

Migranten in Gr

Unternehmer mit Migrationshintergrund sind ein Wirtschaftsfaktor

In bunten Werbeprospekten wirbt Wien mit der historischen Vielfalt seiner Kulturen, um Touristen aus aller Welt anzulocken. Dass diese Vielfalt auch im 21. Jahrhundert nichts von ihrem internationalen Flair eingebüßt hat, beweisen die regen Gründungsaktivitäten von Unternehmern mit nicht-österreichischen Wurzeln.

Von Marie-Theres Ehrendorff

In Österreich leben rund 1,425 Millionen Menschen mit Migrationshintergrund, was 17,3 Prozent der Gesamtbevölkerung ausmacht. Das sind Personen, deren Eltern nicht im Land geboren wurden. Der Anteil der ersten Generation, d.h. der im Ausland geborenen Einwohner Österreichs, ist laut OECD-Bericht mit 13 Prozent genauso hoch wie in den USA. Nur in Luxemburg, wo jeder dritte, sowie in Australien und der Schweiz, wo jeder vierte, und in Neuseeland und Kanada, wo jeder fünfte Einwohner im Ausland geboren ist, liegt der Migrantenanteil höher.

Unterschiedliche Ethnien in Wien

Rund 25 Prozent der Einzelunternehmen in Wien haben Migrationshintergrund, wobei polnische Unternehmer mit 27,1 Prozent das Ranking vor den Slowaken mit 24,8 Prozent anführen. Weit abgeschlagen rangieren die Rumänen mit 7,5 Prozent vor den Deutschen mit 7,4 Prozent, den Ex-Jugoslawen (Serbien, Bosnien-Herzegowina, Kroatien) mit 7,3 Prozent vor der Türkei mit 3,1 Prozent. Wobei Unternehmerinnen und Unternehmer mit Migrationshintergrund auch eine Branchenaffinität aufweisen, die jedoch mit zunehmender Integration abnimmt. Haben Unternehmer aus Polen einen deutlichen Schwerpunkt im Gewerbe und Handwerk, vornehmlich im Bauhilfsgewerbe, so findet sich bei den tschechischen bzw. slowakischen Unternehmern neben Gewerbe und Handwerk ein Schwerpunkt in der Informations- und Consulting-Branche. Türken sind wieder großteils im Handel tätig, und Unternehmer aus Ex-Jugoslawien zeigen eine Präferenz für das Transportwesen.

Migranten werden eingebunden

„Es ist meine Aufgabe, mich für alle Wirtschaftstreibenden einzusetzen, und es ist mir ein Anliegen, dass Unternehmerinnen und Unternehmer mit Migrationshintergrund auch die Angebote unserer Interessensver-



Durch Fleiß, Ausdauer und Disziplin schaffte der türkische Gastarbeitersohn Hasan Vural mit professionellen Reinigungsmitteln den Sprung zum erfolgreichen Unternehmer und gesuchten Arbeitgeber.

Foto: Ehrendorff

tretung wahrnehmen können“, erklärt Wirtschaftskammer-Wien-Präsidentin Brigitte Jank ihr Engagement für Gewerbetreibende nicht-österreichischer Provenienz. „Ich habe festgestellt, dass viele von diesen Unternehmern keinen Kontakt zu ihrer Interessensvertretung haben, daher haben wir offensiv damit begonnen, uns bei ihnen vorzustellen.“

Kammer sucht Kontakt

„Viele der Ethnien sind in Vereinen strukturiert, wo sie sich von Masterminds Informationen holen, daher bauen wir auch dort unsere Kontakte auf. Ebenso organisieren wir Veranstaltungen, die sich gezielt an Menschen mit Migrationshintergrund wenden, um die Leistungen der Wirtschaftskammer vorzustellen, und bemerken, dass viele

Unternehmer erst zu diesem Zeitpunkt realisieren, dass ihre Interessensvertretung vor allem eine Serviceorganisation ist, von der sie enorme Unterstützung bekommen können und die für ihre Rechte kämpft. Die meisten glauben nämlich das Gegenteil, d.h. dass die Kammer eine Organisation ist, die Unternehmer überwacht“, so Brigitte Jank, die die Aufgaben der Wirtschaftskammer ins rechte Licht rückt.

