

IfM-Materialien

Institut für
Mittelstandsforschung

IfM
BONN

www.ifm-bonn.org

Familienunternehmen von Migranten

von Teita Bijedić, Rosemarie Kay, Susanne Schlepphorst
und Olga Suprinovič unter Mitarbeit von Kerstin Ettl

IfM-Materialien Nr. 261

Impressum

Herausgeber

Institut für Mittelstandsforschung Bonn
Maximilianstr. 20, 53111 Bonn
Telefon +49/(0)228 / 72997 - 0
Telefax +49/(0)228 / 72997 - 34

Ansprechpartner

Olga Suprinovič
Teita Bijedić

IfM-Materialien Nr. 261

ISSN 2193-1852 (Internet)
ISSN 2193-1844 (Print)

Bonn, August 2017

Das IfM Bonn ist eine Stiftung
des privaten Rechts.

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitalisierung und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen



Familienunternehmen von Migranten

Teita Bijedić, Rosemarie Kay, Susanne Schlepphorst, Olga Suprinovič

IfM-Materialien Nr. 261

Zusammenfassung

In der vorliegenden Studie untersuchen wir die Besonderheiten migrantengeführter Familienunternehmen, zu denen jedes zehnte Familienunternehmen in Deutschland gehört. Obwohl sie im Durchschnitt kleiner und jünger sind als nicht-migrantengeführte Familienunternehmen, leisten migrantengeführte Familienunternehmen einen wertvollen volkswirtschaftlichen Beitrag. So beschäftigen sie überdurchschnittlich häufig Personen mit Migrationshintergrund und haben damit eine bedeutende Integrationsfunktion am Arbeitsmarkt. Entgegen landläufiger Wahrnehmung sind sie überdurchschnittlich häufig in wissensintensiven Bereichen sowie in Freien Berufen tätig, innovationsstark und in ihrer Geschäftstätigkeit international ausgerichtet. Dabei spielt die Herkunftsregion der Unternehmerfamilie(n) eine nachrangige Rolle. Zwar bilden niedrige Preise nicht den Kern der Wettbewerbsstrategie von Familienunternehmen, doch spielen sie bei migrantengeführten eine bedeutendere Rolle als bei nicht-migrantengeführten Familienunternehmen und führen dann häufiger zu Rentabilitätsproblemen. Aufgrund ihrer geringeren Größe und des geringeren Alters verfügen migrantengeführte Familienunternehmen über kleinere Netzwerke und haben insbesondere weniger Kontakte zu Institutionen, wie Kammern und Verbände. Ein Wandel des Bildes von migrantischem Unternehmertum könnte helfen, Unternehmer mit Migrationshintergrund besser zu erreichen.

Schlagerwörter: *Familienunternehmen, migrantengeführte Familienunternehmen*

Abstract

Migrant-led family enterprises are an important economic entity: They constitute 10 % of all family firms in Germany and make an important contribution to the labour market integration of the migrant population by employing a higher than average percentage of migrants. Although they are smaller and younger than non-migrant family firms, they generate more innovation and often focus on skill-intensive branches. Their high international focus is not restricted to the owners' region of origin. Migrant-led family firms focus more on a price competition than native-led family firms, which often leads to problems of the profit ratio. Due to their smaller size and age, they have a narrower network and less institutional contacts. In order to reduce this disadvantage, chambers and business associations are advised to address migrant entrepreneurs' specific requirements.

JEL: J15, L26

Keywords: *Family Firms, Migrant Entrepreneurship*

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Abbildungen	II
Verzeichnis der Übersichten und Tabellen	IV
Kurzfassung	V
1 Einleitung	1
2 Theoretische Grundlagen und Literaturüberblick	2
2.1 Familienunternehmen von Migranten – eine Begriffs- klärung	2
2.2 Konzeptioneller Rahmen	3
2.3 Forschungsstand	4
3 Datenbasis und Methodik	9
3.1 Unternehmensbefragung	9
3.2 Berechnung volkswirtschaftlicher Kennzahlen	10
4 Charakteristika migrantengeführter Familienunternehmen	11
4.1 Strukturmerkmale	11
4.1.1 Alter	11
4.1.2 Größe	12
4.1.3 Wirtschaftsbereiche	13
4.1.4 Rechtsformen	15
4.1.5 Regionen	16
4.2 Eigentumsverhältnisse und Unternehmensleitung	17
4.3 Selbstwahrnehmung als Familienunternehmen	19
5 Volkswirtschaftliche Bedeutung	21
5.1 Anzahl der Familienunternehmen	21
5.2 Beitrag zum Umsatz	22
5.3 Beitrag zur Beschäftigung und Ausbildung	23
6 Unternehmensführung	26
6.1 Personalstruktur und Stellenbesetzungsprobleme	26
6.2 Absatz und Wettbewerbsstrategie	29
6.3 Innovation	31
6.4 Finanzierungsprobleme	33
6.5 Vernetzung	35
7 Unternehmensnachfolge	36
8 Resümee	40
Literatur	44
Anhang	48

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1:	Verteilung von Unternehmen auf Umsatzgrößenklassen (Bruttoumsatz 2015)	13
Abbildung 2:	Verteilung von Familienunternehmen auf Wirtschaftsbereiche	14
Abbildung 3:	Verteilung von Familienunternehmen auf Arten der ausgeübten Tätigkeit	15
Abbildung 4:	Verteilung der Familienunternehmen auf Rechtsformen	16
Abbildung 5:	Verteilung von Familienunternehmen auf Regionen	17
Abbildung 6:	Verteilung der Kapitalanteile an Familienunternehmen auf Anteilseigner	18
Abbildung 7:	Definitorische Familienunternehmen nach der Selbstwahrnehmung als Familienunternehmen	20
Abbildung 8:	Anteil der migrantengeführten Familienunternehmen an allen Unternehmen in Deutschland	22
Abbildung 9:	Beitrag der migrantengeführten Familienunternehmen zum steuerbaren Umsatz	23
Abbildung 10:	Anteil der Arbeitsplätze in migrantengeführten Familienunternehmen an allen Arbeitsplätzen in Deutschland	24
Abbildung 11:	Anteil der Ausbildungsplätze in migrantengeführten Familienunternehmen an allen Ausbildungsplätzen in Deutschland	25
Abbildung 12:	Beschäftigte nach Qualifikation	27
Abbildung 13:	Probleme bei der Stellenbesetzung	28
Abbildung 14:	Absatzgebiete der Familienunternehmen	30
Abbildung 15:	Bedeutung ausgewählter Aspekte für die Wettbewerbsfähigkeit	31
Abbildung 16:	Einführung von Innovationen in den letzten drei Jahren	33
Abbildung 17:	Finanzierungsprobleme in den letzten drei Jahren	34

III

Abbildung 18: Regelmäßige Nutzung von Personen und Organisationen, um geschäftliche Kontakte zu pflegen	35
Abbildung 19: Familienunternehmen nach Generation der Unternehmensführung	37
Abbildung 20: Familienunternehmen nach erwarteter Unternehmensnachfolge in den nächsten fünf Jahren	38
Abbildung 21: Übergabereife Familienunternehmen nach Art des gewünschten Nachfolgers	39
Abbildung 22: Wichtige Kriterien für die Auswahl potenzieller Nachfolger	40

Verzeichnis der Übersichten und Tabellen

Übersicht A1:	Vorgehensweise bei der Ermittlung der Anzahl der migrantengeführten Familienunternehmen auf Basis des Unternehmensregisters und der eigenen Befragung	48
Tabelle A1:	Befragungsstichprobe nach Wirtschaftsbereichen (WZ 2008) und Beschäftigtengrößenklassen	49
Tabelle A2:	Unternehmen nach Altersklassen in %	49
Tabelle A3:	Unternehmen nach Wirtschaftszweigen in %	50
Tabelle A4:	Beteiligungsanteile anderer Unternehmen an Familienunternehmen in %	51
Tabelle A5:	Familienunternehmen nach der Anzahl der geschäftsführenden Personen in %	51
Tabelle A6:	Familienunternehmen nach der Anzahl der weiblichen geschäftsführenden Personen in %	52
Tabelle A7:	Definitiven Familienunternehmen, die sich selbst als Familienunternehmen wahrnehmen, nach Beschäftigung von Familienangehörigen in %	52
Tabelle A8:	Anteil der (migrantengeführten) Familienunternehmen an allen Unternehmen nach Beschäftigtengrößenklassen in %	53
Tabelle A9:	Ermittlung der oberen Grenze für die Anzahl der migrantengeführten Familienunternehmen	54
Tabelle A10:	Lineare Regression zur Analyse der Determinanten der Unternehmensgröße nach Anzahl der Mitarbeiter	55
Tabelle A11:	Probit-Modelle zur Analyse der Aspekte der Unternehmensführung	56

Kurzfassung

Die vorliegende Studie untersucht die Besonderheiten migrantengeführter Familienunternehmen sowie deren Verbreitung und Bedeutung für die deutsche Volkswirtschaft. Die Basis der Untersuchung bildet eine eigene Unternehmensbefragung. Unter Migranten werden in dieser Studie Personen verstanden, die selbst oder deren Eltern(teile) nach Deutschland zugewandert sind. Der Abgrenzung der Familienunternehmen liegt die Definition der Familienunternehmen des Instituts für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn zugrunde.

Migrantengeführte Familienunternehmen

... stellen ein kleines, aber nicht zu vernachlässigendes Wirtschaftssegment dar

In Deutschland gab es im Jahr 2014 rund 375.000 migrantengeführte Familienunternehmen. Jedes zehnte Unternehmen ist damit ein migrantengeführtes Familienunternehmen. Sie erwirtschafteten im Jahr 2014 rund 280 Milliarden Euro Jahresumsatz. Dies entspricht einem Anteil von rund vier Prozent am steuerbaren Umsatz aller Unternehmen. Überdies entfielen per 31.12.2015 fünf Prozent aller Arbeitsplätze auf migrantengeführte Familienunternehmen.

