %	48,9 %
K	Erbring. v. Finanz-/Vers.-DL	15,9 %	16,0 %	20,0 %	13,2 %	18,1 %	23,8 %
M	Steuerberatung/Wirtschaftsp.	20,0 %	—	—	15,4 %	7,1 %	28,6 %
	Architektur-/Ingenieurbüros	11,5 %	18,2 %	17,9 %	22,2 %	20,0 %	19,2 %
N	Erbring. sonst. wirtsch. DL	32,7 %	31,6 %	34,9 %	33,1 %	31,0 %	34,5 %
Q	Gesundheits- & Sozialwesen	15,4 %	5,3 %	16,7 %	19,0 %	14,1 %	17,4 %
R	Kunst, Unterhaltung, Erholu.	23,9 %	19,8 %	16,7 %	10,3 %	13,6 %	22,4 %
S	Erbring. sonst. DL	30,3 %	28,7 %	31,1 %	31,7 %	32,8 %	36,8 %
Insgesamt		48,9 %	43,0 %	39,0 %	38,5 %	34,9 %	34,6 %
	darunter Handwerk	26,8 %	36,5 %	28,0 %	27,7 %	24,7 %	25,4 %

Quelle: IT.NRW (Gründungen nach Wirtschaftszweigen)

Tabelle 7.

Anteil ausländischer Gründungen an allen Gründungen nach ausgewählten Wirtschaftszweigen (2018-2023)

C	Verarbeitendes Gewerbe
E	Wasserversorgung, Abwasser- & Abfallentsorgung
F	Baugewerbe
G	Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz
H	Verkehr & Lagerei
I	Gastgewerbe
J	Information & Kommunikation
K	Erbringung v. Finanz- & Versicherungs-DL
L	Grundstücks- & Wohnungswesen
M	Erbringung freiberuflicher, wissenschaftlicher & technischer DL
N	Erbringung sonst. wirtschaftlichen DL
P	Erziehung & Unterricht
Q	Gesundheits- & Sozialwesen
R	Kunst, Unterhaltung & Erholung
S	Erbringung sonstiger DL

Im Wirtschaftszweig „Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz“ liegt der Anteil ausländischer Gründer:innen seit 2018 konstant zwischen einem Drittel und der Hälfte aller Gründungen.

Ähnlich verhält es sich bei der „Erbringung von sonstigen Dienstleistungen“, zu der unter anderem Reparaturarbeiten verschiedenster Art, Friseur- und Kosmetiksalons oder Wäschereien gehören, wo der Anteil ebenfalls durchgehend hoch bleibt und zwischen 31,7 % und 36,8 % schwankt.

.....
Branchenfokus
Wissensintensive, soziale und
kulturelle Wirtschaftszweige

Während die überproportionale Gründungsaktivität ausländischer Gründer:innen in den bekannten Branchen wie dem Baugewerbe und dem Gastgewerbe noch als erwartbar gilt, ist die Zunahme ihrer Anteile in wissensintensiven, sozialen und kulturellen Wirtschaftszweigen besonders bemerkenswert. Im Bereich „Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung“ betrug der Anteil der Neugründungen durch ausländische Staatsangehörige im Jahr 2023 28,6 %. In Architektur- und Ingenieurbüros lag dieser bei rund 19 %, was annähernd eine Verdoppelung gegenüber dem Jahr 2018 darstellt. Die beiden in der „Forschung und Entwicklung“, als Teilbereich des Wirtschaftszweigs „Erbringung freiberuflicher, wissenschaftlicher und technischer Dienstleistungen (M)“, erfolgt erfolgten Gründungen durch ausländische Gründer:innen. Im Jahr 2021 lag der Anteil ausländischer Gründer:innen in der Forschung und Entwicklung bei rund 28,6 %. Im „Gesundheits- und Sozialwesen“ sowie im Wirtschaftszweig „Kunst, Unterhaltung und Erholung“ wurde in manchen Jahren jede fünfte Gründung von ausländischen Staatsangehörigen initiiert.

.....
Handwerk:
Eine relevante Branche für Gründungen
ausländischer Unternehmer:innen

Besonders interessant ist auch die Situation in den handwerklichen Branchen, die sich über mehrere Wirtschaftszweige erstrecken. Hier wurde zwischen jedem vierten und jedem dritten Unternehmen von einer Person mit ausländischer Staatsangehörigkeit gegründet, wobei im Jahr 2019 der Anteil sogar jede dritte Gründung betrug.

Neben den bereits besprochenen Wirtschaftszweigen zeigten sich in einigen anderen Sektoren ebenfalls bemerkenswerte Spitzenwerte im Hinblick auf die Gründungstätigkeit ausländischer Gründer:innen. Im Jahr 2019 betrug der Anteil der Gründer:innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit im Bergbau rund 50 % und im verarbeitenden Gewerbe etwa 29,9 %. Ebenso bemerkenswert ist der Anteil von 75 % ausländischer Gründer:innen in der Energieversorgung im Jahr 2022.

Diese Entwicklungen verdeutlichen die zunehmende Diversifizierung der Gründungen durch ausländische Staatsangehörige. Während in einigen spezifischen Wirtschaftszweigen und Berufsfeldern traditionell eine konstant überproportionale Gründungsbeteiligung festzustellen ist, gewinnen ausländische Gründer:innen auch in anderen Bereichen, insbesondere in wissensintensiven, kulturellen und sozialen Wirtschaftszweigen, zunehmend an Bedeutung.

Zwischenfazit: Auch wenn die Gründungen – insbesondere die der ausländischen Gründer:innen – zurückgingen und sich der Anteil an Neugründungen deutlich verschob, wurde der Bestand an Einzelunternehmen maßgeblich durch ausländische Gründungen gesichert. Letztendlich ist der Saldo entscheidend und dieser fiel bei den ausländischen Einzelunternehmen positiv aus. Zudem hat sich bei den ausländischen Gründungen die Bedeutung der Herkunftsländer geändert: Türkische Gründer:innen und sonstigen Asien sind stark – letztere insbesondere mit Blick auf die Gründungssalden!

4.3 Gründungen – Position Duisburgs im Ruhrgebiet und in NRW

Auch wenn das Gründungsökosystem mit seinen Akteur:innen und Strukturen stark vom jeweiligen Kontext geprägt ist, ist eine Positionierung von Duisburg im Kontext der Gründungsdynamik zentral, um eine fundierte Einordnung und Bewertung der lokalen Entwicklungen zu gewährleisten. Die nachfolgende Analyse beschränkt sich daher nicht auf die Stadt Duisburg, sondern nimmt die Entwicklung im Vergleich zum gesamten Bundesland Nordrhein-Westfalen (NRW) und dem Ruhrgebiet in den Blick. Diese vergleichende Analyse erlaubt es, aussagekräftige Entwicklungstendenzen abzuleiten, die wertvolle Erkenntnisse über lokale wirtschaftliche Stärken und Schwächen sowie über Innovationspotenziale und etwaige zukünftige Wachstumsfelder liefern.

4.3.1 Gründungen von Einzelunternehmen im Vergleich

Im Zeitraum von 2018 bis 2022 war der Anteil der ausländischen Gründungen von Einzelunternehmen in Duisburg signifikant höher als im gesamten Nordrhein-Westfalen sowie im Ruhrgebiet. Im Jahr 2018 lag dieser Anteil in Duisburg um mehr als 23 Prozentpunkte über dem landesweiten Durchschnitt und um 19 Prozentpunkte über dem Durchschnitt des Ruhrgebiets (–» [Tabelle 8](#)).

Art/Jahr		2018	2019	2020	2021	2022
Alle	Duisburg	68,3 %	64,7 %	58,0 %	55,7 %	54,5 %
	NRW	45,4 %	43,9 %	42,6 %	41,5 %	41,9 %
	Ruhrgebiet	49,1 %	47,3 %	47,0 %	46,3 %	46,1 %
Männer	Duisburg	81,5 %	79,5 %	78,8 %	77,3 %	71,8 %
	NRW	70,9 %	70,5 %	69,5 %	69,9 %	68,8 %
	Ruhrgebiet	74,3 %	73,5 %	72,8 %	73,0 %	71,5 %
Frauen	Duisburg	18,5 %	20,5 %	21,2 %	22,7 %	28,2 %
	NRW	29,1 %	29,5 %	30,5 %	30,1 %	31,2 %
	Ruhrgebiet	25,7 %	26,5 %	27,2 %	27,0 %	28,5 %

Quelle: IT.NRW (Neugründungen), eigene Berechnungen

Tabelle 8.

Anteil der Neugründung von Einzelunternehmen durch ausländische Staatsangehörige sowie nach Geschlecht an allen Neugründungen nach Region (2018–2022)

Jedoch zeigt sich in Duisburg ein kontinuierlicher Rückgang des Anteils ausländischer Neugründungen, der stärker ausfällt als in Nordrhein-Westfalen oder im Ruhrgebiet insgesamt. Konkret verringerte sich der Anteil in Duisburg um 13,8 Prozentpunkte von 68,3 % im Jahr 2018 auf 54,5 % im Jahr 2022. Im Vergleich dazu war in Nordrhein-Westfalen ebenfalls eine abnehmende Tendenz zu beobachten, allerdings in geringerem Ausmaß, mit einem Rückgang von 45,4 % auf 41,9 % (-3,5 Prozentpunkte) im selben Zeitraum.

.....
Gründer im Vergleich:
Duisburg deutlich über dem
Durchschnitt NRWs und des Ruhr-
gebiets

Eine Analyse der Geschlechterverteilung¹¹ im Gründungsgeschehen macht weitere Unterschiede sichtbar. In Duisburg war der Anteil der männlichen Gründenden durchgehend höher als im Durchschnitt von Nordrhein-Westfalen und dem Ruhrgebiet. Im Jahr 2018 lag dieser Anteil in Duisburg etwa 11 Prozentpunkte über dem Landesdurchschnitt und 7,2 Prozentpunkte über dem des Ruhrgebiets. In den Folgejahren kam es jedoch zu einer Angleichung. Diese Entwicklung lässt sich durch die abnehmende Gründungsaktivität ausländischer Männer in Duisburg erklären, während die entsprechenden Werte in Nordrhein-Westfalen und dem Ruhrgebiet weitgehend konstant blieben. Infolgedessen verringerte sich der Vorsprung Duisburgs gegenüber dem Landesdurchschnitt auf nur noch 3 Prozentpunkte im Jahr 2022, während die Gründungsquoten in Duisburg und im Ruhrgebiet nahezu identisch ausfielen, mit 71,8 % bzw. 71,5 %.

.....
Gründerinnen im Vergleich:
Duisburg holt auf

Im Gegensatz zu ihren männlichen Pendants fiel der Anteil der weiblichen Gründenden in Duisburg von 2018 bis 2022 vergleichsweise gering aus und lag unter den Durchschnittswerten Nordrhein-Westfalens und des Ruhrgebiets. Dennoch ist in Duisburg ein positiver Trend zu verzeichnen. Der Anteil weiblicher Gründerinnen stieg um nahezu 10 Prozentpunkte von 18,5 % im Jahr 2018 auf 28,2 % im Jahr 2022. Im gleichen Zeitraum erhöhte sich der Landesdurchschnitt lediglich um 2,1 Prozentpunkte von 29,1 % auf 31,2 %, während der Durchschnitt des Ruhrgebiets um 2,8 Prozentpunkte von 25,7 % auf 28,5 % stieg. Diese Entwicklungen deuten darauf hin, dass Duisburg in Bezug auf die Förderung von Gründungen durch Frauen zunehmend aufholt.

4.3.2 Schließungen von Einzelunternehmen im Vergleich

Wie die Analyse der Schließungen von Einzelunternehmen ausländischer Staatsangehöriger zeigt, lag ihr Anteil in Duisburg im Zeitraum von 2018 bis 2022 deutlich über dem Landesdurchschnitt und dem des Ruhrgebietes (–» **Tabelle 9**). Während im Jahr 2018 in Duisburg 59,1 % der Schließungen auf ausländische Einzelunternehmer:innen entfielen, waren es im Landesdurchschnitt nur 37,2 % und im Ruhrgebiet 40,4 %. Diese Differenz näherte sich in den Folgejahren an, wobei die Anteile an Schließungen bei ausländischen Einzelunternehmer:innen in Duisburg stärker rückläufig waren als in NRW und

—
¹¹ Die herangezogenen Datensätze des Statistischen Landesamtes NRW ermöglichen eine Unterscheidung nach Geschlecht, jedoch keine Unterscheidung nach Staatsangehörigkeit und Geschlecht.

im Ruhrgebiet. So sank der Anteil der ausländischen Schließungen in Duisburg bis 2022 auf 45,5 %, während er in NRW mit 34,4 % nahezu unverändert blieb und auch im Ruhrgebiet nur leicht rückläufig war (auf 38,7 %).

Art/Jahr		2018	2019	2020	2021	2022
Alle	Duisburg	59,1 %	59,4 %	54,9 %	51,1 %	45,5 %
	NRW	37,2 %	36,3 %	34,6 %	34,4 %	34,4 %
	Ruhrgebiet	40,1 %	39,7 %	37,9 %	39,2 %	38,7 %
Männer	Duisburg	79,4 %	79,7 %	75,0 %	78,2 %	72,6 %
	NRW	70,7 %	70,8 %	69,5 %	69,8 %	69,5 %
	Ruhrgebiet	72,3 %	73,3 %	71,2 %	71,6 %	71,3 %
Frauen	Duisburg	20,6 %	20,3 %	25,0 %	21,8 %	27,4 %
	NRW	29,3 %	29,2 %	30,5 %	30,2 %	30,5 %
	Ruhrgebiet	27,7 %	26,7 %	28,8 %	28,4 %	28,7 %

Quelle: IT.NRW (Abmeldungen), eigene Berechnungen

Tabelle 9.

Anteil der Schließungen von Einzelunternehmen durch ausländische Staatsangehörige sowie nach Geschlecht an allen Schließungen nach Region (2018–2022)

Bei der Betrachtung der männlichen Population ist in Duisburg eine Abnahme von 79,4 % im Jahr 2018 auf 72,6 % im Jahr 2022 zu beobachten. Nordrhein-Westfalen und das Ruhrgebiet zeigen demgegenüber vergleichsweise geringere Schwankungen mit einem stabileren Trend. Der männliche Anteil in Nordrhein-Westfalen bleibt relativ stabil, beginnend bei 70,7 % im Jahr 2018 und nur leicht auf 69,5 % im Jahr 2022 zurückgehend. Ebenso verhält es sich im Ruhrgebiet, wo der Anteil von 72,3 % im Jahr 2018 auf 71,3 % im Jahr 2022 sinkt.

Demgegenüber lässt sich bei der weiblichen Population in Duisburg ein wechselnder Trend erkennen. Der Anteil steigt im Jahr 2020 auf 25,0 %, fällt 2021 zurück auf 21,8 %, um schließlich 2022 einen neuen Höchstwert von 27,4 % zu erreichen. In Nordrhein-Westfalen zeigt sich hingegen eine leicht steigende Tendenz von 29,3 % im Jahr 2018 auf 30,5 % im Jahr 2022. Das Ruhrgebiet verzeichnet eine parallele Entwicklung, beginnend bei 27,7 % in 2018 bis leicht ansteigend auf 28,7 % im Jahr 2022. Positiv hervorzuheben ist, dass Duisburg in allen betrachteten Jahren sowohl unterhalb des Landesdurchschnitts von Nordrhein-Westfalen als auch unter dem durchschnittlichen Wert des Ruhrgebiets rangierte.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Duisburg über den betrachteten Zeitraum hinweg deutliche Schwankungen in den Anteilen der Geschlechter aufweist, während NRW und das Ruhrgebiet relativ stabile Trends zeigen.

4.3.3 Gründungen nach Staatsangehörigkeit im NRW-Vergleich

Die Analyse der Neugründungen nach Staatsangehörigkeit weist auf deutliche Unterschiede zwischen Duisburg und Nordrhein-Westfalen hin (–» **Tabelle 10**). Besonders bemerkenswert ist der Vergleich zwischen polnischen und türkischen Gründer:innen: Während auf Landesebene polnische Gründer:innen im Jahr 2022 mit einem Anteil von 21,1 % aller Neugründungen die größte Gruppe stellen, zeigt sich in Duisburg ein abweichendes Muster. Hier dominiert der Anteil türkischer Gründungen (25,6 %), der 11 Prozentpunkte über dem Landesdurchschnitt von 14,6 % liegt. Wenngleich auf einem niedrigeren Niveau, sind Gründungen bulgarischer (12,2 %) und rumänischer Staatsangehöriger (11,0 %) in Duisburg überproportional vertreten und rangieren 7,6 bzw. 1,4 Prozentpunkte über dem Landesdurchschnitt.

Tabelle 10.

Anteil der Gründungen von Einzelunternehmen nach Staatsangehörigkeit und Region (2018–2022)

		2018	2019	2020	2021	2022
Polen	NRW	27,2 %	25,1 %	25,5 %	22,9 %	21,1 %
	DU	24,6 %	20,0 %	17,8 %	13,3 %	13,4 %
Türkei	NRW	15,3 %	15,5 %	14,9 %	15,0 %	14,6 %
	DU	18,9 %	21,3 %	22,2 %	23,5 %	25,6 %
Rumänien	NRW	13,1 %	11,5 %	9,3 %	9,0 %	9,6 %
	DU	23,4 %	15,0 %	11,1 %	11,4 %	11,0 %
Bulgarien	NRW	5,1 %	5,3 %	5,3 %	4,9 %	4,6 %
	DU	9,3 %	10,9 %	12,9 %	12,2 %	12,2 %
Italien	NRW	3,7 %	3,6 %	3,3 %	3,1 %	3,5 %
	DU	1,6 %	1,7 %	1,8 %	1,9 %	2,5 %
Griechenland	NRW	2,9 %	2,5 %	2,5 %	2,4 %	2,6 %
	DU	2,0 %	1,5 %	2,4 %	1,9 %	2,3 %
Sonstiges Asien	NRW	11,7 %	14,4 %	17,5 %	20,8 %	18,6 %
	DU	6,3 %	11,3 %	15,6 %	18,6 %	17,9 %

Quelle: IT.NRW (Neugründungen), eigene Berechnungen

Ein konträres Bild ergibt sich bei Neugründungen italienischer Staatsangehöriger, deren Anteil mit 3,5 % in Nordrhein-Westfalen 1 Prozentpunkt höher ausfällt als in Duisburg (2,5 %). Auffällig ist zudem der Anstieg von Gründungen durch Personen aus dem sonstigen Asien, insbesondere aus dem Nahen und Mittleren Osten, einschließlich der sogenannten „Fluchtländer“. So stieg ihr Anteil von 6,3 % im Jahr 2018 auf 17,9 % im Jahr 2022 und näherte sich damit dem Durchschnittsniveau Nordrhein-Westfalens (18,6 %) an. Diese Entwicklung könnte sowohl auf erfolgreiche Integrationsprozesse als auch auf das unternehmerische Potenzial dieser Gruppen hinweisen. Insgesamt unterstreichen die Zahlen die heterogene Gründungslandschaft Duisburgs, in

der Menschen unterschiedlicher Herkunft ihre wirtschaftlichen Ideen verwirklichen und zur unternehmerischen Dynamik der Stadt beitragen.

Zwischenfazit: Im Vergleich zu Nordrhein-Westfalen und dem Ruhrgebiet ist die Diversität der Gründungslandschaft in Duisburg deutlich stärker sichtbar und ist insbesondere an dem hohen Anteil der ausländischen Gründer:innen gegenüber den deutschen Gründer:innen ablesbar. Trotz eines Rückgangs um beinahe 14 Prozentpunkte, hatten ausländische Gründer:innen in den letzten Jahren immer einen Anteil von über 50 % – den geringsten im Jahr 2023 mit 54,5 %. Unter Berücksichtigung, dass ausländische Gründer:innen nur einen Teil der migrantischen Gründer:innen stellen, ist davon auszugehen, dass in Duisburg der Anteil der migrantischen Neugründungen an allen Neugründungen zwischen zwei Dritteln bis drei Vierteln betrug. In der Hochzeit – im Jahr 2028 – kann dieser Anteil sogar bei bis zu 85 % gelegen haben.

4.3.4 Schließungen nach Staatsangehörigkeit im NRW-Vergleich

Die Analyse der Unternehmensschließungen nach Staatsangehörigkeit weist ähnliche Muster wie die Gründungsdynamik auf, gleichzeitig zeigen sich jedoch Unterschiede (–» [Tabelle 11](#)).

		2018	2019	2020	2021	2022
Polen	NRW	28,8 %	28,2 %	29,3 %	27,5 %	23,3 %
	DU	24,8 %	25,7 %	22,9 %	27,1 %	17,8 %
Türkei	NRW	14,7 %	15,3 %	14,9 %	14,7 %	15,4 %
	DU	17,0 %	19,4 %	20,7 %	22,1 %	27,5 %
Rumänien	NRW	13,7 %	11,8 %	10,5 %	9,2 %	8,3 %
	DU	24,2 %	18,1 %	14,1 %	9,5 %	6,0 %
Bulgarien	NRW	5,6 %	5,3 %	4,5 %	4,6 %	4,6 %
	DU	11,1 %	10,2 %	9,5 %	10,7 %	8,8 %
Italien	NRW	4,0 %	4,2 %	4,1 %	4,3 %	3,9 %
	DU	2,4 %	1,3 %	3,5 %	2,7 %	2,1 %
Griechenland	NRW	3,2 %	3,1 %	3,3 %	3,3 %	3,4 %
	DU	2,0 %	2,1 %	2,6 %	1,9 %	2,8 %
Sonstiges Asien	NRW	8,3 %	10,3 %	12,1 %	15,2 %	17,8 %
	DU	4,5 %	7,9 %	9,3 %	11,0 %	19,1 %

Quelle: IT.NRW (Abmeldungen), eigene Berechnungen

Tabelle 11.

Anteil der Schließungen von Einzelunternehmen nach Staatsangehörigkeit und Region (2018–2022)

Besonders bemerkenswert ist, dass in Duisburg sowohl bei den Neugründungen als auch bei den Schließungen überwiegend die gleichen Herkunftsgruppen vertreten sind. Insbesondere polnische und türkische Selbstständige zählten im Untersuchungszeitraum von 2018 bis 2022 zu den am stärksten betroffenen Gruppen. Im Zeitraum von 2018 bis 2022 ist sowohl im Landesdurchschnitt als auch in Duisburg ein Rückgang bei den Schließungen polnischer Einzelunternehmer:innen zu verzeichnen. Während dieser im Durchschnitt Nordrhein-Westfalens um 5,5 Prozentpunkte von 28,8 % im Jahr 2018 auf 23,3 % in 2022 sank, fiel der Rückgang der Schließungen in Duisburg mit einem Minus von 7,0 Prozentpunkten – von 24,8 % auf 17,8 % – deutlich stärker aus.

Im Gegensatz dazu zeigte sich für die türkischen Einzelunternehmer:innen ein entgegengesetzter Trend: In Duisburg erhöhte sich ihr Anteil an Unternehmensschließungen von 17,0 % im Jahr 2018 auf 27,5 % im Jahr 2022 (+10,5 Prozentpunkte), während der Anteil in Nordrhein-Westfalen relativ konstant blieb und lediglich von 14,7 % im Jahr 2018 auf 15,4 % im Jahr 2022 anstieg (+0,7 Prozentpunkte). Ein ähnlicher Rückgang wie bei den polnischen Selbstständigen ist bei rumänischen Selbstständigen zu beobachten. In Duisburg fiel ihr Anteil an den Schließungen von 24,2 % im Jahr 2018 auf 6,0 % im Jahr 2022 (-18,2 Prozentpunkte). Auch in Nordrhein-Westfalen war eine Reduktion festzustellen, allerdings auf einem insgesamt niedrigeren Niveau, von 13,7 % auf 8,3 % (-5,4 Prozentpunkte).

Bemerkenswert ist die Entwicklung bei den Schließungen aus dem sonstigen Asien. In Duisburg stieg ihr Anteil erheblich von 4,5 % im Jahr 2018 auf 19,1 % im Jahr 2022, eine Zunahme um 14,6 Prozentpunkte. Zum Vergleich: In Nordrhein-Westfalen wurde ebenfalls ein Anstieg verzeichnet, wenn auch weniger stark ausgeprägt, von 8,3 % auf 17,8 % (+9,5 Prozentpunkte).

Insgesamt fällt auf, dass im Gegensatz zu Nordrhein-Westfalen in Duisburg der Anteil türkischer und aus dem sonstigen asiatischen Raum stammender Einzelunternehmer:innen bei den Schließungen deutlich zunahm. Gleichzeitig gingen die Anteile der polnischen und rumänischen Einzelunternehmer:innen an den Schließungen in Duisburg stärker zurück.

Zwischenfazit: Der Anteil der Gründungen durch Personen mit ausländischer Staatsangehörigkeit in Duisburg ist höher als im Durchschnitt des Landes Nordrhein-Westfalen. Besonders auffällig ist, dass die führenden Staatsangehörigkeiten der Gründer:innen variieren, was auf eine besonders vielfältige

Gründungsszene in der Stadt hinweist. Duisburg zeichnet sich durch eine dynamische und diverse Gründungskultur aus, in der Menschen unterschiedlicher Herkunft erfolgreich ihre Geschäftsideen umsetzen.

4.3.5 Gründungen nach Wirtschaftszweigen im NRW-Vergleich

In Duisburg zeigt sich in nahezu allen Wirtschaftszweigen ein deutlich höherer Anteil ausländischer Gründer:innen im Vergleich zum Durchschnitt in Nordrhein-Westfalen (–» **Tabelle 12**).

Tabelle 12. Anteil der Neugründungen an ausgewählten Wirtschaftszweigen im NRW-Vergleich (2018-2022)

WZ	2018		2019		2020		2021		2022	
	DU	NRW	DU	NRW	DU	NRW	DU	NRW	DU	NRW
E	33,3 %	16,6 %	10,0 %	13,7 %	—	15,4 %	50,0 %	15,4 %	50,0 %	26,5 %
F Hochbau	75,0 %	21,5 %	20,0 %	23,8 %	46,7 %	25,3 %	50,0 %	25,3 %	62,5 %	31,8 %
Tiefbau	87,1 %	55,4 %	71,4 %	37,8 %	86,7 %	37,2 %	76,9 %	37,2 %	71,4 %	40,3 %
Vorbereitende Bauarbeiten	88,5 %	63,4 %	79,9 %	55,9 %	75,2 %	55,9 %	76,4 %	52,5 %	71,3 %	54,6 %
G Handel mit Kfz/Instandhalt.	44,2 %	32,1 %	51,4 %	30,0 %	34,1 %	30,0 %	49,4 %	30,6 %	37,1 %	32,5 %
Großhandel (ohne Kfz)	31,3 %	22,4 %	37,9 %	20,6 %	26,5 %	20,6 %	22,7 %	19,8 %	30,4 %	21,1 %
Einzelhandel (ohne Kfz)	31,3 %	19,3 %	34,6 %	17,0 %	29,8 %	17,0 %	29,0 %	18,6 %	30,4 %	19,2 %
H	59,1 %	40,8 %	58,2 %	45,7 %	51,0 %	45,7 %	65,2 %	50,1 %	49,7 %	43,7 %
I Beherbergung	72,1 %	20,7 %	16,7 %	14,3 %	20,0 %	14,3 %	—	19,6 %	33,3 %	15,4 %
Gastronomie	55,2 %	40,8 %	50,5 %	41,8 %	54,8 %	41,8 %	52,1 %	39,7 %	49,8 %	42,3 %
K	15,9 %	8,8 %	16,0 %	8,9 %	20,0 %	9,2 %	13,2 %	9,9 %	18,1 %	10,0 %
M Steuerberatung/Wirtschaftsp.	20,0 %	4,7 %	—	7,0 %	—	7,0 %	15,4 %	6,3 %	7,1 %	5,8 %
Architektur-/Ingenieurbüros	11,5 %	8,4 %	18,2 %	9,7 %	17,9 %	9,7 %	22,2 %	10,4 %	20,0 %	11,6 %
N	32,7 %	21,0 %	31,6 %	20,5 %	34,9 %	20,3 %	33,1 %	19,6 %	31,0 %	22,8 %
Q	15,4 %	20,7 %	5,3 %	39,3 %	16,7 %	39,3 %	19,0 %	30,1 %	14,1 %	29,4 %
R	23,9 %	12,8 %	19,8 %	12,8 %	16,7 %	12,6 %	10,3 %	9,7 %	13,6 %	9,9 %
S	30,3 %	31,4 %	28,7 %	28,2 %	31,1 %	28,2 %	31,7 %	25,6 %	32,8 %	27,7 %
Insgesamt	48,9 %	25,7 %	43,0 %	22,3 %	39,0 %	22,3 %	38,5 %	21,5 %	34,9 %	22,7 %
darunter Handwerk	26,8 %	32,4 %	36,5 %	28,0 %	28,0 %	28,0 %	27,7 %	19,0 %	24,7 %	26,0 %

C = Verarbeitendes Gewerbe, E = Wasserversorgung, Abwasser- & Abfallentsorgung, F = Baugewerbe, G = Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz, H = Verkehr & Lagerei, I = Gastgewerbe, J = Information & Kommunikation, K = Erbringung v. Finanz- & Versicherungs-DL, L = Grundstücks- & Wohnungswesen, M = Erbringung freiberuflicher, wissenschaftlicher & technischer DL, N = Erbringung sonst. wirtschaftlichen DL, P = Erziehung & Unterricht, Q = Gesundheits- & Sozialwesen, R = Kunst, Unterhaltung & Erholung, S = Erbringung sonstiger DL

Quelle: IT.NRW (Neugründungen nach Wirtschaftszweigen)

Der Anteil ausländischer Gründer:innen an allen Gründungen lag 2018 bei 48,9 % und sank bis 2022 auf 34,9 %. Er bleibt jedoch deutlich über dem Landesdurchschnitt (25,7 % im Jahr 2018, 22,7 % im Jahr 2022). Eine Ausnahme sind Handwerksunternehmen, bei denen der Anteil ausländischer Gründungen in NRW höher ist als in Duisburg.

Wie in Abschnitt 4.2.4 dargelegt, stellen das Baugewerbe, der Handel – insbesondere der Kfz-Handel und der Einzelhandel –, das Gastgewerbe sowie sonstige Dienstleistungen zentrale Wirtschaftssektoren für Gründer:innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit dar. Bemerkenswert ist hierbei, dass in bestimmten Sektoren wie dem Baugewerbe und der Gastronomie mehr als die Hälfte der Neugründungen von ausländischen Unternehmer:innen initiiert werden. Diese Dynamik verdeutlicht, dass ausländische Selbständige mit ihren Neugründungen in zahlreichen Wirtschaftsbranchen – insbesondere in wissensintensiven Sektoren – merklich aufholen.

Die Analyse der Gründungsquote im Verhältnis zum ausländischen Bevölkerungsanteil in Duisburg, der bei 25,5 % liegt, zeigt in vielen Wirtschaftssektoren eine überproportional hohe Aktivität ausländischer Gründer:innen. Lediglich in wenigen Branchen, wie dem Gesundheits- und Sozialwesen sowie dem Kunst- und Unterhaltungssektor, bleibt der Anteil ausländischer Neugründungen sowohl unter dem Landesdurchschnitt als auch hinter dem Bevölkerungsanteil zurück. Interessanterweise liegt der Anteil ausländischer Gründungen im Handwerksbereich zwar leicht über dem Bevölkerungsdurchschnitt, entspricht jedoch in etwa dem landesweiten Durchschnitt in Nordrhein-Westfalen.

Insgesamt weisen die Ergebnisse eindeutig auf die zentrale Rolle ausländischer Unternehmer:innen für die wirtschaftliche Entwicklung Duisburgs hin. Insbesondere die hohe Gründungsaktivität in Schlüsselbranchen unterstreicht ihre Bedeutung als treibende Kraft für wirtschaftliche Vielfalt und Dynamik. Die bestehenden Unterschiede zwischen den Branchen bieten interessante Ansatzpunkte für gezielte Fördermaßnahmen, um das Potenzial ausländischer Gründer:innen effektiver zu nutzen und ihre Aktivitäten auch in bislang weniger erschlossenen Sektoren auszubauen.

Zwischenfazit: Duisburg hat über alle Wirtschaftszweige höhere Anteile an ausländischen Gründungen. Damit sind Gründer:innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit treibende Kräfte der Vielfalt und Dynamik der Wirtschaft am Standort. Dies unterstreichen die hohen Gründungsaktivitäten in Schlüsselbranchen.