Schwellenangst wird abgebaut

„Unsere Fachabteilungen stehen jedem Unternehmer, egal welcher Herkunft, offen, wenn er kommt.“ Um diese Schwellenangst bei Migranten abzubauen, hat Brigitte Jank ein eigenes Diversity-Referat installiert, das sich um alle Bereiche der Diversität küm-

ünderstimmung

„Ich erwarte mir jedoch, dass dieses Referat in ein paar Jahren seine Existenzberechtigung verliert, weil dann für jedermann und jede Frau die Funktion und die Bedeutung der Wirtschaftskammer bekannt sein wird.“

Multinationale Großstadt

Geschäftsleute aus mehr als 80 verschiedenen Nationen haben in Wien bereits Unternehmen gegründet. „Manche dieser Unternehmen, die sich derzeit noch vorwiegend in ihrer eigenen Ethnic bewegen, würden allerdings gut daran tun, sich auch für alle anderen Konsumenten zu öffnen“, meint Jank, die bereits viele auf dem Weg sieht, ihr Geschäft so zu verändern, dass es auch für österreichische Kunden interessant ist.

Vom Arbeitersohn zum Arbeitgeber

Vor 23 Jahren kam Hasan Vural aus dem türkischen Städtchen Yozgat mit seinem Vater, der in Wien einen Job als Arbeiter in einer Konservenfabrik hatte, nach Österreich. Der schulpflichtige 14-Jährige absolvierte die Hauptschule und wurde Mechaniker, wie es sein Vater für ihn vorgesehen hatte. Doch Hasan hatte den Traum vom eigenen Unternehmen, den er unbedingt verwirklichen wollte. Also arbeitete er eben während des Tages als Küchenmaschinenmechaniker und am Abend ging er in die Urania zum Deutschkurs. Als die sprachlichen Barrieren überwunden waren, absolvierte er am BFI einen Buchhalterkurs sowie zusätzliche Kurse für Unternehmensführung. Gestärkt mit diesem ökonomischen Grundwissen, wollte er nun ein Unternehmen gründen. Allein das Kapital fehlte. Von seinem Vater, der den unternehmerischen Ambitionen seines Sohnes noch immer skeptisch gegenüberstand, gab's keine Hilfe und von Unternehmensgründungsprogrammen der Interessensvertretungen hatte er noch nie etwas gehört.

Vom Eierhandel zum Reinigungsmittelgroßhändler

Sein Onkel, ein Unternehmer, half mit 2.000 Schilling aus, und den Überziehungsrahmen von 4.000 Schilling bei der Bank nutzte er voll aus, um in den Eierhandel einzusteigen. „Ich habe am ersten Tag um 6.000 Schilling



„Es muss in der Ordnung des Miteinander auch Spielregeln geben“, meint Dr. Georg Kraft-Kinz, Obmann des Vereins „Wirtschaft für Integration“.

Foto: Raiffeisenlandesbank NÖ-Wien

eingekauft und 16.000 daraus gemacht.“ Das Geschäft lief gut, Vural hatte österreichische Qualitätsprodukte, die reißend Absatz fanden. „Bis zu dem

Tag, als wir Mitglied der EU wurden. Damals brach das Geschäft durch Billigimporte komplett ein. Also musste ich mich nach etwas anderem umsehen“, erzählt Hasan Vural. „Ich habe mir mit meinem gesparten Geld ein Käsegeschäft am Brunnenmarkt gekauft, das ich in kürzester Zeit in die Höhe gebracht habe. Das hatten mir nur wenige zugetraut, denn zu Beginn wollte mir der Käsegroßhändler nichts verkaufen, weil er meinte, die Türken kennen nur Weichkäse und haben keine Ahnung von den vielen anderen delikaten Käsesorten. Womit er auch Recht hatte, aber ich hab mir das Wissen angeeignet, und mein Geschäft war innerhalb kürzester Zeit ein gefragtes Spezialgeschäft mit 250 verschiedenen Käsesorten, wo Wiener ebenso kauften wie Ausländer.“

Noch nicht am Zenit

Nach zehn Jahren erfolgreicher Arbeit überblickte er sein Leben und merkte, dass er noch etwas

„Es geht nichts über den persönlichen Kontakt und die direkte Ansprache“, ist die Devise von Wirtschaftskammer-Wien-Präsidentin Brigitte Jank, die Unternehmer mit Migrationshintergrund mit ins Boot holen will.

Foto: oneye

anderes als einen Käsestand betreiben sollte. „Ich wollte ein großes Unternehmen führen, Leute beschäftigen, Jugendliche ausbilden, eine Forschungsabteilung betreiben und vieles mehr, was ich mit einem Käsegeschäft nicht umsetzen konnte.“ Mit einer Reinigungsfirma wäre das möglich, meinte er. Doch die Kunden waren spärlich gesät, und so sattelte Vural auf Reinigungsgroßhandel um und gründete das Unternehmen „Swan“ mit 14 Vertretungen in Europa. Dazu kam ein chemischer Betrieb mit Labor im niederösterreichischen Sollenau, wo nun die Entwicklung und Forschung der eigenen Produktlinie vorstattengeht.