... beschäftigen überdurchschnittlich häufig Arbeitnehmer(innen) mit Migrationshintergrund

Migrantengeführte Familienunternehmen haben im Durchschnitt weniger Mitarbeiter als nicht-migrantengeführte Familienunternehmen. Sie beschäftigen jedoch überdurchschnittlich häufig Arbeitnehmer(innen) mit Zuwanderungsgeschichte: Rund 13 % aller Arbeitnehmer(innen) einschließlich Auszubildenden mit Zuwanderungsgeschichte waren zum Jahreswechsel 2016/2017 in migrantengeführten Familienunternehmen tätig. Somit kommt migrantengeführten Familienunternehmen eine wichtige Integrationsfunktion auf dem Arbeitsmarkt zu.

... leisten einen wichtigen Beitrag zur Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft

Entgegen dem weit verbreiteten Bild, Migranten seien in ökonomisch randständigen Bereichen aktiv, stellen wir fest, dass migrantengeführte Familienunternehmen mindestens genauso häufig in den wissensintensiven Bereichen (z.B. Finanzdienstleistungen, Versicherungen, IuK-Technologie) tätig sind wie nicht-migrantengeführte. In den Freien Berufen sind sogar mehr migranten- als

nicht-migrantengeführte Familienunternehmen anzutreffen. Zudem führten migrantengeführte Familienunternehmen in den letzten drei Jahren tendenziell häufiger Neuerungen ein, v.a. in Form von neuen Produkten und Dienstleistungen, als nicht-migrantengeführte Familienunternehmen. Und schließlich setzen migrantengeführte Familienunternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen auch tendenziell häufiger im Ausland ab.

... bauen ihre internationale Geschäftstätigkeit selten auf ihre Kenntnisse der bzw. Kontakte in die Herkunftsregion der Unternehmerfamilie(n)

Die Herkunftsregion der Unternehmerfamilie(n) wird nur von gut einem Fünftel aller migrantengeführten Familienunternehmen als bedeutsam für die eigene Geschäftstätigkeit angesehen. Die Herkunftsregion agiert in diesem Fall vornehmlich als Absatzmarkt und weniger als Herkunftsland der eigenen Produkte und Dienstleistungen, der Geschäftspartner oder Mitarbeiter. Insofern spielen co-ethnische Märkte vor allem für die Exporttätigkeit migrantengeführter Familienunternehmen eine Rolle. Die im Inland agierenden Familienunternehmen von Migranten haben dagegen seltener Kunden gleicher Ethnie im Fokus.

... sind häufiger einem Preiswettbewerb ausgesetzt

Hinsichtlich der Wettbewerbsstrategie kommt bei allen Familienunternehmen den Aspekten wie der Qualität der Produkte und Dienstleistungen und der stetigen Innovationstätigkeit eine hohe Bedeutung zu. Die Strategie der Preisführerschaft wird seltener verfolgt. Allerdings messen migrantengeführte Familienunternehmen ihr eine höhere Bedeutung bei als nicht-migrantengeführte. Migrantengeführte Familienunternehmen scheinen häufiger als nicht-migrantengeführte niedrige Preise auf dem Markt anbieten zu müssen, um im Wettbewerb zu bestehen.

Die Wirtschaftspolitik sollte ein positives Bild migrantischen Unternehmertums zeichnen und sich daran auch selbst ausrichten

Wirtschaftspolitik und Selbstorganisationen der Wirtschaft sollten sich von einem überholten, negativ konnotierten Bild migrantischen Unternehmertums lösen und stattdessen ein zeitgemäßes und mit Chancen für die Volkswirtschaft verbundenes Bild in die Öffentlichkeit transportieren. Wirtschaftspolitische Maßnahmen, die an einem positiveren Bild ausgerichtet sind, haben bessere Chancen, die Zielgruppe zu erreichen.

1 Einleitung

Seit vielen Jahren steigt die Anzahl der Selbstständigen mit Migrationshintergrund in Deutschland stetig an. Zwischen 2005 und 2015 hat sie um 30 % zugenommen, die Zahl der Selbstständigen ohne Migrationshintergrund ist hingegen um 2,1 % gesunken (vgl. Statistisches Bundesamt 2009; 2017a; eigene Berechnungen).¹ Diese Entwicklung deutet darauf hin, dass Unternehmer mit Migrationshintergrund volkswirtschaftlich an Bedeutung gewonnen haben. Infolgedessen richtet sich seit einiger Zeit auch ein wachsendes wirtschaftspolitisches und wissenschaftliches Interesse auf von Migranten geführte Unternehmen. Zwar hat das Wissen um Unternehmer mit Migrationshintergrund und ihre Unternehmen zugenommen (vgl. z.B. Leicht/Langhauser 2014; Ram et al. 2017). Gleichwohl bestehen weiterhin erhebliche Wissenslücken, so zum Beispiel im Hinblick auf eine hierzulande sehr bedeutsame Untergruppe an Unternehmen, die Familienunternehmen. Familienunternehmen stellen in Deutschland 93,6 % aller Unternehmen (vgl. Wolter 2017). Unklar ist bislang, welchen Anteil migrantengeführte Familienunternehmen an dieser Unternehmensgruppe haben. Neben ihrer volkswirtschaftlichen Bedeutung ist insbesondere noch nicht erforscht, ob und wie sich die migrantengeführten Familienunternehmen von nicht-migrantengeführten Familienunternehmen unterscheiden. Solche Unterschiede sind durchaus zu erwarten. Einerseits, weil Zugewanderte aufgrund ihrer kulturellen Herkunft und Erfahrungen unter Umständen spezifische Ressourcen, Fähigkeiten und Netzwerke in ihr Unternehmen einbringen können, die Nicht-Zugewanderten nicht zur Verfügung stehen. Andererseits sind sie aufgrund ihrer Migrationsgeschichte auch mit besonderen Hindernissen und Herausforderungen konfrontiert, denen Angehörige der Mehrheitsgesellschaft nicht oder nicht in gleichem Ausmaß ausgesetzt sind.

Vor diesem Hintergrund ist es das Ziel der vorliegenden Studie, Daten zur Verbreitung von migrantengeführten Familienunternehmen und deren Beitrag zu Wirtschaft und Gesellschaft zu generieren. Weiterhin gilt es zu untersuchen, inwiefern sich Familienunternehmen von Migranten und Nicht-Migranten

¹ Dies ist zum Teil darauf zurückzuführen, dass die Bevölkerung mit Migrationshintergrund im betrachteten Zeitraum angewachsen, die ohne Migrationshintergrund hingegen geschrumpft ist. Zugleich hat die Neigung, selbstständig tätig zu sein, in der Bevölkerung ohne Migrationshintergrund ab- und in der mit Migrationshintergrund zugenommen. Dies spiegelt sich in der jeweiligen Selbstständigenquote wider: Die Selbstständigenquote der Personen ohne Migrationshintergrund ist im betrachteten Zeitraum von 10,4 % auf 10,1 % gesunken, die der Personen mit Migrationshintergrund ist von 7,9 % auf 8,8 % gestiegen (vgl. Statistisches Bundesamt 2009; 2017a; eigene Berechnungen).

im Hinblick auf betriebliche Maßnahmen und Strategien sowie die Unternehmensnachfolge unterscheiden. Abschließend werden Handlungsempfehlungen dargelegt, wie migrantengeführte Familienunternehmen in Deutschland gestärkt werden können.

Die der Studie zugrunde liegenden Forschungsfragen werden quantitativ empirisch beantwortet. In Ermangelung geeigneter vorhandener Datenquellen wurde eine eigene repräsentative Unternehmensbefragung durchgeführt, die sowohl migrantengeführte wie auch nicht-migrantengeführte Unternehmen umfasste.

2 Theoretische Grundlagen und Literaturüberblick

2.1 Familienunternehmen von Migranten – eine Begriffsklärung

Um migrantengeführte Familienunternehmen empirisch zu untersuchen, bedarf es einer genauen begrifflichen Bestimmung dieser Gruppe, da es in der Literatur unterschiedliche Definitionen sowohl für Familienunternehmen als auch für Migranten gibt.

Hierzu greifen wir zum einen auf die Familienunternehmensdefinition des Instituts für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn zurück. Demnach ist ein Unternehmen dann ein *Familienunternehmen*, wenn die Eigentums- und Leitungsrechte in der Person des Unternehmers bzw. dessen Familie vereint sind (vgl. Wolter/Hauser 2001, S. 32 f.). Konkret bedeutet dies, dass alle Unternehmen, bei denen bis zu zwei natürliche Personen oder ihre Familienangehörigen mindestens 50 % der Anteile eines Unternehmens halten und diese natürlichen Personen der Geschäftsführung angehören, der Gruppe der Familienunternehmen zuzurechnen sind.

Im Hinblick auf *Migranten* lehnen wir uns an die Definition des Statistischen Bundesamtes an. Danach hat eine Person einen Migrationshintergrund, wenn "sie selbst oder mindestens ein Elternteil die deutsche Staatsangehörigkeit nicht durch Geburt besitzt" (Statistisches Bundesamt 2017a, S. 4). Die Definition umfasst somit "zugewanderte und nicht zugewanderte Ausländer", "zugewanderte und nicht zugewanderte Eingebürgerte", "(Spät-)Aussiedler" sowie "mit deutscher Staatsangehörigkeit geborene Nachkommen" dieser drei Personengruppen (vgl. Statistisches Bundesamt 2017a, S. 4). Diese Definition wandeln wir leicht ab und verstehen im Folgenden unter Migranten oder Personen mit Migrationshintergrund vereinfacht alle diejenigen, die entweder

selbst oder deren Mutter und/oder Vater nach Deutschland zugewandert sind. Dieses Begriffsverständnis erleichtert uns seine Operationalisierung im Rahmen unserer Befragung. Zudem fokussiert es auf Personen mit einem engeren Bezug zum Ausland, aufgrund der eigenen oder der elterlichen Migrationserfahrung. Der wesentliche Unterschied zur Definition des Statistischen Bundesamtes besteht darin, dass der Ausländerstatus per se in unserer Definition keine Rolle spielt. Somit werden in der vorliegenden Studie die Angehörigen der sog. dritten Zuwanderungsgeneration anders als beim Statistischen Bundesamt grundsätzlich nicht berücksichtigt.²

Familienunternehmen von Migranten (im Folgenden auch *migrantengeführte Familienunternehmen* genannt) sind folglich Familienunternehmen im Sinne der Definition des IfM Bonn, in deren Geschäftsführung mindestens eine Person mit Migrationshintergrund tätig ist, die selbst oder deren Familie zugleich Anteile am Unternehmen hält.³

2.2 Konzeptioneller Rahmen

Die Forschung zur unternehmerischen Tätigkeit von Migranten geht von der Grundannahme aus, dass es Unterschiede zu der von Nicht-Migranten gibt. Mit zunehmendem Erkenntnisgewinn haben sich die Vorstellungen von Unternehmertum von Menschen mit Migrationshintergrund (englisch: ethnic oder migrant entrepreneurship) gewandelt, unter anderem auch weil das beobachtete unternehmerische Verhalten dieser Gruppe ebenfalls einem kontinuierlichen Wandel unterliegt (vgl. Volery 2007; Leicht/Langhauser 2014; Ram et al. 2017).