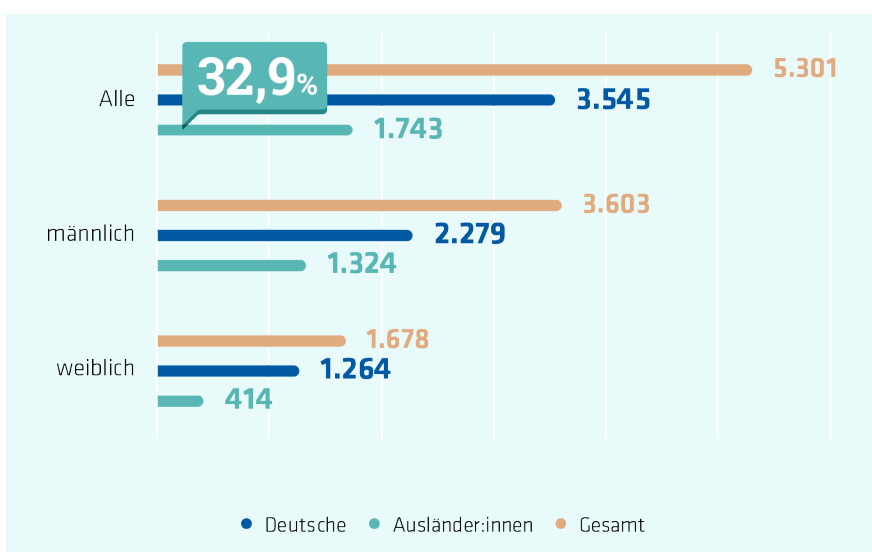
4.4 Gründungsgeschehen der vergangenen 3 Jahre

Auf Basis der Datensätze des Statistischen Landesamtes kann das Gründungsgeschehen für jedes einzelne Jahr detailliert analysiert werden. Dabei lassen sich die spezifischen Datensätze der verschiedenen Gewerbeämter

miteinander vergleichen und aggregieren. Die Informationsdatenbank „migewa“, die von vielen Kommunen genutzt wird, bietet darüber hinaus die Möglichkeit, nicht nur das Gründungsgeschehen, sondern auch den Bestand an Selbständigen kumuliert zu betrachten. Zudem eröffnet sie diverse weitere Analysemöglichkeiten. Allerdings wird die Informationsdatenbank nicht von allen kommunalen Ordnungsämtern verwendet, was Vergleiche auf Landesebene oder mit dem Ruhrgebiet erschwert.

Für die vorliegende Untersuchung wurden die Gründungen der letzten drei Jahre (Zeitraum: 09/2021 bis 07/2024) analysiert, wobei nur die Gründungen berücksichtigt wurden, die weiterhin bestehen. Dies erklärt die unterschiedlichen Gründungsquoten und den Anteil der Gründer:innen nach Staatsangehörigkeit gegenüber der Statistik des Landesamts NRW¹². Es wurden alle Gründungen, unabhängig von der Rechtsform, untersucht, während sich Abschnitt 4.2 auf die Gründungen von Einzelunternehmen konzentriert.

Im betrachteten Zeitraum seit September 2021 wurden in Duisburg 5.301 Unternehmensgründungen registriert; von den Gründer:innen hatten rund ein Drittel eine ausländische Staatsangehörigkeit (32,9 %), wobei bei den Gründern der Anteil mit 36,7 % an allen Gründungen von Männern deutlich höher lag als bei den Gründerinnen mit 24,7 % an allen Gründungen von Frauen (–» [Abb. 7](#)).



Quelle: migewa, eigene Berechnungen

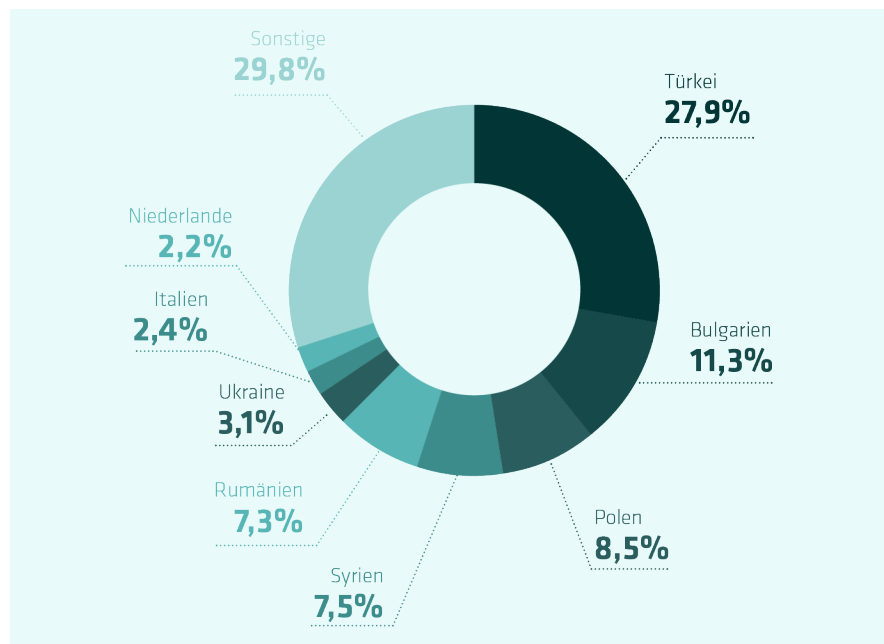
Abb. 7.

Gründer:innen nach deutscher und ausländischer Staatsangehörigkeit (09/2021–07/2024)

Eine detaillierte Analyse der Staatsangehörigkeiten der Mehrheit der ausländischen Gründer:innen zeigt, dass Gründer:innen mit türkischer Staatsangehörigkeit mit einem Anteil von 27,9 % weiterhin die größte Gruppe bilden (–» [Abb. 8](#)).

¹² Der Datensatz unterscheidet nicht zwischen Vollerwerbs- und Nebenerwerbsgründungen.

Abb. 8.
Gründer:innen nach Staatsangehörigkeiten (09/2021–07/2024)



Quelle: migewa, eigene Berechnungen

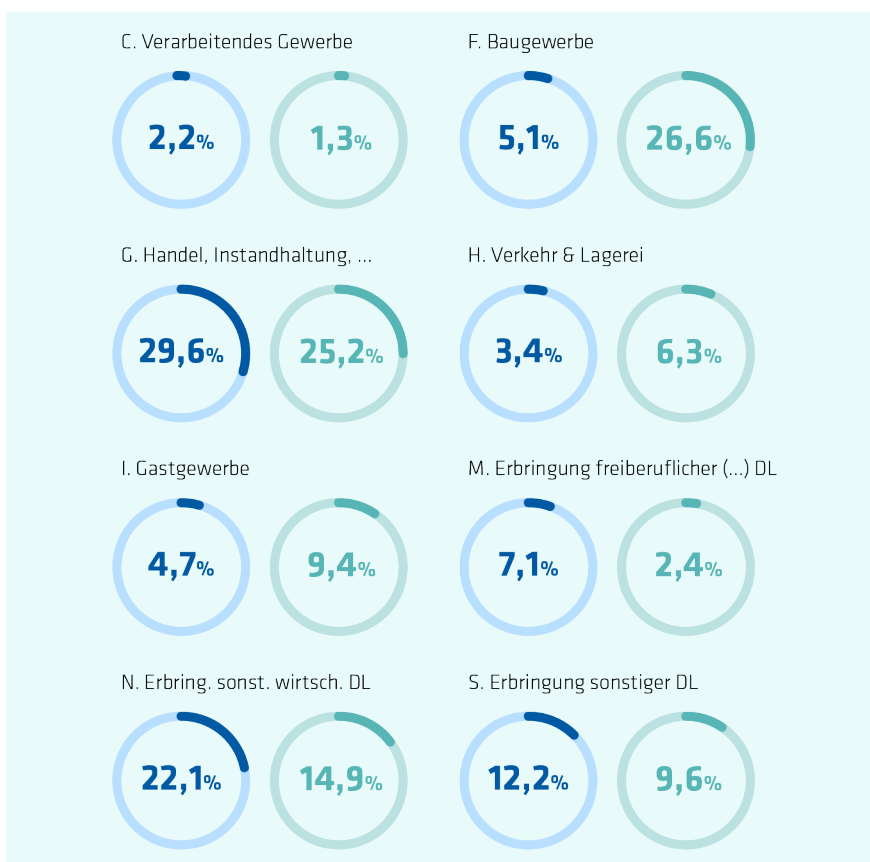
An zweiter Stelle folgen mit einigem Abstand bulgarische mit einem Anteil von 11,3 %, dicht gefolgt von polnischen Gründer:innen mit 8,5 %. Syrische Gründer:innen liegen mit einem Anteil von 7,5 % ein Prozentpunkt hinter den polnischen Gründer:innen und belegen damit den vierten Platz. Dies deutet darauf hin, dass geflüchtete Personen vermehrt den Weg in den Arbeitsmarkt über die Möglichkeit der selbständigen Erwerbstätigkeit suchen. Rumänische Gründer:innen machen 7,3 % aus und gehören damit zu den TOP-5 der Staatsangehörigkeiten. Erst an siebter Stelle findet sich mit Italien ein westeuropäisches Land mit einem Anteil von 2,4 %, davor liegen ukrainische Gründer:innen auf Rang 6 (3,1%). Dies ist insofern überraschend, als dass der Großteil der in Duisburg lebenden Ukrainer:innen erst nach dem Ausbruch des Krieges zugewandert ist. Besonders hervorzuheben ist der deutliche Zuwachs an Gründer:innen aus osteuropäischen Ländern sowie der Türkei und Syrien, die die Liste der Staatsangehörigkeiten dominieren.

Ein heterogenes Bild:
Gründungen nach
Wirtschaftszweigen

Bei der Analyse der Gründungen nach Wirtschaftszweigen und deren Relevanz für die Gründer:innen zeigt sich, dass der prozentuale Anteil der Gründungen in bestimmten Wirtschaftszweigen zwischen deutschen und ausländischen Staatsangehörigen signifikante Unterschiede aufweist, in anderen Bereichen jedoch Angleichungen festzustellen sind (→ [Abb. 9](#)). In den Wirtschaftszweigen „Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz“, „Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen“ sowie „Erbringung von sonstigen Dienstleistungen“ sind beide Gruppen stark vertreten, was auf ähnliche Gründungsinteressen in diesen Bereichen hindeutet. Im Gegensatz dazu zeigt sich im „Baugewerbe“ ein deutlicher Unterschied: Hier beträgt der Anteil der Gründungen durch Personen mit ausländischer Staatsangehörigkeit 26,6 %, während er bei Deutschen lediglich 5,1 % erreicht. Umgekehrt verhält es sich bei der „Erbringung von freiberuflichen Dienstleistungen“, wo der Anteil der Gründungen durch Deutsche bei 7,1 % liegt, während er bei Personen mit ausländischer Staatsangehörigkeit nur 2,4 % beträgt.

Eine differenzierte Betrachtung der Branchenverteilung deutscher und ausländischer Gründer:innen weist insofern auf interessante Schwerpunkte und Unterschiede hin. Deutsche Gründer:innen konzentrieren sich auf drei zentrale Wirtschaftszweige – Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kfz, Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen und Erbringung sonstiger Dienstleistungen – die zusammen 63,9 % aller Gründungen ausmachen. Dabei sind es vor allem der „Handel“ mit einem Anteil von 29,6 % und die Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen mit 22,1 % dominant. Diesen folgt mit weitem Abstand der Wirtschaftszweig Erbringung von sonstigen Dienstleistungen mit 12,2 % und Erbringung von freiberuflichen Dienstleistungen mit 7,1 % (→ [Abb. 9](#)).

Eine ähnliche Konzentration, jedoch in anderen Wirtschaftszweigen, ist in der Gruppe der ausländischen Gründer:innen zu beobachten (grün in Abb. 9). Ebenso wie deutsche Gründer:innen ist die Bedeutung des „Handels“ mit 25,2 % überaus hoch, allerdings fokussieren sich ihre Gründungen dann auf das Baugewerbe mit 26,6 % und die Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen mit 14,9 %. Dem folgen die Erbringung von sonstigen Dienstleistungen (9,6 %), das Gastgewerbe (9,4 %) und Verkehr & Lagerei (6,3 %). Somit sind bis auf den „Handel“ deutliche Unterschiede in den Präferenzen für spezifische Wirtschaftszweige im Gründungsverhalten von Deutschen und Gründer:innen ausländischer Staatsangehörigkeit zu beobachten.



Quelle: migewa, eigene Berechnungen

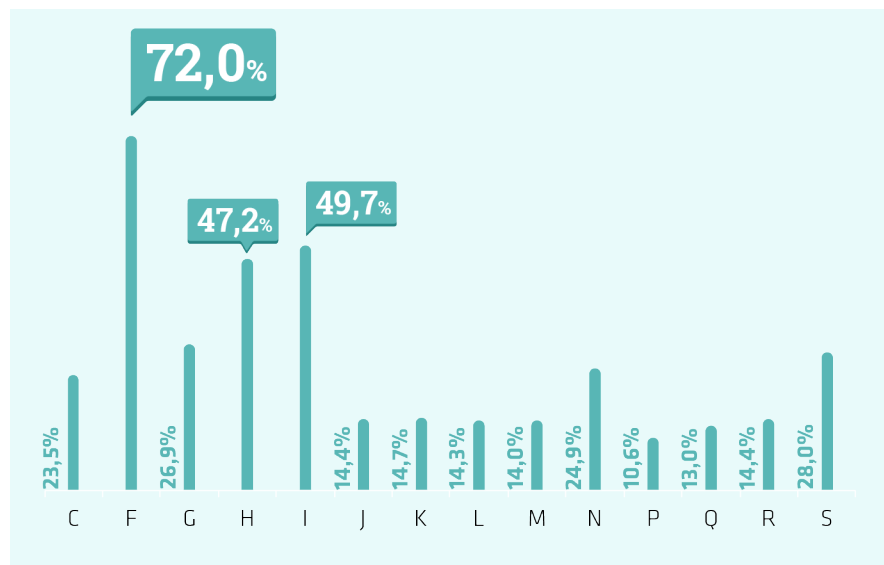
Abb. 9.

Gründungen nach Wirtschafts-
zweigen und Staatsangehörigkeit
alle Gewerbetreibende
(09/2021–07/2024)

In diesem Zusammenhang ist der prozentuale Anteil ausländischer Gründungen pro Wirtschaftszweig im Vergleich zu allen Gründungen von besonderem Interesse (–» **Abb. 10**; nicht aufgenommen wurden Wirtschaftszweige mit weniger als 10 Gründungen). Unter Berücksichtigung der Tatsache, dass der Anteil ausländischer Gründungen an allen Gründungen bei etwa einem Drittel lag, zeigt sich, dass ausländische Staatsangehörige in den Wirtschaftszweigen „Baugewerbe“ (F), „Verkehr und Lagerei“ (H) sowie „Gastgewerbe“ (I) überdurchschnittlich häufig gegründet haben. In den Wirtschaftszweigen „Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz“ (G) sowie „Erbringung von sonstigen Dienstleistungen“ (S) war der Anteil etwa durchschnittlich; in den übrigen Wirtschaftszweigen, mit Ausnahme des „Verarbeitenden Gewerbes“ (C) und der „Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen“ (N), lag er tendenziell unter dem Durchschnitt, jedoch nicht unter den Anteil von 10 %.

Abb. 10.

Anteil der Gründungen ausländischer Staatsangehöriger innerhalb des jeweiligen Wirtschaftszweigs (09/2021–07/2024)



Quelle: migewa, eigene Berechnungen

Branchenfokus nach Geschlecht:

Geschlechterspezifische Unterschiede zwischen Deutschen und Ausländer:innen

Die Verteilung der Branchen unterscheidet sich zudem stark nach Geschlecht. Deutsche Gründer:innen weisen im Sektor Handel den höchsten Anteil auf (31,4 %) – ähnlich wie deutsche Männer (26,7 %). Im Bereich Erbringung von sonstigen Dienstleistungen (19,3 %) sind deutsche Frauen jedoch deutlich aktiver als deutsche Männer (8,2 %), was auf geschlechtsspezifische Präferenzen oder unterschiedliche Zugangsmöglichkeiten zu diesen Branchen hinweisen könnte. Auch der Sektor Gesundheits- und Sozialwesen spielt für deutsche Gründer:innen mit einem Anteil von 3,4 % eine bedeutendere Rolle als für deutsche Männer (0,7 %).

Ausländische Gründer:innen zeigen eine noch stärkere geschlechtsspezifische Branchenausrichtung. Bei ausländischen Gründern ist das Baugewerbe mit 30,7 % der Spitzenreiter, während dieser Bereich bei deutschen Männern lediglich einen Anteil von 6,8 % ausmacht.

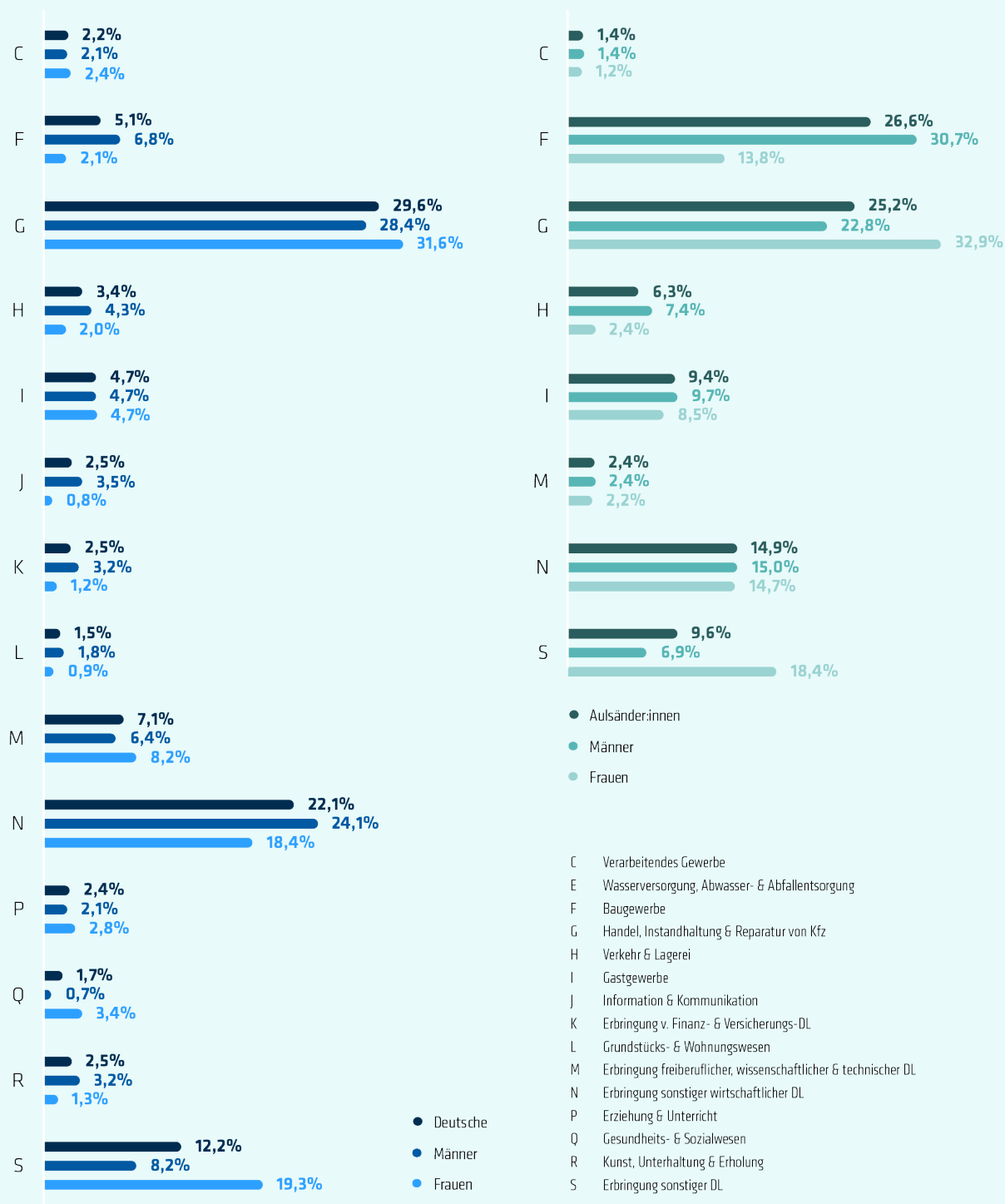
Für ausländische Frauen hingegen ist der Handel mit 32,9 % der wichtigste Sektor, gefolgt von Erbringung von sonstigen Dienstleistungen (18,4 %) und Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen (14,7 %). Ein weiterer relevanter Sektor für ausländische Frauen ist zudem das Gastgewerbe, in welchem ihr Anteil 8,5 % beträgt – ein deutlich höherer Wert als bei deutschen Frauen (4,7 %). Bei deutschen Frauen sind zudem Sektoren wie „Information & Kommunikation“ und „Finanz- & Versicherungsdienstleistungen“ kaum vertreten, was sich ebenfalls bei ausländischen Gründerinnen widerspiegelt. Die Branchen „Grundstücks- und Wohnungswesen“, „Verkehr und Lagerei“ sowie „freiberufliche Dienstleistungen“ erreichen bei ausländischen Gründerinnen Werte unter 3 %. Diese Sektoren spielen damit insgesamt kaum eine Rolle.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass sich Gründer:innen mit deutscher sowie mit ausländischer Staatsangehörigkeit je auf drei Wirtschaftszweige fokussieren, die sich jedoch – bis auf den Handel – unterscheiden. Diese Abweichungen können insbesondere auf unterschiedliche Zugangsmöglichkeiten oder Marktchancen zurückzuführen sein. Die geschlechtsspezifischen Unterschiede, insbesondere bei den Branchen Baugewerbe, Handel und Erbringung von sonstigen Dienstleistungen, zeigen zudem, dass sich ebenfalls zwischen Frauen und Männern die Schwerpunktsetzung bei der Wahl des Wirtschaftszweiges deutlich unterscheidet.

Zwischenfazit: Ein Drittel der Gründungen in Duisburg zwischen Juli 2021 und September 2024 erfolgt durch Personen mit ausländischer Staatsangehörigkeit, wobei türkische Gründer:innen die größte Gruppe darstellen, gefolgt von rumänischen und polnischen Staatsangehörigen. Während sich sowohl deutsche als auch ausländische Gründer:innen auf je drei Wirtschaftszweige konzentrieren, stimmt lediglich der Zweig „Handel“ bei beiden überein. Zudem bestehen auffällige geschlechtsspezifische Unterschiede innerhalb der Gründungen aus verschiedenen Herkunftsländern, was die Vielfalt der Gründungsszene in Duisburg unterstreicht.

Abb. 11 fasst das Gründungsgeschehen nach Wirtschaftszweig und Geschlecht noch einmal zusammen.

Abb. 11. Wirtschaftszweige in denen Deutsche und Ausländer:innen gründeten nach Geschlecht (09/2021–07/2024)



Quelle: migewa, eigene Berechnungen (Wirtschaftszweige unter 1% nicht dargestellt)

4.5 Unternehmensbestand – Ausländische Gewerbetreibende in Duisburg

Zum Zeitpunkt 03.07.2024 gab es insgesamt 26.342 Gewerbetreibende in Duisburg – über alle Rechtsformen. Allerdings ist bei den folgenden Auswertungen zu berücksichtigen, dass nicht für alle Gewerbetreibenden sämtliche Daten vorlagen, so dass sich die Grundgesamtheit bei den Auswertungen auf jeweils unterschiedliche Gesamtzahlen bezieht. Dazu einige Anmerkungen:

- Wie in den vorangehenden Abschnitten, können bei der Analyse der Gewerbetreibenden Differenzierungen lediglich nach Staatsangehörigkeit vorgenommen werden, während eine spezifische Unterscheidung nach Gewerbetreibenden mit oder ohne Migrations- und Fluchthintergrund nicht möglich ist. Folglich wird bei der Auswertung lediglich eine Teilmenge der Gewerbetreibenden mit Migrations- und Fluchthintergrund zum Vergleich herangezogen. Hingegen werden bei der Gruppe der „Deutschen“ auch eingebürgerte Selbständige mit Migrations- und Fluchthintergrund berücksichtigt.
- Bei Personen mit doppelter Staatsangehörigkeit entscheiden diese bei der Registrierung, welche Staatsangehörigkeit angegeben wird.
- Von den insgesamt 26.342 registrierten Gewerbetreibenden sind 418 ohne Angabe einer Staatsangehörigkeit. Diese wurden zur Vergleichbarkeit von Deutschen und Ausländer:innen in den weiteren Analysen nicht berücksichtigt.

Ungeachtet dieser Einschränkungen lassen sich eindeutige Tendenzen aufzeigen, anhand derer die migrantische Ökonomie in Duisburg beschrieben werden kann.

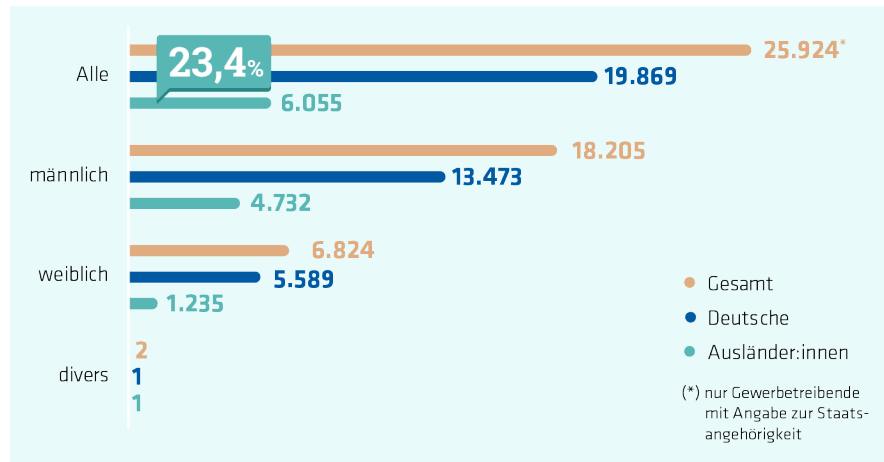
4.5.1 Gewerbetreibende in Duisburg nach Staatsangehörigkeit

Eine ausländische Staatsangehörigkeit hatten zum Zeitpunkt der Erhebung 6.055 Selbständige oder 23,4 % aller Gewerbetreibenden, während eine deutsche Staatsangehörigkeit 19.918 Personen oder 76,6 % aufwiesen. Bei 1,6 % (418 Datensätze) lag keine Angabe zur Staatsangehörigkeit vor.

Als Gewerbe gilt jede erlaubte selbstständige Tätigkeit, die auf Dauer angelegt ist und mit der Absicht der Gewinnerzielung betrieben wird. Die Tätigkeiten, die der Gewerbeordnung unterliegen, regelt § 6 der GewO. Gewerbetreibende müssen in der Regel ein Gewerbe anmelden, was bedeutet, dass die Tätigkeit bei der zuständigen Gewerbebehörde registriert werden muss. Dies umfasst eine Vielzahl von Berufen, von kleinen Einzelunternehmen bis hin zu großen Handelsfirmen, und kann sowohl handwerkliche als auch industrielle Betriebe sowie Dienstleistungsunternehmen einschließen.

Abb. 12.

Gewerbetreibende in Duisburg –
Anteile nach Staatsangehörigkeit
und Geschlecht (07/2024)

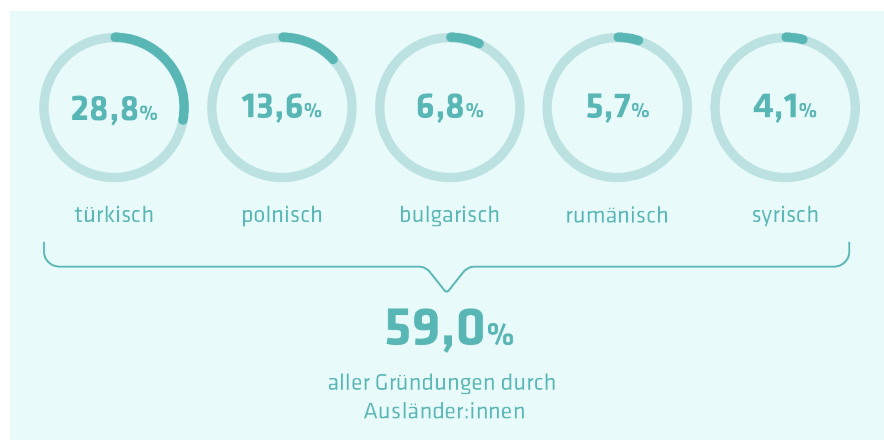


Quelle: migewa, eigene Berechnungen (Stand: 03.07.2024)

Die Analyse der häufigsten Staatsangehörigkeiten ausländischer Gewerbetreibender zeigt, dass die Türkei mit 28,8 % den größten Anteil ausmacht, gefolgt von Polen (13,6 %), Bulgarien (6,8 %), Rumänien (5,7 %) und Syrien (4,1 %). Türkische Gewerbetreibende stehen damit mit deutlichem Abstand an der Spitze und stellen die größte Gruppe unter allen ausländischen Gewerbetreibenden dar. Zusammen entfallen auf die fünf Gruppen rund 59 % aller ausländischen Gewerbetreibenden.

Abb. 13.

Anteil der Gewerbetreibenden
nach TOP-5 Staatsangehörigkeiten
(07/2024)



Quelle: migewa, eigene Berechnungen

4.5.2 Gewerbetreibende nach Wirtschaftszweigen

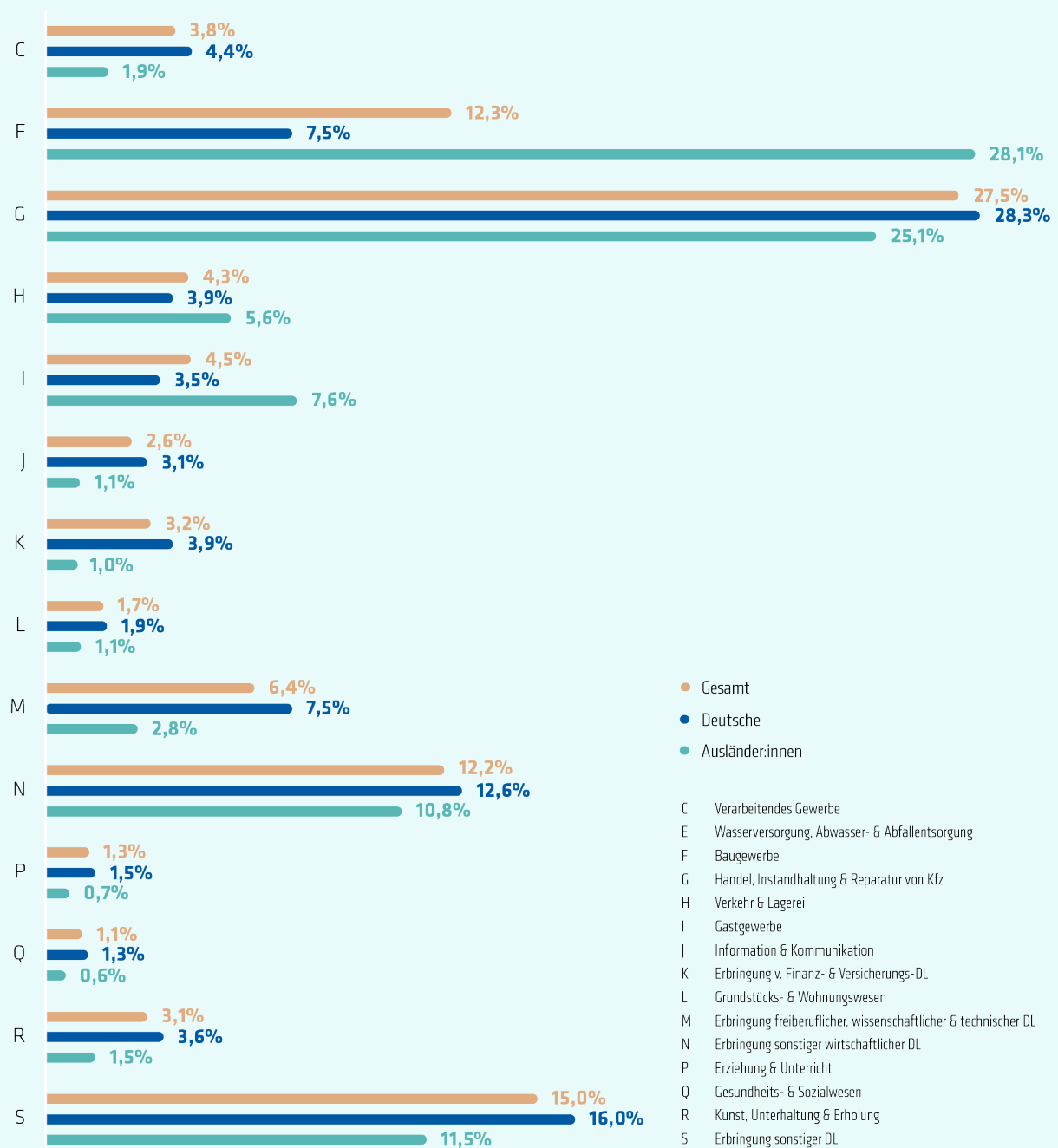
Die Analyse des Gründungsverhaltens nach Wirtschaftszweigen zeigt, in welchen Bereichen die Gewerbetreibenden besonders aktiv sind und welche Unterschiede zwischen deutschen und ausländischen Gewerbetreibenden sowie zwischen den Geschlechtern bestehen. Wirtschaftszweige mit insgesamt weniger als 50 Gewerbetreibenden wurden dabei nicht berücksichtigt.