Mit Hilfe geht's leichter

Sein nächstes Ziel, Lehrlinge aufzunehmen, wird er im nächsten Jahr verwirklichen. „Und erstmals habe ich auch unternehmerisches Know-how von der Wirtschaftskammer in Anspruch genommen“, vermerkt Hasan Vural das Manko vieler Unternehmer mit Migrationshintergrund. „Denn staatliche Behörden oder die Unternehmensvertretung waren für mich bisher immer nur Institutionen, wo man viel Papierkram benötigt, den man mühsam auftreiben muss. In der Zwischenzeit habe ich bemerkt, dass ich dort effiziente Lösungen angeboten bekomme, und bedaure, dass ich viel Zeit und viel Geld auf mühsamen Umwegen sinnlos vergeudet habe.“

Kommunikation ist das A und O

„Das Gefühl, verstanden zu werden, ist schon etwas sehr Wesentliches“, bekennt die Geschäftsführerin von „Brainswork“, eines erfolgreichen Business Development-Beratungsunternehmens in Wien Donaustadt, Selma Prodanovic. „Ein Anwaltsbrief ist schon für Menschen mit Muttersprache Deutsch meist schwer verständlich, also können Sie sich vorstellen, was jemand mit einer anderen empfindet, der in Deutsch nicht absolut



70 Service

sattelfest ist.“ Diversity-Marketing ist daher für viele Unternehmer nicht mehr eine reine „Glaubensfrage“, sondern entwickelt sich zunehmend als verkaufsförderndes Kommunikationsmittel, denn der Kunde, der sich angesprochen fühlt, kauft. „Viele Unternehmen legen bereits verstärkt darauf Wert, dass ihre Prospekte in verschiedenen Sprachen aufliegen, und Banken bieten sogar Beratungen in unterschiedlichen Sprachen an“, weiß Selma Prodanovic. „Es ist zwar eine Tatsache, dass viele Prospekte gar nicht gelesen werden, aber es geht um das Gefühl, verstanden zu werden, und darum, dass die Bedürfnisse sowie der kulturelle Background von Migranten respektiert werden.“

International ist im Kommen

„Ich beschreibe mich als international und bin eigentlich überall auf der Welt zu Hause“, erklärt Selma Prodanovic, die in Sarajewo geboren wurde, vier Jahre in Tunesien gelebt hat, mit 16 Jahren nach Madrid kam, wo sie Marketing studierte und in der Folge in Sarajewo mit dem Dipl.-Oec. auch abgeschlossen hat. Ihre profunde Ausbildung und ebensolche Sprachkenntnisse ermöglichten es ihr, als sie vor 18 Jahren nach Wien kam, im österreichischen Alltag rasch Fuß zu fassen. Und nach der Geburt ihres zweiten Kindes entschied sie sich, gemeinsam mit ihrem Ehemann, einem Architekten, ein Unternehmen zu gründen. Mit dem Dienstleistungsunternehmen „Brainswork“ hat sie die ideale Work-Live-Balance, mit der sie Berufs- und Familienleben unter einen Hut bringen kann.

Wien, das Ziel einer Reise

Reisen war schon immer seine Leidenschaft. Kein Wunder, dass es den gebürtigen Istanbul Mag. (FH) Mahmut Orucoglu bereits im zarten Alter von elf Jahren nach Wien verschlagen hat. Genauer gesagt, zu den Schulbrüdern in Strebersdorf, wohin ihn seine Eltern zwecks Studium der deutschen Sprache und Erlangung der Selbstständigkeit geschickt hatten. Der Aufenthalt des Unternehmersohnes Orucoglu war für zwei Jahre geplant, geblieben ist er bis dato ein Vierteljahrhundert. Das ist wohl auch damit zu erklären, dass er in Wien ein eigenes Tourismus-Unternehmen gründete, woran neben seiner österreichischen Ehefrau Caroline noch drei weitere Gesellschafter beteiligt sind.

Zielstrebigkeit als Businessmotor

Sein Unternehmen „Oruvision GmbH.“, das neueste Kommunikations-Technologien mit



„Wir haben heute oft mehr Gemeinsamkeiten mit Menschen, die in New York leben, als mit unseren Nachbarn“, räumt Dipl.-Oec. Selma Prodanovic, Geschäftsführerin von „Brainswork“, mit der räumlichen Nähe als Heimatbegriff auf.

Foto: Brainswork

dem nötigen Know-how und entsprechendem Service anbietet, um Kunden auf unkonventionelle Weise ins Reisebüro zu bekommen, boomt sogar in Zeiten von Sparbudgets und „Cocooning“. Diese Marktlücke hat sich Mahmut Orucoglu jedoch hart erarbeitet: ob als Tennislehrer oder bei Messen, ob im Sponsoring oder Vertriebscontrolling. Immer hatte er sein Ziel vor Augen: ein eigener Betrieb in der Tourismus-Branche. Als die Geschäfts-Idee mit den bewegten Bildern in den Auslagen geboren war, hat er sein unternehmerisches Wissen noch mit dem Studium der Unternehmensführung an der Fachhochschule Wien getoppt.