Aktuell dominieren zwei Modelle des Unternehmertums von Migranten die Forschung, die auch den konzeptionellen Rahmen für die vorliegende Studie vorgeben: das interaktive Modell von Waldinger et al. (1990) und das Mixed-Embeddedness-Modell von Kloosterman et al. (1999).

Dem interaktiven Modell von Waldinger et al. (1990) nach resultiert die unternehmerische Tätigkeit von Migranten aus einem Wechselspiel, d.h. einer In-

² Gemäß der Definition des Statistischen Bundesamtes sind Angehörige der dritten Zuwanderungsgeneration dann zu den Personen mit Migrationshintergrund zu zählen, wenn sie oder ihre Eltern entweder eine ausländische Staatsangehörigkeit aufweisen oder die deutsche Staatsangehörigkeit durch Einbürgerung erlangt haben.

³ Wie hoch die Unternehmensanteile sind, die auf den Geschäftsführer mit Migrationshintergrund bzw. seine Familien entfallen, ist dabei unerheblich.

teraktion der migrantischen Ressourcen und der sogenannten Gelegenheitsstruktur (Marktumgebung). Diese werden über die Managementstrategie des Unternehmers mit Migrationshintergrund miteinander verbunden (vgl. Waldinger et al. 1990).

Der Mixed-Embeddedness-Ansatz von Kloosterman et al. (1999) unterscheidet sich in zwei wesentlichen Punkten vom interaktiven Modell (vgl. Ram et al. 2017). Erstens wird davon ausgegangen, dass Unternehmer mit Migrationshintergrund nicht zu den gleichen Bedingungen auf dem Markt agieren können wie Einheimische, sondern bspw. aufgrund mangelnder Vertrautheit mit den örtlichen Gegebenheiten oder durch Diskriminierung im Aufnahmeland Benachteiligungen erfahren. In diesem Kontext unterstellt der Mixed-Embeddedness-Ansatz, dass Unternehmer mit Migrationshintergrund aufgrund ihres begrenzten (ethnischen) Sozialkapitals mit Ressourcen unterausgestattet sind. Dies führt dazu, dass sie vornehmlich in solche Marktsegmente eintreten, die geringe Anforderungen an Kapital und Expertise stellen (vgl. Kloosterman 2010). Ihre Einkommenschancen sind infolgedessen eher gering. Zweitens betrachtet der Mixed-Embeddedness-Ansatz auch den Einfluss, der von unterschiedlichen staatlichen Regulierungsregimen auf das Unternehmertum von Migranten ausgeht. So ist es bspw. nicht allen Migranten in Deutschland ohne weiteres erlaubt, ein Unternehmen zu führen (vgl. Kay/Schneck 2012, S. 9 f.), anders als bspw. in den weniger regulierten USA.

Beiden Ansätzen liegt die Annahme zu Grunde, dass weder unternehmerisches Verhalten noch der Unternehmenserfolg von Migranten alleine durch ihre Migrationsgeschichte erklärt werden kann. Vielmehr stellt beides das Ergebnis des Zusammenspiels vielfältiger Einflussfaktoren dar.

Die folgende Untersuchung von migrantengeführten Familienunternehmen knüpft an die vorgestellten konzeptionellen Überlegungen an und fokussiert sich auf die Ressourcen der Familienunternehmen, die Märkte, auf denen sie sich bewegen, sowie betriebliche Maßnahmen und Strategien einschließlich Nachfolgefragen. Regelungen, die es Ausländern untersagen, ein Unternehmen zu gründen, sind im vorliegenden Kontext unerheblich, weil ausschließlich bereits bestehende Unternehmen betrachtet werden.

2.3 Forschungsstand

Das Wissen über migrantengeführte Unternehmen in Deutschland ist begrenzt. Dies liegt vor allem daran, dass ihre empirische Untersuchung mit er-

heblichen Problemen beim Zugang verbunden ist. Deswegen basiert die Mehrzahl der Studien zu unternehmerischer Tätigkeit von Migranten auf Sekundärdatenanalysen von breit angelegten Erhebungen, deren vorrangiges Erkenntnisinteresse nicht auf migrantischem Unternehmertum liegt. Zu nennen sind hier insbesondere der Mikrozensus, das Sozio-oekonomische Panel (SOEP) und die Gewerbeanzeigenstatistik. Die beiden erstgenannten Datenquellen stellen vornehmlich Informationen zur Person des Unternehmers und weniger zu seinem Unternehmen bereit, die Gewerbeanzeigenstatistik umfasst hingegen lediglich Angaben zum Zeitpunkt der Gründung. So wertvoll die auf dieser Basis gewonnenen Erkenntnisse sind, tragen sie jedoch wenig zum Wissensstand über Besonderheiten migrantengeführter Unternehmen in Deutschland bei.

Deswegen wurde in den letzten zehn Jahren eine Reihe von Befragungen der selbstständigen Migranten durchgeführt, zumeist vom Institut für Mittelstandsforschung (ifm) der Universität Mannheim. Das ifm Mannheim hat hierzu Datensätze von insgesamt vier Befragungen zusammengeführt und ausgewertet.⁴ Im Ergebnis liegen zu ausgewählten Aspekten unternehmerischer Tätigkeit von Migranten Erkenntnisse auf einer breiten, wenngleich nicht repräsentativen Datenbasis vor (vgl. Übersicht 1). Das Augenmerk dieser Studien richtet sich nicht ausschließlich auf Familienunternehmen. Allerdings ist davon auszugehen, dass Vieles, was für migrantengeführte Unternehmen insgesamt gilt, auch für Familienunternehmen von Migranten gültig ist, weil der überwiegende Teil der migrantengeführten Unternehmen Familienunternehmen sein dürften.

Darüber hinaus wurde im Jahr 2012 vom Bundesamt für Migration und Flüchtlinge eine Befragung von Selbstständigen durchgeführt, die aus Nicht-EU-Staaten stammen (vgl. Block/Klingert 2012). Alle weiteren empirischen Studien zu Unternehmen von Migranten beziehen sich lediglich auf deren Gründungsphase und werden deshalb in die folgende Übersicht nicht einbezogen.⁵

⁴ Vgl. Leicht et al. (2009), Leicht et al. (2012), Leicht et al. (2013).

⁵ Vgl. Leifels (2017), Metzger (2014), Kay/Schneck (2012) und Jung et al. (2011).

Übersicht 1: Empirische Untersuchungen zu von Migranten geführte Unternehmen (ausgewählte Aspekte)

Autor	Stichprobe	Vergleichsgruppe	Verwendete Definition	Ergebnisse
Block/ Klingert (2012)	944 zumeist inhabergeführte Unternehmen, deren Inhaber aus Nicht-EU-Mitgliedstaaten stammen	keine	Ausländer, die einen Aufenthaltstitel nach § 21 AufenthG besitzen	<p><i>Geschäftliche Beziehungen zu Verwandten:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • keine: 85,6 % • bedeutsame: 7,3 % • nicht bedeutsame: 7,3 % • variiert je nach Herkunftsland <p><i>Kundschaft:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • sitzt überwiegend in Deutschland: 63,1 % • überwiegend im Ausland: 27,8 % • überwiegender Teil der Kunden besitzt die eigene Staatsangehörigkeit: 9 % <p><i>Zulieferer:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • sitzen in Deutschland: 66 % • sitzen im Herkunftsland: 20,7 % • sitzen im übrigen Ausland: 12,7 %
Leicht/ Langhau- ser (2014)	4.507 inhabergeführte Unternehmen verschiedener Herkunft (zusammengefasster Datensatz aus vier Befragungen zwischen 2009 und 2014, teils auf Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg begrenzt, nicht alle Herkunftsländer berücksichtigt)	Von deutschen Inhabern geführte Unternehmen	Weitgehend alte Definition des Statistischen Bundesamtes (2011)	<p><i>Anteil der Familienangehörigen an der Belegschaft:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • in Migrantenunternehmen (MU) in etwa genauso hoch wie in Nicht-Migranten-Unternehmen (NMU), • variiert je nach Herkunftsland teils erheblich <p><i>Anteil von Landsleuten an der Belegschaft:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • 5 % bis 55 %, je nach Herkunftsregion des Unternehmers • in 54 % der MU besteht die Belegschaft mehrheitlich aus Landsleuten des Unternehmers <p><i>Anteil von Landsleuten an der Kundschaft:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • maximal ein Drittel, variiert je nach Herkunftsland erheblich • ein gutes Drittel der MU hat keine Landsleute in seiner Kundschaft, bei gut einem Achtel machen Landsleute mehr als die Hälfte der Kundschaft aus

Fortsetzung Übersicht 1

Autor	Stichprobe	Vergleichsgruppe	Verwendete Definition	Ergebnisse
				<p><i>Beschäftigungsbeitrag:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • etwa 18 % aller Arbeitsplätze in inhabergeführten KMU <p><i>Ausbildung:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • 20 % der MU im Vergleich zu 23 % der NMU bilden aus • Anteil der Auszubildenden in den Ausbildungsbetrieben liegt mit 6,3 % in MU höher als in NMU (5,6 %) <p><i>Geschäftskontakte zu Personen gleicher Herkunft im Herkunftsland:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • für 72 % der MU haben diese keine Bedeutung • variiert je nach Herkunftsland <p><i>Umsatzanteil Ausland:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • MU: 9,8 % • NMU: 4,6 %

Quelle: Eigene Zusammenstellung.