In absoluten Zahlen dominiert der Wirtschaftszweig „Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz“ mit 7.136 Gewerbetreibenden, gefolgt von der „Erbringung von sonstigen Dienstleistungen“ (3.882), dem „Baugewerbe“ (3.186)

und der „Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen“ (3.157). Allein in diesen vier Wirtschaftszweigen sind über zwei Drittel (67 %) der Gewerbetreibenden tätig (–» [Abb. 14](#)).

Die ausschließliche Betrachtung der Gewerbetreibenden mit ausländischer Staatsangehörigkeit weist auf eine Konzentration der präferierten Wirtschaftszweige hin (–» [Abb. 14](#)). Die drei bevorzugten Sektoren sind das „Baugewerbe“ mit einem Anteil von 28,1 %, der „Handel“ (25,1 %) und die „Erbringung von sonstigen Dienstleistungen“ (11,5 %). Die Fokussierung auf das „Baugewerbe“ ist besonders auffällig, da dieser Wirtschaftszweig bei deutschen Gewerbetreibenden eine deutlich geringe Bedeutung hat (7,5 %). Die Streuung auf weitere Wirtschaftszweige ist bei ausländischen Gewerbetreibenden hingegen geringer.

Abb. 14. Anteile der Gewerbetreibenden nach Wirtschaftszweigen und Staatsangehörigkeit (07/2024)



Quelle: migewa, eigene Berechnungen

Dies drückt sich dadurch aus, dass in mehreren Wirtschaftszweigen der Anteil der Gewerbetreibenden unter 1 % oder bis max. 2 % beträgt. So liegt der Anteil im Wirtschaftszweig „Grundstücks- & Wohnungswesen“ bei ausländischen Gewerbetreibenden nur bei 1,1 %, im Vergleich zu 1,9 % bei den deutschen Gewerbetreibenden. Ähnlich stellt sich die Situation im Wirtschaftszweig „Finanz- & Versicherungsdienstleistungen“ dar, in dem lediglich 1,0 %

ausländischen Gewerbetreibenden tätig sind, gegenüber 3,9 % bei deutschen Gewerbetreibenden.

Ein weiteres bemerkenswertes Ergebnis der Analyse ist die geschlechtsspezifische Präferenz für unterschiedliche Wirtschaftszweige (→ **Abb. 15**). Frauen sind insbesondere in den Sektoren „Handel“ (31,3 %) und „Erbringung von sonstigen Dienstleistungen“ (22,7 %) stark vertreten. Männer hingegen zeigen ebenfalls eine Präferenz für den „Handel“ (27,3 %), sind aber zudem in den Wirtschaftszweigen „Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen“ (13,5 %), „Erbringung von sonstigen Dienstleistungen“ (12,5 %) und dem „Baugewerbe“ (10,7 %) aktiv.

.....
Wirtschaftszweige:
Geschlechtsspezifische Unterschiede deutlich sichtbar

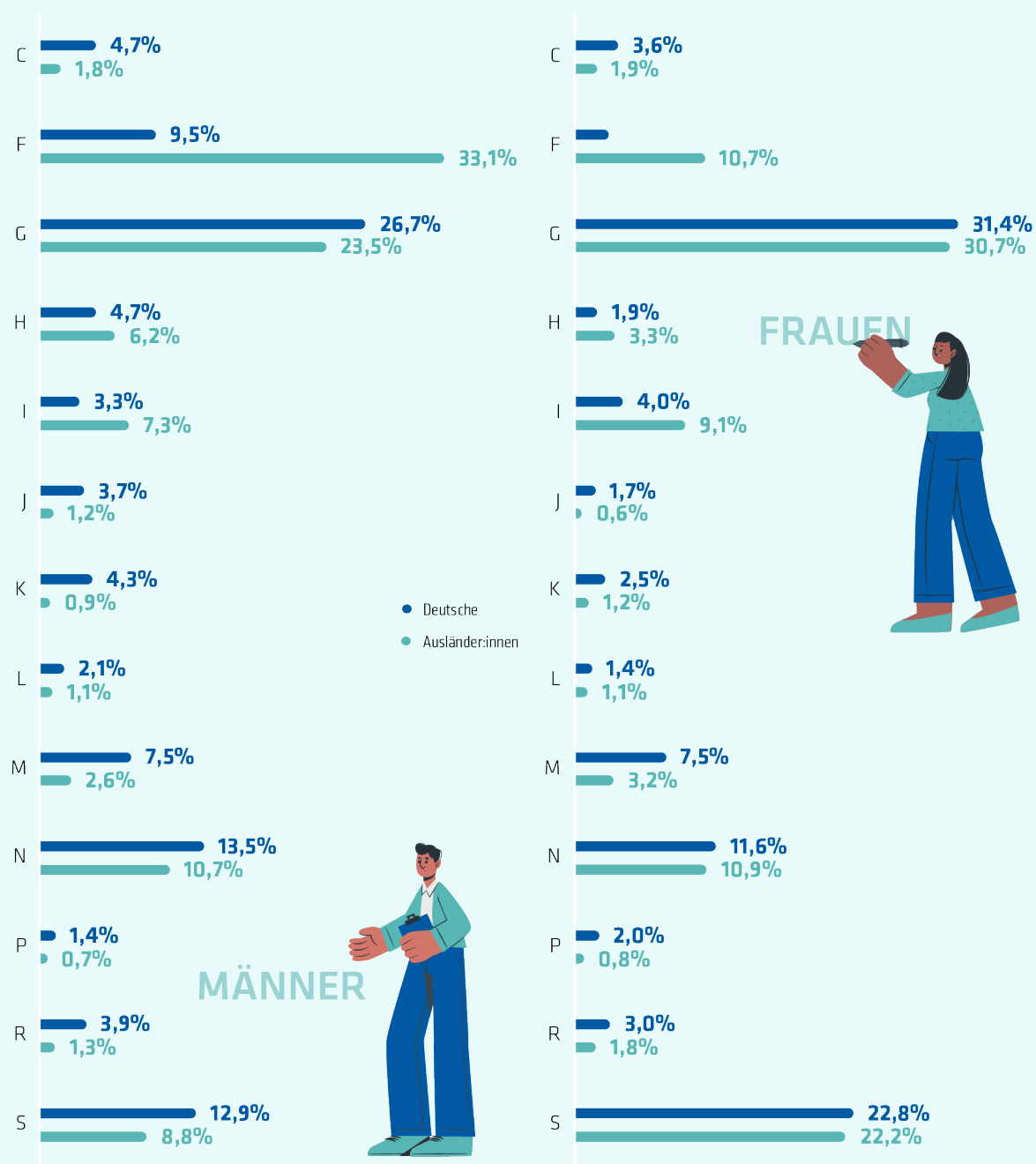
Die Bedeutung des „Handels“ für Frauen wird durch ihren hohen Anteil von 29,3 % an allen Gewerbetreibenden belegt. Noch prägnanter ist ihr Anteil bei der „Erbringung von sonstigen Dienstleistungen“ mit 39,5 %. Im Gegensatz dazu sind Frauen in den Bereichen „Baugewerbe“, „Verkehr und Lagerei“, „Information und Kommunikation“ sowie „Finanz- und Versicherungsdienstleistungen“ sowohl absolut als auch relativ gesehen gering vertreten. Besonders im stark männlich dominierten „Baugewerbe“ sind lediglich 290 von insgesamt 3.240 Gewerbetreibenden weiblich, was einem Anteil von 9 % entspricht. Auch in „Verkehr und Lagerei“ sowie „Information und Kommunikation“ sind die Frauenanteile mit 7,6 % beziehungsweise 15,2 % ähnlich gering.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass deutsche Gewerbetreibende sich verstärkt auf drei Wirtschaftszweige konzentrieren, jedoch in allen anderen Sektoren selten unter einem Anteil von 2 % vertreten sind. Gewerbetreibende mit ausländischer Staatsangehörigkeit weisen hingegen eine deutlich stärkere Fokussierung auf vier Wirtschaftszweige auf: das „Baugewerbe“, den „Handel“, die „Erbringung von sonstigen Dienstleistungen“ und die „Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen“. In einigen anderen Wirtschaftszweigen sind sie hingegen kaum präsent.

Eine differenzierte Betrachtung nach Geschlechtern und Nationalität ergibt, dass deutsche männliche Gewerbetreibende im „Handel“ (26,7 %), in der „Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen“ (13,5 %) und in der „Erbringung von sonstigen Dienstleistungen“ (12,9 %) selbstständig tätig sind. Im Gegensatz dazu bevorzugen ausländische Männer eine Selbstständigkeit im „Baugewerbe“ (33,1 %) und im „Handel“ (23,5 %).

Bei den Frauen, sowohl deutschen als auch ausländischen, dominieren ähnliche Wirtschaftszweige mit nahezu identischen Anteilen: „Handel“ (31,4 % zu 30,7 %), „Erbringung von sonstigen Dienstleistungen“ (22,8 % zu 22,2 %) und „Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen“ (11,6 % zu 10,9 %). Bei den ausländischen Gewerbetreibenden zeigt sich zudem, dass 10,7 % der Frauen im „Baugewerbe“ tätig sind, während dies bei deutschen Frauen nur auf 2,8 % zutrifft.

Abb. 15. Anteil der Gewerbetreibenden nach Geschlecht (alle Gewerbetreibende)



C = Verarbeitendes Gewerbe, E = Wasserversorgung, Abwasser- & Abfallentsorgung, F = Baugewerbe, G = Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz, H = Verkehr & Lagerei, I = Gastgewerbe, J = Information & Kommunikation, K = Erbringung v. Finanz- & Versicherungs-DL, L = Grundstücks- & Wohnungswesen, M = Erbringung freiberuflicher, wissenschaftlicher & technischer DL, N = Erbringung sonst. wirtschaftlichen DL, P = Erziehung & Unterricht, Q = Gesundheits- & Sozialwesen, R = Kunst, Unterhaltung & Erholung, S = Erbringung sonstiger DL

Der Anteil ausländischer Gewerbetreibender variiert deutlich zwischen den verschiedenen Wirtschaftszweigen und unterstreicht die Bedeutung migran-tischer Ökonomien in spezifischen Branchen. Insgesamt liegt der Anteil der Gewerbetreibenden mit ausländischer Staatsangehörigkeit bei 23,4 %. Be-sonders auffällig ist ihre Präsenz im Baugewerbe mit einem Anteil von 53,5 %, im Gastgewerbe mit 40,0 % und im Bereich Verkehr und Lagerei mit 30,7 %. In diesen Sektoren übersteigt ihr Anteil deutlich den Gesamtanteil. Im Bereich Handel, einschließlich der Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen, liegt ihr Anteil bei 21,3 %, während er bei der Erbringung sonstiger wirtschaftlicher Dienstleistungen mit 20,6 % im relativen Durch-schnitt verharret. Diese Daten verdeutlichen die essenzielle Rolle ausländi-scher Unternehmer in ausgewählten Wirtschaftszweigen.

WZ	Anteil alle Ausländer:innen	Anteil männlicher ausländi-scher Gewerbetreibender an allen männlichen Gewerbe-treibenden	Anteil weiblicher ausländi-scher Gewerbetreibenden an allen weiblichen Gewerbe-treibenden
A	11,5 %	15,0 %	—
B	33,3 %	28,6 %	50,0 %
C	11,7 %	12,0 %	10,2 %
D	4,0 %	3,7 %	5,0 %
E	16,4 %	15,0 %	33,3 %
F	53,5 %	55,5 %	45,5 %
G	21,3 %	23,6 %	17,8 %
H	30,7 %	31,8 %	27,7 %
I	40,0 %	43,6 %	33,5 %
J	9,5 %	10,1 %	7,6 %
K	7,6 %	7,0 %	9,6 %
L	15,1 %	15,8 %	14,7 %
M	10,2 %	10,8 %	8,7 %
N	20,6 %	21,8 %	17,1 %
O	—	—	—
P	12,7 %	15,0 %	8,1 %
Q	12,5 %	12,1 %	13,8 %
R	11,5 %	10,8 %	11,8 %
S	18,0 %	19,4 %	17,7 %
T	10,0 %	50,0 %	5,6 %
U	25,0 %	33,3 %	—

Quelle: migewa, eigene Berechnungen

Tabelle 13.

Anteil ausländischer Gewerbetrei-bender an allen Gewerbetreibern nach Wirtschaftszweig und Ge-schlecht (07/2004)

- A Land- & Forstwirtschaft, Fi-scherei
- B Bergbau
- C Verarbeitendes Gewerbe
- D Energieversorgung
- E Wasserversorgung, Abwasser- & Abfallentsorgung
- F Baugewerbe
- G Handel, Instandhaltung & Re-paratur von Kfz
- H Verkehr & Lagerei
- I Gastgewerbe
- J Information & Kommunikation
- K Erbringung v. Finanz- & Versi-cherungs-DL
- L Grundstücks- & Wohnungswesen
- M Erbringung freiberuflicher, wis-senschaftlicher & technischer DL
- N Erbringung sonst. wirtschaftli-cher DL
- O Erbringung von sonst. öffentl. & persönlichen DL
- P Erziehung & Unterricht
- Q Gesundheits- & Sozialwesen
- R Kunst, Unterhaltung & Erho-lung
- S Erbringung sonstiger DL
- T Private Haushalte mit Haus-personal, etc.
- U Exterritoriale Organisationen & Körperschaften

4.6 Unternehmensbestand - Einzelunternehmen

Bei Einzelunternehmen handelt es sich um eine Rechtsform, bei der eine *einzelne* natürliche Person eine wirtschaftliche Tätigkeit ausübt. Es umfasst sowohl gewerbliche als auch freiberufliche Tätigkeiten. Einzelunternehmen können entweder im Handelsregister eingetragen sein (eingetragener Kaufmann, e.K.) oder als Kleingewerbetreibende ohne Handelsregistereintrag agieren, abhängig vom Umfang des Geschäftsbetriebs (§ 1 HGB).

Nachdem die Verteilung der Gewerbetreibenden aller Rechtsformen auf die verschiedenen Wirtschaftszweige analysiert wurde, richtet dieser Abschnitt den Fokus speziell auf Einzelunternehmen. Eine solche Konzentration auf Einzelunternehmen ist von besonderem Interesse, da diese Rechtsform die mit Abstand am häufigsten gewählte unter den Selbständigen darstellt. Einzelunternehmen sind oft die erste Wahl für Gründer:innen aufgrund der vergleichsweise einfachen und kostengünstigen Gründungsformalitäten sowie der hohen Flexibilität in der Geschäftsführung. Im Kontext migrantischer Ökonomien gewinnen Einzelunternehmen zudem an Bedeutung, da sie häufig von Migrant:innen als Einstieg in die Geschäftstätigkeit genutzt werden, um Marktchancen zu ergreifen und sozioökonomische Barrieren zu überwinden.

Die Präferenz für diese Rechtsform kann durch verschiedene Faktoren erklärt werden, darunter das Fehlen einer Mindestkapitalanforderung, der direkte Einfluss der Inhaber auf Geschäftsentscheidungen und eine einfachere Steuererklärung im Vergleich zu anderen Unternehmensformen.

4.6.1 Einzelunternehmen nach Rechtsform und Geschlecht

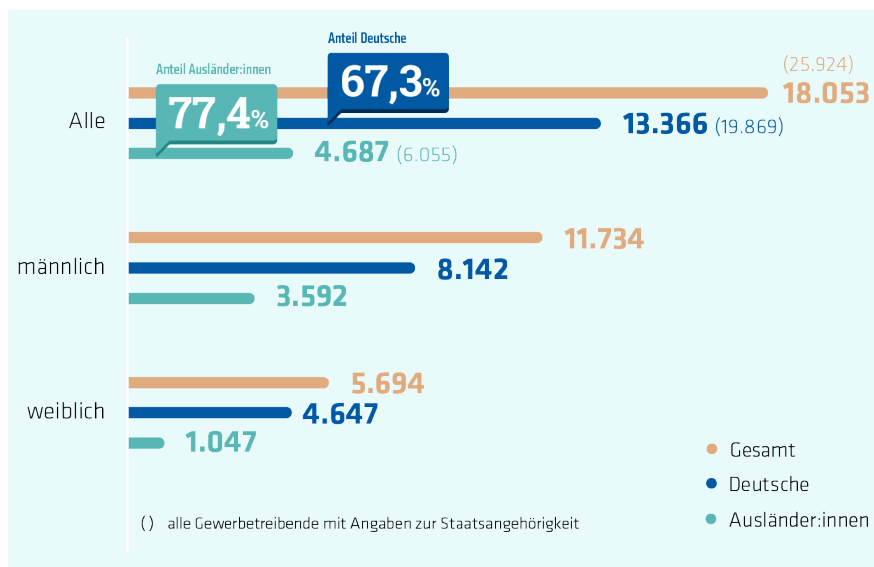
In Duisburg gab es zum Stand 03.07.2024 insgesamt 18.053 Einzelunternehmen, was einem Anteil von 69,6 % an den insgesamt 25.924 Unternehmen mit Angaben zur Staatsangehörigkeit entspricht. Besonders hervorzuheben ist, dass bei Gewerbetreibenden mit ausländischer Staatsangehörigkeit der Anteil mit 77,4 % Einzelunternehmen noch höher ausfiel.

Mehr als

drei Viertel

der in Duisburg registrierten 6.055 Gewerbetreibenden
mit ausländischer Staatsangehörigkeit sind
als Einzelunternehmen tätig.

Dies bedeutet einen um 8 Prozentpunkte höheren Anteil im Vergleich zu allen Gewerbetreibenden in Duisburg und einen um 10 Prozentpunkte höheren im Vergleich zu ihren deutschen Pendants. Ein deutliches Indiz, dass ausländische Gewerbetreibende bedeutend stärker als Einzelunternehmer:innen agieren als deutsche Gewerbetreibende (→ [Abb. 16](#)).



Quelle: migewa, eigene Berechnungen

Abb. 16.

Bestand an Einzelunternehmen nach Staatsangehörigkeit und Geschlecht (07/2024)

Noch höher ist der Anteil der ausländischen Einzelunternehmerinnen an allen ausländischen Unternehmerinnen mit rd. 84,8 %. Allerdings beträgt auch der Anteil der deutschen Einzelunternehmerinnen an allen deutschen Unternehmerinnen rd. 83,2 %. Dies verdeutlicht jedoch, dass sich Frauen bedeutend stärker als Einzelunternehmerinnen selbständig machen als Männer und ausländische Frauen am ehesten als Einzelunternehmerinnen eine gewerbliche Tätigkeit aufnehmen.

Der Anteil ausländischer Staatsangehöriger unter allen Einzelunternehmen beträgt 26,0 %, was bedeutet, dass etwa jede/r vierte Einzelunternehmer:in eine ausländische Staatsangehörigkeit besitzt. Zum Vergleich: Bei der Gesamtgruppe aller Selbständigen liegt dieser Anteil bei lediglich 23,4 %. Diese Zahlen verdeutlichen die zentrale Rolle ausländischer Staatsbürger im Bereich der Einzelunternehmen.

Eine Betrachtung der geschlechtsspezifischen Unterschiede zeigt, dass der Anteil ausländischer Männer an allen männlichen Einzelunternehmern mit 30,6 % deutlich höher ist als der Anteil ausländischer Frauen, der lediglich 18,4 % an allen weiblichen Einzelunternehmerinnen beträgt. Innerhalb der Gruppe der Einzelunternehmen mit ausländischer Staatsangehörigkeit machen weibliche Einzelunternehmerinnen etwa 22,3 % aus. Dies steht im Gegensatz zu den deutschen Einzelunternehmen, bei denen der Anteil der von Frauen geführten Unternehmen bei 34,8 % liegt.

Diese Unterschiede zwischen den Geschlechtern und Staatsangehörigkeiten werfen interessante Fragen hinsichtlich der sozioökonomischen Faktoren und Barrieren auf, die unterschiedliche Gruppen beeinflussen. Sie können auf variierende kulturelle, soziale und wirtschaftliche Dynamiken hinweisen, die das Unternehmer:innentum in migrantischen und geschlechtsbezogenen Kontexten prägen. Zugleich zeigen die Ergebnisse, dass bei ausländischen

Frauen, auch wenn diese bereits einen hohen Anteil an Einzelunternehmerinnen aufweisen, noch Gründungspotenzial vorhanden ist, insbesondere wenn das Verhältnis der Geschlechter unter den deutschen und ausländischen Staatsangehörigen herangezogen wird.

4.6.2 Ausländische Einzelunternehmen nach Staatsangehörigkeit

Die TOP-5 Staatsangehörigkeiten– Türkei, Polen, Bulgarien, Rumänien, Syrien bei den Männern sowie Türkei, Polen, Bulgarien, Rumänien, Ukraine bei den Frauen – machen zwei Drittel aller ausländischen Einzelunternehmen aus. Die disaggregierte Betrachtung nach Geschlecht weist auf unterschiedliche Muster der unternehmerischen Partizipation hin.

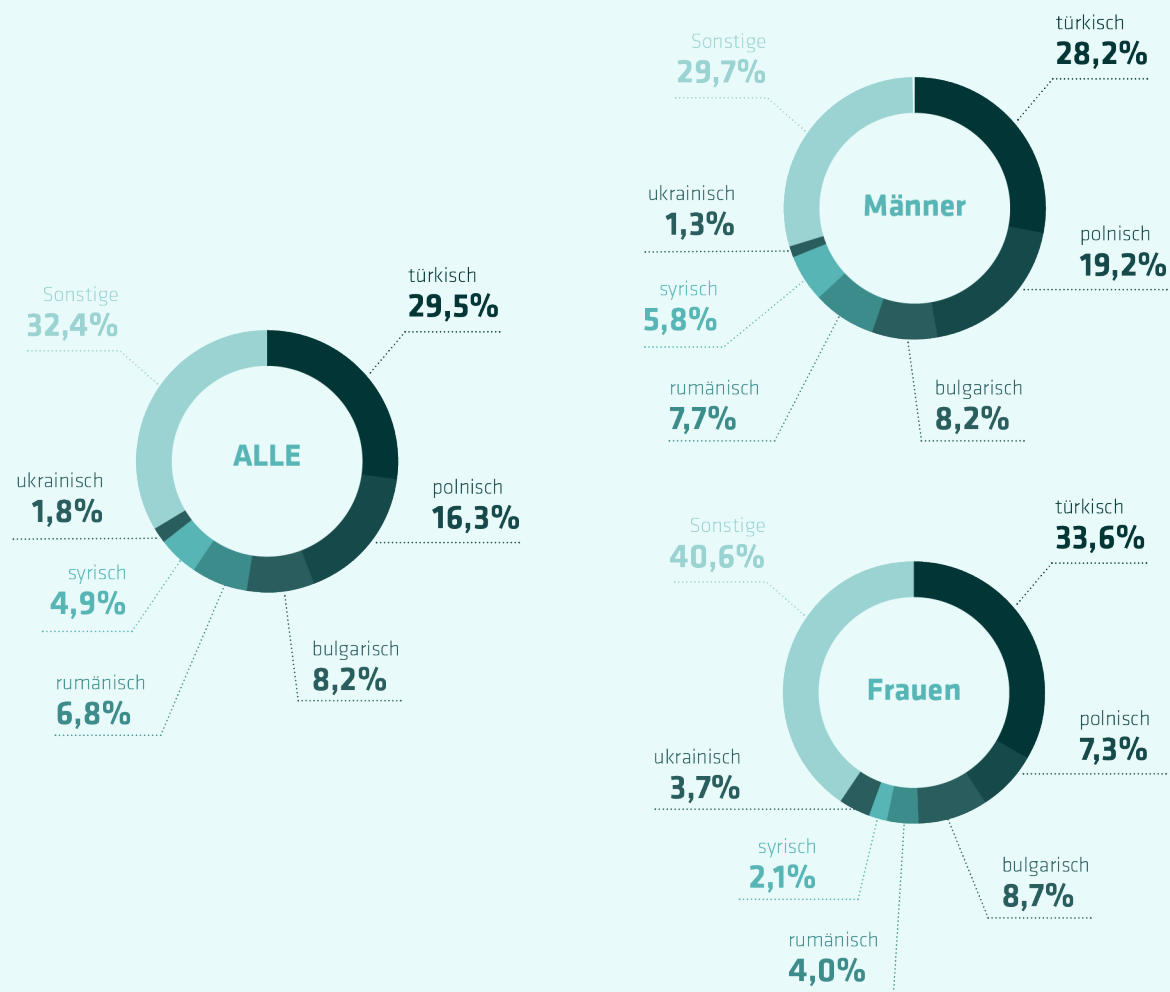
Wie **Abb. 17** veranschaulicht, entfallen auf die TOP-5 Staatsangehörigkeiten rund 70,4 % der Einzelunternehmer, während dieser Anteil unter den Frauen bei 57,3 % rangiert. Hervorzuheben ist, dass bei beiden Geschlechtern türkische Einzelunternehmer:innen dominieren, was deren Anteil an der Bevölkerung entspricht. Türkische Frauen stellen mit 33,6 % die größte Gruppe dar, während türkische Männer einen Anteil von 28,2 % ausmachen. An zweiter Stelle folgten polnische Einzelunternehmen vor bulgarischen, rumänischen und syrischen respektive ukrainischen Einzelunternehmen.

Hier sticht hervor, dass sich bei den Männern die polnischen Einzelunternehmer mit 19,2 % als einzige den türkischen Einzelunternehmern annähern können und beide Herkunftsländer gemeinsam annähernd die Hälfte (47,4 %) aller Einzelunternehmer mit ausländischer Staatsangehörigkeit ausmachen.

Bei den Frauen hingegen ist die Verteilung etwas ausgeglichener, abgesehen von den weit an der Spitze liegenden türkischen Frauen. Ihnen folgen bulgarische Frauen mit einem Anteil von 8,7 % und polnische Frauen mit 7,3 %.

Hervorzuheben ist bei den Männern zudem, dass syrische Einzelunternehmer mit einem Anteil von 5,8 % auf dem fünften Platz rangieren, während bei den Frauen die ukrainischen Einzelunternehmerinnen mit 3,7 % den fünften Rang innehaben und Syrerinnen mit lediglich 2,1 % den sechsten.

Abb. 17. Einzelunternehmen nach TOP-5 Staatsangehörigkeiten und Geschlecht



Quelle: migewa; eigene Berechnungen

4.6.3 Einzelunternehmen nach Wirtschaftszweigen, Geschlecht & Staatsangehörigkeit

Bei der Analyse der Einzelunternehmen nach Wirtschaftszweigen wird ersichtlich, dass drei Sektoren besonders hervorstechen und zusammen etwa 58 % aller Einzelunternehmen vorhalten. An erster Stelle steht der Wirtschaftszweig „Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz“ mit einem Anteil von 28,6 %, gefolgt von der „Erbringung von sonstigen Dienstleistungen“ mit 16,3 % und dem „Baugewerbe“ mit 13,1 %. Die übrigen Wirtschaftszweige erreichen jeweils einen Anteil von maximal 5,0 % (→ [Tabelle 14](#)).

Diese Konzentration auf wenige Schlüsselbranchen unterstreicht die sektorspezifischen Präferenzen und Möglichkeiten, die Einzelunternehmen nutzen. Die Dominanz der genannten Sektoren könnte auf eine Kombination von

Marktzugang, Kapitalanforderungen und kulturellen sowie sozialen Netzwerken zurückzuführen sein, die die Gründung und den Betrieb von Einzelunternehmen in diesen Bereichen begünstigen.

Tabelle 14.
Einzelunternehmen nach Wirtschaftszweigen und Geschlecht
(07/2024)

C	Verarbeitendes Gewerbe
F	Baugewerbe
G	Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz
H	Verkehr & Lagerei
I	Gastgewerbe
J	Information & Kommunikation
K	Erbringung v. Finanz- & Versicherungs-DL
L	Grundstücks- & Wohnungswesen
M	Erbringung freiberuflicher, wissenschaftlicher & technischer DL
N	Erbringung sonst. wirtschaft. DL
P	Erziehung & Unterricht
Q	Gesundheits- & Sozialwesen
R	Kunst, Unterhaltung & Erholung
S	Erbringung sonstiger DL

WZ	Alle	Einzelunternehmer	Einzelunternehmerinnen
C	2,6 %	2,4 %	2,7 %
F	13,1 %	18,3 %	3,3 %
G	28,6 %	26,6 %	31,9 %
H	3,3 %	4,1 %	1,6 %
I	4,9 %	5,0 %	5,0 %
J	2,7 %	3,3 %	1,5 %
K	3,6 %	3,9 %	2,5 %
M	3,3 %	4,1 %	1,6 %
N	4,9 %	5,0 %	5,0 %
P	1,5 %	1,3 %	1,9 %
Q	1,2 %	0,4 %	2,7 %
R	3,3 %	3,6 %	2,6 %
S	16,3 %	11,9 %	24,7 %

Quelle: migewa, eigene Berechnungen

Die Präferenzen nach den Wirtschaftszweigen unterscheiden sich zwischen den Geschlechtern nur in wenigen Bereichen signifikant. Besonders deutlich ist der Unterschied im „Baugewerbe“, in dem 18,3 % der Männer, aber nur 3,3 % der Frauen selbständig waren. Ebenso zeigen sich deutliche Unterschiede in der „Erbringung von sonstigen Dienstleistungen“: Frauen bevorzugen mit 24,7 % diesen Sektor, während nur 11,9 % der Männer dort tätig sind. Im Wirtschaftszweig „Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz“ fällt auf, dass nahezu ein Drittel aller Frauen (31,9 %) und 26,6 % aller Männer in diesem Wirtschaftszweig tätig waren.