WIFI-Beratung als Praxistest

Sein nunmehriges unternehmerisches Wissen, gepaart mit der „zündenden“ Geschäftsidee, ließ er sich von unabhängigen Experten der Unternehmensberatung des WIFI Wien durchchecken. „Der Businessplan wurde überprüft, Wissen von außen eingeholt und unsere Schwächen wurden eruiert, denn wir waren nach drei intensiven Jahren der Vorbereitung auch schon dort und da betriebsblind“, erinnert sich Mahmut Orucoglu an die intensive Gründungsphase seines Unternehmens. „Außerdem wurden 75 Prozent der Beratungskosten von der Wirtschaftskammer übernommen, was uns enorm geholfen hat, denn da wir ja noch kein Unternehmen hatten, konnten wir auch keine Aufwendungen geltend machen.“

Ideen erfolgreich umgesetzt

In seiner Funktion als Bankmanager hat Raiffeisenlandesbank-Niederösterreich-Wien-Vorstandsdirektor Dr. Georg Kraft-Kinz bereits vor rund zwei Jahren eine große Betroffenheit gespürt, denn „überall, wo ich hingekommen bin, wurde ich mit dem Thema Ausländer konfrontiert“. Als Privatperson hat er gemeinsam mit seinem Jugendfreund aus Graz, dem in Teheran geborenen Teppichhändler Mag. Ali Rahimi, die Ärmel aufgekrempt und von null auf hundert den Verein „Wirtschaft für Integration“ aus dem Boden gestampft. Mit dieser Initiative wollen die beiden Initiatoren nun Position beziehen – und zwar eine, die sowohl für Österreicher als auch für Migranten eine veritable Zukunftsperspektive bietet.



„Ich habe den enormen Vorteil, dass ich die deutsche Sprache beherrsche“, erklärt Mag. (FH) Mahmut Orucoglu, Geschäftsführer der Oruvision GmbH., seinen kommunikativen Vorsprung zu anderen Unternehmern mit Migrationshintergrund.

Foto: Oruvision GmbH

Umdenken, und zwar schnell

„In Österreich gibt es zum Thema Ausländer zwei Positionen“, skizziert Kraft-Kinz die generelle Haltung seiner Mitbürger. „Einerseits die Sichtweise ‚Ausländer raus und andererseits ‚Es ist alles in Ordnung‘ – aber beide Positionen sind falsch. Wir versuchen im Verein differenzierte Bilder zu bringen, mit denen wir zeigen: Es gibt eine reale Entwicklung und Veränderung. Wir haben uns zwei Schirmherren gesucht in den Personen von Raiffeisen-Generalanwalt Dr. Christian Konrad und dem Wiener Bürgermeister Dr. Michael Häupl sowie einen namhaften Vorstand von zwanzig hochkarätigen Wirtschaftsmanagern, die rund zwei Drittel der Beschäftigten Wiens abdecken, weil sie diese Unternehmen leiten.“ Die Grundfinanzierung kommt von der Raiffeisen Landesbank, eine Geschäftsführerin wurde installiert und im März 2009 wurde das Projekt gestartet.

Neuer Zugang bietet Chance

„Wir wollen Chancenorientierung schaffen, damit die Österreicher erkennen, welch enormes Potenzial der Integration im Kunden- bzw. Arbeitsmarkt steckt. Diese beiden Dimensionen sind gerade für Unternehmer interessant, denn dort liegt die große Chance, das Miteinander zu fördern“, skizziert Kraft-Kinz die ökonomische Sichtweise des Vereins „Wirtschaft für Integration“ abseits jeglicher Sozialromantik.

Ehrlicher Blick auf beide Gruppen

„Wir haben im Moment insgesamt acht Integrations-Projekte laufen bzw. einige davon bereits finalisiert und wollen auch die kritischen Menschen von unserer Arbeit überzeugen. Viele Migranten sind wesentlich mutiger, Unternehmen zu gründen, als gebürtige Österreicher“, weiß Georg Kraft-Kinz. Es ist auch Tatsache, dass Unternehmer mit Migrationshintergrund schon lange nicht mehr nur den klassischen Kebab-Stand oder das typische winzige Gasthaus betreiben, sondern in allen Branchen ihren Geschäften nachgehen. „Wir sind ein Wirtschaftsverein und kein Sozialverein“, betont Kraft-Kinz unmissverständlich, „wir fördern Projekte, aber wir fordern auch Leistung von Migrantinnen und Migranten.“