Die Befragungsergebnisse von Leicht/Langhauser (2014) machen deutlich, dass migrantengeführte Unternehmen im Hinblick auf die Beschäftigung von Ausländern eine erhebliche Integrationsfunktion wahrnehmen. So besteht in gut der Hälfte der migrantengeführten Unternehmen die Belegschaft mehrheitlich aus Landsleuten des Unternehmers. Dahinter verbirgt sich zum Teil eine sogenannte ethnische Strategie. So hilft es unter Umständen der Vermarktung des Produktes oder der Dienstleistung, wenn es von einem Angehörigen einer bestimmten Ethnie erbracht wird.⁶ Die Personalstruktur kann aber auch das Ergebnis einer Personalrekrutierung im eigenen sozialen Umfeld sein, die gemeinhin weit verbreitet ist (vgl. Benzel et al. 2016). Zudem ist nicht auszuschließen, dass es sich um die Folge einer Arbeitgeberdiskriminierung handelt. Das heißt, Migrantunternehmen gelingt es nicht in gewünschtem Maße, Arbeitskräfte ohne Migrationshintergrund für sich zu gewinnen, weil diese nicht in einem migrantengeführten Unternehmen arbeiten wollen.⁷ Im Hinblick auf die

⁶ Als Beispiel sei der italienische Kellner im italienischen Restaurant genannt, der das Italien-Gefühl, das manche Restaurantbesucher neben dem gastronomischen Angebot suchen, stärkt (vgl. Leicht/Langhauser 2014, S. 51).

⁷ Becker (1971) nennt dies Taste for Discrimination. Damit ist gemeint, dass manche Menschen aufgrund des Bedürfnisses nach sozialer und physischer Distanz zwischen sich und einer bestimmten Personengruppe eine Neigung zur Diskriminierung dieser Perso-

Beschäftigung von Familienangehörigen zeigen die vorliegenden Studien kaum Unterschiede zwischen migrantengeführten und nicht-migrantengeführten Unternehmen (vgl. Leicht/Langhauser 2014).

Migrantengeführte Unternehmen sind tendenziell kleiner (gemessen an der Anzahl der Beschäftigten) als die Unternehmen von Nicht-Migranten. Etwa 18 % aller Arbeitsplätze in inhabergeführten kleinen und mittleren Unternehmen werden von den migrantengeführten Unternehmen bereitgestellt (vgl. Leicht/Langhauser 2014, S. 59 f.). Ihr Beitrag zur betrieblichen Ausbildung nahm im Laufe der Jahre zu und unterscheidet sich aktuell nur noch geringfügig von Unternehmen, die nicht durch Migranten geführt werden (vgl. Leicht/Langhauser 2014, S. 62 f.).

Migrantenunternehmen in Deutschland bedienen keineswegs vornehmlich eine Kundschaft, die überwiegend aus Landsleuten besteht. "Ethnische Märkte" (Portes 1981) stellen eine Minderheit dar. So richtet die Mehrheit der Migrantenunternehmen ihre Absatzstrategien vielmehr auf die Gesamtbevölkerung aus (vgl. Leicht/Langhauser 2014, S. 52 f.; Block/Klingert 2012). Auch geschäftliche Beziehungen zu Verwandten haben für die Mehrheit der migrantengeführten Unternehmen ebenso wenig eine Bedeutung wie Geschäftskontakte zu Personen gleicher Herkunft im Herkunftsland oder im übrigen Ausland (vgl. Leicht/Langhauser 2014, S. 68 f., Block/Klingert 2012, S. 56 f.). Derartige ethnische Ressourcen scheinen für die Mehrzahl der migrantengeführten Unternehmen von geringer Bedeutung zu sein.

Über alle betrachteten Sachverhalte hinweg zeigt sich auch, dass migrantengeführte Unternehmen keineswegs eine homogene Gruppe sind. Vielmehr bestehen erhebliche Unterschiede in Abhängigkeit vom Herkunftsland des Unternehmers. Diese Vielfalt im Hinblick auf Ressourcen und Märkte untermauert den Befund, dass die überwiegende Mehrheit der von Migranten geführten Unternehmen nicht aus einer Enklave im Sinne Portes (1981, S. 290 f.) heraus agiert: Sie richtet weder ihre geschäftlichen Aktivitäten noch ihre Personalstrategie vornehmlich auf ihre jeweilige ethnische Zugehörigkeit aus.

nengruppe entwickeln. Diesen Menschen entstehen psychische, nicht-monetäre Kosten, sollte es dennoch zum Kontakt mit dieser Personengruppe kommen. Diese nicht-monetären Kosten verringern den Nutzen dieser Menschen. Auf den vorliegenden Kontext übertragen bedeutet dies, dass Migrantenunternehmen-diskriminierende Arbeitskräfte bereit sind, einen Lohnabschlag bei einem nicht-migrantengeführten Unternehmen hinzunehmen, nur um nicht bei einem migrantengeführten Unternehmen arbeiten zu müssen.

In der folgenden empirischen Analyse überprüfen wir unter anderem, ob diese Befunde auch für migrantengeführte *Familienunternehmen* Gültigkeit haben und vertiefen dabei gleichzeitig verschiedene in den vorausgegangenen Studien diskutierte Gesichtspunkte.

3 Datenbasis und Methodik

3.1 Unternehmensbefragung

Die vorliegende Studie basiert auf einer bundesweiten Unternehmensbefragung, die von Oktober 2016 bis Februar 2017 durchgeführt wurde. Für die Adressziehung wurde die sog. Markusdatenbank der Wirtschaftsauskunftei Creditreform herangezogen.⁸ Zum Zeitpunkt der Adressziehung enthielt die Datenbank rund 2,0 Mio. in Deutschland ansässige Unternehmen jeglicher Größe, Eigentums- und Führungsstrukturen. Da die Ansprache der Unternehmen per E-Mail erfolgte, wurden aus dem Gesamtbestand der Datenbank nur diejenigen Unternehmen berücksichtigt, für die E-Mail-Adressen vorlagen. Dies traf auf insgesamt 798.721 Unternehmen zu.

Um für alle zu untersuchenden Wirtschaftsbereiche und Größenklassen jeweils ausreichende Rückläufe zu erzielen, wurde eine nach diesen Merkmalen geschichtete Stichprobe gezogen (vgl. Tabelle A1 im Anhang). Mit Ausnahme der großen Unternehmen in den Sonstigen Dienstleistungen wurden in jeder Zelle 2.000 Adressen zufällig gezogen. Von den großen Unternehmen in den Sonstigen Dienstleistungen gelangten alle 1.810 in die Stichprobe.

Nach der Adressbereinigung wurden insgesamt 30.488 Unternehmen per E-Mail angeschrieben und um die Teilnahme an einer Online-Befragung gebeten. Insgesamt konnten 26.665 E-Mails zugestellt werden. An der Befragung haben insgesamt 1.389 Unternehmen teilgenommen, von denen 989 in die Auswertung einbezogen werden konnten. Damit beträgt die Netto-Rücklaufquote 3,7 %.

Um repräsentative Aussagen über alle Unternehmen machen zu können, werden die Unternehmen des Samples bei der Auswertung so gewichtet, dass die

⁸ Ein Unternehmen wird entweder nach einer Bonitätsanfrage/-auskunft zu diesen Unternehmen oder nach einem Handelsregistereintrag in die Markusdatenbank aufgenommen. Da kleine Einzelunternehmen in der Regel nicht im Handelsregister geführt werden (vgl. Haunschild/Wolter 2010, S. 12), sind insbesondere diese in unserer Unternehmensbefragung unterrepräsentiert.

Ergebnisse die Struktur der Grundgesamtheit aller in Deutschland ansässigen Unternehmen gemäß Unternehmensregister (URS 95, Berichtsjahr 2014) widerspiegeln.

3.2 Berechnung volkswirtschaftlicher Kennzahlen

Die volkswirtschaftliche Bedeutung der migrantengeführten Familienunternehmen wird anhand der Unternehmenszahl, des Umsatzes, der Anzahl der Beschäftigten und der Auszubildenden in dieser Unternehmensgruppe im Vergleich zur Gesamtwirtschaft ermittelt (vgl. Kapitel 5). Während die Anzahl der Beschäftigten direkt aus den Befragungsdaten hochgerechnet wird (Schätzung 3), kommt bei der Ermittlung der Anzahl der migrantengeführten Familienunternehmen und des Umsatzes ein anderes Schätzverfahren zur Anwendung. Dies hängt im Wesentlichen mit den Besonderheiten der Adressdatenbank, die der Stichprobenziehung zugrunde lag, zusammen.⁹ Den Hochrechnungsrahmen für die Schätzungen bildet das Unternehmensregister (URS 95, Berichtsjahr 2014). Hinzu kommen Schätzwerte aus unserer Unternehmensbefragung.

Die *Anzahl der migrantengeführten Familienunternehmen* wird mittels eines zweistufigen Verfahrens ermittelt (Schätzung 1): Zunächst wird ausgehend von der Grundgesamtheit aus dem Unternehmensregister die Anzahl aller Familienunternehmen nach der Definition des IfM Bonn (vgl. Kapitel 2.1) geschätzt. Anschließend wird die Anzahl der von Migranten geführten Familienunternehmen ermittelt. Die genaue Vorgehensweise kann Übersicht A1 im Anhang entnommen werden.