Ein dezidiertes Bild:
Einzelunternehmer:innen nach Staatsangehörigkeit, Geschlecht und Wirtschaftszweig (07/2024)

Ein Vergleich der Einzelunternehmer:innen nach Staatsangehörigkeit, Geschlecht und Wirtschaftszweig kommt zu folgenden Ergebnissen (–» [Abb. 18](#)):

Einzelunternehmer mit ausländischer Staatsangehörigkeit haben eine eindeutige Präferenz für das „Baugewerbe“, in dem sie zu 38,5 % selbständig tätig sind; bei deutschen Männern hat das „Baugewerbe“ hingegen nur einen Anteil von 9,4 %. Demgegenüber sind 28,3 % der deutschen Einzelunternehmer in dem Wirtschaftszweig „Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz“ tätig, jedoch „nur“ 22,5 % der ausländischen Männer. Hier zeigt sich, dass sich ausländische Einzelunternehmer zu über 60 % auf diese beiden Wirtschafts-

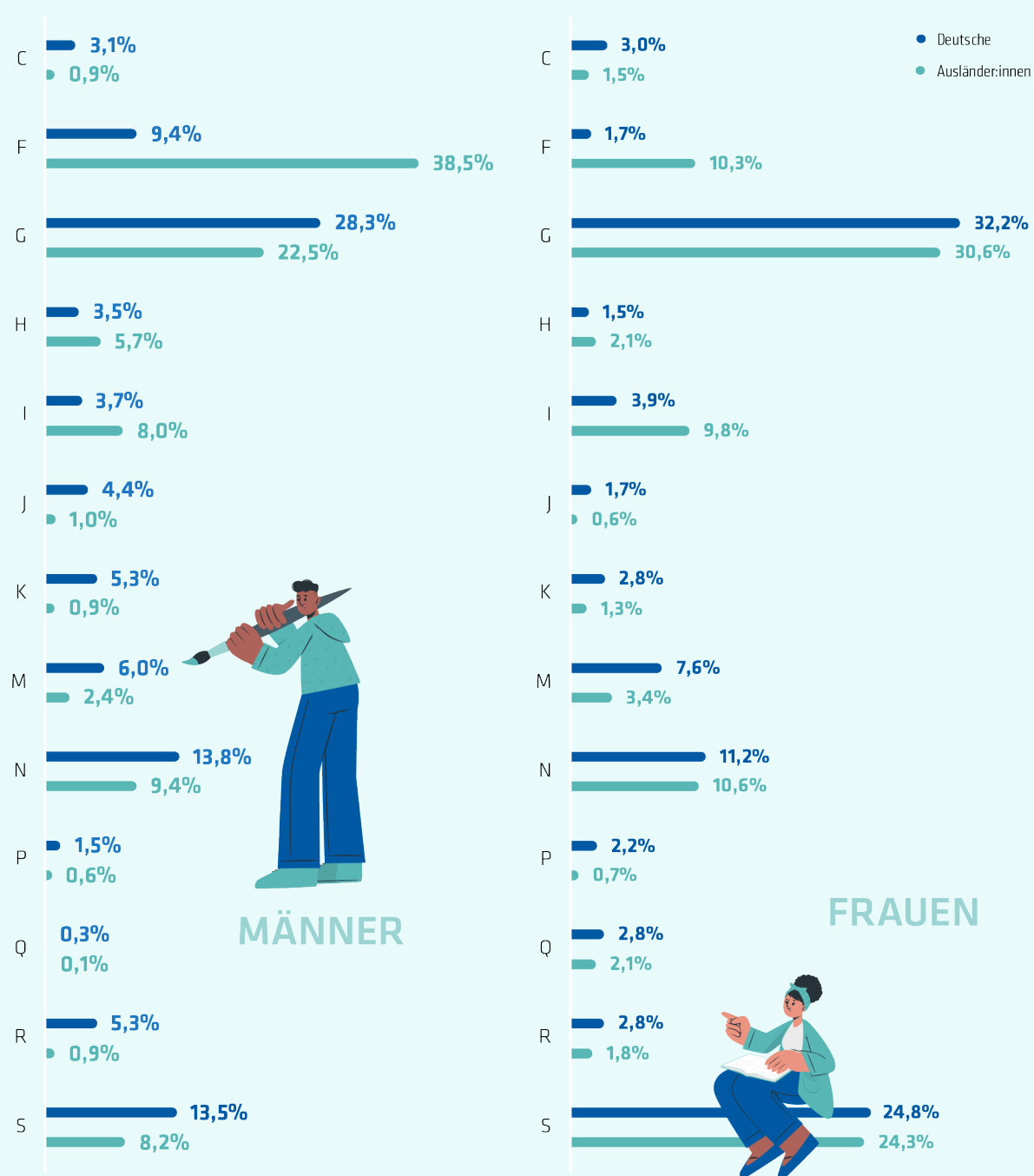
zweige fokussieren und in den übrigen Wirtschaftszweigen – bis auf „Erbringung sonstiger Dienstleistungen“ (8,2 %), „Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen“ (9,4 %) und „Gastgewerbe“ (8,0 %) – geringe Anteile aufweisen. Bei deutschen Einzelunternehmen ist hingegen die Verteilung auf alle Wirtschaftszweige – mit Ausnahme des Spitzenreiters „Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz“ – diversifizierter, wobei neben dem „Handel“ noch die Wirtschaftszweige „Erbringung sonstiger Dienstleistungen“ mit 13,5 % und „Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen“ mit 13,8 % herausstechen.

Einzelunternehmerinnen, unabhängig von ihrer Staatsangehörigkeit, zeigen eine deutliche Präferenz für bestimmte Wirtschaftszweige, in denen sie ihre Selbständigkeit verwirklichen. Dabei dominieren die Bereiche „Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz“ – mit einem Anteil von 32,2 % bei deutschen und 30,6 % bei ausländischen Frauen – sowie die „Erbringung von sonstigen Dienstleistungen“, in dem 24,8 % der deutschen und 24,3 % der ausländischen Frauen tätig sind. Zusammengenommen sind somit über die Hälfte der deutschen und ausländischen Einzelunternehmerinnen auf diese beiden Wirtschaftszweige fokussiert.

Mit einem gewissen Abstand und dennoch einem signifikanten Anteil folgt der Wirtschaftszweig „Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen“, wo 11,2 % der deutschen und 10,6 % der ausländischen Einzelunternehmerinnen tätig sind. Bemerkenswert ist die höhere Präsenz ausländischer Einzelunternehmerinnen in der „Gastronomie“ (9,8 % gegenüber 3,9 % bei deutschen Frauen) und dem „Baugewerbe“ (10,3 % im Vergleich zu 1,7 % bei deutschen Frauen). Im Gegensatz dazu sind deutsche Einzelunternehmerinnen in allen anderen Wirtschaftszweigen stärker vertreten als ihre ausländischen Pendanten.

Beim Vergleich der ausländischen Einzelunternehmer:innen nach Geschlecht treten besonders drei Wirtschaftszweige hervor, in denen mehr als die Hälfte aller ausländischen Selbständigen tätig sind: das Baugewerbe, der Handel und die Erbringung von sonstigen Dienstleistungen. Es zeigen sich dabei markante geschlechtsspezifische Unterschiede in der Präferenz dieser Wirtschaftszweige, wobei jeweils ein Sektor für Männer und Frauen besonders hervortritt. Bei männlichen Selbständigen dominiert das Baugewerbe mit einem Anteil von etwa 38,5 %, gefolgt vom Handel mit rund 22,5 %. Im Gegensatz dazu präferieren Frauen eine Selbständigkeit im Handel mit 30,6 %, während sie im Bereich der Erbringung sonstiger Dienstleistungen mit 24,3 % tätig sind. In den übrigen Wirtschaftszweigen sind beide Geschlechter jeweils maximal zu 10 % aktiv, jedoch zeigen sich auch hier geschlechtsspezifische Unterschiede in der Intensität der Beteiligung.

Abb. 18. Einzelunternehmer:innen nach Wirtschaftszweig & Geschlecht (07/2024)



Quelle: migewa; eigene Berechnungen

C = Verarbeitendes Gewerbe, E = Wasserversorgung, Abwasser- & Abfallentsorgung, F = Baugewerbe, G = Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz, H = Verkehr & Lagerei, I = Gastgewerbe, J = Information & Kommunikation, K = Erbringung v. Finanz- & Versicherungs-DL, L = Grundstücks- & Wohnungswesen, M = Erbringung freiberuflicher, wissenschaftlicher & technischer DL, N = Erbringung sonst. wirtschaftlichen DL, P = Erziehung & Unterricht, Q = Gesundheits- & Sozialwesen, R = Kunst, Unterhaltung & Erholung, S = Erbringung sonstiger DL

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass selbständige ausländische Einzelunternehmer:innen ihre unternehmerischen Aktivitäten jeweils auf zwei Hauptwirtschaftszweige konzentrieren. Dabei unterscheiden sich jedoch ihre Präferenzen. Diese Unterschiede in der Branchenausrichtung könnten sowohl durch kulturelle und soziale Faktoren als auch durch spezifische Marktbedingungen beeinflusst sein.

4.6.4 Einzelunternehmen nach TOP-5 Staatsangehörigkeiten

Die Analyse der Einzelunternehmen der TOP-5 Staatsangehörigkeiten nach bevorzugten Wirtschaftszweigen zeigt bei männlichen Einzelunternehmern eine deutliche Konzentration auf bestimmte Sektoren. Insbesondere das Baugewerbe steht bei polnischen, rumänischen und bulgarischen Unternehmern im Fokus. Bemerkenswerterweise sind 80 % der polnischen Einzelunternehmer im Baugewerbe tätig, während rumänische zu 73,6 % und bulgarische zu 64,6 % diesen Sektor bevorzugen (–» [Tabelle 15](#)). Im Gegensatz dazu zeigen türkische Einzelunternehmer eine klare Präferenz für den Handel, der mit 40,1 % den größten Anteil ihrer wirtschaftlichen Aktivitäten ausmacht. Ein ähnliches Muster ist bei syrischen Einzelunternehmern zu beobachten, bei denen der Handel einen Anteil von 30,6 % einnimmt.

Interessanterweise weisen türkische und syrische Einzelunternehmer eine größere Vielfalt in der Verteilung über verschiedene Wirtschaftszweige auf. Neben dem Handel sind türkische Einzelunternehmer mit jeweils etwa 10 % im Baugewerbe, Gastgewerbe, in sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen sowie sonstigen Dienstleistungen vertreten. Syrer hingegen fokussieren sich zusätzlich auf die Bereiche sonstige Dienstleistungen (20,6 %), Verkehr und Lagerei (12,4 %), Baugewerbe (12,0 %) und sonstige wirtschaftliche Dienstleistungen (11 %).

	Türkei	Polen	Rumänien	Bulgarien	Syrien
F	10,4 %	80,3 %	73,6 %	64,6 %	12,0 %
G	40,1 %	3,3 %	3,6 %	13,3 %	30,6 %
H	7,6 %	3,4 %	5,8 %	4,1 %	12,4 %
I	9,3 %	0,4 %	1,1 %	4,4 %	8,6 %
N	10,8 %	5,4 %	9,1 %	7,1 %	11,0 %
S	11,4 %	5,4 %	4,0 %	4,4 %	20,6 %
Sonstige	10,6 %	2,0 %	2,9 %	2,0 %	4,8 %

F = Baugewerbe, G = Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz, H = Verkehr & Lagerei, I = Gastgewerbe, N = Erbringung sonst. wirtschaftlichen DL, S = Erbringung sonstiger DL

Quelle: migewa, eigene Berechnungen

Tabelle 15.
Einzelunternehmer der TOP-5 Staatsangehörigkeiten nach Wirtschaftszweigen (07/2024)

Im Gegensatz zu den Einzelunternehmern in der Gruppe der TOP-5 Staatsangehörigkeiten, zeigt sich bei den ausländischen Einzelunternehmerinnen eine geringere Konzentration auf einen einzelnen Wirtschaftszweig, obwohl der Wirtschaftszweig „Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz“ bei türkischen Einzelunternehmerinnen mit knapp 41 % dominiert (–» [Tabelle 16](#)). Darüber hinaus ist jede fünfte selbständige türkische Frau im Bereich der „Sonstigen Dienstleistungen“ tätig.

Bei polnischen Einzelunternehmerinnen konzentrieren sich die Wirtschaftstätigkeiten auf die „sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen“ und „sonstigen Dienstleistungen“, in denen jeweils ein Viertel der polnischen Frauen selbständig tätig ist. Es folgen das Baugewerbe und der „Handel“, beide mit einem Anteil von je 15,6 %.

Anders gestalten sich die Präferenzen rumänischer Frauen, die zu über einem Drittel im Baugewerbe (35,7 %) tätig sind, während bei bulgarischen Frauen etwa 26,4 % im Baugewerbe sowie 27,5 % im Bereich „Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz“ unternehmerisch tätig sind.

Die ukrainischen Frauen, die – an Stelle der Syrer bei den Männern – in den TOP-5 Nationalitäten der Einzelunternehmerinnen vertreten sind, unterscheiden sich deutlich von den anderen Herkunftsländern. Beinahe die Hälfte von ihnen ist im Wirtschaftszweig „sonstige Dienstleistungen“ aktiv. Zudem liegt ein weiterer Schwerpunkt ihrer selbständigen Tätigkeit im Bereich „Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz“ mit einem Anteil von 28,2 %, so dass insgesamt fast 77 % der ukrainischen Einzelunternehmerinnen in diesen beiden Wirtschaftszweigen tätig sind.

Tabelle 16.
Einzelunternehmerinnen der TOP-5 Staatsangehörigkeiten nach Wirtschaftszweigen (07/2024)

	Türkei	Polen	Rumänien	Bulgarien	Ukraine
F	6,5 %	15,6 %	35,7 %	26,4 %	5,1 %
G	40,9 %	15,6 %	9,5 %	27,5 %	28,2 %
H	2,8 %	2,6 %	2,4 %	1,1 %	—
I	8,2 %	2,6 %	9,5 %	12,1 %	—
N	9,1 %	23,4 %	19,0 %	8,8 %	2,6 %
S	21,6 %	23,4 %	21,4 %	16,5 %	48,7 %
Sonstige	10,8 %	16,9 %	2,4 %	7,7 %	15,4 %

F = Baugewerbe, G = Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz, H = Verkehr & Lagerei, I = Gastgewerbe, N = Erbringung sonst. wirtschaftlichen DL, S = Erbringung sonstiger DL

Quelle: migewa, eigene Berechnungen

Im Vergleich zu den ausländischen Männern, zeigt sich bei den TOP-5 Staatsangehörigkeiten der ausländischen Einzelunternehmerinnen insgesamt eine höhere Diversität in der Wahl der Wirtschaftszweige. Während ukrainische

Unternehmerinnen sich größtenteils auf zwei Wirtschaftszweige fokussieren, weisen Unternehmerinnen aus der Türkei, Polen, Rumänien und Bulgarien zwar bestimmte Schwerpunkte auf, sind jedoch insgesamt breiter gefächert in ihrer wirtschaftlichen Ausrichtung. Diese Diversität spiegelt die unterschiedlichen sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen wider und bietet Raum für eine differenzierte Betrachtung der unternehmerischen Strategien von Frauen aus verschiedenen Herkunftsländern.

4.7 Wirtschaftliche Leistung – Versuch einer Approximation

Umfassende Kennzahlen zur wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit der Migrant:innenökonomie am Standort, wie Umsatz, Wertschöpfungsbeitrag sowie der Beitrag zur Beschäftigung und Ausbildung, sind entweder nicht verfügbar oder nur eingeschränkt zugänglich. Diese Lücken in der Datenlage erschweren eine präzise Bewertung der ökonomischen Relevanz migrantischer Unternehmen in Duisburg.

Um dieser Problematik zu begegnen, wird nachfolgend auf eine Approximation zurückgegriffen, die auf der Analyse verfügbarer Teilindikatoren und relevanter Vergleichsgrößen beruht. Diese methodische Herangehensweise ermöglicht es, dennoch Einschätzungen über die wirtschaftliche Bedeutung der Migrant:innenökonomie abzuleiten und entsprechende Schlüsse im Rahmen der Studie zu ziehen. Gleichzeitig betonen die Autor:innen, dass die angewandte Approximation zwar eine inhärente Unsicherheit aufweist und folglich die erzielten Ergebnisse mit gewisser Vorsicht interpretiert werden sollten. Dennoch stellt sie eine unverzichtbare methodische Maßnahme dar, um bestehende Datenlücken zu überbrücken.

Die Analyse basiert auf den Ergebnissen der migewa-Datenbank, die verwendet wurde, um den Anteil ausländischer Gewerbetreibender sowohl insgesamt als auch nach einzelnen Wirtschaftsbereichen zu berechnen. Zusätzlich wurden Daten aus der „Regionaldatenbank Deutschland“ der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder genutzt, um den Anteil der Beschäftigten sowie das Bruttoinlandsprodukt (BIP) zu ermitteln. Die jeweiligen Ergebnisse wurden anschließend integriert, indem die berechneten prozentualen Anteile der ausländischen Selbständigen mit den Ergebnissen der Regionaldatenbank zusammengeführt wurden.

Zum Stichtag 30. Juni 2023 waren insgesamt 177.277 Personen in Unternehmen mit Sitz in Duisburg beschäftigt, wobei 17,2 % der Beschäftigten ausländischer Herkunft waren. Der Anteil der ausländischen an allen Gewerbetreibenden betrug insgesamt 22,9 %, während er bei Einzelunternehmen sogar 25,9 % erreichte. Basierend auf diesen Anteilen ergibt sich folgendes approximiertes Ergebnis:

.....
Approximation:
Methodische Vorgehen

~40.600

Personen sind in den Unternehmen der Gewerbetreibenden mit ausländischer Staatsbürgerschaft beschäftigt.

Im Jahr 2021 betrug das Bruttoinlandsprodukt (BIP) in Duisburg – das den Gesamtwert aller innerhalb eines Jahres am Standort produzierten Waren und Dienstleistungen – rund 18.361 Millionen Euro. Unter Verwendung derselben Berechnungsmethoden wie zuvor, hätten ausländische Unternehmen demnach ein BIP im Bereich von 4.205 bis 4.755 Millionen Euro erwirtschaftet.

~4,2 ^{22,9%} Mrd. €

des BIP in Duisburg wurde 2021 durch ausländische Gewerbetreibende erwirtschaftet.

Unter Berücksichtigung der Ergebnisse des Global Entrepreneurship Monitor 2022/23 lässt sich für beide Kennzahlen eine steigende Tendenz vermuten. So erläutert Sternberg (2023: 79) in Bezug auf Deutschland, dass migrantische Gründer:innen „vergleichsweise häufig hohe Wachstumsambitionen“ aufweisen, was auf potenzielle Beschäftigungseffekte hinweist. Diese Wachstumsambitionen werden durch den Migrant Founders Monitor 2023 (Lenz et al., 2023) bestätigt.

5 Unternehmerinnen im Fokus – Sonderauswertung

Frauen nehmen eine bedeutende Stellung im Unternehmenssektor ein, wobei ihre Präsenz jedoch stark zwischen verschiedenen Branchen und Herkunftsgruppen variiert. Diese Sonderauswertung konzentriert sich auf das Gründungsverhalten von Frauen und deren Beitrag zur Wirtschaft in Duisburg, mit einer speziellen Fokussierung auf weibliche Gewerbetreibende. Ein zentraler Aspekt der Untersuchung ist, zu ermitteln, ob deutsche und ausländische Frauen in unterschiedlichem Maße Unternehmen gründen und ob sie verschiedene Wirtschaftszweige für ihre Gründungsvorhaben bevorzugen. Darüber hinaus wird analysiert, welche Nationalitäten unter den ausländischen Gründerinnen vertreten sind und in welchen Wirtschaftszweigen sie vorrangig tätig sind.

Auf Grundlage dieser Ergebnisse können spezifische Handlungsempfehlungen entwickelt werden, die auf die Förderung von Gründungen und die Unterstützung weiblicher Selbständiger abzielen. Diese Empfehlungen sollen sowohl die gezielten Zielgruppen als auch die relevanten Wirtschaftszweige berücksichtigen, um eine effektive Förderung der unternehmerischen Aktivität und der wirtschaftlichen Teilhabe von Frauen zu gewährleisten.

5.1 Gründungsverhalten von Frauen in Duisburg

Wie im Abschnitt 4.3 bereits vorgestellt, lag der Anteil der Frauen an allen Gründungen in Duisburg bis zum Jahr 2021 deutlich unter dem Landesdurchschnitt und dem des Ruhrgebietes mit gerade knapp über 20 %. Erst im Jahr 2022 nahm der Frauenanteil deutlich zu und erreichte 28,2 %, womit er sich an den Durchschnittswert des Ruhrgebiets (28,5%) und des Landesdurchschnitts (31,2 %) annäherte. Allerdings wird an diesem Vergleich deutlich, dass der Frauenanteil bei den Gründungen in Duisburg noch Potenzial nach oben besitzt.

Um jedoch einen vertiefenden Vergleich ziehen zu können, werden die Gründerinnen der letzten drei Jahre auf Basis der Daten der Informationsdatenbank migewa analysiert¹³, da mit Hilfe dieses Datensatzes die Gründerinnen und weiblichen Gewerbetreibenden auch nach ihrer Staatsangehörigkeit betrachtet werden können. Werden die Gründungen über alle Unternehmens-

¹³ Die Anteile der Gründungen durch Frauen pro Jahr anhand der statistischen Berichte des Landesamtes lassen nur eine Unterscheidung zwischen Männern und Frauen zu, nicht aber verbunden mit der Staatsangehörigkeit. Für eine solche Differenzierung nach Staatsangehörigkeit wird daher anschließend der Datensatz von migewa verwendet.

formen von 09/2021 bis 07/2024, die zum Zeitpunkt 07/2024 noch im Bestand waren, zu Grunde gelegt, dann kamen 1.678 Gründungen von Frauen auf 5.301 Gründungen insgesamt, dies entsprach einem Anteil von 31,7 %.

31,7% (1.678)

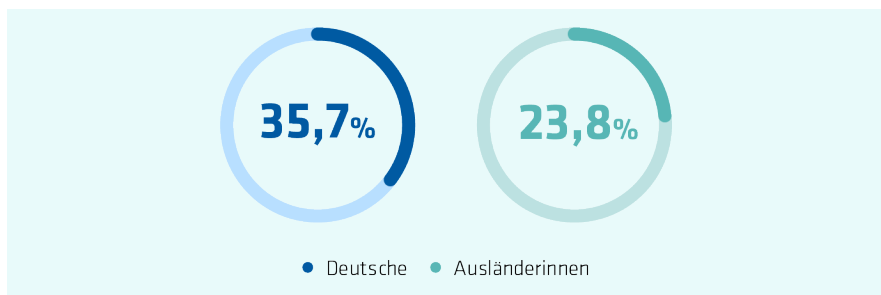
der Gründungen in Duisburg erfolgten in den letzten drei Jahren durch Frauen!

In der migewa-Datenbank werden auch Gründungen im Nebenerwerb mitgezählt, da keine Unterscheidung zwischen Voll- und Nebenerwerbsgründungen erfolgt. Bei der Vergleichsanalyse, die auf dem Datensatz des Statistischen Landesamtes beruht, sind hingegen nur Vollerwerbsgründungen eingegangen. Da Frauen prozentual häufiger im Nebenerwerb gründen als Männer, könnte dies zu dem höheren Anteil bei der Analyse der Gründungen aus der migewa-Datenbank führen. Dennoch zeigen die Zahlen, dass sich in den letzten Jahren der Anteil der weiblichen Gründerinnen an allen Gründungen in Duisburg erhöht hat.

Ein Vergleich zwischen dem Anteil der ausländischen Gründerinnen und den deutschen Gründerinnen jeweils innerhalb ihrer Staatszugehörigkeit, kommt zu dem Ergebnis, dass der Anteil der Gründerinnen mit ausländischer Staatsangehörigkeit unter allen ausländischen Gründer:innen rund 23,8 % beträgt und damit um beinahe 12 Prozentpunkte niedriger ausfällt als bei deutschen Gründerinnen, deren Anteil an allen Gründungen von deutschen Staatsangehörigen bei rd. 35,7 % liegt. Ein Ergebnis, dass das Potenzial aufzeigt, das es bei ausländischen Frauen im Gründungsbereich zu heben gilt.

Abb. 19.

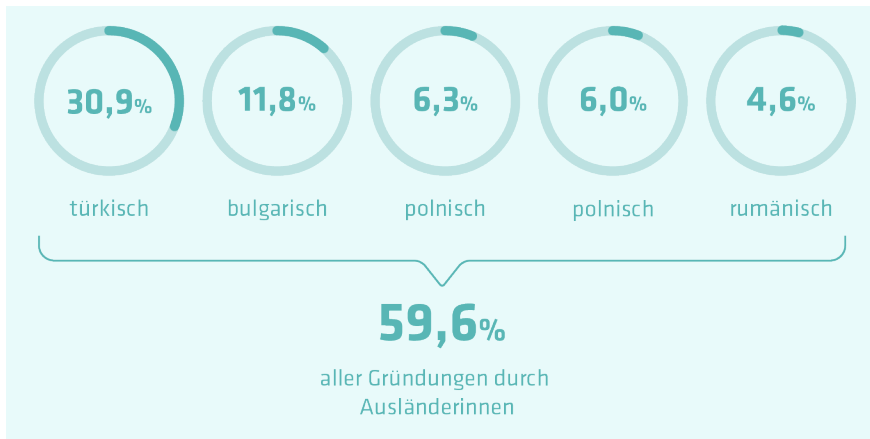
Anteile der ausländischen und deutschen Gründerinnen an allen Gründungen der jeweiligen Gruppe (09/2021–07/2024)



Quelle: migewa, eigene Berechnungen

Spitzenreiterinnen bei den ausländischen Gründerinnen waren türkische Frauen mit einem Anteil von 30,9 %, ihnen folgen an zweiter Stelle bulgarische Frauen mit 11,8 % und dann polnische Frauen mit 6,3 %. An vierter Stelle

folgen bereits ukrainische Frauen mit 6,0 %, während rumänische Gründerinnen mit einem Anteil von 4,6 % die Liste der TOP-5 Staatsangehörigkeiten schließen. Hervorzuheben ist die Bedeutung der ukrainischen Gründerinnen, die erst seit dem Jahr 2022 nach Duisburg gekommen sind.



Quelle: migewa, eigene Berechnungen

Abb. 20.

Ausländische Gründerinnen nach TOP-5 Staatsangehörigkeiten (09/2021–07/2024)

Eine vertiefte Analyse der weiblichen Gründungsaktivitäten nach Wirtschaftszweigen in Duisburg weist auf vielseitige und bemerkenswerte Muster hin, die das breite Spektrum des unternehmerischen Engagements von Frauen deutlich machen.

Insgesamt entfallen etwa 31,7 % aller Unternehmensgründungen auf Frauen. Die Verteilung über die verschiedenen Wirtschaftszweige zeigt signifikante Unterschiede sowohl hinsichtlich des Anteils als auch hinsichtlich der von Frauen gesetzten Schwerpunkte. Diese Unterschiede in der Gründungsaktivität deuten auf spezifische Präferenzen und Herausforderungen hin (–» [Abb. 21](#)).

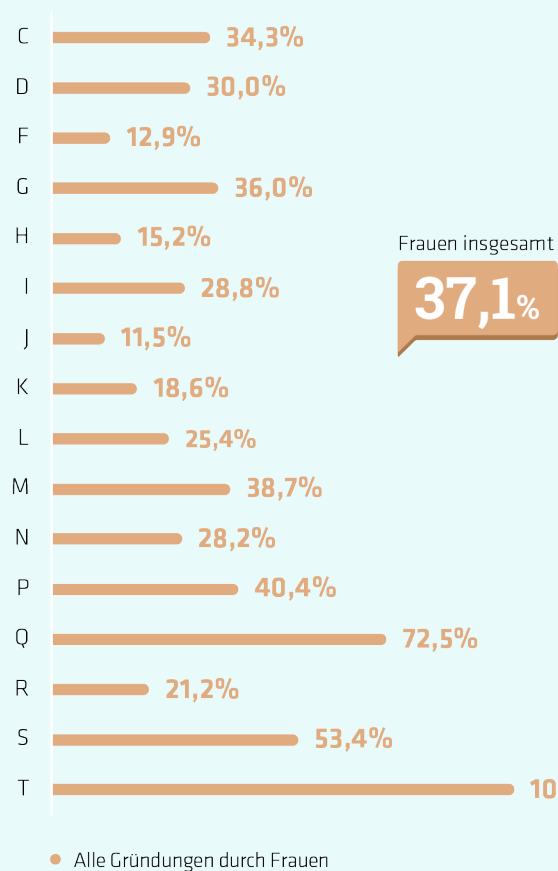
Ein besonders hoher Anteil weiblicher Gründungen erfolgte im Wirtschaftszweig „Gesundheits- und Sozialwesen“. Hier wurden nahezu drei Viertel aller Neugründungen durch Frauen initiiert – ein bemerkenswerter Wert, der die bedeutende Rolle von Frauen in diesem Wirtschaftszweig unterstreicht. Auch im Wirtschaftszweig „Sonstige Dienstleistungen“ trugen Gründerinnen zu über die Hälfte (53,4 %) an allen Gründungen bei. Weitere Wirtschaftszweige, in denen Frauen überdurchschnittlich gründen, sind:

- Erziehung und Unterricht mit einem Anteil von 40,4 %,
- Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen mit einem Anteil von 38,7 %,
- Handel und Kraftfahrzeuge mit einem Anteil von 36,0 % sowie
- Verarbeitendes Gewerbe mit einem Anteil von 34,3 %.

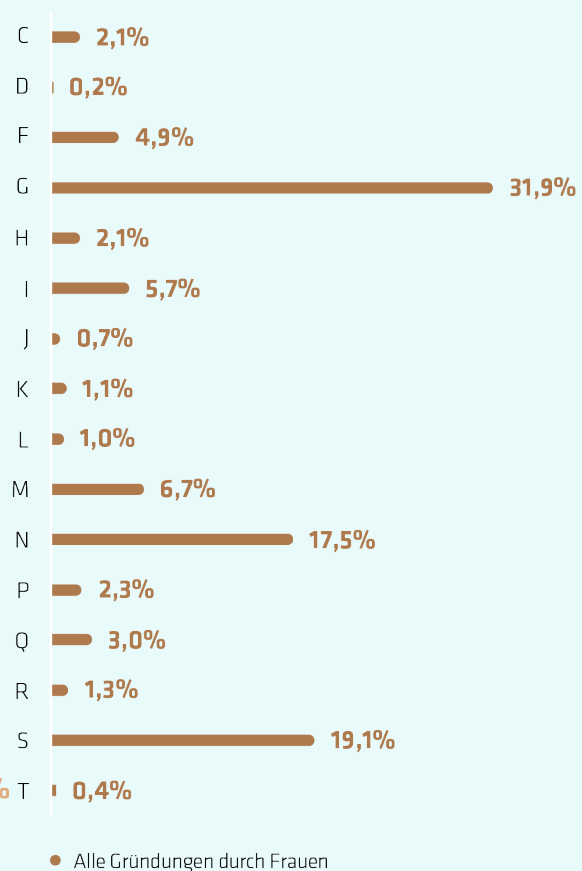
Vielfältige Gründungsmuster:

Gründungen von Frauen nach Wirtschaftszweigen (09/2021–07/2024)

Anteil der Gründungen von Frauen je Wirtschaftszweig (09/2021–07/2024)



Anteil Wirtschaftszweige, in denen Frauen in den letzten drei Jahren gegründet haben (09/2021–07/2024)



Quelle: migewa, eigene Berechnungen

C = Verarbeitendes Gewerbe, D = Energieversorgung, E = Wasserversorgung, Abwasser- & Abfallentsorgung, F = Baugewerbe, G = Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz, H = Verkehr & Lagerei, I = Gastgewerbe, J = Information & Kommunikation, K = Erbringung v. Finanz- & Versicherungs-DL, L = Grundstücks- & Wohnungswesen, M = Erbringung freiberuflicher, wissenschaftlicher & technischer DL, N = Erbringung sonst. wirtschaftlichen DL, P = Erziehung & Unterricht, Q = Gesundheits- & Sozialwesen, R = Kunst, Unterhaltung & Erholung, S = Erbringung sonstiger DL

Im Gegensatz liegt der Anteil weiblicher Gründungen in den Wirtschaftszweigen „Baugewerbe“ mit 12,9 %, „Verkehr und Lagerei“ mit 15,2 % sowie „Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen“ mit 18,6 % deutlich unter dem Durchschnitt. Die übrigen Wirtschaftszweige weisen sowohl in relativen als auch in absoluten Zahlen nur sehr geringe Anteile weiblicher Gründungen auf. Eine Ausnahme bildet noch der Wirtschaftszweig „Information und Kommunikation“, in dem immerhin zwölf Frauen eine Gründung initiierten. Die Zahlen zeigen, dass Frauen in bestimmten Branchen eine tragende Rolle spielen, während in anderen Bereichen Potenziale zur Steigerung ihrer Beteiligung vorhanden sind. Diese Erkenntnisse bieten Ansatzpunkte für gezielte Unterstützungsmaßnahmen, um Frauen in allen Wirtschaftssektoren gleichermaßen zu fördern. Die Zahlen zeigen außerdem, dass Frauen in vielen Bereichen, darunter auch in traditionell männlich dominierten Branchen, wie dem verarbeitenden Gewerbe, eine aktive Rolle einnehmen.

Die Bedeutung der Gründerinnen an den jeweiligen Wirtschaftszweigen zeigt jedoch noch nicht, welche Wirtschaftszweige von weiblichen Gründerinnen präferiert werden. Der Blick auf die Verteilung der weiblichen Gründungen nach Wirtschaftszweigen in den letzten drei Jahren zeigt klare Schwerpunkte (→ [Abb. 22](#)).

Der Wirtschaftszweig „Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz“ war mit Abstand der dominierende Bereich, in dem Frauen gründeten. Nahezu ein Drittel (31,9 %) aller von Frauen initiierten Neugründungen entfiel auf diesen Wirtschaftszweig. An zweiter Stelle stehen die „Erbringung von sonstigen Dienstleistungen“, die knapp jede fünfte Gründung von Frauen ausmachten (19,1 %). Dicht dahinter folgen Gründungen im Wirtschaftszweig „Sonstige wirtschaftliche Dienstleistungen“ mit einem Anteil von 17,5 %. Diese beiden letztgenannten Wirtschaftszweige zeigen, dass Frauen besonders im „Handel“ sowie in Dienstleistungsbranchen aktiv sind. In den übrigen Wirtschaftszweigen sind weibliche Gründungen hingegen seltener zu finden. Im Verhältnis zu der vorherigen Analyse zum Anteil der Frauen an allen Gründungen je Wirtschaftszweig, ist hervorzuheben, dass in dem Wirtschaftszweig, in dem ihr Anteil am höchsten war, dem „Gesundheits- und Sozialwesen“, die absolute Anzahl im Vergleich zu anderen Wirtschaftszweigen eher gering ausfällt.

Zur Veranschaulichung der unterschiedlichen Gewichtung von Gründerinnen deutscher und ausländischer Staatsangehörigkeit werden deren jeweiligen Anteile in den verschiedenen Wirtschaftszweigen herangezogen. Die detaillierte Aufschlüsselung verdeutlicht, in welchen Sektoren die ausländischen Gründerinnen besonders stark vertreten sind.

Grünungsmuster:

Unterschiede bei deutschen und ausländischen Frauen

24,7% (jede Vierte)

der weibliche Gründungen erfolgte in den
letzten 3 Jahren durch Frauen mit
ausländischer Staatsangehörigkeit!

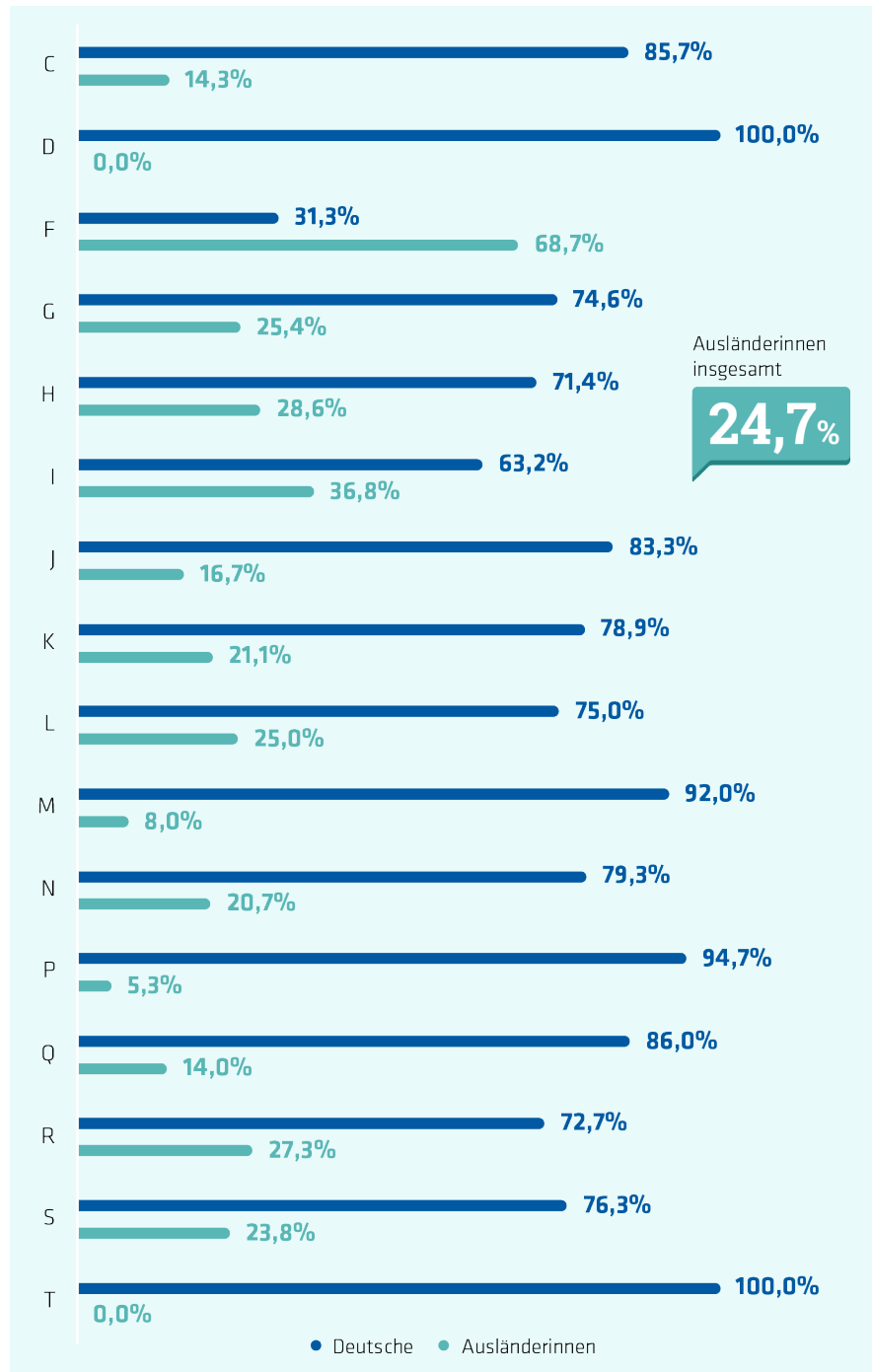
Besonders im „Baugewerbe“ sticht ihr Anteil hervor: Mehr als zwei Drittel aller weiblichen Gründungen in diesem Bereich erfolgte durch Frauen mit ausländischer Staatsangehörigkeit (→ [Abb. 23](#)). Auch in weiteren Sektoren liegt der Anteil ausländischer Gründerinnen über dem Durchschnitt. Hierzu zählen das „Gastgewerbe“ (36,8 %), der „Verkehr und Lagerei“ (28,6 %), Kunst, Unterhaltung und Erholung (27,3 %), der Zweig „Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz“ (25,4 %) sowie das „Grundstücks- und Wohnungswesen“ (25 %). Diese Sektoren scheinen für Gründerinnen mit ausländischer Staatsangehörigkeit besonders attraktiv zu sein.

Im Gegensatz dazu sind die Anteile in einigen anderen Wirtschaftszweigen vergleichsweise niedrig. Dazu zählen „Erziehung und Unterricht“ mit lediglich 5,3 %, die „Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen“ mit 8 %, das „Gesundheits- und Sozialwesen“ mit 14,0 % sowie das „verarbeitende Gewerbe“ mit 14,3 %.

Abb. 23.

Anteil der deutschen und ausländischen Gründerinnen an allen Gründerinnen nach Wirtschaftszweig (09/2021–07/2024)

- C Verarbeitendes Gewerbe
- D Energieversorgung
- F Baugewerbe
- G Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz
- H Verkehr & Lagerei
- I Gastgewerbe
- J Information & Kommunikation
- K Erbringung v. Finanz- & Versicherungs-DL
- L Grundstücks- & Wohnungswesen
- M Erbringung freiberuflicher, wissenschaftlicher & technischer DL
- N Erbringung sonst. wirtschaftl. DL
- P Erziehung & Unterricht
- Q Gesundheits- & Sozialwesen
- R Kunst, Unterhaltung & Erholung
- S Erbringung sonstiger DL
- T Private Haushalte mit Personal



Quelle: migewa, eigene Berechnungen

Zur Ermittlung der Bedeutung der einzelnen Wirtschaftszweige für die Gründerinnen in Abhängigkeit zur Staatsangehörigkeit werden im Folgenden die Anteile der Gründungen in verschiedenen Wirtschaftszweigen, differenziert nach der Staatsangehörigkeit, analysiert (–» **Abb. 24**).

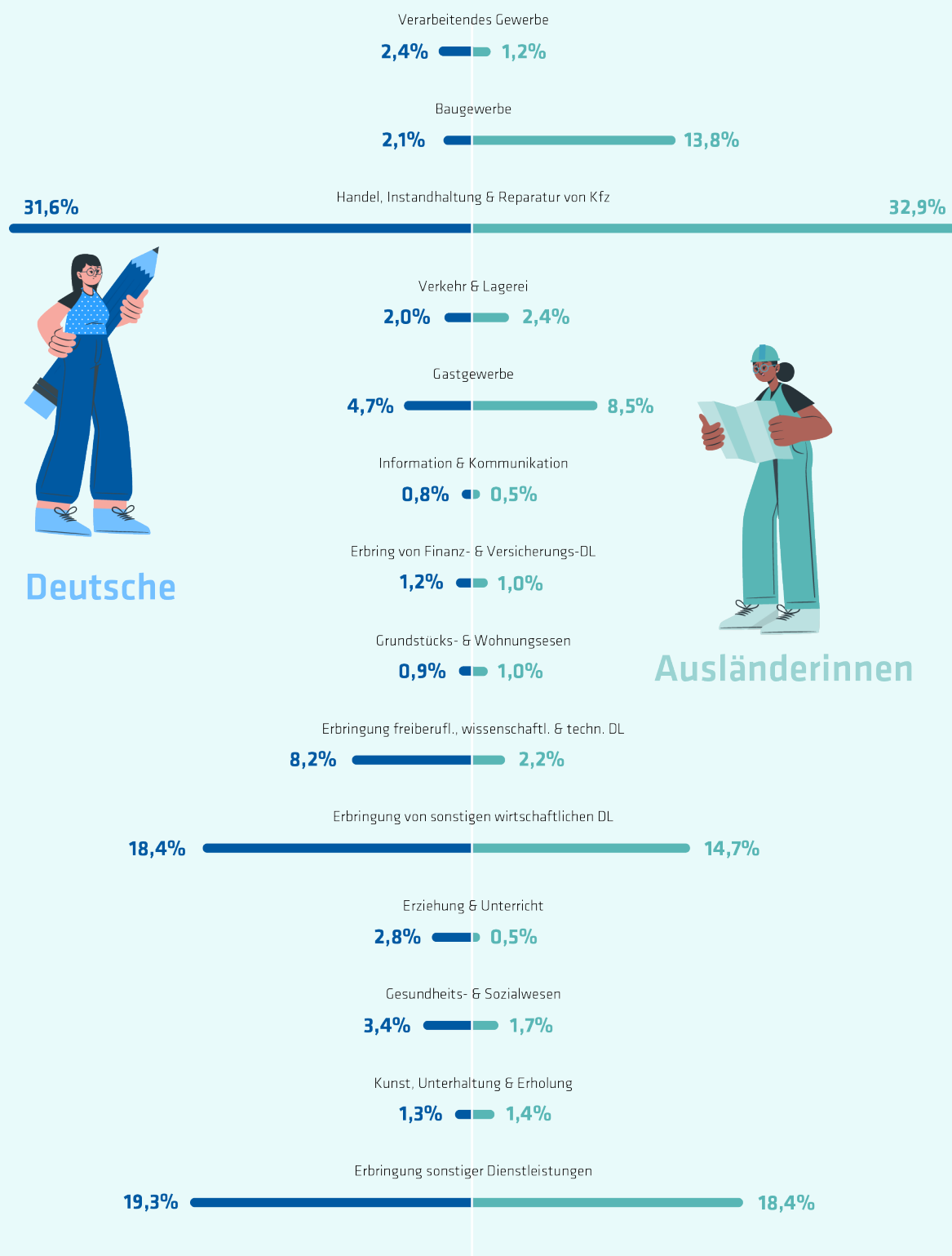
Sowohl deutsche Gründerinnen als auch Gründerinnen mit ausländischer Staatsangehörigkeit zeigen eine klare Präferenz für den Bereich „Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kfz“. In diesem Sektor sind nahezu ein Drittel der deutschen (31,6 %) und ausländischen Gründerinnen (32,9 %) aktiv. An zweiter Stelle der bevorzugten Wirtschaftszweige steht die „Erbringung sonstiger Dienstleistungen“, die von 19,3 % der deutschen und 18,4 % der ausländischen Gründerinnen präferiert wird. Der Bereich der „Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen“ nimmt den dritten Platz ein, wobei dessen Bedeutung bei deutschen Gründerinnen mit einem Anteil von 18,4 % und bei ausländischen Gründerinnen mit einem Anteil von 14,7 % leicht variiert.

In allen weiteren Wirtschaftszweigen zeigen sich hingegen Unterschiede in den Präferenzen beider Gruppen: Deutsche Gründerinnen sind über verschiedene Wirtschaftszweige hinweg breit aufgestellt und weisen einen bemerkenswerten Anteil von 8,2 % im Bereich der „Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen“ auf. Im Gegensatz dazu sind ausländische Gründerinnen in mehreren Wirtschaftszweigen kaum oder sehr geringfügig vertreten und konzentrieren sich stark auf das „Baugewerbe“ mit einem Anteil von 13,8 % sowie das „Gastgewerbe“ mit einem Anteil von 8,5 %.

.....
Gründungsmuster:

Bedeutung der einzelnen Wirtschaftszweige für Gründerinnen mit ausländischer Staatsangehörigkeit (09/2021–07/2024)

Abb. 24. Prozentuale Anteile der Gründungen von Frauen nach Wirtschaftszweig und Staatsangehörigkeit (09/2021–07/2024)



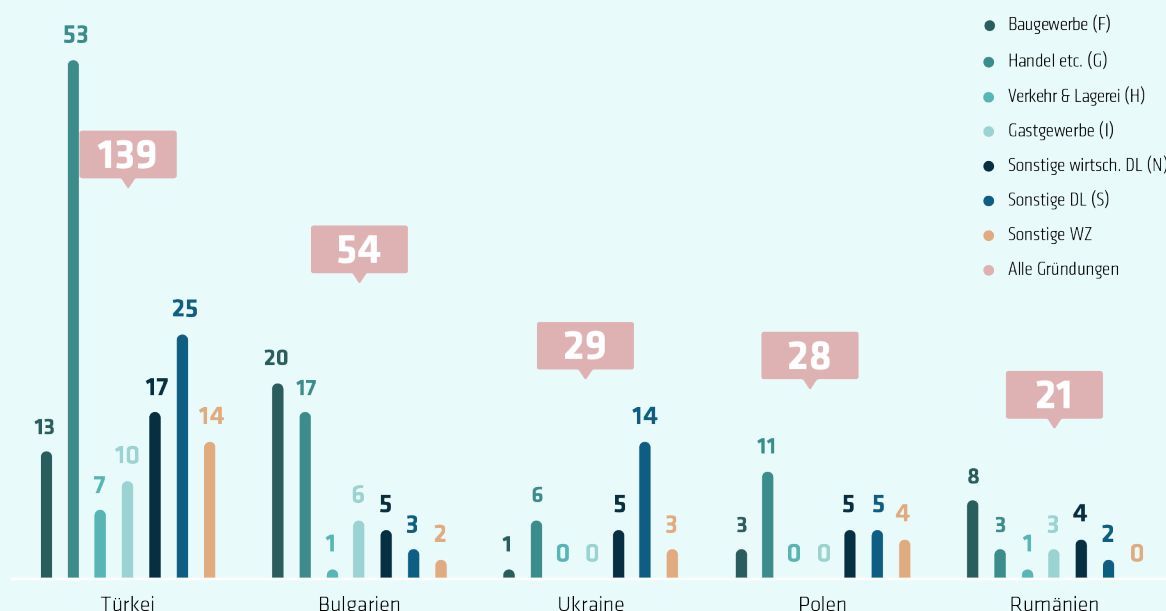
Quelle: migewa, eigene Berechnungen

Diese unterschiedlichen Präferenzen weisen darauf hin, dass bestimmte Wirtschaftszweige – wie das „Gastgewerbe“, der „Bausektor“, der „Handel“ sowie „Erbringung sonstiger Dienstleistungen“ niedriger Eintrittsbarrieren aufweisen und sich damit Markteintrittschancen ergeben, die insbesondere von ausländischen Frauen für eine selbständige Tätigkeit genutzt werden. Zudem zeigt diese Differenzierung, dass der Einfluss ausländischer Gründerinnen in einigen Wirtschaftszweigen besonders stark ist, während in anderen Wirtschaftszweigen noch Potenziale bestehen, die gehoben werden könnten.

Ein abschließender Blick auf die Staatsangehörigkeiten der Gründerinnen in den letzten drei Jahren zeigt bemerkenswerte Schwerpunkte bei den ausländischen Gründerinnen. Türkische Frauen sind besonders im Bereich „Handel“ sowie in den „Sonstigen Dienstleistungen“ stark vertreten. Bulgarische Frauen sind vor allem im „Baugewerbe“ sowie im „Handel“ aktiv, wobei das „Baugewerbe“ hervorzuheben ist, da es traditionell als von Männern dominierter Wirtschaftszweig gilt. Ähnlich sind auch rumänische Frauen verstärkt im „Baugewerbe“ tätig. Ukrainische Frauen konzentrieren sich überwiegend auf „Sonstige Dienstleistungen“. Polnische Frauen, ebenfalls unter den führenden fünf, sind im „Handel“ sowie in „Sonstigen wirtschaftlichen und Dienstleistungssektoren“ selbstständig. Trotz der Notwendigkeit, diese Zahlen in absoluten Werten zu relativieren, wird deutlich, dass Gründerinnen je nach Herkunftsland unterschiedliche Schwerpunkte setzen, jedoch vorwiegend in Sektoren mit meist niedrigen Markteintrittsbarrieren tätig werden.

Ausländische Gründerinnen: Variierende sektorale Präferenzen

Abb. 25. Gründerinnen nach TOP-5 Staatsangehörigkeiten und Wirtschaftszweig (09/2021–07/2024)

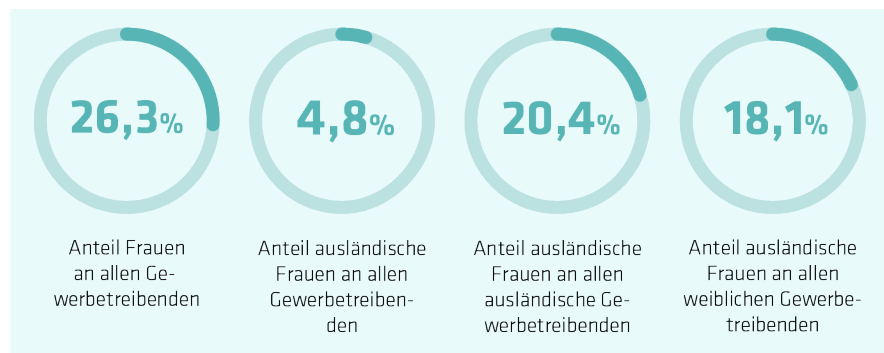


Quelle: migewa, eigene Berechnungen

5.2 Unternehmensbestand weiblicher Gewerbetreibender

Die in den letzten drei Jahren beobachteten Gründungsaktivitäten von Frauen haben Auswirkungen auf ihre Rolle innerhalb der Gesamtheit der Gewerbetreibenden in der Stadt Duisburg. Eine detaillierte Analyse zeigt, dass auf drei männliche Gewerbetreibende eine weibliche Gewerbetreibende kommt, was einem Frauenanteil von 26,3 % entspricht (→ Abb. 26). Dieser Anteil liegt um 7 Prozentpunkte unter dem bundesweiten Durchschnitt von 33,5 %. Darüber hinaus machen Frauen mit ausländischer Staatsangehörigkeit 4,8 % aller Gewerbetreibenden aus, was einem Anteil von 18,1 % innerhalb der weiblichen Gewerbetreibenden entspricht.

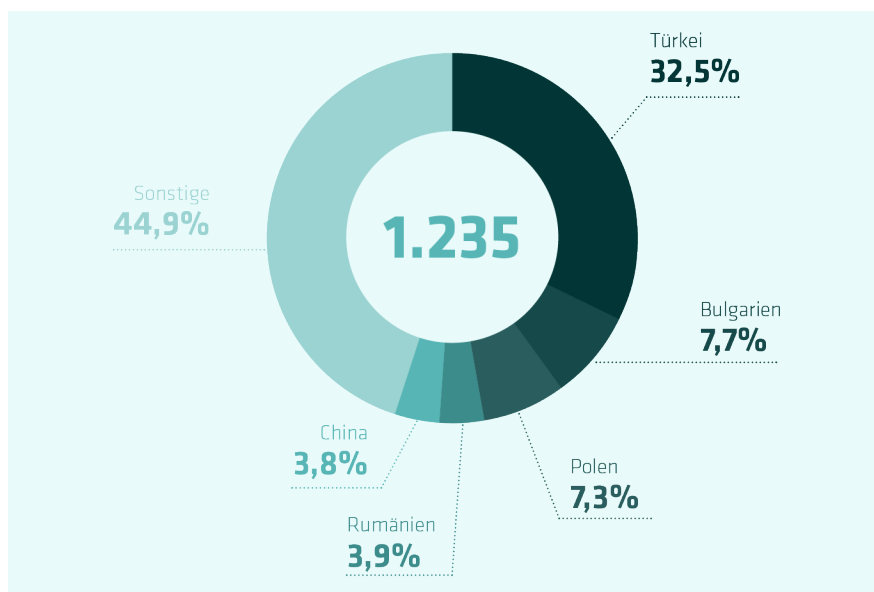
Abb. 26.
Anteile weiblicher Gewerbetreibender (07/2024)



Quelle: migewa, eigene Berechnungen

In Bezug auf die gesamte Gruppe der ausländischen Gewerbetreibenden beträgt der Anteil der ausländischen weiblichen Selbständigen 20,4 %. Im Vergleich dazu liegt der Anteil der deutschen weiblichen Gewerbetreibenden an allen deutschen Gewerbetreibenden bei 28,1 %. Obwohl deutsche Frauen somit einen deutlich höheren Anteil im Vergleich zu ausländischen Frauen aufweisen, bleibt dieser Wert unter dem bundesweiten Durchschnitt. Laut dem Mikrozensus 2023 beträgt der Anteil deutscher Frauen an allen deutschen Selbständigen 33,2 %. Ein Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt zeigt eine noch größere Diskrepanz bei den ausländischen Frauen: Während dieser im Bundesdurchschnitt 34,6 % beträgt, liegt er in Duisburg lediglich bei 20,4 %. Auch wenn der Anteil ausländischer Frauen an allen ausländischen Gewerbetreibenden in Duisburg mit dem Anteil der migrantischen Frauen an allen migrantischen Selbständigen auf der Bundesebene miteinander verglichen wird, wird deutlich, dass das Gründungspotenzial von ausländischen Frauen in Duisburg noch nicht in seiner Gänze ausgeschöpft ist.

Die folgende Abbildung zeigt, dass türkische Frauen die größte Gruppe der weiblichen, ausländischen Gewerbetreibenden bilden und mit etwa einem Drittel (32,5 %) einen deutlichen Vorsprung gegenüber den anderen Gruppen aufweisen. An zweiter Stelle liegen Frauen mit bulgarischer Staatsangehörigkeit, die 7,7 % der ausländischen selbständigen Frauen ausmachen, gefolgt von polnischen Frauen mit 7,3 %. Den vierten Platz nehmen rumänische Frauen mit einem Anteil von 3,9 % ein, dicht gefolgt von chinesischen Frauen, die mit 3,8 % den fünften Platz belegen.



Quelle: migewa, eigene Berechnungen

Abb. 27.

Anteile weiblicher ausländischer Gewerbetreibender nach Staatsangehörigkeit (07/2024)

Während türkische Frauen mit einem Anteil von 32,5 % die mit Abstand größte Gruppe darstellen, ist die Verteilung unter den anderen Staatsangehörigkeiten relativ ausgewogen, wobei die Prozentanteile für jedes Land eher gering sind. Es ist wichtig zu beachten, dass diese Statistik alle Selbständigen umfasst und nicht ausschließlich Einzelunternehmen. Wie im nächsten Abschnitt zu sehen sein wird, gibt es bei Einzelunternehmen Unterschiede je nach Herkunftsland: Hier gehören nicht chinesische, sondern ukrainische Frauen zu den TOP-5 nach Staatsangehörigkeit.

Dieses Ranking der TOP-5 Staatsangehörigkeiten der ausländischen weiblichen Gewerbetreibenden unterscheidet sich von dem der Männer. Zwar haben türkische Männer ebenfalls die Spitzenposition inne, aber die nächsten Positionen unterscheiden sich sowohl nach Staatsangehörigkeit wie nach Bedeutung. So nehmen bei den männlichen Gewerbetreibenden polnische Selbständige mit einem Anteil von 15,5 % den zweiten Rang ein, gefolgt von Bulgaren (6,7 %), Rumänen (6,3 %) und Syrern (4,7 %).

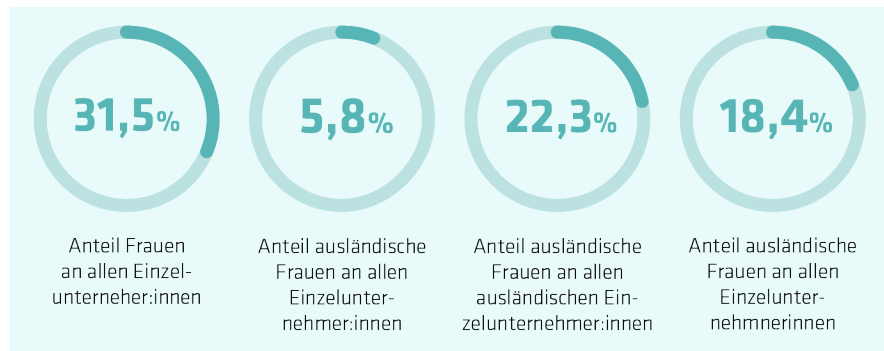
5.3 Einzelunternehmerinnen in Duisburg

Wie bereits in den Abschnitten **4.2** und **4.6** dargestellt kommt dem Einzelunternehmer:innentum in Duisburg ein zentraler Stellenwert zu.

Beim Vergleich mit der Gesamtheit der weiblichen Gewerbetreibenden in Duisburg, zeigt sich, dass der Anteil der Einzelunternehmerinnen mit 31,5 % signifikant höher ist (+5,7 Prozentpunkte) im Vergleich zum Anteil der weiblichen Gewerbetreibenden an allen Gewerbetreibenden (26,3 %) dar. Innerhalb der Einzelunternehmen beträgt der Anteil ausländischer Gründerinnen 5,8 %, während dieser im Gesamtkontext aller Gewerbetreibenden bei 4,7 % liegt. Wird der Anteil ausländischer Einzelunternehmerinnen an allen Einzelunternehmerinnen betrachtet, zeigt sich, dass dieser mit einem Anteil von 18,4 %

nur geringfügig höher ausfällt als der entsprechende Anteil weiblicher ausländischer Gewerbetreibender an allen weiblichen Gewerbetreibenden (18,1 %). Besonders bemerkenswert ist, dass der Anteil ausländischer Einzelunternehmerinnen an allen ausländischen Einzelunternehmen mit 22,3 % höher ist als der Anteil ausländischer Gründerinnen an allen ausländischen Unternehmen, der bei 20,4 % liegt. Diese Daten verdeutlichen, dass insbesondere ausländische Frauen verstärkt den Weg in die Selbständigkeit als Einzelunternehmerinnen wählen.

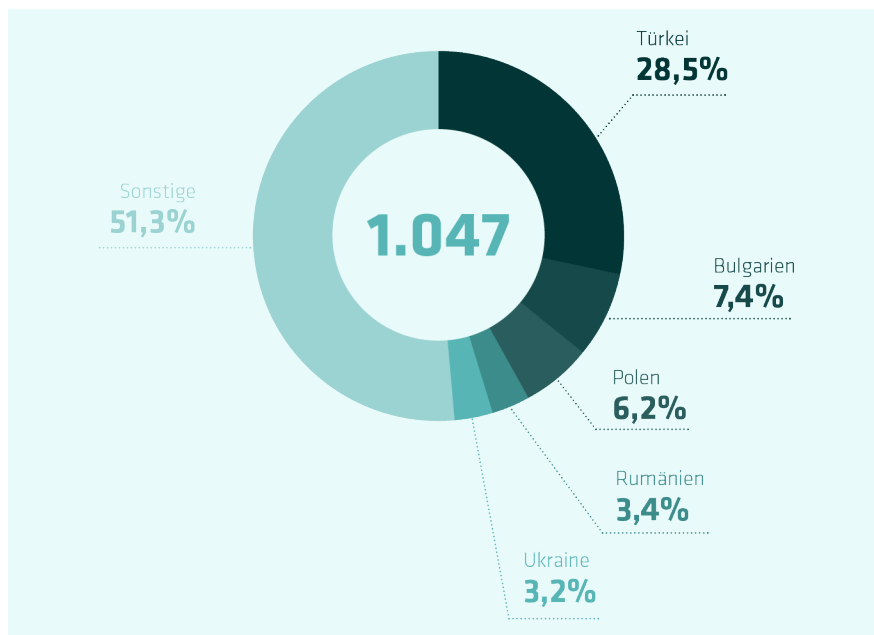
Abb. 28.
Ausländische Einzelunternehmerinnen im Vergleich (07/2024)



Quelle: migewa, eigene Berechnungen

Wie schon bei den Gewerbetreibenden stellen türkische Frauen mit einem Anteil von 28,5 % ebenfalls die größte Gruppe unter den ausländischen Einzelunternehmerinnen dar (–»). An zweiter Stelle folgen bulgarische Einzelunternehmerinnen mit einem Anteil von 7,4 %, gefolgt von polnischen Einzelunternehmerinnen mit 6,2 %. Auf dem vierten Platz befinden sich rumänische Frauen mit 3,4 %, dicht gefolgt von ukrainischen Einzelunternehmerinnen mit 3,2 %.

Im Vergleich zur Verteilung unter allen Gewerbetreibenden zeigt dieser detaillierte Blick auf die Staatsangehörigkeiten, dass zwar die ersten vier Plätze unverändert bleiben, aber unter den Einzelunternehmerinnen ukrainische Frauen den fünften Platz einnehmen, anstelle der chinesischen Frauen, die bei allen Gewerbetreibenden auf Platz fünf liegen. Der Anteil der fünf stärksten Herkunftsländer liegt bei den Einzelunternehmerinnen mit 48,7 % bei weniger als der Hälfte und ist um 6,5 Prozentpunkte geringer als bei den fünf führenden Staatsangehörigkeiten unter allen Gewerbetreibenden. Dies deutet auf eine stärkere Diversifizierung der Herkunftsländer bei Einzelunternehmerinnen hin. Diese Tendenz lässt darauf schließen, dass die Selbständigkeit als Einzelunternehmerin auf eine breite Akzeptanz unter ausländischen Frauen trifft.



Quelle: migewa, eigene Berechnungen

Abb. 29.

Anteile Einzelunternehmerinnen
nach TOP-5 Staatsangehörigkeiten
(07/2024)

Wie bereits in Abschnitt 4.6.4 ausführlich dargelegt, zeigt sich bei weiblichen Einzelunternehmerinnen eine geringere Konzentration auf spezifische Wirtschaftszweige als bei ihren männlichen Pendanten. Frauen präferieren jedoch, abhängig von ihrer Staatsangehörigkeit, bestimmte Wirtschaftsbereiche. Türkische Frauen konzentrieren sich zu knapp 41 % auf den Wirtschaftszweig „Handel, Instandhaltung & Reparatur von Kfz“, während polnische Frauen jeweils 25 % auf „Sonstige wirtschaftliche Dienstleistungen“ und „Sonstige Dienstleistungen“ fokussieren. Rumänische Frauen sind zu etwa 36 % im Baugewerbe tätig, während ukrainische Frauen mit fast 50 % ebenfalls im Bereich der „Sonstigen Dienstleistungen“ aktiv sind.

Obwohl eine größere Diversität unter allen ausländischen Frauen festzustellen ist, werden innerhalb der jeweiligen Staatsangehörigkeiten deutliche Präferenzen sichtbar. Eine zielgerichtete Unterstützung für ausländische Einzelunternehmerinnen sollte diese branchenspezifischen und staatsangehörigkeitsbezogenen Präferenzen berücksichtigen, um effektiv zu sein.

Fokus

Wirtschaftszweige

6 Qualitative Ergebnisse

„die Hälfte unserer Bürger*innen in Duisburg besitzt einen Migrationshintergrund und viele sind erfolgreiche Unternehmer*innen auch im Handwerk und der Baubranche geworden.“

(Dr. Rasmus Beck, CEO Duisburg Business & Innovation GmbH, 2023)

Die nachfolgend dargestellten Ergebnisse resultieren aus den in Duisburg geführten semi-strukturierten Interviews mit migrantischen Unternehmer:innen (–» Abschnitt 1.2.2). Obgleich die Resultate nicht repräsentativ sind und auch keinen Anspruch darauf erheben, spiegeln sie doch das Stimmungsbild zum Zeitpunkt der Befragung wider und zeigen Trends auf.