Der *Umsatz der migrantengeführten Unternehmen* wird anhand der Angaben zu steuerbaren Umsätzen aus dem Unternehmensregister geschätzt (Schät-

⁹ Eine direkte Hochrechnung der Befragungsdaten auf die Gesamtwirtschaft würde im Hinblick auf die *Anzahl der Familienunternehmen* insgesamt sowie der migrantengeführten Familienunternehmen im Besonderen zu verzerrten Ergebnissen führen, weil die der Stichprobenziehung zugrundeliegende "Markusdatenbank" (vgl. Kapitel 3.1) nur wenige Einzelunternehmen enthält. Letzteres resultiert zwangsläufig in einem zu geringen Anteil der Familienunternehmen. Von einer Hochrechnung der *Umsatzangaben* aus der eigenen Unternehmensbefragung wird aus zwei Gründen abgesehen: Erstens dürften unsere Befragungsdaten aufgrund der o.g. Untererfassung von Einzelunternehmen zu hohe Umsätze im Bereich der kleineren Unternehmen ausweisen. Zweitens wurden die Angaben zur Umsatzhöhe in Größenklassen erhoben. Diese sind jedoch nicht differenziert genug, um eine methodisch vertretbare Schätzung auf Basis von Klassenmitten durchführen zu können.

zung 2). Hierbei werden zwei zentrale Annahmen getroffen: Erstens wird in Anlehnung an Haunschild/Wolter (2010) angenommen, dass sich die Umsätze von Familienunternehmen und von Nicht-Familienunternehmen bis zur Größenklasse von 50 Mio. € Jahresumsatz nicht systematisch unterscheiden. Zweitens wird unterstellt, dass migranten- und nicht-migrantengeführte Familienunternehmen gleicher Umsatzgrößenklasse im Schnitt gleiche Umsätze erwirtschaften.

Für Schätzung 2 wird zunächst die Anzahl der migrantengeführten Familienunternehmen, der nicht-migrantengeführten Familienunternehmen und der Nicht-Familienunternehmen nach Umsatzgrößenklassen ermittelt. Dies erfolgt weitgehend¹⁰ analog zu Schätzung 1 mit dem Unterschied, dass anstelle der Beschäftigten- Umsatzgrößenklassen herangezogen werden. Auf dieser Basis werden die Anteile der jeweiligen Unternehmensgruppe am Gesamtumsatz je Umsatzgrößenklasse berechnet. Zu berücksichtigen ist, dass Annahme 1 nicht für die oberste Umsatzgrößenklasse ab 50 Mio. € Jahresumsatz gilt, weil in dieser Größenklasse managementgeführte Unternehmen i.d.R. deutlich größer sind als Familienunternehmen (vgl. Haunschild/Wolter 2010, S. 18). Für die Unternehmen dieser Größenklasse wird daher ein Korrekturfaktor angewendet.¹¹

4 Charakteristika migrantengeführter Familienunternehmen

4.1 Strukturmerkmale

4.1.1 Alter

Migrantengeführte Familienunternehmen sind mit durchschnittlich 12 Jahren deutlich jünger als nicht-migrantengeführte Familienunternehmen mit durch-

¹⁰ Mit einer Ausnahme: Aufgrund zu geringer Fallzahlen, v.a. in der obersten Umsatzgrößenklasse, wird hier bei der Ermittlung der größenklassenspezifischen Anzahl der migrantengeführten Familienunternehmen (vgl. Punkt 4 der Übersicht A1 im Anhang) anstelle von größenklassenspezifischen Anteilswerten ein einheitlicher Durchschnittswert aus der Befragung angewendet. Da der Anteil der migrantengeführten an allen Familienunternehmen mutmaßlich mit der Umsatzgröße sinkt (Tendenz aus der eigenen Befragung), sind die Schätzungen somit weniger genau als auf Basis der Beschäftigtengrößenklassen. Deshalb werden keine Ergebnisse nach Umsatzgrößenklassen ausgewiesen.

¹¹ Wir übernehmen den Korrekturfaktor von Haunschild/Wolter (2010), der sich auf das Berichtsjahr 2003 bezieht. Dies bringt naturgemäß Unschärfe in unsere Berechnungen. Wir gehen jedoch von einem geringfügigen Fehler aus, weil sich solche grundlegenden Strukturdaten nur über längere Zeiträume spürbar verändern.

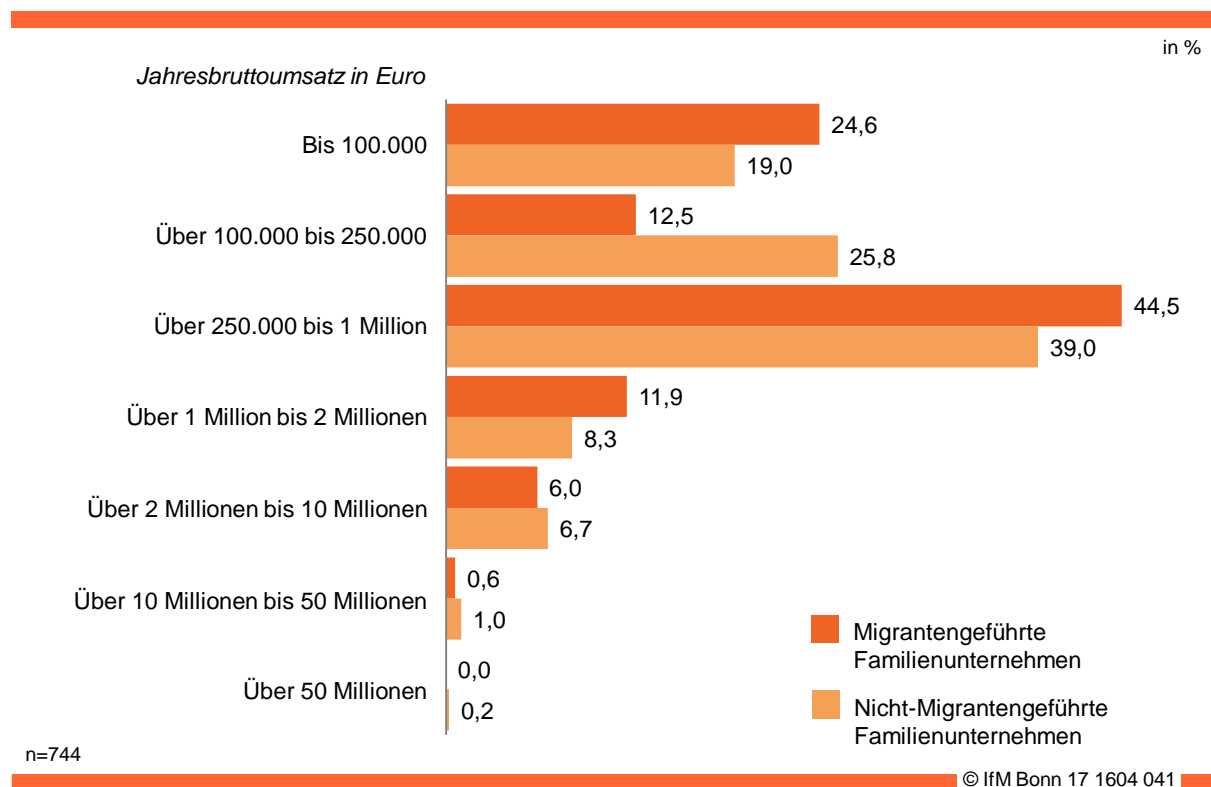
schnittlich 21 Jahren.¹² Dieser Altersunterschied dürfte etwas überzeichnet sein, weil wir Migranten, die bereits in der dritten oder vierten Generation in Deutschland leben, nicht mehr als Migranten (vgl. Kapitel 2.1) und damit auch die von ihnen geführten Familienunternehmen nicht als migrantische erfassen. Ein Altersvergleich von migranten- und nicht-migrantengeführten Familienunternehmen, die noch von dem Unternehmensgründer selbst und/oder von dem ersten Nachfolger geführt werden, ergibt dann auch einen geringeren Altersunterschied (12 versus 16 Jahre). Ursächlich für diesen Altersunterschied ist vorrangig die überdurchschnittlich hohe Gründungsaktivität bei Personen mit Migrationshintergrund bei einer gleichzeitig überdurchschnittlich hohen Abbruchquote (vgl. Leifels 2017). Demnach etablieren sich die migrantengeführten Unternehmen langfristig vergleichsweise seltener am Markt.

4.1.2 Größe

Hinsichtlich der Unternehmensgröße unterscheiden sich migranten- und nicht-migrantengeführte Familienunternehmen in unserem Sample allenfalls marginal (vgl. Abbildung 1). Familienunternehmen von Migranten sind etwas seltener in den Umsatzgrößenklassen über 1 Mio. Euro Jahresumsatz vertreten. Angesichts des Altersunterschieds und der tendenziell geringeren Umsätze von jüngeren Unternehmen (vgl. Welter et al. 2015, S. 11, Schneck/May-Strobl 2013, S. 13 f.) wären hier größere Unterschiede zu Ungunsten der migrantengeführten Familienunternehmen zu erwarten gewesen.

¹² Die Altersstruktur der beiden Unternehmensgruppen kann Tabelle A2 im Anhang entnommen werden.

Abbildung 1: Verteilung von Unternehmen auf Umsatzgrößenklassen (Bruttoumsatz 2015)



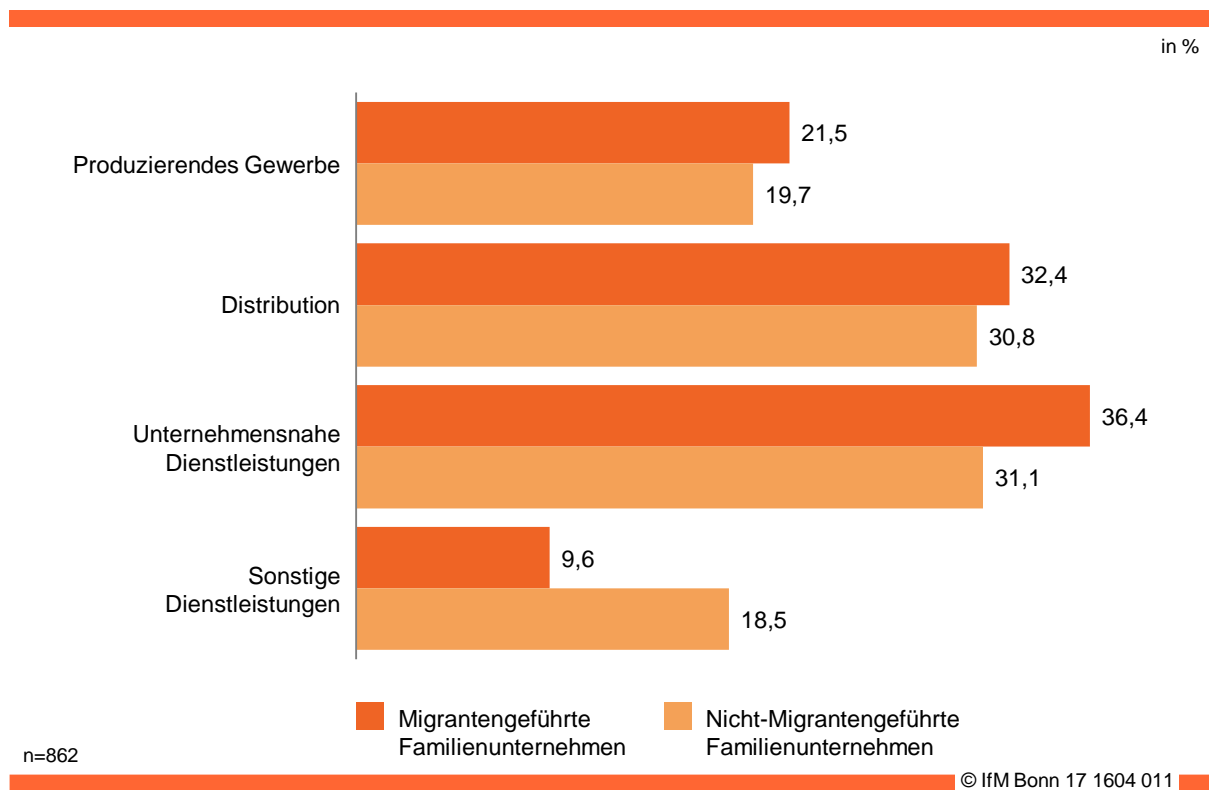
Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

4.1.3 Wirtschaftsbereiche

Migrantengeführte Familienunternehmen sind etwas häufiger als nicht-migrantengeführte Familienunternehmen im Produzierenden Gewerbe¹³, in der Distribution und in den Unternehmensnahen Dienstleistungen angesiedelt (vgl. Abbildung 2). Im Gegenzug erbringen erstere deutlich seltener Sonstige Dienstleistungen als Familienunternehmen von Nichtzugewanderten.

¹³ Dies ist nicht nur darauf zurückzuführen, dass sie – wie angesichts des hohen Anteils an Gründungen im Baugewerbe (vgl. Kay/Günterberg 2015, S. 15f.) zu erwarten war – häufiger im Baugewerbe angesiedelt sind. Sie sind auch stärker im Bereich Verarbeitendes Gewerbe/Bergbau/Energie/Entsorgung vertreten als nicht-migrantengeführte Familienunternehmen (vgl. Tabelle A3 im Anhang).

Abbildung 2: Verteilung von Familienunternehmen auf Wirtschaftsbereiche



Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

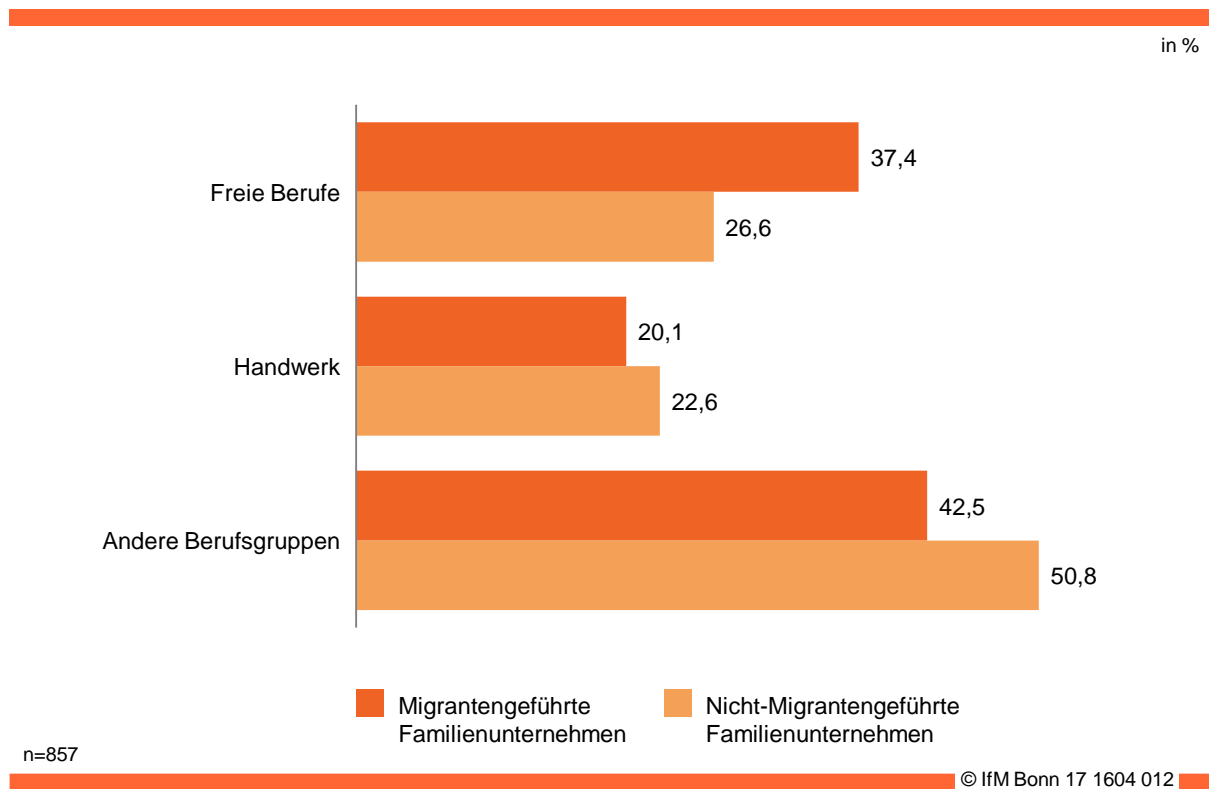
Eine detailliertere Aufschlüsselung der Branchen ist in Anbetracht der geringen Fallzahlen bei migrantengeführten Familienunternehmen mit Vorsicht zu betrachten (vgl. Tabelle A3 im Anhang). Alles in allem liefern sie jedoch keine Bestätigung für das stereotype Bild, migrantengeführte Unternehmen seien vor allem in ökonomisch randständigen Bereichen mit niedrigen Markteintrittshürden, niedrigem Qualifikationsniveau und hohem Konkurrenzdruck aktiv.¹⁴ Im Gegenteil: Migrantengeführte Familienunternehmen weisen nicht nur eine ähnliche Branchenstruktur wie andere Familienunternehmen auf, sie sind auch mindestens genauso aktiv in den wissensintensiven Bereichen wie bspw. Finanzdienstleistungen und Versicherungen oder IuK-Technologie.

In den Freien Berufen, deren Ausübung spezifisches Fachwissen verlangt, sind sogar mehr migranten- als nicht-migrantengeführte Familienunternehmen tätig (vgl. Abbildung 3). Auch im Handwerksbereich, in dem im Allgemeinen ein hohes Qualifikationsniveau und in einer Reihe von Gewerken weiterhin Zulassungsbeschränkungen für die Aufnahme einer unternehmerischen Tätigkeit

¹⁴ Dieser Befund deckt sich mit den Ergebnissen anderer Studien (vgl. Leicht/Langhauser 2014; Schaland 2009; Tolciu/Schaland 2008, S. 538 ff.).

vorliegen, sind Familienunternehmen von Migranten vergleichsweise häufig anzutreffen.

Abbildung 3: Verteilung von Familienunternehmen auf Arten der ausgeübten Tätigkeit



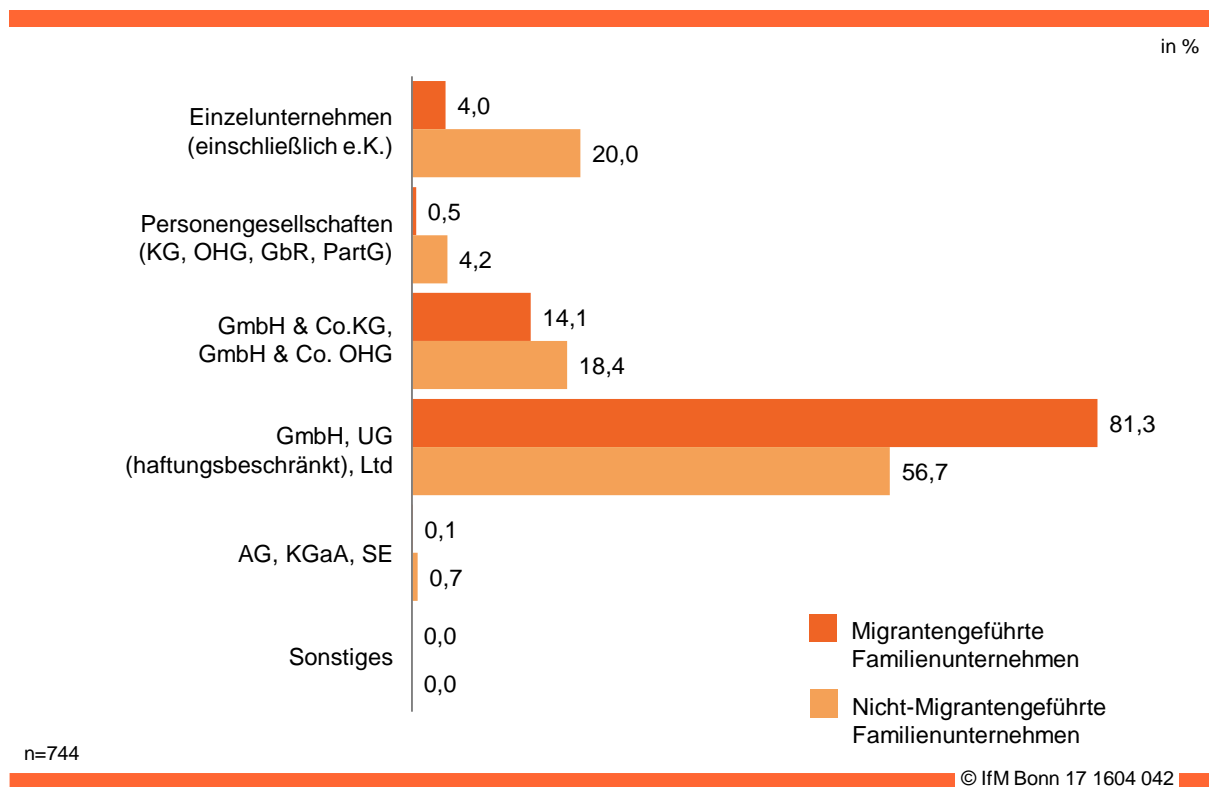
Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