6.1 Gründungsmotive migrantischer Unternehmer:innen

In Bezug auf die Gründungsmotive migrantischer Unternehmer:innen zeigt sich eine breite Palette an Faktoren, die oft in einer Mischung aus persönlicher Leidenschaft, pragmatischen Überlegungen und familiären Verpflichtungen begründet sind. Ein typisches Beispiel dafür ist die Aussage einer Befragten in der zweiten Generation, die beschreibt, wie ihr inneres Feuer sie dazu bewegte, ein Unternehmen zu gründen:

„Ich hatte so richtig, ja Feuer. Das ist in mir drin so aufgelodert [...] irgendwie klang das alles sehr, sehr spannend für mich und dann habe ich einfach mal gesagt, komm lass doch was zusammen gründen.“

(ID: 01-G-02-024)

Diese emotionale Begeisterung ist oft der erste Schritt in die unternehmerische Selbstständigkeit. Ein weiterer zentraler Motivationsfaktor ist das Bedürfnis nach persönlicher Erfüllung und Unabhängigkeit. So erklärt dieselbe Unternehmerin:

„Vom sicheren Hafen hinzu, mehr Risiko, weil mich das dann wiederum stärker erfüllt hat.“

(ID: 01-G-02-024)

Für viele Migrant:innen stellt die Selbstständigkeit eine Möglichkeit dar, den oft eingeschränkten Aufstiegsmöglichkeiten im Angestelltenverhältnis zu entkommen und sich selbst zu verwirklichen. Ein weiterer Handwerksunternehmer mit türkischen Wurzeln beschreibt:

„Ich hab mich bei jedem Betrieb irgendwie ausgebeutet, gefühlt [...] irgendwann spürt man, ich bin für was anderes geboren, ich bin für was anderes zu haben.“

(ID: 02-C-01-009)

Oftmals ist der Schritt in die Selbstständigkeit jedoch auch eine pragmatische Entscheidung, die aus den realen Arbeitsmarktbedingungen heraus entsteht. Eine weitere Interviewpartnerin aus dem Consultingbereich beschreibt ihre Situation wie folgt:

„Nachdem sich das halt so negativ entwickelt hat auf dem freien Arbeitsmarkt, hatte ich mich dann beschlossen, mich selbstständig zu machen [...] und seitdem bin ich selbstständig.“

(ID: K-01-011)

Dies zeigt, dass wirtschaftliche Zwänge ebenfalls eine wichtige Rolle bei der Entscheidung zur Gründung eines Unternehmens spielen. Für viele migrantisches Unternehmer ist die Identifikation einer Marktlücke, die durch ihre spezifischen kulturellen oder sprachlichen Kompetenzen geschlossen werden kann, ein entscheidender Faktor. Dieselbe Interviewpartnerin beschreibt, dass es zu ihrer Zeit keine türkischstämmigen Unternehmensberater gab und dies für sie eine Marktlücke darstellte:

„Der Markt war da, ich gehörte damals, ich glaub, zu den Exoten [...] Wir hatten viele Kunden, Migrantenunternehmen ...“

(ID: 01-K-01-011)

6.2 Herausforderungen

Aber auch die Herausforderungen, mit denen Migrant:innen bei der Unternehmensgründung konfrontiert sind, erweisen sich als vielfältig. Neben den finanziellen und bürokratischen Hürden, denen auch nicht-migrantische Gründer:innen gegenüberstehen, treten zusätzlich gesellschaftliche Barrieren auf.

Ein zentrales Thema ist die finanzielle Belastung zu Beginn der Gründung. Häufig stehen Gründer:innen nur begrenzte finanzielle Mittel zur Verfügung, was den Einstieg in den Markt erschwert. Eine Reisebürobesitzerin berichtet von der Schwierigkeit, anfangs überhaupt „mit Geld“ arbeiten zu können und beschreibt, wie sie sich als Einzelkämpferin in einem wettbewerbsintensiven Umfeld behaupten musste, ohne große Kapitalreserven. Diese finanziellen

Herausforderungen werden durch die teils langwierigen bürokratischen Prozesse verstärkt. Die Bürokratie wird als unüberschaubar und kompliziert beschrieben, was den Zugang zu Fördermitteln und anderen Ressourcen erheblich erschwert. Eine Unternehmerin führt dazu aus:

„Am schlimmsten finde ich bei der Finanzierung, es wird immer so leicht gesagt, aber dahinter ist eine Bürokratie, da vergeht dir schon die Laune. Riesen Stapel an Formularen, KFW Kredit überhaupt nicht dran zu denken. Anscheinend ist das für große Unternehmen gedacht, nicht für uns Kleine.“

(01-N-01-012)

Ein Unternehmer aus dem verarbeitenden Gewerbe unterstreicht diese Wahrnehmung:

„Also ich hab mich locker ein Jahr lang informieren und vorbereiten müssen, überhaupt eine Selbstständigkeit anzustreben.“

(ID: 02-C-01-009)

Zudem müssen Migrant:innen mit gesellschaftlichen Barrieren kämpfen, die ihre Motivation und ihr Engagement beeinträchtigen. Ein Unternehmer aus dem Handwerk berichtet von der Schwierigkeit, in einem Umfeld, das eher von traditionellen Geschäftsmodellen geprägt ist, neue Ideen umzusetzen. Diese Barrieren entstehen vor allem aufgrund von Vorurteilen gegenüber Migrant:innen, die als weniger kompetent wahrgenommen werden, auch wenn ihre Expertise und Innovationskraft unbestritten sind.

Ein weiteres zentrales Thema ist die Selbstüberschätzung, die häufig zu einer unzureichenden Vorbereitung und damit zu schwierigen Gründungsprozessen führt. Ein Unternehmer erzählt von seiner Erfahrung:

„Ein Problem in meiner Selbstständigkeit war, dass ich mich überschätzt habe. Ich habe zu viele Projekte angenommen, zu viel auf einmal gewollt. Das führte zu einer kurzen Phase von Burnout, wo es zwei Jahre lang etwas holprig lief.“

(ID: 02-F-01-002)

Nicht zuletzt ist die Informationslage für Migrant:innen oft undurchsichtig. Ein Gründer im Lebensmittelbereich erklärt, dass er nach der Anmeldung seines Gewerbes „gar keinen Plan“ hatte, wie er weiter vorgehen sollte, und keine konkreten Informationen fand, die ihm bei der Gründung weitergeholten hätten (ID: 02-G-06-019). Diese Unsicherheit wird durch die dezentralen Strukturen von Behörden verstärkt, die oft keine klaren Ansprechpersonen oder Informationswege bieten, was die Gründung zusätzlich erschwert. Ein Unternehmer aus dem verarbeitenden Gewerbe merkt diesbezüglich an:

„Vor allem man hat dann mit einer Stelle gesprochen, die das von einer Stelle zu der anderen Stelle leitet [...] Aber die Informationsquellen sind unklar [...] man hat nicht direkten Zugriff auf sag ich mal eine staatliche Seite, wo man wirklich alle Informationen rausziehen kann.“

(ID: 02-C-01-009)

6.3 (Gründungs-)Unterstützung migrantischer Unternehmer:innen

Ein unternehmerisches Ökosystem ist als ein komplexes Geflecht wechselseitig beeinflussender Faktoren (z. B. Netzwerke, Wissen, Institutionen, Finanzierung) und Akteure definiert, die in ihrem Zusammenspiel produktives Unternehmer:innentum fördern (Schrivers et al., 2023; Hoffecker et al., 2023). Dabei werden die Interaktionen zwischen den Akteuren des Ökosystems als ein zentraler Einflussfaktor für die Entstehung, Unterstützung und den Erfolg unternehmerischer Aktivitäten erachtet (Spigel et al., 2020; Stam & Spigel, 2018).

6.3.1 Institutionelle Unterstützung

Die Analyse der Interviews verdeutlicht eindrücklich, dass migrantische Unternehmer:innen vielfältige und gezielte Unterstützung benötigen, um die Herausforderungen ihrer „Entrepreneurial Journey“ von der Gründung über das Wachstum und die Skalierung bis hin zur Reifephase erfolgreich zu meistern. Besonders hervorzuheben ist der Bedarf an branchenspezifischen Förderprogrammen, die derzeit weitgehend fehlen. Ein Interviewpartner beschreibt dies so:

„Es gibt leider keine dezidierten Förderprogramme für Food-Startups, was echt schade ist. Deswegen können wir uns auch nicht proaktiv irgendwo bewerben.“

(ID: 01-G-02-024)

Daneben werden in den Gesprächen die fehlende finanzielle Unterstützung und der dringende Bedarf an strategischer Beratung und Vernetzung deutlich. Viele Unternehmer:innen sind auf der Suche nach stabilen Geschäftsmodellen und langfristigen Partnerschaften, um ihre Unternehmen nachhaltig aufzustellen, dies zeigt sich insbesondere in der frühen Entwicklungsphase:

„Dadurch, dass wir noch ein Startup sind, suchen wir stetig das funktionierende Geschäft, wo halt wirklich stabile Einnahmen und so auch an den anderen reinkommen, da sind wir noch ein bisschen auf der Suche nach einem perfekten Geschäftsmodell“,

(01-G-02-024_Herzmann)

berichtet eine polnische Unternehmerin in zweiter Generation. Auch die Entwicklung neuer Produkte sowie die Expansion und Sicherung von Marktanteilen erweisen sich als zentrale Herausforderungen. Dieselbe Unternehmerin betont, dass in diesen Bereichen gezielte Unterstützung dringend erforderlich ist:

„Ja, wir bräuchten auf jeden Fall Unterstützung im Sinne des Marktausbaus und dann, wenn das da ist, dann auch gerne Unterstützung im Bereich Produktentwicklung.“

(ID: 01-G-02-024)

Aus Sicht der Unternehmer:innen stellt der Mangel an Ansprechpartner:innen und Netzwerken, die passgenaue Unterstützung bieten können, eine weitere zentrale Herausforderung dar, wie die Interviews verdeutlichen. Häufig besteht der Wunsch nach niedrigschwelligen Zugangsmöglichkeiten und effizienten Strukturen, die den Zugang zu relevanten Ressourcen und Kontakten erleichtern. Eine türkische Unternehmerin formuliert dies wie folgt:

„Da wünsche ich mir natürlich, dass es Ansprechpartner gibt, wo man einfach sagt: Die Situation ist so, ich brauche das, was habe ich, und die einfach sagen, die Möglichkeit.“

(ID: 01-N-01-012)

Auch die Rolle der Stadtentwicklung und der wirtschaftlichen Förderung auf lokaler Ebene wird zuweilen kritisch betrachtet. Ein syrischer Unternehmer hebt hervor, dass eine verstärkte Unterstützung durch die Stadt helfen könnte, neue Unternehmen zu etablieren und bestehende zu stärken:

„Ich finde zum Beispiel, dass die Stadt mehr tun könnte, damit die Läden nicht immer geschlossen bleiben, sondern es besser mehr Eröffnungen gibt. Das würde uns allen helfen.“

(ID: 02-G-08-025)

Einige der Befragten betonen zudem, dass es nicht nur um finanzielle Hilfe, sondern auch um langfristige, strategische Partnerschaften gehe, die das Wachstum und den Erfolg migrantischer Unternehmen nachhaltig unterstützen. Ein Interviewpartner von der Elfenbeinküste stammend beschreibt dies folgendermaßen:

„Wir brauchen nicht nur Hilfe, wir brauchen ernsthafte Partnerschaft.“

(ID: 02-I-12-027)

6.3.2 Informelle Unterstützung

Familie und Freunde spielen in der Gründungsphase migrantischer Unternehmer:innen weiterhin eine zentrale Rolle, da sie nicht nur emotionale Unterstützung bieten, sondern häufig auch als erste Finanzierungsquelle, strategische Beratende oder Brückenbauer zu relevanten Netzwerken fungieren. Eine Unternehmerin stellt fest:

„Ich habe meine Ersparnisse, plus meine Eltern, meine Familie hat mir geholfen, ansonsten hätte ich das alles nicht auf die Beine stellen können.“

(ID: 01-N-01-012)

Ähnlich formuliert es ein türkischer Unternehmer aus dem Handwerk:

„[...] mein Vater hat mich ja auch damals unterstützt, [...] ich hab dann quasi die Kontakte über meinen Vater gekriegt, damit ich mich überhaupt selbstständig machen konnte.“

(ID: 02-C-01-009)

Ein ukrainischer Unternehmer der zweiten Generation, der das Unternehmen von den Eltern übernommen hat, betont die harte Arbeit der Eltern, die diese in die Gründung des Unternehmens investiert haben und ihn als Unternehmer geprägt haben:

„Eigentlich müssten meine Eltern neben mir sitzen, denn die haben sehr viel Zeit und Blut investiert. Geld hatten sie nicht wirklich, aber sie haben alles hingeworfen, was da war. Ich glaube, sie haben sehr viel geopfert.“

(ID: 02-C-07-023)

Gerade auch die moralische Unterstützung durch Freunde und Familie, die den „Rücken freigehalten haben“ (ID: 02-F-01-002), wird immer wieder von den Interviewpartnern angesprochen. Zu wissen, dass die Familie einem zur Seite stehe, habe in der Gründungsphase Sicherheit gegeben (ID: 02-F-01-017) und ebenso das Wissen, dass diese auch „anpacken und mithelfen“ (ID: 02-I-06-022).

6.4 Einbettung in das unternehmerische Ökosystem

Die Einbettung in das unternehmerische Ökosystem bezieht sich auf die Integration und Interaktion von Unternehmen innerhalb eines Netzwerks von Beziehungen, die Ressourcen wie Wissen, Kapital und Unterstützung umfassen. Diese Einbettung ermöglicht es Unternehmen, mit anderen Akteuren wie Investoren, Bildungs- und Forschungseinrichtungen, Intermediären und an-

deren Unternehmen in Austausch zu treten, was zu Synergien und Kooperationen führen kann. Eine tiefgehende Einbettung in das unternehmerische Ökosystem erleichtert den Zugang zu kritischen Ressourcen, fördert Innovationsprozesse und stärkt die Wettbewerbsfähigkeit, indem sie Unternehmen ermöglicht, auf Marktveränderungen und neue Herausforderungen agil zu reagieren (David & Terstriep, 2024).

6.4.1 Zugehörigkeitsgefühl

Die Einbettung in das unternehmerische Ökosystem ist stark von der Identifikation mit dem Land und der damit verbundenen Akzeptanz abhängig, was entscheidend für den unternehmerischen Erfolg ist. Ein Interviewpartner beschreibt seine Erfahrung wie folgt:

„Ich fühle mich als Deutscher [...] hier fühle ich mich heimisch.“

(ID: 02-C-01-009)

Diese Aussage unterstreicht die Bedeutung, die Unternehmer:innen der Identifikation mit Deutschland beimessen, unabhängig von ihrem Migrationshintergrund. Ein weiterer Unternehmer hebt hervor, dass er sich als vollwertiges Mitglied der deutschen Gesellschaft sieht und führt dazu aus:

„Ich sehe mich übrigens nicht als afrikanischer Unternehmer, ich sehe mich als deutscher Unternehmer. Ich habe die deutsche Staatsangehörigkeit und meine Firma damit auch. Die Steuer, die ich bezahle, gehen hier in Deutschland zu Lindner und nicht an die Elfenbeinküste, also ich bin ein deutsches Unternehmen.“

(ID: 02-I-12-027)

Daneben spielt die Identifikation mit dem Standort Duisburg eine zentrale Rolle für die Einbettung in das lokale unternehmerische Ökosystem. So weisen die Interviewergebnisse darauf hin, dass sich viele der befragten Unternehmer:innen dem Standort verbunden fühlen.

Während einige Unternehmer:innen den Standort zufällig für sich entdeckten und sofort eine tiefe Verbundenheit verspürten, betonten persönliche Beziehungen, sei es durch familiäre Bindungen oder Kindheitserinnerungen. Ein türkischer Unternehmer der zweiten Generation beschreibt diese wie folgt:

„Wir wollen natürlich von Duisburg aus in die Welt oder so (...), das ist der Traum. Aber erstmal in Duisburg starten, weil genau ich bin gebürtiger Duisburger und ich möchte erstmal meine Heimatstadt irgendwie positiv beeinflussen, verändern und mitgestalten und dann geht es weiter.“

(ID: 02-M-01-013)

Eine türkisch-stämmige Unternehmerin der ersten Generation unterstreicht diese Identifikation mit dem Standort:

„Ich bin Istanbul geboren, aber ich liebe Duisburg. Und ich mag auch die Menschen hier in Duissern, ich habe keine Identitätsprobleme. Ich kann beide Länder wunderbar vereinen, [...]. Im Endeffekt bin ich in ein Duisburger Mädel“

(ID: 01-N-01-012)

Diese emotionale Bindung zur Stadt kann für einige Unternehmer:innen ein wichtiger Aspekt ihres unternehmerischen Erfolgs sein, da sie oft von bereits bestehenden Netzwerken profitieren. Dieselbe Unternehmerin erklärt, dass ihre Entscheidung, in Duisburg zu gründen, auf den bestehenden Kontakten beruhte:

„Hier [in Duisburg], das war eine Selbstverständlichkeit. Viele kannten mich hier und haben mich weiterempfohlen.“

(ID: 01-N-01-012)

Für andere ist die Wahl des Standorts eine Herzensangelegenheit. Ein Unternehmer betont seine tiefe Verbundenheit zur Stadt und die Bedeutung Duisburgs für sein Unternehmen:

„Wir sind Duisburger und werden immer Duisburger bleiben. [...] Unser Herz bleibt in Duisburg.“

(ID: 02-F-01-002)

Insgesamt lässt sich feststellen, dass für die Mehrzahl der Befragten das Gefühl von Zugehörigkeit und die enge Verbindung zu Duisburg eine entscheidende Rolle bei der Entscheidung, ihr Unternehmen genau an diesem Standort zu etablieren, spielten.

Im Gegensatz dazu formulierten nur wenige Gesprächspartner:innen eine gewisse „Neutralität“ bzw. Distanz zum Standort. So etwa eine Unternehmerin, die täglich nach Duisburg pendelt und ihre Beziehung zum Standort folgendermaßen beschreibt:

„Duisburg ist für mich nur rein mein Arbeitsort [...], also Duisburg ist mir so fremd eigentlich.“

(ID: 01-K-01-011)

Für andere Unternehmer:innen war die Wahl des Standorts jedoch auch eine strategische Entscheidung, die auf pragmatischen Überlegungen beruht. So erklärt ein Unternehmer, dass er Duisburg als Standort wählte, weil er eine spezifische Infrastruktur benötigte:

„Ich habe in Duisburg gegründet, weil ich ein Tiefkühlhaus brauchte. [...] Das war der Hauptgrund.“

(ID: 02-G-06-019)

Diese Beispiele zeigen, dass die Zugehörigkeit zum lokalen unternehmerischen Ökosystem von einer Vielzahl von Faktoren beeinflusst wird. Neben praktischen Überlegungen wie der Verfügbarkeit von Infrastruktur oder dem Zugang zu bestehenden Netzwerken spielt auch die emotionale Bindung zum Standort eine zentrale Rolle.

6.4.2 Vernetzung

Das Gefühl der Zugehörigkeit wird ebenfalls durch die Einbindung in lokale Netzwerke geprägt. Diese Netzwerke umfassen unter anderem Intermediäre wie die DBI als kommunale Wirtschaftsförderung, die Industrie- und Handelskammer (IHK), das Jobcenter, aber ebenso Unternehmer:innenstammtische und Bürgervereine. Ein türkischer Unternehmer führt dazu aus:

Wir sind in vielen Netzwerken aktiv, wie dem TIAD [Türkisch-Deutscher Unternehmer- und Akademikerverein].

(ID: 02-F-01-002)

Ein Unternehmer hat einen eigenen Verein für seine Community gegründet, dessen Reichweite über Duisburg hinausgeht. Ein weiterer Unternehmer der zweiten Generation engagiert sich in einem regionalen Netzwerk:

„Also ich persönlich nehme an einem Netzwerk teil, das schimpft sich TAB The Alternative Board, das ist ein Unternehmertreff, der einmal im Monat stattfindet, und da trifft man sich mit unterschiedlichen Unternehmern unterschiedlicher Branchen und hat die Möglichkeit, Problemchen, Fragen, Tipps usw. [...] Da sind oft auch Unternehmen aus Duisburg.“

(ID: 02-C-07-023)

Während einige Unternehmer:innen bereits gut vernetzt sind, sehen andere noch Potenzial für den weiteren Ausbau dieser Netzwerke. Eine Unternehmerin hebt besonders die Notwendigkeit eines stärkeren Austauschs unter Frauen hervor:

„Das Netzwerk hier in Duisburg ist definitiv gut, könnte aber noch stärker ausgebaut werden – besonders was den Austausch mit Frauen betrifft.“

(ID: 01-G-02-024)

6.4.3 Segregation & Diskriminierung

Die Identifikation mit dem Standort wird jedoch zuweilen von ambivalenten Gefühlen begleitet, insbesondere wenn es um Segregation und Diskriminierung geht. Ein türkischstämmiger Unternehmer äußert dazu:

„Am Ende bin ich Türke, ich bin Türke und Deutscher.“

(02-F-01-017_Kocaoglu)

Diese Aussage verdeutlicht, dass Migrant:innen unter Umständen auch nach Jahren in Deutschland in zwei Welten leben, was durch Diskriminierungserfahrungen verstärkt wird. Ein Handwerksunternehmer bringt dies folgendermaßen auf den Punkt:

„Ich bin in Deutschland geboren und aufgewachsen. Ich fühle mich als Deutscher, aber ich werde hier als Türke betitelt. [...] Man fühlt sich zwar in dem Land wohl, aber nicht zugehörig, sondern eher so, als wäre man einfach nur geduldet.“

(ID: 02-C-01-009)

Diskriminierung tritt häufig subtil, aber dennoch spürbar im Alltag, aber ebenso im unternehmerischen Kontext auf. Eine Teilnehmerin mit türkischer Herkunft beschreibt ihre Erfahrungen:

„Ich sehe jetzt nicht sehr typisch türkisch aus, [...] wenn ich am Telefon bin, merkt mir das keiner an, dass ich keine Deutsche bin, aber in dem Moment, wo ich meinen Namen erwähne, sorry es ist eine Tatsache, dass da ein riesen Ausrufezeichen entsteht und das muss ich noch eingestehen.“

(ID: 01-N-01-012)

Auch strukturelle Diskriminierung bleibt eine zentrale Herausforderung. Ein Unternehmer berichtet: „Natürlich wurde ich damals wegen meines Namens und meiner Herkunft nicht eingestellt.“ (ID: 02-F-01-002). Dies unterstreicht die Hürden, denen viele Migrant:innen selbst bei entsprechender Qualifikation und Eignung gegenüberstehen. Diskriminierung kann auch in Form überzogener Anforderungen auftreten, wie ein Beispiel zeigt, in dem ein Vermieter eine überhöhte Kautions verlangte:

„Da wollte der Vermieter irgendwie für 12 Monate eine Kautions [für ein Ladenlokal] hinterlegt haben, was ist das denn: 12 Monate?“

(ID: 01-K-01-011)

Diese Beispiele veranschaulichen, dass selbst Unternehmer:innen die sich zugehörig und integriert erachten, nicht vor Diskriminierung geschützt sind.

6.5 Ausbildung & Beschäftigung

Wie bereits in Abschnitt 4.7 erörtert, stellen der Beschäftigungs- und Ausbildungsbeitrag migrantischer Unternehmen wesentliche Indikatoren zur Beurteilung ihrer wirtschaftlichen Bedeutung dar. Vor diesem Hintergrund erschien es sinnvoll, diese Aspekte auch in den Interviews zu thematisieren, um Einblicke in die Hintergründe der Ausbildungs- und Beschäftigungssituation in den Unternehmen zu gewinnen.

6.5.1 Beschäftigung

Die Beschäftigtenzahlen der interviewten Unternehmer:innen variieren erheblich und umfassen ein breites Spektrum, das von Soloselbstständigkeit und Kooperationen mit Freiberufler:innen über Kleinunternehmen mit einem Beschäftigten bis hin zu mittelständischen Betrieben mit bis zu 120 Mitarbeitenden reicht. So führt eine polnische Unternehmerin an:

„Nee, [Mitarbeitende] haben wir bisher nicht. Ab und zu haben wir mal eine Praktikumsstelle ausgeschrieben, aber ansonsten haben wir keine Mitarbeitenden oder Angestellten.“

(ID: 01-G-02-024)

Eine weitere Unternehmerin aus dem wissensintensiven Bereich erklärt:

„Ja, also einen festen Mitarbeiter, ansonsten arbeite ich immer mit Freiberuflern zusammen, weil wir immer projektbezogen *Arbeiten* gemacht haben, deswegen macht das natürlich keinen Sinn feste Mitarbeiter. Also einen festen habe ich.“

(01-K-01-011)

Es gibt jedoch auch Unternehmer:innen, die ihr Team nach und nach erweitert haben. Eine Unternehmerin berichtet stolz:

„Ich habe es gehofft, dass ich irgendwie einen Weg finde, den [Mitarbeiter] zu behalten, und der ist jetzt seit 2021 Vollzeit dabei.“

(ID: 01-N-10-026)

In ihrem Unternehmen sind inzwischen eine studentische Hilfskraft, eine Vollzeitkraft sowie Teilzeitkräfte beschäftigt. Sie betont, wie wichtig es für sie war, gute Mitarbeitende langfristig zu binden.

Ein Unternehmer aus dem Handel hebt hervor:

„Also über 10 Mitarbeiter, sind wir schon definitiv, mehr über 10 Mitarbeiter. [...] Es sind 16 Mitarbeiter.“

(ID: 02-G-06-019)

Andere Unternehmer:innen haben eine große Belegschaft, die das Wachstum ihrer Unternehmen eindrucksvoll veranschaulichen. Ein Unternehmer aus dem Baugewerbe erklärt:

„Heute haben wir 117 Angestellte, davon 30 im kaufmännischen Bereich. Wir beschäftigen Architekten, Statiker, Projektleiter, Meister, Ingenieure sowie viele Mitarbeitende im Außendienst.“

(ID: 02-F-01-002)

Es gibt jedoch auch Beispiele dafür, wie sich die Beschäftigtenzahl infolge wirtschaftlicher Krisen verändern kann:

„Wir waren ungefähr 14 Leute. Wir waren schon groß, aber nach dieser Krise [...] sind wir sehr, sehr weniger geworden. [...] Wir arbeiten jetzt mit Freelancern.“

(02-J-01-004_0luz)

Insgesamt wird deutlich, dass die Größe und Struktur der Teams stark variieren. Während einige Unternehmer:innen bewusst klein und flexibel bleiben, investieren andere in den Aufbau größerer Belegschaften, um langfristig zu wachsen und sich in ihrem Markt zu etablieren.

In vielen Unternehmen spiegelt die Zusammensetzung der Belegschaft die zunehmende Diversität wider. Dies wird auch in den Aussagen zahlreicher Unternehmer:innen deutlich, die ihre Erfahrungen mit Mitarbeitenden aus unterschiedlichen Ländern und Kulturen schildern.

So berichtet ein Unternehmer, dass er „Flüchtlinge eingestellt“ habe, darunter einen aus der Türkei, der aus politischen Gründen flüchten musste (ID: 02-J-01-004). Er lobt dessen Qualifikationen und Erfahrung, jedoch weist er auch auf die sprachlichen Herausforderungen hin, die andere Mitarbeitende nicht meistern konnten. Ein Unternehmer aus dem verarbeitenden Gewerbe erzählt:

„[...] neben Russen haben mittlerweile 11 Ukrainer eingestellt. Tatsächlich haben wir auch noch zwei taubstumme Damen mit russland-deutschem Background. Hier gibt es keine Barrieren. Also man versteht sich hier intern.“

(ID: 02-C-07-023)

Einige Unternehmer:innen ziehen es allerdings vor, bevorzugt Landsleute einzustellen, da dies oft eine gemeinsame kulturelle Basis und Sprachkenntnisse gewährleistet, was die Kommunikation erleichtern und eine harmonische Arbeitsumgebung fördern kann. Zwei Unternehmer aus der Gastronomie beschreiben ihre Belegschaft wie folgt:

„Ich habe 60 % Italiener [in der Belegschaft]“

(ID: 02-G-06-019)

„Wir sind alle Italiener. Ja, wir sind 1, 2, 3, 4, 5 Italiener.“

(ID: 02-I-06-022)

Ein weiteres Beispiel findet sich ebenfalls im Bereich der Gastronomie. Ein Restaurantbesitzer, erklärt:

„Also das ist eine afrikanische Küche, das heißt, wir priorisieren natürlich afrikanische Mitarbeiter.“

(ID: 02-I-12-027)

Er hebt hervor, dass das kulturelle Verständnis und die Authentizität in der Küche für den Erfolg des Restaurants entscheidend sind, wenngleich auch Mitarbeitende aus anderen Ländern eingestellt werden, wie etwa ein junger Mann aus dem Irak. In einem niederländischen Unternehmen wird versucht, ein „niederländisches Profil“ zu erhalten, was sich auch auf die Auswahl der Mitarbeitenden auswirkt:

„Ein Kollege, der hat auch niederländische Wurzeln – aber das geht zwei oder drei Generationen zurück.“

(ID: 02-H-03-018)

6.5.2 Ausbildung

Ähnlich wie bei der Beschäftigung, zeigt sich mit Blick auf die Ausbildung in den Unternehmen ein facettenreiches Bild. Während einige Unternehmer:innen aktiv in die Ausbildung von jungen Menschen investieren, indem sie bereits ausbilden oder aktuell einen Ausbildungsschein machen, stehen andere vor erheblichen Herausforderungen, geeignete Auszubildende zu rekrutieren. Dabei spiegeln die Schwierigkeiten, mit denen sie konfrontiert sind, weitgehend die Situation in der gesamten deutschen Unternehmenslandschaft wider.

In Teilen ist die Einstellung zu Auszubildenden unter den befragten Unternehmer:innen jedoch auch durch negative Erfahrungen geprägt. So wird das Ausbilden als eine zusätzliche Belastung empfunden, die mehr Zeit und Aufwand erfordert, als sie letztendlich Nutzen bringt. Ein Unternehmer erklärt:

"Wir haben also nichts von den Azubis. Im Gegenteil, das ist für mich eher belastend, weil wir müssen ja zusehen, dass die auch was lernen und auch zur Schule gehen und der letzte Azubi hat mir den letzten Nerv gekostet und gesagt: Nein, das mach ich nicht nochmal."

(ID: 01-K-01-011)

Andere Unternehmer haben grundsätzlich kein Interesse daran, Auszubildende einzustellen, da sie entweder keine Zeit haben, sich um die Ausbildung zu kümmern, oder die notwendigen räumlichen Kapazitäten fehlen. Ein italienischer Unternehmer erklärt diesbezüglich:

„Wenn ich eine große Küche hätte wie viele andere Gastronomen, würde ich auf jeden Fall Azubis einstellen, aber ich habe eine ziemlich kleine Küche."

(02-I-06-022)

Einige bilden bisher nicht aus, da sie keine passenden Kandidat:innen finden oder es an einem Ausbilderschein mangelt. Ein Unternehmer aus dem produzierenden Gewerbe formuliert es so:

"Wir haben niemanden hier mit Ausbilderschein, aber immer wieder kommt mir der Gedanke [...] bisher bin ich einfach noch nicht dazu gekommen."

(ID: 02-C-07-023)

Und ein türkischer Unternehmer, der seine Dienstleistungen an mehreren Standorten anbietet, berichtet verzweifelt über die Suche nach Auszubildenden:

„Ich hab dann ausgeschrieben, also mindestens in 3 Sprachen plus Deutsch."

(ID: 02-K-01-010)

Er beklagt die mangelnde Motivation:

„[...] die Motivation der jetzigen Generation sehr anders ist. [...] Sie können hier keinen motivieren, auch nicht hier in den [migrantisches] Kreisen. [...] keiner für 900 € Ausbildungsvergütung arbeiten, die sagen: ‚Ich kriege ja schon 500 €, wenn ich nicht arbeite‘."

Weiter berichtet derselbe Unternehmer, dass er vor diesem Hintergrund, vermehrt auf die gezielte Anwerbung aus dem Ausland setzt. Ein weiterer Unternehmer berichtet, dass er gerade dabei ist, seinen Ausbilderschein zu machen.

Diese Ergebnisse verdeutlichen die Notwendigkeit einer größeren Unterstützung und ggf. Anpassung von Ausbildungsinitiativen, um sowohl das Potenzial der jungen Menschen als auch die Ausbildungsbereitschaft in migrantischen Unternehmen effektiver zu nutzen.

6.5.3 Unternehmerische Handlungsfähigkeit

Die unternehmerische Handlungsfähigkeit („Entrepreneurial Agency“) bezieht sich auf das Vermögen und Potenzial von Unternehmer:innen, fundierte unternehmerische Entscheidungen zu treffen und umzusetzen (David & Terstriep, 2024; Stam & Welters, 2020). Diese Fähigkeit ist entscheidend für das Erkennen und Nutzen wirtschaftlicher Chancen sowie die Schaffung innovativer Lösungen und spielt somit eine zentrale Rolle in der wirtschaftlichen Entwicklung des Unternehmens und des Standorts. Sie geht über das bloße Erkennen von Geschäftsmöglichkeiten hinaus und beinhaltet die Kompetenz, vorhandene Ressourcen effektiv zu mobilisieren, Netzwerke strategisch zu nutzen und Unsicherheiten erfolgreich zu managen. Die unternehmerische Handlungsfähigkeit betont, dass Unternehmer:innen nicht nur passive Anpassungen an ihr Umfeld vornehmen, sondern aktiv auf dieses – insbesondere das lokale unternehmerische Ökosystem – einwirken können, um neue Möglichkeiten zu erschließen und Veränderungen zu bewirken.