4.1.4 Rechtsformen

Migrantengeführte Familienunternehmen haben weitüberwiegend und häufiger als nicht-migrantengeführte Familienunternehmen die Rechtsform der GmbH gewählt (vgl. Abbildung 4).¹⁵ In der Rechtsform eines Einzelunternehmens oder einer Personengesellschaft werden Familienunternehmen von Migranten hingegen deutlich seltener geführt als die von Nicht-Migranten.

¹⁵ Unternehmen in der Rechtsform des Einzelunternehmens sind in unserem Sample unterrepräsentiert, weil sie auch in der Markusdatenbank, aus der die Stichprobe gezogen wurde, unterrepräsentiert sind (vgl. Kapitel 3.2). Dies ist bei der Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen. Laut Unternehmensregister ist die am häufigsten gewählte Rechtsform in Deutschland die Einzelunternehmung (vgl. IfM Bonn 2017). Auf die Kapitalgesellschaften entfielen gemäß Unternehmensregister im Jahr 2014 lediglich 18,6 % aller Unternehmen.

Abbildung 4: Verteilung der Familienunternehmen auf Rechtsformen



Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

4.1.5 Regionen

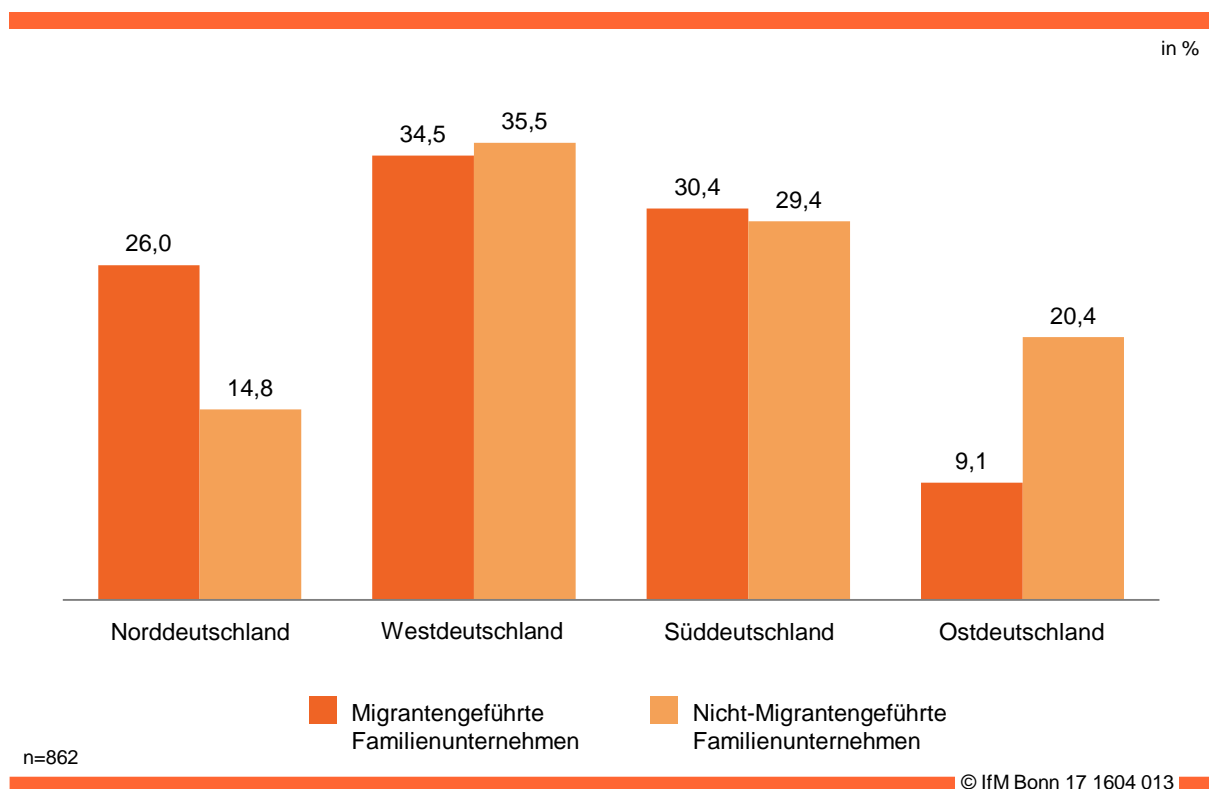
Der Unternehmenssitz von Familienunternehmen von Migranten und Nicht-Migranten ist nicht gleichermaßen über Deutschland verteilt. Wie Abbildung 5 zu entnehmen ist, haben migrantengeführte Familienunternehmen häufiger ihren Sitz in den norddeutschen Bundesländern (Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein) und seltener in Ostdeutschland (Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen) als nicht-migrantengeführte Familienunternehmen. In Westdeutschland (Hessen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Saarland) und Süddeutschland (Baden-Württemberg und Bayern) sind migranten- und nicht-migrantengeführte Familienunternehmen hingegen ähnlich stark vertreten.

Der hohe Anteil der migrantengeführten Familienunternehmen mit Sitz in Norddeutschland geht vermutlich auf den überdurchschnittlich hohen Anteil der Bevölkerung mit Migrationshintergrund in Bremen und Hamburg zurück.¹⁶

¹⁶ Dieser betrug im Jahr 2015 in Bremen 29,4 %, in Hamburg 28,8 %, in Niedersachsen 17,8 % und in Schleswig-Holstein 13,2 % (sog. Personen mit Migrationshintergrund im

In Ostdeutschland kommt Berlin in dieser Hinsicht eine besondere Bedeutung zu, weil die überwiegende Mehrheit der von uns befragten migrantengeführten Familienunternehmen in Ostdeutschland ihren Sitz in Berlin hat. Die meisten nicht-migrantengeführten Familienunternehmen in Ostdeutschland haben hingegen ihren Sitz in einem der ostdeutschen Flächenländer. Dieser Befund ist vermutlich darauf zurückzuführen, dass in den ostdeutschen Bundesländern historisch bedingt ein vergleichsweise geringer Anteil der Bevölkerung einen Migrationshintergrund hat.¹⁷

Abbildung 5: Verteilung von Familienunternehmen auf Regionen



Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

4.2 Eigentumsverhältnisse und Unternehmensleitung

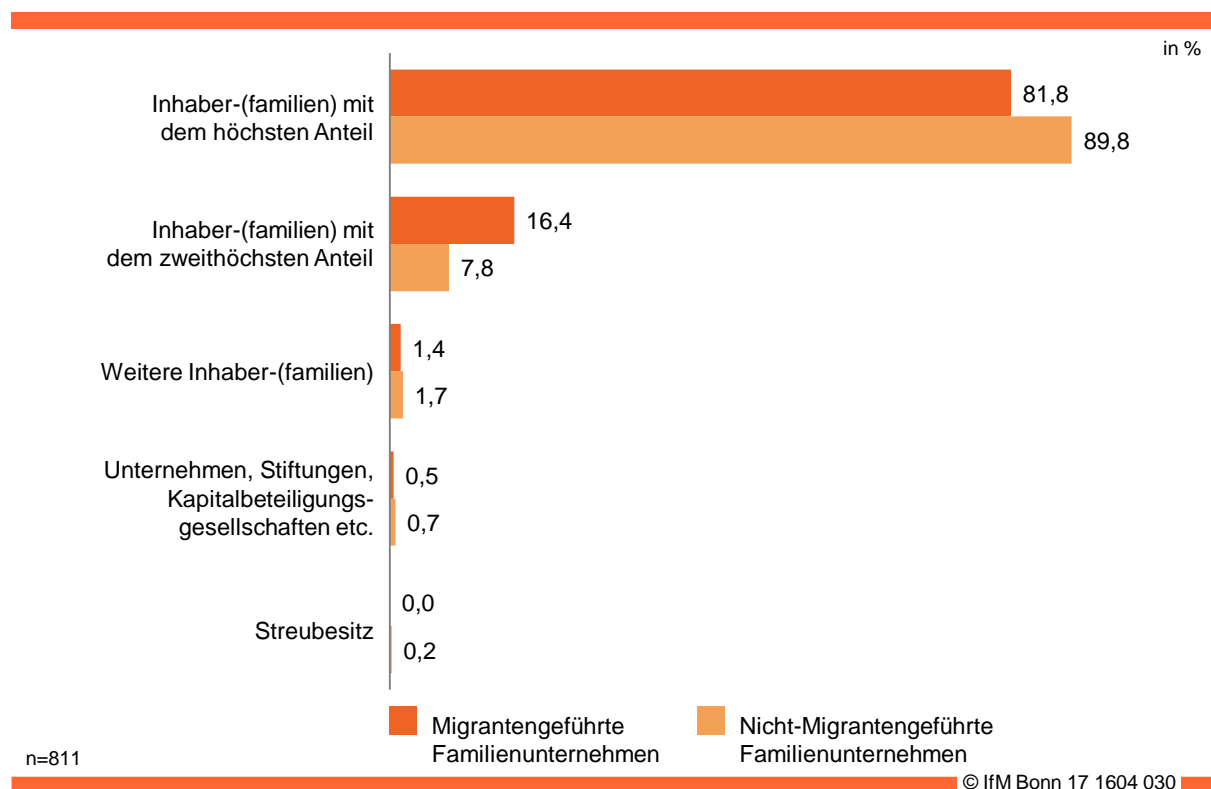
Familienunternehmen sind durch ihre Eigentums- und Führungsstrukturen gekennzeichnet: Die Eigentümer bzw. Eigentümerfamilie(n) nehmen dort zugleich die Geschäftsführungsfunktion wahr. Maßgebliches Kriterium ist, dass

engeren Sinn nach Mikrozensus, Statistisches Bundesamt 2017a; eigene Berechnungen).