Ein Beispiel für unternehmerische Handlungsfähigkeit findet sich in der Entscheidung einer polnischen Unternehmerin, eine neue Marke zu gründen und ein Geschäftsmodell zu pilotieren:

„Also, wir haben ja von XXX aus jetzt noch mal eine neue Marke gegründet. Wir haben XXX gemacht, aber ich sag eher, wir haben eine neue Marke gegründet und probieren da neue Geschäftsmodelle aus und entwickeln uns weiter und wir sehen da auf jeden Fall höhere Chancen, auch stabile Einnahmen zu generieren und mit dem eigenen Produkt.“

(ID: 01-G-02-024)

Diese Entscheidung und die dahinterstehenden Aktivitäten spiegeln unternehmerische Handlungsfähigkeit wider, da das Unternehmen aktiv und zielgerichtet auf Veränderungen im Markt reagiert, neue Geschäftsmodelle ausprobiert und die Chance nutzt, das Wachstum zu sichern. Im gleichen Zusammenhang wird die Anpassung an unterschiedliche Vertriebskanäle als weiterer Ausdruck unternehmerischer Handlungsfähigkeit betrachtet.

Unternehmerische Handlungsfähigkeit bedeutet auch, sich finanziellen Herausforderungen aktiv zu stellen, etwa durch Anpassung des eigenen Geschäftsmodells oder durch strategische Entscheidungen zur Sicherung der Liquidität. Eine türkischstämmige Unternehmerin berichtet:

„Manchmal, am Anfang war ich noch so naiv und hab ein bisschen gewartet und das kannst du dir nicht leisten. Später habe ich gesagt: Nein, das muss in dem Moment, wo ich buche, muss das auch bezahlt werden, sonst habe ich kein Geld, es ging nur um die Liquidität.“

(ID: 01-N-01-012)

Wie die Interviews zeigen, manifestiert sich die unternehmerische Handlungsfähigkeit aber auch darin, dass durch zielgerichtete Entscheidungen und Anpassungsfähigkeit die Entwicklung eines Stadtteils vorangetrieben und dabei auf die sich wandelnden Bedürfnisse der Community eingegangen wird. Die folgenden zwei kurzen Fallbeispiele veranschaulichen dies.

Fallbeispiel I. Das Wechselspiel von migrantischem Unternehmertum und Quartiersentwicklung am Beispiel von Duisburg-Marxloh

Zum Hintergrund

Der Duisburger Stadtteil Marxloh ist bekannt für seine diverse Bevölkerung und seine hohe Konzentration an migrantischen Unternehmen, insbesondere im Handel mit Brautmoden. In den letzten Jahren hat der Stadtteil nicht nur eine wirtschaftliche Transformation durch das migrantische Unternehmer:innentum erfahren, sondern steht auch im Spannungsfeld zwischen negativer Außenwahrnehmung und realen ökonomischen Dynamiken vor Ort.

Brautmoden als Wirtschaftsmotor

Ein besonders bemerkenswerter Aspekt der lokalen Ökonomie in Marxloh ist die hohe Konzentration von Brautmodengeschäften, die überwiegend von Migrant:innen geführt werden. Diese Unternehmen üben eine überregionale Anziehungskraft aus, indem sie Kund:innen aus verschiedenen europäischen Ländern, darunter Belgien, Frankreich und die Niederlande, anziehen. Insbesondere an Samstagen wandelt sich das Stadtbild Marxlohs, da sich die Straßen mit internationalen Besucher:innen füllen. Händler berichten, dass der lokale Handel durch die Fähigkeit, spezialisierte und anderorts schwer erhältliche Produkte anzubieten, eine internationale Dimension erreicht hat, die zu einer erheblichen Umsatzsteigerung führt.

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor dieser Geschäfte liegt im Vertrauen innerhalb der migrantischen Community. Im Gegensatz zu konventionellen Finanzierungsmodellen wie Bankdarlehen, nutzen die Unternehmer:innen häufig soziale Netzwerke von Familie und Freunden zur Kapitalbeschaffung. Diese Form der Finanzierung ermöglicht ein schnelles und flexibles Reagieren auf

finanzielle Herausforderungen und erleichtert Geschäftsentscheidungen innerhalb eines kulturellen Rahmens, der von Vertrauen und gegenseitiger Unterstützung geprägt ist. Ein Geschäftsinhaber (ID: 02-K-01-010) beschreibt diesen Prozess eindrucksvoll: „Innerhalb der Freunde und Verwandten borge ich mir hier 10 Euro, da 10 Euro, und dann baue ich das auf, was eigentlich bei den Deutschen nicht so gebräuchlich ist.“

Dieses Vertrauensnetzwerk erstreckt sich auch auf die Handelsbeziehungen mit Produzenten. Unternehmer:innen in Marxloh importieren Brautkleider häufig aus der Türkei, wo eine flexible Zahlungs- und Lieferkultur herrscht. Händler kaufen große Mengen von Brautkleidern, ohne den gesamten Betrag im Voraus zahlen zu müssen. Dies ermöglicht es den Unternehmer:innen, ihre Läden mit einer großen Auswahl an Waren zu bestücken, während sie nur einen Teil des Kaufpreises sofort entrichten müssen. Der Restbetrag wird nach dem Verkauf beglichen. Dies zeigt, dass das Geschäftsmodell nicht nur auf Vertrauen innerhalb der migrantischen Community in Marxloh basiert, sondern auch auf der Ebene der Wertschöpfungskette.

Quartiersentwicklung

Obwohl Marxloh durch das lebendige migrantische Unternehmer:innentum eine wirtschaftliche Belebung erfährt, wurde das Bild des Stadtteils lange durch eine negativen Außendarstellung geprägt, indem in der Vergangenheit bewusst eine problemorientierte Darstellung des Stadtteils erfolgte, um Zugang zu Fördermitteln zu erhalten. Diese Strategie führte dazu, dass Marxloh in der öffentlichen Wahrnehmung als problembehaftet und vernachlässigt erachtet wurde, ungeachtet der wirtschaftlichen Dynamik, die durch die Aktivitäten migrantischer Unternehmer:innen entsteht. Die Diskrepanz zwischen der tatsächlichen ökonomischen Vitalität vor Ort und medialer Berichterstattung hat das Image des Stadtteils nachhaltig beeinträchtigt.

Wechselwirkungen zwischen unternehmerischer Handlungsfähigkeit und Quartiersentwicklung

Trotz der bestehenden Herausforderungen gelingt es den migrantischen Unternehmer:innen in Marxloh, ihre Unternehmen erfolgreich zu führen und einen wesentlichen Beitrag zur lokalen Wirtschaft zu leisten. Diese Erfolgsgeschichten entfalten sich jedoch in einem komplexen Geflecht struktureller Rahmenbedingungen, die sowohl Chancen als auch Hemmnisse darstellen. Während die Unternehmer:innen flexibel agierende und auf vertrauensvolle Netzwerke für ihre Unternehmensentwicklung zurückgreifen, sind sie zugleich auf die bestehende Infrastruktur des Stadtteils angewiesen. Dabei wirken sich negative Darstellungen und eine „unzureichende“ kommunale Unterstützung als potenzielle Hemmnisse aus. Diesbezüglich vollzieht sich in jüngerer Zeit durch die Zusammenarbeit und das Engagement der Unternehmer:innen vor Ort sowie mit der DBI ein Wandel, den es weiter zu versteigen gilt. Exemplarisch hierfür steht der Werbering Marxloh, in dem sich Unternehmer:innen unter der Mission „Gemeinsame Interessen bündeln, miteinander Aktionen planen und umsetzen“ für die Verbesserung des Images von Marxloh engagieren und sich Themen wie Sauberkeit, Sicherheit, gastronomische Angebote und verkaufsoffene Sonntage widmen.

Fallbeispiel II. Gesellschaftliches Engagement in Duisburg-Duisern

Zum Hintergrund

Zugehörig zum Stadtbezirk Mitte ist Duisern einer der ältesten Stadtteile Duisburgs und mit dem botanischen Garten, dem Kaiserberg und der Gastronomie bekannt für seine hohe Wohn- und Lebensqualität.

Engagement jenseits der Geschäftstätigkeit

Unter diesen insgesamt guten Rahmenbedingungen zeigt sich, wie eine migrantische Unternehmerin die als Kind zugewandert ist, durch ihr Reisebüro nicht nur einen wirtschaftlichen Beitrag leistet, sondern eine tragende Rolle im sozialen Gefüge des Stadtteils spielt. Die Unternehmerin ist nicht nur in ihrem eigenen Geschäft tätig, sondern auch Mitglied des örtlichen Bürgervereins, der sich für das Wohl des Stadtteils engagiert. Der Verein, der bereits seit 125 Jahren besteht, organisiert regelmäßig Aktivitäten wie Sommerfeste und bietet den Bewohner:innen des Stadtteils Möglichkeiten der Begegnung und des Austauschs. Die enge Verbundenheit der Unternehmerin mit dem Stadtteil und dem Verein sowie ihr Zugehörigkeitsgefühl ist exemplarisch für ihre Integration und ihr soziales Engagement.

So geht ihre unternehmerische Tätigkeit weit über das bloße Anbieten von Reisedienstleistungen hinaus. Im Alltag übernimmt sie oft zusätzliche soziale Aufgaben für ihre Kund:innen. Sie hilft beispielsweise älteren Menschen, indem sie deren Medikamente sortiert oder sie bei täglichen Besorgungen unterstützt. Besonders während der Corona-Pandemie, als viele übliche soziale Interaktionen stark eingeschränkt waren, spielte sie eine wichtige Rolle, indem sie diese Lücke füllte und den Kontakt zu ihren Kund:innen aufrechterhielt. Ihre Arbeit steht damit nicht nur für ökonomischen Erfolg, sondern auch für gelebte Gemeinschaft im Viertel.

Ein zentrales Element ihrer unternehmerischen Philosophie ist die persönliche Beziehung zu ihren Kund:innen. Anstatt auf rein geschäftlichen Gewinn fokussiert zu sein, legt sie großen Wert auf die zwischenmenschlichen Beziehungen. Für sie steht im Vordergrund, ihren Kund:innen eine individuelle und umfassende Betreuung zu bieten, von der sorgfältigen Planung der Reise bis hin zur Begleitung während der Reise über digitale Kanäle. Diese persönliche Bindung trägt maßgeblich zu ihrem Erfolg bei und führt dazu, dass viele Kund:innen, auch über das Viertel hinaus, ihre Dienstleistungen schätzen. So erzählt sie: *„Ich habe eine Kundin, die kommt mit einer Tüte und ich stelle für 3 Wochen ihre Medikamente zusammen. [...] Und Menschen kommen, erzählen dir ihre Sorgen und nebenbei buchen wir noch eine Reise.“* Sie agiert somit nicht nur als wirtschaftliche Akteurin, sondern fungiert daneben als wichtiger sozialer Knotenpunkt im Quartier.

Dieses Fallbeispiel illustriert, wie migrantisches Unternehmer:innentum nicht nur einen ökonomischen Beitrag leistet, sondern durch sein soziales Engagement auch zum Zusammenleben, zur Vitalität und zur sozialen Integration eines Stadtteils beitragen kann.

7 Resümee

Die Stadt Duisburg ist ein gutes Beispiel für die Bedeutung von Diversität und kultureller Pluralität in städtischen Wirtschaftsräumen. Migrantische Unternehmer:innen tragen entscheidend zur wirtschaftlichen Dynamik des Standortes bei, indem sie durch ihre vielfältigen kulturellen Perspektiven Innovationspotenziale freisetzen. Die quantitativen Daten zur Selbstständigkeit in Duisburg zeigen, dass ein beträchtlicher Anteil der unternehmerischen Tätigkeit von Ausländer:innen getragen wird, wobei insbesondere Menschen aus der Türkei, Polen, Bulgarien, Rumänien und verstärkt Syrien bzw. der Ukraine hervorstechen.

Branchenfokus

Die Analyse zur Wirtschaftsstruktur Duisburgs verdeutlicht, dass bestimmte Wirtschaftszweige bevorzugt von migrantischen Unternehmer:innen besetzt werden. Besonders das Baugewerbe, der Handel und die Erbringung sonstiger Dienstleistungen stehen hierbei im Vordergrund. Diese Wirtschaftszweige zeichnen sich durch vergleichsweise niedrigere Zugangsbeschränkungen aus und profitieren von bereits bestehenden kulturellen Netzwerken, die den Eintritt für neue Gründer:innen erleichtern.

Die geschlechterspezifische Branchenausrichtung deutet darauf hin, dass Unternehmer mit ausländischer Staatsangehörigkeit vor allem in den Sektoren Baugewerbe, Handel sowie Verkehr und Lagerei tätig sind. Diese Branchen bieten nicht nur Potenziale zur Kapitalbildung, sondern auch zur Entwicklung stabiler Geschäftsbeziehungen. Darüber hinaus engagieren sich Männer vermehrt in wissensintensiven Bereichen wie IT-Dienstleistungen, Architektur und Ingenieurbüros. Auch spezialisierte Dienstleistungen wie Steuerberatung und Wirtschaftsprüfung verzeichnen eine zunehmende Beteiligung von migrantischen Männern. Diese Branchen profitieren von den technischen und kulturellen Kompetenzen, die diese Unternehmer in die städtische Wirtschaft einbringen, und reflektieren eine sich stetig weiterentwickelnde Diversifizierung.

Parallel dazu weisen die Ergebnisse der Studie darauf hin, dass migrantische Unternehmerinnen, insbesondere aus der türkischen, bulgarischen und ukrainischen Community, eine hohe Präsenz im Handel und im Dienstleistungssektor aufweisen. Ihre unternehmerischen Aktivitäten illustrieren das Potenzial, das in der spezifischen Perspektive migrantischer Frauen liegt. Ihr Beitrag zur Stärkung der sozioökonomischen Strukturen von Duisburg ist von hoher Bedeutung für die Entwicklung des Wirtschaftsstandortes. Es ist jedoch festzustellen, dass die Gründungsaktivitäten von Frauen in Duisburg im Vergleich zum Bundes- und Landesdurchschnitt unterdurchschnittlich sind. Dies lässt auf ein enormes Zukunftspotenzial schließen, das es durch gezielte politische und wirtschaftliche Maßnahmen zu heben gilt, um die wirtschaftliche Dynamik in Duisburg weiter voranzutreiben und die Beteiligung von Frauen in der Gründungslandschaft zu steigern.

Trotz der positiven Beiträge sind migrantische Unternehmer:innen mit zahlreichen Hindernissen konfrontiert. Finanzielle Engpässe, gepaart mit einer komplexen bürokratischen Landschaft, behindern den unternehmerischen Fortschritt erheblich. Diese administrativen Herausforderungen werden durch gesellschaftliche Barrieren verstärkt, die oft in Form von latentem Rassismus und systematischer Diskriminierung auftreten. Besonders dringlich erscheint der Bedarf nach verstärkter kultureller Sensibilisierung auf Ebene der unterstützenden Akteure und der Unternehmer:innen und sprachlicher Unterstützung, um den Zugang zu wichtigen Ressourcen und Netzwerken zu erleichtern, die für das unternehmerische Wachstum sowie die Nachhaltigkeit von Unternehmen unabdingbar sind.

Die qualitative Analyse zeigt u. a., dass viele migrantische Unternehmer:innen eine starke emotionale Verbindung zur Stadt Duisburg sowie ein ausgeprägtes Zugehörigkeitsgefühl entwickeln, das weit über rein geschäftliche Interessen hinausgeht. Diese Unternehmer:innen identifizieren sich oft sowohl mit ihrem Migrationshintergrund als auch mit der Stadt Duisburg, die sie als integralen Bestandteil ihrer Identität ansehen. Diese multiplen Identitäten ermöglichen es ihnen, eine Brücke zwischen unterschiedlichen Kulturen zu schlagen, was sich positiv auf ihre Geschäftsstrategien und die Einbindung in lokale Netzwerke auswirkt. Angesichts der Tatsache, dass fast die Hälfte der Bürger:innen Duisburgs einen Migrationshintergrund besitzt, gestaltet sich das städtische Klima überwiegend als aufgeschlossen und inklusiv. Dieses Umfeld bietet migrantischen Unternehmer:innen eine dynamische Plattform, um ihre wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Beiträge zu maximieren. Allerdings bestehen weiterhin soziale und wirtschaftliche Integrationsbarrieren, die eine vollständige Einbindung in die städtische Struktur und das lokale Ökosystem behindern.

Zusammenfassend verdeutlichen die Ergebnisse dieser Studie das immense wirtschaftliche Potenzial migrantischer Unternehmer:innen, insbesondere der Frauen. Durch gezielte politische und wirtschaftliche Initiativen kann dieses Potenzial weiter erschlossen werden. Solche Maßnahmen sind entscheidend, um ein inklusives und dynamisches Wirtschaftsumfeld zu fördern, das die Stärken und einzigartigen Fähigkeiten der vielfältigen Unternehmer:innenschaft umfassend nutzt. Ziel sollte es künftig sein, nicht nur bestehende Hemmnisse zu überwinden, sondern gerade durch die Förderung der Migrant:innenökonomie in Duisburg eine nachhaltige wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung in einem sich kontinuierlich wandelnden globalen Kontext zu gewährleisten.

8 Handlungsempfehlungen

Auf Grundlage der Ergebnisse der quantitativen und qualitativen Analyse der Migrant:innenökonomie in Duisburg werden im Folgenden Handlungsempfehlungen vorgestellt, die darauf abzielen, das vorhandene Potenzial der migrantischen Unternehmer:innen weiter zu erschließen und zu fördern, um sie als wichtige Akteure der Duisburger Wirtschaft und des lokalen Ökosystems zu stärken.

8.1 Sensibilisierung für die Vielfalt migrantischer Unternehmen

Die Migrant:innenökonomie in Duisburg ist geprägt von einer bemerkenswerten Diversität und kulturellen Pluralität innerhalb der migrantischen Unternehmenslandschaft. Differenzierte kulturelle Hintergründe und Geschäftspraktiken, variierende Entwicklungsstadien und sektorale Präferenzen – von Baugewerbe und Handel bis hin zu wissensintensiven Wirtschaftszweigen und der Erbringung sonstiger Dienstleistungen – illustrieren die Komplexität und Vielschichtigkeit dieser ökonomischen Akteur:innen. Diese Faktoren interagieren und beeinflussen sowohl die Wirtschaftsstruktur der Stadt als auch die Integrationsprozesse von Migrant:innen in das lokale Wirtschaftsgeschehen.

Sensibilisierung:

Variierende Bedarfe erkennen und verstehen bilden die Grundlage

Die Schaffung eines Bewusstseins für diese Vielfalt und den damit einhergehenden variierenden Bedarfen ist daher unabdingbar für passgenaue Förder- und Unterstützungsangebote für migrantische Unternehmer:innen. Die spezifischen Bedürfnisse zu erkennen und zu verstehen, bildet die Grundlage dafür, dass alle weiteren Maßnahmen zielgerichtet, effektiv und effizient gestaltet werden können. Angesichts der komplexen Dynamiken des Migrations- und Wirtschaftsgeschehens ist es essenziell, migrantisches Unternehmer:innentum differenziert zu betrachten. Dabei spielen das Herkunftsland, das Geschlecht, die Branche und das unternehmerische Entwicklungsstadium eine zentrale Rolle. Die kulturellen und wirtschaftlichen Hintergründe variieren erheblich je nach Herkunftsland, und dies bedingt unterschiedliche unternehmerische Ethiken und Netzwerke. Geschlechtsspezifische Unterschiede erfordern spezielle Förderprogramme, um Ungleichheiten zu adressieren und das Potenzial von Unternehmer:innen voll auszuschöpfen. Zudem bestimmt die Branche oftmals die spezifischen Herausforderungen und Zugangsbarrieren, denen Unternehmer:innen begegnen. Abhängig vom Entwicklungsstadium benötigen Unternehmen unterschiedliche Unterstützung, sei es in Form von Kapital und Netzwerken in der Gründungsphase oder Innovationsförderung und Markterweiterungsstrategien für etablierte Unternehmen.

Die Förderung interkultureller Kompetenz bei Beratungsstellen, Hubs, der Stadtverwaltung sowie migrantischen Gründer:innen und Unternehmer:innen ist eine zentrale Maßnahme zur Sensibilisierung und gegenseitigen Verständigung. Zielgruppenspezifische Qualifizierungsangebote spielen hierbei eine wesentliche Rolle. Für Beratungsstellen, Hubs und die kommunale Verwaltung bieten interaktive Schulungen, Online-Module und die Analyse von Erfahrungsberichten und Fallstudien praxisorientierte Lernmöglichkeiten, um interkulturelle Kommunikationsfähigkeiten zu entwickeln und zu verfeinern. Auf der Seite der migrantischen Gründer:innen und Unternehmer:innen erscheinen Mentoring-Programme (–» Abschnitt 8.5), Peer-Learning-Gruppen und interkulturelle Workshops als sinnvolle Instrumente, um ein tieferes Verständnis für die wechselseitigen kulturellen Erwartungen zu schaffen.

Die Umsetzung dieser Qualifizierungsmaßnahmen erfordert eine enge Zusammenarbeit mit Bildungsinstituten und die Initiierung von Pilotprojekten, um deren Effektivität zu evaluieren und kontinuierlich zu optimieren. Diesbezüglich relevante Akteure sind neben spezialisierten Bildungseinrichtungen u. a. die DBI, das Kompetenzzentrum Frau und Beruf Niederrhein, die Stadtverwaltung, die IHK und HWK, die Universität Duisburg-Essen, lokale Migrationsorganisationen und -vereine (z. B. TIAD e. V.) sowie der Integrationsrat der Stadt Duisburg.

8.2 Wertschätzung migrantischen Unternehmer:innentums

Wie die Ergebnisse dieser Studie zeigen, existieren auch heute noch Ressentiments gegenüber migrantischen Unternehmen, die sich u. a. in struktureller Diskriminierung manifestieren. Die Schaffung einer positiven öffentlichen Wahrnehmung migrantischer Unternehmer:innen ist daher von zentraler Bedeutung, um bestehende Vorurteile gegenüber dieser Gruppe abzubauen und deren integratives Potenzial im wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Kontext zu fördern. Die Erfolgsbeispiele migrantischer Unternehmen in Duisburg bieten hierfür eine gute Plattform, um die Vielfalt und den Beitrag dieser Unternehmer:innen für die lokale Wirtschaft sichtbar zu machen. Diese Erfolgsgeschichten belegen nicht nur die unternehmerischen Leistungen, sondern tragen auch zur interkulturellen Verständigung bei und stärken den sozialen Zusammenhalt.

Um Vorurteile abzubauen und eine positive öffentliche Wahrnehmung zu etablieren, ist es essenziell, die Erfolge migrantischer Unternehmer:innen gezielt hervorzuheben. Medienkampagnen, die solche Erfolge in den Vordergrund stellen, können bedeutend zur gesellschaftlichen Anerkennung beitragen. Die Nutzung von „Story Telling“-Ansätzen, in denen persönliche und unternehmerische Geschichten erzählt werden, ermöglicht eine emotionale Verbindung mit der breiten Öffentlichkeit und fördert das Verständnis für die vielfältigen Herausforderungen und Leistungen migrantischer Unternehmer:innen.

Maßnahme I.

Interkulturelle Kompetenzen für die Zusammenarbeit entwickeln und verstetigen

Relevante Akteure:

Wer ist einzubeziehen?

Maßnahme II.

Erfolge erkennen, würdigen & kommunizieren

Zusätzlich können interaktive Veranstaltungen, wie beispielsweise Business-Talks und Branchenforen, als Plattformen dienen, um den Dialog zwischen unterschiedlichen Akteur:innen des lokalen Ökosystems zu fördern. Diese Veranstaltungen bieten die Möglichkeit, direkte Kontakte zwischen Unternehmen, Institutionen und der lokalen Bevölkerung zu knüpfen, und schaffen Gelegenheiten für den interkulturellen Austausch und die Netzwerkbildung.

.....
Relevante Akteure:
Wer ist einzubeziehen?

Für die effektive Umsetzung dieser Maßnahmen ist die Einbindung verschiedener Akteure entscheidend. Die DBI fungiert als zentrale Anlaufstelle für wirtschaftliche Belange, während lokale Medien und Social-Media-Plattformen die Reichweite von Kampagnen und Erfolgsgeschichten erhöhen. Bildungs- und Forschungsinstitute sowie kulturelle Organisationen sollten als Partner für die Entwicklung und Durchführung von Events beteiligt werden. Zudem können der Integrationsrat der Stadt Duisburg und lokale Migrantenvereine, wie TIAD e. V. und andere, bei der Identifikation von Erfolgsbeispielen unterstützen.

8.3 „Entrepreneurial Agency“ als Instrument der Quartiersentwicklung

Wie die qualitative Analyse und die beiden Fallbeispiele verdeutlichen (–» Abschnitt 6.5.3), nehmen migrantische Unternehmer:innen nicht nur eine bedeutende wirtschaftliche Rolle ein, sondern tragen auch erheblich zur sozialen und kulturellen Entwicklung der Stadtteile bei. Dieser gesellschaftliche Beitrag basiert maßgeblich auf ihrer tiefen Verbundenheit mit dem Standort Duisburg und dem damit einhergehenden Engagement in den Stadtteilen.

.....
Maßnahme III.
Anerkennung & Auszeichnung gesellschaftlichen Engagements

Die Initiierung eines gezielten Anerkennungsprogramms könnte nicht nur die vielfältigen Beiträge dieser Unternehmer:innen sichtbar machen und angemessen würdigen, sondern auch das damit verbundene gesellschaftliche Potenzial als Instrument der strategischen Quartiersentwicklung weiter ausschöpfen. Eine Möglichkeit bestünde in der jährlichen Vergabe von Preisen oder Auszeichnungen an (migrantische) Unternehmen, die sich in besonderem Maße gesellschaftlich in den Stadtteilen engagieren. Diese Ehrungen könnten im Rahmen einer öffentlichen Veranstaltung stattfinden und durch Presseberichte sowie Social-Media-Kampagnen begleitet werden, um die Verdienste dieser Unternehmer:innen in das Bewusstsein der breiten Stadtgesellschaft zu tragen.

Indem alle Unternehmen, unabhängig von ihrem Migrationshintergrund, in das Programm einbezogen werden, bietet die Maßnahme zudem ein erhebliches Vernetzungspotenzial. So könnte die Maßnahme durch Austauschformate ergänzt werden, die einen intensiven Erfahrungsaustausch zwischen den Unternehmen fördern und neue Impulse für gesellschaftliches Engagement geben. Dies würde nicht nur die Wertschätzung der gesellschaftlichen Beiträge verstärken, sondern auch die Motivation der Unternehmer:innen erhöhen, sich aktiv am Leben der Stadtteile zu beteiligen.

Dem HUB Citymanagement & Quartiersentwicklung der DBI kommt bei der Konzeption und Implementierung eines derartigen Anerkennungsprogramms eine zentrale Bedeutung zu. Die Citymanager:innen besitzen tiefgehendes Wissen über die spezifischen Gegebenheiten und Strukturen der betreuten Stadtteile sowie über die dort ansässigen Unternehmen. Diese umfassenden Kenntnisse sind für das Design eines effektiven Anerkennungsprogramms unerlässlich. Für eine ganzheitliche Realisierung der Maßnahme ist es darüber hinaus sinnvoll, die Stabsstelle für Strategische Stadtentwicklung, die Stadtteilbüros sowie Vereine und Initiativen wie die Werberinge und Bürgervereine in den Stadtteilen einzubeziehen. Die Zusammenarbeit mit diesen Akteuren ermöglicht eine umfassende Integration der Maßnahme in die lokalen Strukturen und erhöht deren Wirkung. Zusätzlich könnte sich die Einbindung lokaler Stiftungen, beispielsweise der Haniel Stiftung, der Stiftung Mercator oder der Welker Stiftung, als erfolgversprechend erweisen. Diese Stiftungen könnten nicht nur finanzielle Unterstützung für die Durchführung der Maßnahme bereitstellen, sondern auch dazu beitragen, deren Sichtbarkeit und Reichweite zu steigern.

.....
Relevante Akteure:
Citymanager:innen als
Knoten im Netz

8.4 Ausweitung der Beratung

Die DBI und die City-Manager:innen leisten bereits wertvolle Arbeit bei der Beratung von Unternehmer:innen, einschließlich derer mit Migrationshintergrund. Der Schwerpunkt der Beratung durch die City-Manager:innen liegt auf den Themen „Leerstand“ und „Stadtteilallokation“, die darauf abstellen, leerstehende Immobilien für unternehmerische Zwecke nutzbar zu machen und die wirtschaftliche Vitalität der Stadtteile zu fördern. Mit dem „Unternehmensservice“ wird eine Bandbreite von Dienstleistungen zur Unterstützung der Unternehmensentwicklung angeboten (u. a. Förderberatung, Vernetzung) und fungiert darüber hinaus als „Clearingstelle“ für Anfragen von Unternehmer:innen, Gründungsinteressierten und Investor:innen.

Um die Unterstützung für migrantische Gründer:innen und Unternehmer:innen mit ihren unterschiedlichen Bedarfen weiter zu optimieren, erscheint es sinnvoll, die bereits vorhandenen Services einer kritischen Reflexion zu unterziehen und deren Bekanntheit unter, sowie Passgenauigkeit und Zugänglichkeit für die verschiedenen Zielgruppen zu überprüfen. Daneben weisen die Ergebnisse auf wichtige Themenfelder hin, die es gilt zur Hebung des Potenzials der migrantischen Ökonomie künftig in Erwägung zu ziehen:

Angesichts der wachsenden Bedeutung von Gewerbetreibenden mit ausländischer Staatsangehörigkeit in Duisburg und der gleichzeitigen Zunahme von Schließungen dieser Unternehmen, erscheint es sinnvoll, das bestehende Serviceangebot der DBI durch ein gezieltes Begleitprogramm entlang der „Entrepreneurial Journey“ migrantischer Unternehmer:innen zu erweitern. Die Etablierung eines „Entrepreneurial Support Continuum“ (ESC) Ansatzes könnte einen ganzheitlichen Ansatz bieten, der die unterschiedlichen Phasen des unternehmerischen Lebenszyklus adressiert und bestehende Dienstleistungen der DBI sinnvoll ergänzt.

.....
Maßnahme IV.
Beratung entlang der
„Entrepreneurial Journey“

Eine solche Maßnahme könnte der in Abschnitt 8.1 dargelegten Diversität der migrantischen Ökonomie in Duisburg insofern Rechnung tragen, als das der Ansatz als ein umfassendes Unterstützungsmodell die gesamte unternehmerische Reise – von der Ideenfindung bis hin zur Unternehmensnachfolge oder -auflösung – abdeckt und darauf ausgerichtet ist, Unternehmer:innen in jeder Phase ihres Geschäftslebenszyklus mit spezifischen Dienstleistungen und Ressourcen zu versorgen, die auf ihre jeweiligen, individuellen Bedürfnisse zugeschnitten sind. Dazu gehören insbesondere in der frühen Entwicklungsphase die Erleichterung des Zugangs zu Coaching und Mentoring sowie eine bedarfsgerechte Unterstützung bei der Finanzierung. Darüber hinaus spielen der Zugang zu Ressourcen, der Aufbau von Netzwerken sowie Beratungsangebote zu Skalierung, Krisenmanagement und Restrukturierung eine besonders wichtige Rolle. Die Bereitstellung relevanter Materialien zu Gründung, Geschäftsentwicklung, Finanzierung und rechtlichen Rahmenbedingungen in mehreren Sprachen bildet dabei einen zentralen Baustein, um die Barrierefreiheit zu erhöhen.

In diesem Kontext erscheint es sinnvoll, den Fokus verstärkt auf neuzugewanderte Personen aus Syrien und der Ukraine sowie auf migrantische Frauen zu richten, die sich zunehmend in der Gründungslandschaft Duisburgs etablieren, jedoch zugleich mit aufenthaltsrechtlichen Hürden und Herausforderungen bezüglich der Anerkennung ihres Berufs-/Studienabschlusses konfrontiert sind. Diese antizipierende und phasenspezifische Unterstützung birgt das Potenzial, die unternehmerischen Chancen dieser Gruppen erheblich zu erweitern, Schließungen zu reduzieren und nachhaltiges Wachstum zu fördern.

Relevante Akteure

Wer sollte beteiligt werden?

Relevante Akteure für die Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen sind u. a. die DBI, das Kompetenzzentrum Frau und Beruf Niederrhein der Stadt Duisburg und die Universität Duisburg-Essen (z. B. mit dem Programm GUIDE Women), das Jobcenter Duisburg und weitere beratende Intermediäre des lokalen Ökosystems.

8.5 Mentoring & „Role Models“

Wie in Abschnitt 5.1 dargelegt, verfügt rund jede fünfte Gründerin an allen Gründerinnen über eine ausländische Staatsangehörigkeit, was insbesondere vor dem Hintergrund des positiven Trends enorme Wachstumspotenziale birgt. Ähnlich gestaltet sich die Situation in den wissensintensiven Wirtschaftszweigen. Die damit einhergehenden Chancen für den Wirtschaftsstandort Duisburg legen den Schluss nahe zur Hebung des Potenzials der Migrant:innenökonomie spezifische Zielgruppen in den Blick zu nehmen.

Maßnahme V.

Vernetzte Mentoring-Programme
für migrantische Gründerinnen

Die Maßnahme „Vernetztes Mentoring“ strebt die Stärkung der Gründungstätigkeit unter Frauen mit Migrationshintergrund durch die Nutzung und Erweiterung bestehender Netzwerke und Programme an. Das bereits etablierte „Mentoring Female Start-ups-Programm“ des Kompetenzzentrums Frau und Beruf Niederrhein könnte als Grundlage dienen, um Mento-

ring-Partnerschaften zu etablieren, die sowohl auf branchenspezifische Bedürfnisse als auch auf kulturelle Besonderheiten eingehen. Eine engere Zusammenarbeit mit Programmen wie GUIDE Women der Universität Duisburg-Essen oder der Impact Factory der Anthropia gGmbH ermöglicht es, zusätzliche Ressourcen und Expertise zu mobilisieren. Diese Synergien können genutzt werden, um spezialisierte Workshops und Netzwerkveranstaltungen zu organisieren, die gezielt spezifische Bedarfe adressieren.

Diese integrative Strategie fördert nicht nur den Wissensaustausch und die Unterstützung durch erfahrene Mentor:innen, sondern erweitert auch die Sichtbarkeit und Reichweite der Initiativen. Dies trägt dazu bei, den Erfolg von Unternehmensgründungen zu erhöhen. Darüber hinaus stärkt diese Maßnahme das Selbstbewusstsein und die Selbstwahrnehmung migrantischer Unternehmerinnen nachhaltig. Die eingesetzten Mentor:innen fungieren dabei als Brückenbauer, die das Vertrauen in die unternehmerischen Potenziale dieser Frauen stärken und damit entscheidend zur wirtschaftlichen Integration und Innovation beitragen.

Die Schaffung eines Netzwerks von „Role Models“ soll dazu dienen, die Sichtbarkeit und Wahrnehmung erfolgreicher migrantischer Unternehmer:innen in u. a. wissensintensiven Sektoren zu erhöhen. Durch die Identifizierung und Sichtbarmachung erfolgreicher migrantischer Unternehmer:innen, die bereits als Innovator:innen in ihren jeweiligen Fachgebieten tätig sind, kann eine inspirierende und unterstützende Umgebung für aufstrebende Unternehmer:innen geschaffen werden. Diese „Role Models“ könnten in regelmäßigen Veranstaltungen und öffentlichen Foren präsentiert werden, um als Vorbilder, Botschafterinnen und Inspirationsquelle zu dienen. Ein solches Netzwerk würde nicht nur zur Verbesserung der öffentlichen Wahrnehmung beitragen, sondern auch die Bereitschaft fördern, in wissensintensive Geschäftsfelder einzusteigen, die bisher unterrepräsentiert sind. Es fördert den Ausbau eines diversen Unternehmernetzwerks und trägt zur nachhaltigen Entwicklung des Wirtschaftsstandorts Duisburg bei.

Für die Realisierung der Maßnahmen bedarf es der strategischen Zusammenarbeit zwischen u. a. dem Kompetenzzentrum Frau und Beruf Niederrhein, der Universität Duisburg-Essen, der Anthropia gGmbH, der DBI, Unternehmer:innennetzwerken sowie migrantische Unternehmer:innen, die als Mentor:innen fungieren, der IHK Niederrhein und der Kreishandwerkerschaft Duisburg.

Maßnahme VI.

Netzwerk „Role Models“

Relevante Akteure

Wer sollte eingebunden werden?

8.6 Gemeinsam Zukunft gestalten

Wie die Ergebnisse dieser Studie zeigen, erfreuen sich wissensintensive Wirtschaftszweige einer zunehmenden Attraktivität unter den migrantischen Gründer:innen und Unternehmer:innen. Um diese positive Entwicklung stärker voranzutreiben, erscheint es sinnvoll, den Wissens- und Technologietransfer verstärkt in den Blick zu nehmen. Als Wissenschaftsstandort bietet

Duisburg hierfür gute Voraussetzungen und schon heute finden sich vielfältige Kooperationen und Partnerschaften zwischen Forschung und Unternehmen.

Ziel der vorgeschlagenen Maßnahme ist die intensive Förderung von Forschung und Innovation innerhalb migrantischer Unternehmen durch gezielte Partnerschaften mit wissenschaftlichen Einrichtungen. Dazu sollen spezifische Aktivitäten/Programme entwickelt werden, die gleichermaßen die Bedürfnisse der migrantischen Unternehmer:innen und deren Innovationskraft berücksichtigen.

Maßnahme VII.

Innovationspartnerschaften aus-
bauen & verstetigen

Der Ausbau und die langfristige Sicherstellung strategischer Kooperations- und Transferpartnerschaften mit Hochschulen, Transferzentren und wissenschaftlichen Einrichtungen in Duisburg stellen vielversprechende Maßnahmen dar, um eine Brücke zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und migrantischen Unternehmer:innen zu schlagen. Diese interdisziplinären Allianzen sollten darauf abzielen, Synergien gezielt zu nutzen und innovative Lösungen zu entwickeln, die die spezifischen Herausforderungen und Potenziale migrantischer Unternehmen adressieren. Durch die Zusammenführung akademischer Expertise, praktischer Geschäftserfahrung und technologischer Innovation können maßgeschneiderte Strategien entwickelt werden, die zur Stärkung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit und zur Förderung einer inklusiven Wirtschaftsentwicklung beitragen.

Flankiert werden könnte diese Maßnahme durch, Qualifizierungsmodule, die speziell auf die Identifikation von Innovations- und Marktpotenzialen sowie von Geschäftsmöglichkeiten und der Hebung der Innovationskompetenzen in migrantischen Unternehmen abzielen. Kooperationsprojekte werden in diesem Kontext als weiterer Hebel erachtet.

Maßnahme VIII.

Zukunft gemeinsam gestalten

Ergänzend wird die Entwicklung innovativer und niederschwelliger Formate vorgeschlagen, um den Zugang für migrantische Unternehmen zu erleichtern und eine breite Wirkung zu entfalten. Insbesondere die Implementierung regelmäßiger Innovationsworkshops und Netzwerktreffen kann den Austausch zwischen migrantischen Unternehmer:innen, Wissenschaftler:innen und Expert:innen erheblich fördern. Diese Veranstaltungen sollten nicht nur als Plattformen für den Wissens- und Technologietransfer dienen, sondern sich ebenso zur Initiierung von Kooperationen und zur Stärkung der gegenseitigen Vernetzung eignen. Durch die Einbindung interaktiver Formate wie thematisch fokussierter Hackathons, praxisorientierter Innovationssprints und hybrider Lerncafés können Barrieren abgebaut und die aktive Teilnahme einer vielfältigen Unternehmenslandschaft gefördert werden. Gute Anknüpfungspunkte hierfür bieten die vielfältigen Aktivitäten und Formate, die bereits heute bei der DBI Anwendung finden.

Relevante Akteure

Wissenschaft & Wirtschaft

Orchestriert durch die DBI erfordert die Umsetzung der Maßnahmen eine aktive Beteiligung der wissenschaftlichen Einrichtungen am Standort Duisburg wie der Universität Duisburg-Essen, der FOM – Hochschule für Ökonomie und

Management sowie der zehn Forschungsinstitute. Daneben sollten zur Mobilisierung migrantischer Unternehmer:innen unternehmensorientierte migrantische Vereine eingebunden werden.

8.7 Ein Blick in die Region: Ressourcen bündeln, Synergien nutzen

Als Ballungsraum zeichnet sich das Ruhrgebiet durch eine hohe Dichte an Innovationszentren, Inkubatoren, Acceleratoren, Hubs und weiteren Unterstützungsinfrastrukturen für Gründer:innen und Unternehmer:innen aus. Kooperationen und die strategische Zusammenarbeit über die Grenzen Duisburgs hinaus mit Akteuren in der Region sind nicht neu, sondern bereits etablierte Praxis.

Um die Potenziale dieser Ressourcen zur Stärkung der migrantischen Ökonomie in Duisburg gezielt zu nutzen, wird die Einrichtung eines regionalen Kooperationsnetzwerks vorgeschlagen. Dieses Netzwerk soll die vorhandenen Kapazitäten bündeln und die Expertise in der Region systematisch nutzbar machen. Ziel des Netzwerks sollte es sein, die strategische Zusammenarbeit zwischen bestehenden Hubs wie BRYCK in Essen oder dem Zentrum für ethnische Ökonomie (ZEÖ) in Dortmund, den regionalen Innovationszentren und weiteren Einrichtungen zu intensivieren. Durch koordinierte Initiativen und den gezielten Austausch von „Guter Praxis“ kann die Effektivität der Unterstützung für migrantische Unternehmer:innen erheblich gesteigert werden. Daneben könnte das Netzwerk als zentrale Plattform für den Zugang zu Ressourcen, Schulungsangeboten und Finanzierungsoptionen fungieren, um Synergien zwischen komplementären Angeboten zu nutzen. Denkbar wären ferner das Auflegen gemeinsamer Initiativen oder Förderprogramme.

Die gute Vernetzung der DBI in der Region bietet bereits gute Anknüpfungspunkte für die Initiierung eines regionalen Netzwerks „Migrant:innenökonomie“. Weitere relevante Akteure sind die in der Region etablierten Gründungszentren, Coworking-Spaces und Inkubatoren, die spezifische Programme für migrantische UnternehmerInnen anbieten (z. B. BRYCK, ZEÖ, KAUSA Landesstellen, Beratungsstelle Migrantenökonomie in Essen u. v. m.). Hier könnten auch thematische Schwerpunkte wie grüne Technologien, digitale Transformation oder soziale Unternehmen gesetzt werden, die migrantischen Unternehmer:innen neue Perspektiven bieten.

Maßnahme IX.

Vernetzung in die Region

Relevante Akteure:

Inkubatoren, Acceleratoren, Hubs

Referenzen

- Amt für Statistik, Stadtforschung und Wahlen (2023a). Bevölkerung nach Geschlecht und Staatsangehörigkeit in den Stadtbezirken und Stadtteilen am 30.09.2023. Essen: Stadt Essen
- Amt für Statistik, Stadtforschung und Wahlen (2023b). Ein Blick auf ... Stadtbezirke in Essen [Stadtbezirke I, III, IV, VI, VII] 2022. Essen: Stadt Essen.
- BMWK (2022). Die Start-up Strategie der Bundesregierung. Berlin: Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz.
- Bonin, H., Krause-Plattus, A., Rinne, U. (2022). Selbständige Erwerbstätigkeit in Deutschland. Expertise. (Forschungsbericht / Bundesministerium für Arbeit und Soziales, FB601). Berlin: Bundesministerium für Arbeit und Soziales; IZA Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit GmbH. <https://nbnresolving.org/urn:nbn:de:0168-ss0ar-79972-8>
- David, A. & Terstriep, J. (2022). Hello Europe, Ashoka 2022 Transforming the field of migration through collaborative framework - Recommendations towards a connected and resilient migrant workforce and entrepreneurship ecosystem in Europe.
- David, A., & Terstriep, J. (2024). Against all odds – migrant entrepreneurs in entrepreneurial ecosystems with constraints. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, ahead of print. <https://doi.org/10.1108/JEC-03-2024-0052JEC>
- David, A., Dienes, C., Garcia Schmidt, A., Kay, R., Rosenberger, T., Sajons, C., Sängler, R., Schäfer, S. & Terstriep, J. (2022): Unternehmerisches Handeln und staatliche Unterstützungsmaßnahmen in der COVID-19-Pandemie. ReCOVery Policy Brief, März 2022. Bertelsmann Stiftung.
- David, A., El Masri, T. & Terstriep, J. (2019). Migrantisches Unternehmertum als regionaler Wirtschaftsfaktor: das Hamburger Beispiel. In: A. David, M. Evans, I. Hamburg & J. Terstriep (Hrsg.), *Migration und Arbeit: Herausforderungen, Problemlagen und Gestaltungsinstrumente* (pp.129-152). Leverkusen: Verlag Barbara Budrich.
- David, A., et al. (2018). Selektivität und Mehrdeutigkeit in Arbeitskulturen – Ressourcen- und potenzialorientierte Gestaltung der Arbeitswelt für Flüchtlinge in den Branchen Altenpflege, IT-Wirtschaft und Bauhandwerk. SELMA Projekt Working Paper. Gelsenkirchen: Institut Arbeit und Technik.
- David, A., & Terstriep, J. (2024). Against all odds – migrant entrepreneurs in entrepreneurial ecosystems with constraints. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, ahead of print. <https://doi.org/10.1108/JEC-03-2024-0052JEC>
- David, A., Terstriep, J., & Giustolisi, A. (2019). Expertise: Migrantische Ökonomie(n). Bericht an die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration. Gelsenkirchen: Institut Arbeit und Technik der Westfälischen Hochschule Gelsenkirchen. <https://www.iat.eu/aktuell/veroeff/2020/davidterstriepgiustolisi01.pdf> (letzter Zugriff: 10.01.2024)

- David, A., Terstriep, J., Stoewe, K., Ruthemeier, A., Elo, M. & Schmidt, A. G. (2022): Migrantisches Unternehmer:innentum in Deutschland. Vorschlag einer Differenzierung. *Diskussionspapier der Bertelsmann Stiftung*. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung. <https://doi.org/10.11586/2022002>
- Destatis (2022). Bevölkerung und Erwerbstätigkeit. Bevölkerung mit Migrationshintergrund – Erstergebnisse des Mikrozensus 2021. Fachserie 1 Reihe 2.2. Wiesbaden: Statistisches Bundesamt.
- Destatis (2023a). Bevölkerung und Erwerbstätigkeit. Bevölkerung mit Migrationshintergrund – Ergebnisse des Mikrozensus 2021 – Endergebnisse. Fachserie 1 Reihe 2.2. Wiesbaden: Statistisches Bundesamt.
- Destatis (2023b). Mikrozensus – Bevölkerung mit Migrationshintergrund. Erstergebnisse 2022.
- Falcão, R., Cruz, E., Filho, M. C., & Elo, M. (2023). Researching hard-to-reach populations: lessons learned from dispersed migrant communities. *International Journal of Sociology and Social Policy*. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-06-2023-0134>
- Fritsch, M., Menter, M., & Wyrwich, M. (2024). Entrepreneurship: Theorie, Empirie, Politik. Springer Gabler. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-44742-7>
- GEM (2023). Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report. Adapting to a „New Normal“. London: Global Entrepreneurship Research Association.
- Gornya-Peffer, N. (2024). Migrantische Gründungen in Deutschland, 2010-2023. In Sternberg, R. et al. (Hg.), *Global Entrepreneurship Monitor: Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich. Länderbericht Deutschland 2022/23* (S. 34-36). <https://www.rkw-kompetenz-zentrum.de/fileadmin/media/Produkte/2024/GEM-Report/GEM2024A4quer190624V6ONLINE.pdf> (letzter Zugriff: 20.12.2024).
- Günterberg, B. (2011). Gründungen, Liquidationen, Insolvenzen 2010 in Deutschland, in: IfM Bonn (Hrsg.): Daten und Fakten Nr. 1, Bonn.
- Güss C. D. (2018). What Is Going Through Your Mind? Thinking Aloud as a Method in Cross-Cultural Psychology. *Frontiers in Psychology*, 13(9): 1292. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01292>
- Haak, M., Kohlisch, E., & Koppel, O. (2024). Der Innovationsbeitrag von Migration nach Branchen, IW-Kurzbericht, 16. https://www.iwkoeln.de/fileadmin/user_upload/Studien/Kurzberichte/PDF/2024/IW-Kurzbericht_2024-Innovationsbeitrag-Migration.pdf (letzter Zugriff: 13.01.2024).
- Hauptmann, A., & Keita, S. (2022). Beschäftigung von Geflüchteten in Deutschland. Beschäftigte mit ausländischen Beschäftigten stellen häufiger Geflüchtete ein. *IAB-Kurzbericht*, 6/2022. Nürnberg: Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) der Bundesagentur für Arbeit. <https://doku.iab.de/kurzber/2022/kb2022-06.pdf> (letzter Zugriff: 22.02.2024)

- Hoffecker, E., Ramos, F., Adomdza, G., & Frey, D. (2023). Strengthening Local Innovation and Entrepreneurial Ecosystems. *The Journal of Entrepreneurship*, 32(2), S89-S116. <https://doi.org/10.1177/09713557231201179>
- ifm Bonn (2025). Selbständige/Freie Berufe. Ergebnisse für 2022. <https://www.ifm-bonn.org/statistiken/selbststaendigefreie-berufe/selbststaendige> (letzter Zugriff: 14.01.2025)
- IQ Netzwerk Migrantenökonomie (2017). Migrantenökonomie in Deutschland. IQ Fact Sheet, Zahlen, Daten, Fakten. <https://www.netzwerk-iq.de/fileadmin/Redaktion/Downloads/IQPublikationen/FactSheets/IQFactSheetMigrantenoeconomie.pdf> (letzter Zugriff: 27.12.2023)
- Kay, R. & Nielsen, S. (2020). Ausländische Staatsangehörige als Gründer in NRW zwischen 2003 und 2018. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung. <https://doi.org/10.11586/2022028>
- Leicht, R. (2017). Ausbildung in migrantengeführten Betrieben: Wie Nachzügler zu Hoffnungsträgern werden. In Durczok, F., & Lichter, S. (Hg.), *Integration als Bildungsaufgaben* (pp. 205-236). Hohengehren: Scheider Verlag.
- Leicht, R. (2019). KEBAP war gestern. *IQ konkret*, 2, 6-8. <https://www.netzwerk-iq.de/fileadmin/Redaktion/Downloads/IQPublikationen/IQkonkret/201902IQkonkret.pdf> (letzter Zugriff: 21.02.2024).
- Leicht, R. & Langhauser, M. (2014): Ökonomische Bedeutung und Leitungspotenziale von Migrantenunternehmen in Deutschland. *WISO Diskurs*, Expertisen und Dokumentation zur Wirtschafts- und Sozialpolitik. Berlin: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Leicht, R., Berwing, S., Philipp, R., Block, N., Rüffer, N., & Ahrens, J.-P. (2017): Gründungspotenziale von Menschen mit ausländischen Wurzeln. Entwicklungen, Erfolgsfaktoren, Hemmnisse. Studie des Instituts für Mittelstandsforschung (ifm) der Universität Mannheim und des Instituts für sozialpädagogische Forschung Mainz (ism), im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi).
- Leicht, R., Hartmann, C., & Philipp, R. (2021). Das Gründungspotenzial von Geflüchteten. Selbständigkeit als Weg zur Arbeitsmarktintegration? Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung. <https://library.fes.de/pdf-files/a-p-b/18504.pdf> (letzter Zugriff: 21.02.2024)
- Leicht, R., Philipp, R. & Woywode (2019). Expertise für die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration. Mannheim: Universität Mannheim, Institut für Mittelstandsforschung.
- Meister, A. D., & Mauer, R. (2019). Understanding refugee entrepreneurship incubation – an embeddedness perspective. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(5), 1065-1092. <https://doi.org/10.1108/ijeb-02-2018-0108>
- Metzger, G. (2016). Migranten überdurchschnittlich gründungsaktiv – Arbeitsmarkt spielt eine große Rolle. *Fokus Volkswirtschaft*, Nr. 115, KfW Research.
- Mratschkowski, A., Dursun, B. & Sauer, M. (2021). Syrische Community in Essen. Projektbericht. Essen: Stadt Essen. Online verfügbar (letzter Abruf: 17.11.2022)

- Neuman, E. (2021). Performance and job creation among self-employed immigrants and natives in Sweden. *Small Business Economics*, 56(1): 403-425. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00223-z>
- Neumeyer, X., Santos, S. C. & Morris, M. H. (2019.) Who is left out: exploring social boundaries in entrepreneurial ecosystems. *Journal of Technology Transfer*, 44: 462-484. <https://doi.org/10.1007/s10961-018-9694-0>
- OECD (2024). International Migration Outlook 2024. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/50b0353e-en>
- OECD (2023). International Migration Outlook 2023. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/b0f40584-en>
- Rink, A., & Seiwert, I. (2021). Aktuelle Entwicklungen der Unternehmensdemografie. Statistisches Bundesamt, *WISTA*, 2/2021: 41-58.
- Ruhr IHK (2023a). Ausländische Kleingewerbetreibende 2022. Nr. 5709652. <https://www.ihks-im-ruhrgebiet.de/ruhrwirtschaft-international/kleingewerbetreibende-5709652> (letzter Zugriff: 29.12.2023)
- Sachs, A. (2020). Migrantenunternehmen in Deutschland zwischen 2005 und 2018. Ausmaß, ökonomische Bedeutung, Einflussfaktoren auf Ebene der Bundesländer. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.
- Schäfer, S. (2021). Innovative Gründer:innen mit Migrationserfahrung in Deutschland. Status quo, Herausforderungen und Handlungsempfehlungen zur Förderung innovativer Gründungen von Personen mit Migrationserfahrung. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.
- Schauer, J. (2022). Gründungsverhalten der Migrantinnen und Migranten in Deutschland 2011-2021. In Sternberg, R. et al. (Hg.), *Global Entrepreneurship Monitor: Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich. Länderbericht Deutschland 2021/22* (S. 40-41). <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50944> (letzter Zugriff: 21.02.2024)
- Schauer, J. (2022). Vergleich der TEA-Entrepreneure differenziert nach migrantischer und einheimischer Bevölkerungsgruppe anhand ausgewählter Faktoren in Deutschland 2021. In Sternberg, R. et al. (Hg.), *Global Entrepreneurship Monitor: Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich. Länderbericht Deutschland 2021/22* (S. 42-43). <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50944> (letzter Zugriff: 21.02.2024)
- Schmiz, A. & Räuchle, C. (2019). Migrantische Ökonomie als Teil der lokalen Ökonomie. In: Henn, S., Behling, M. & Schäfer, S. (Hg.), *Lokale Ökonomie – Konzepte, Quartierskontexte und Interventionen* (S. 59-75). Wiesbaden: Springer.
- Schrijvers, M., Stam, E., & Bosma, N. (2023). Figuring it out: configurations of high-performing entrepreneurial ecosystems in Europe. *Regional Studies*, 1-15. <https://doi.org/10.1080/00343404.2023.2226727>
- Spigel, B., Kitagawa, F., & Mason, C. (2020). A manifesto for researching entrepreneurial ecosystems. *Local Economy*, 35(5), 482-495. <https://doi.org/10.1177/0269094220959052>
- Stam, E., & Spigel, B. (2018). Entrepreneurial Ecosystems. In R. Blackburn, D. De Clercq, & J. Heinonen (eds.), *The SAGE Handbook of Small Business and Entrepreneurship* (pp. 407-422). London: SAGE.

- Stam, E., & Welter, F. (2020). Geographical Contexts of Entrepreneurship: Spaces, Places and Entrepreneurial Agency, pp. 263–281. <https://doi.org/10.4324/9781003137573-15.04>
- Sternberg, R. (2023). Schwerpunktthema: Migration und Gründungen in Deutschland. In Sternberg, R. et al. (Hg.), *Global Entrepreneurship Monitor: Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich. Länderbericht Deutschland 2022/23* (S. 66–81). <https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/fileadmin/media/Produkte/2023/Studie/20230630-Studie-GEM-2023.pdf> (letzter Zugriff: 21.02.2024).
- Stolz, L. (2023). Die Entwicklung der TEA-Gründungsquote in Deutschland. . In Sternberg, R. et al. (Hg.), *Global Entrepreneurship Monitor: Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich. Länderbericht Deutschland 2022/23* (S. 24–25). <https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/fileadmin/media/Produkte/2023/Studie/20230630-Studie-GEM-2023.pdf> (letzter Zugriff: 21.02.2024).
- Willis, G. B., Smith, T. W., Shariff-Marco, S., & English, N. (2014). Overview of the Special Issue on Surveying the Hard-to-Reach. *Journal of Official Statistics*, 30(2): 171–176, <https://doi.org/10.2478/jos-2014-0011>

Anhang

Interviewleitfaden

Nr.	Hauptfrage	Nachfassfrage
Block I. Soziodemographische Daten		
1	Können Sie sich kurz vorstellen?	1.1 Wo sind Sie geboren? 1.2 Seit wann leben Sie in Deutschland? 1.3 Haben Sie eine doppelte oder deutsche Staatsbürgerschaft? 1.4 Wie alt sind Sie? 1.5 Was ist ihr höchster Bildungsabschluss? 1.6 Haben Sie einen Berufsabschluss? 1.7 Welche Sprachen sprechen Sie?
Block II. Unternehmerische Tätigkeit		
1	Wann haben Sie ihr Unternehmen gegründet?	
2	In welchem Wirtschaftsbereich sind Sie vorwiegend tätig?	2.1 Seit wann sind Sie in diesem Bereich tätig? 2.2 Waren sie vorher bereits in einem anderen Bereich tätig? Wenn ja, in welchem?
3	Was hat dazu geführt, dass Sie sich für Unternehmensgründung entschieden haben?	3.1 Was ist/war das wichtigste Gründungsmotiv für Sie? 3.2 Gab es bei der Gründung besondere Herausforderungen? Wenn ja, welche?
4	Waren Sie bereits in Ihrer Heimat selbständig?	4.1 Falls ja, waren Sie in dem gleichen Sektor tätig, oder im anderen Sektor? 4.2 Waren Ihre unternehmerischen Erfahrungen aus Ihrer Heimat für die Gründung in Essen hilfreich? Wenn ja, inwiefern? Wenn nein, warum nicht? 4.3 Falls nein, was haben Sie in ihrer Heimat beruflich gemacht?
5	Wie haben Sie Ihr Unternehmen gegründet und wie war Ihre Gründungsphase?	5.1 Haben Sie alles allein geschafft? 5.2 Haben Sie mit anderen gemeinsam gegründet? Wenn ja, mit wem und in welcher Beziehung stehen sie zu den Mitgründer:innen (Familie, Freunde etc.) 5.3 Hatten Sie Unterstützung bei der Gründung (finanziell, ideell)? Wenn ja, von wem? 5.4 Haben Sie Beratungsangebote von IHK, Regionalagentur, Stadt etc. im Gründungsprozess wahrgenommen? Wenn ja, von wem und zu welchem Zeitpunkt (Ideenentwicklung, kurz vor Gründung etc.)?

Nr.	Hauptfrage	Nachfassfrage
6	Haben Sie bewusst in diesem Stadtteil gegründet?	<p>6.1 Welche Faktoren spielten eine große Rolle für Ihre Entscheidung der Unternehmensgründung in diesem Stadtteil?</p> <p>6.2 Was empfinden Sie als besonders schön bzw. vorteilhaft in diesem Stadtteil?</p> <p>6.3 Wo sehen Sie Nachteile/Defizite bzw. gibt es etwas, was sich mit Blick auf Ihre unternehmerische Tätigkeit im Stadtteil verändert müsste?</p>
7	Wer sind Ihre Kunden?	<p>7.1 Kommen Ihre Kunden primär aus dem Stadtteil, der Stadt oder der Region oder sogar aus anderen Ländern?</p> <p>7.2 Wie bewerten Sie das Kundenpotenzial im Stadtteil?</p> <p>7.3 Würden Sie Ihren Kundenstamm gerne ausweiten? Wenn ja, in welche Richtung (z. B. mehr Kunden, anderen Kunden, neue Geschäftsbereiche)?</p>
8	Wer sind Ihre Lieferanten?	<p>8.1 Kommen Ihre Lieferanten aus primär aus dem Stadtteil, aus Essen, der Region oder aus dem Ausland?</p> <p>8.2 Haben Sie besondere Anforderungen an Ihre Lieferanten (z. B. Halal Produkte, besondere Materialien)?</p> <p>8.3 Sind Ihre Zulieferer Unternehmer:innen mit Migrationshintergrund?</p>
9	Haben Sie geschäftliche Verbindungen mit Ihrem Herkunftsland oder anderen Ländern?	<p>9.1 Wenn ja, können sie das genauer beschreiben?</p> <p>9.2 Wenn nein, hat das spezifische Gründe?</p>
9	Wie viele Beschäftigte arbeiten in Ihrem Unternehmen einschließlich Ihrer Person?	<p>10.1 Wie viele davon haben einen Migrationshintergrund und wie viele sind Deutschland (gebürtig)?</p> <p>10.2 Aus welchen Ländern kommen ihre Mitarbeitenden?</p> <p>10.3 Wenn nein, warum nicht?</p>
11	Haben Sie Azubis?	<p>11.1 Wenn nein, warum nicht?</p> <p>11.2 Wenn nein, planen Sie künftig Ihre eigenen Fachkräfte in Ihrem Betrieb ausbilden?</p> <p>11.3 Haben Sie oder einer Ihrer Mitarbeitenden einen Ausbildungereignungsschein?</p> <p>11.4 Wenn ja, wie viele und in welchen Ausbildungsberufen?</p>
12	Informieren Sie sich über arbeitsmarktpolitische Förderinstrumente?	<p>12.1 Welche institutionellen Fördermöglichkeiten kennen Sie (Beispiele: Agentur für Arbeit, Jobcenter, Eingliederungsmaßnahmen)?</p> <p>12.2 Haben Sie solche oder ähnliche Maßnahmen bereits in Anspruch genommen? Wenn ja, welche und warum?</p> <p>12.3 Wenn nein, warum informieren Sie sich nicht über die Förderinstrumente?</p>

Nr.	Hauptfrage	Nachfassfrage
		<p>12.4 Kennen Sie spezifische Angebote für Migrant:innen, interkulturelle Angebote o.Ä.?</p> <p>12.5 Decken die Angebote ihre Bedarfe?</p>
13	Haben Sie sich schon mal über andere Unterstützungsmöglichkeiten informiert?	<p>13.1 Wenn ja, über welche Maßnahmen haben Sie sich informiert und bei wem (z. B. Wirtschaftsförderung, andere Unternehmen, Familie)?</p> <p>13.2 Wenn nein, warum nicht?</p> <p>13.3 Brauchen Sie aktuell Unterstützung? Wenn ja, können Sie das konkretisieren? Von wem bräuchten Sie Unterstützung (z. B. Wirtschaftsförderung, Ämter, IHK, HWK etc.)</p>
Block III. (Unternehmerisches) Ökosystem		
14	Kennen Sie Vereine in Ihrem Stadtteil?	<p>14.1 Wenn ja, welche Vereine kennen Sie?</p> <p>14.2 Sind Sie Mitglieder in einem Verein? Wenn ja, in welchem?</p> <p>14.3 Engagieren Sie sich in einem Verein / wirken Sie aktiv mit?</p> <p>14.4 Sind sie darüber hinaus Mitglied bei der IHK, HK, HWK etc.? Engagieren Sie sich bei diesen Institutionen?</p> <p>14.5 Wenn nein, was sind die Gründe?</p>
15	Arbeiten Sie mit anderen Unternehmen im Stadtteil/in der Stadt zusammen bzw. tauschen Sie sich mit diesen aus?	<p>15.1 Wenn ja, mit wem arbeiten Sie zusammen/tauschen Sie sich aus?</p> <p>15.2 Was ist der Zweck der Zusammenarbeit / des Austauschs?</p> <p>15.3 Sind das deutsche oder migrantische Unternehmen?</p> <p>15.4 Sind diese im Stadtteil oder woanders?</p> <p>15.5 Wenn nein, was sind die Gründe?</p>
16	Wenn 14 und 15 = nein, wären Sie gerne stärker im Stadtteil vernetzt?	<p>16.1 Was hindert Sie daran sich zu vernetzen?</p> <p>16.2 Könnte Sie jemand bei der Vernetzung unterstützen? Wenn ja, an wen haben Sie dabei gedacht?</p>

Impressum

Herausgeber

Westfälische Hochschule Gelsenkirchen
Institut Arbeit und Technik
Munscheidstr. 14
45866 Gelsenkirchen

MIRO Projektpartner

Westfälische Hochschule Gelsenkirchen
Institut Arbeit und Technik
Dr. Alexandra David
Dr. Judith Terstriep
Lukas Zaghaw

Perspektive neuStart e. V.
Dr. Ralf Sängler
Volkan Genc

Layout & Grafik

Dr. Judith Terstriep

Bildnachweis

Alle verwendeten Bilder sind frei nach CCO.

- S. 43 Business Illustration by Storyset
- S. 51 Business Illustration by Storyset
- S. 63 Business Illustration by Storyset