¹⁷ Der Anteil der Bevölkerung mit Migrationshintergrund in den neuen Ländern ohne Berlin betrug im Jahr 2015 5,3 %. In Berlin war er mit 27,7 % fünfmal so hoch. Eigene Berechnungen auf Basis des Mikrozensus (sog. Personen mit Migrationshintergrund im engeren Sinn nach Mikrozensus, Statistisches Bundesamt 2017a; eigene Berechnungen).

sie mindestens 50 % der Unternehmensanteile in ihren Händen halten (vgl. Kapitel 2.1). Diese Schwelle sichert das unabhängige Agieren der Inhaber(-familien). Auch wenn Familienunternehmen im Allgemeinen bestrebt sind, den Einfluss Externer auf das Unternehmen zu begrenzen, kann die Aufnahme weiterer Gesellschafter nicht immer gänzlich vermieden werden. So kann es erforderlich sein, private oder institutionelle Anteilseigner aufzunehmen, um etwa das Unternehmenswachstum zu finanzieren (vgl. Welter et al. 2014, S. 17). Die Eigentumsverhältnisse können also auch in Familienunternehmen in einer gewissen Spannbreite variieren.

Abbildung 6: Verteilung der Kapitalanteile an Familienunternehmen auf Anteilseigner



Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

Dies zeigt sich auch in unserem Sample. Allerdings spielen institutionelle Anleger oder Streubesitz eine absolut untergeordnete Rolle, sowohl bei migranten- als auch nicht-migrantengeführten Familienunternehmen (vgl. Abbildung 6).¹⁸ Die Unternehmensanteile an migrantengeführten Familienunternehmen liegen größtenteils in den Händen eines Eigentümers bzw. einer Eigentümerfamilie. Die Hauptanteilseigner halten im Durchschnitt knapp 82 %

¹⁸ Siehe auch Tabelle A4 im Anhang.

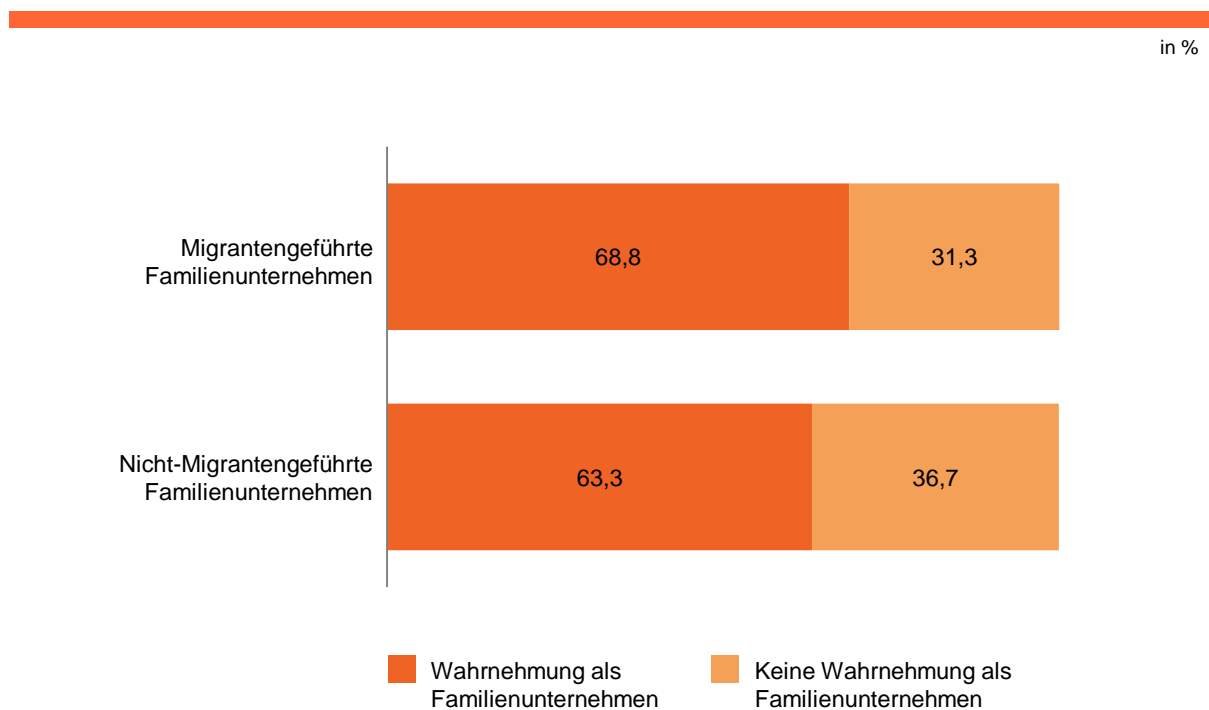
des Kapitals. Nur bei einer Minderheit dieser Unternehmen gibt es einen zweiten Anteilseigner, der im Durchschnitt 16,4 % der Anteile hält. Die nicht-migrantengeführten Familienunternehmen zeichnen sich durch eine noch stärkere Tendenz zur alleinigen Inhaberschaft aus. Die starke Konzentration der Anteile lässt darauf schließen, dass sowohl migranten- als auch nicht-migrantengeführte Familienunternehmen zumeist eigentümergeleitet sind, d. h., die Eigentümer halten das Geschick der Unternehmen in ihren alleinigen Händen.

Etwa zwei von drei migranten- und nicht-migrantengeführten Familienunternehmen werden von nur einer Person geleitet (vgl. Tabelle A5 im Anhang). Im Durchschnitt umfasst die Geschäftsführung eines migranten- wie die eines nicht-migrantengeführten Familienunternehmens 1,4 Personen. In migrantengeführten Familienunternehmen sind allerdings häufiger Frauen in der Geschäftsführung vertreten als in nicht-migrantengeführten Familienunternehmen (vgl. Tabelle A6 im Anhang). Der durchschnittliche Frauenanteil an der Geschäftsführung liegt in migrantengeführten Familienunternehmen bei 43,7 % und in nicht-migrantengeführten bei 38,3 %.

4.3 Selbstwahrnehmung als Familienunternehmen

Definitionen sind wichtig, um ein einheitliches Verständnis von Untersuchungsobjekten herzustellen. Eine solche Definition bspw. von Familienunternehmen muss allerdings nicht zwingend der subjektiven Wahrnehmung der Unternehmer entsprechen. So zeigen Welter et al. (2015), dass sich nicht alle mittelständischen Unternehmen auch als solche fühlen, sich hingegen manche Nicht-Mittelständler sehr wohl als "Mittelstand" verstehen. Eine solche Diskrepanz zeigt sich auch in unserem Sample. Lediglich zwei Drittel der Unternehmen, die per definitionem den Familienunternehmen zuzurechnen sind, bezeichnen sich selbst als Familienunternehmen. Migrantengeführte Familienunternehmen verstehen sich dabei etwas häufiger als Familienunternehmen als nicht-migrantengeführte Familienunternehmen (vgl. Abbildung 7).

Abbildung 7: Definitorische Familienunternehmen nach der Selbstwahrnehmung als Familienunternehmen



n=861

© IfM Bonn 17 1604 028

Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

Ob sich ein Unternehmen als Familienunternehmen versteht, scheint unter anderem von der Einbindung von Familienmitgliedern in das Unternehmen abzuhängen. So bezeichnen sich diejenigen Unternehmen, in denen Angehörige der Unternehmerfamilie im Unternehmen tätig sind, häufiger als Familienunternehmen. Dies gilt sowohl für migranten- als auch für nicht-migrantengeführte Familienunternehmen (70,8 % bzw. 79,9 %). Allerdings scheint die Einbindung der Familie in das Unternehmen in migrantengeführten Familienunternehmen einen geringeren Einfluss auf die Selbstwahrnehmung als Familienunternehmen zu haben als in nicht-migrantengeführten Familienunternehmen. Dies zeigt sich auch darin, dass sich immer noch 62,5 % der migrantengeführten Familienunternehmen selbst als Familienunternehmen bezeichnen, wenn sie keine Angehörigen im Unternehmen beschäftigen. Unter den nicht-migrantengeführten Familienunternehmen sind es nur 46,9 % (vgl. Tabelle A7 im Anhang).

5 Volkswirtschaftliche Bedeutung

5.1 Anzahl der Familienunternehmen

Gemäß unserer Berechnungen können rund 3,42 Mio. der insgesamt 3,65 Mio. im Unternehmensregister für das Berichtsjahr 2014 enthaltenen Unternehmen den Familienunternehmen zugeordnet werden. Dies entspricht einem Anteilswert von 93,8 %.¹⁹ Schätzungsweise elf Prozent aller Familienunternehmen werden auch von Personen mit Migrationshintergrund geleitet. Die Anzahl der migrantengeführten Familienunternehmen in Deutschland beläuft sich demnach auf rund 375.000 Unternehmen. Bezogen auf den Gesamtbestand aller Unternehmen in Deutschland gemäß Unternehmensregister beträgt der Anteil der migrantengeführten Unternehmen rund zehn Prozent (vgl. Abbildung 8).²⁰ Er nimmt mit steigender Unternehmensgröße ab (vgl. Tabelle A8 im Anhang).

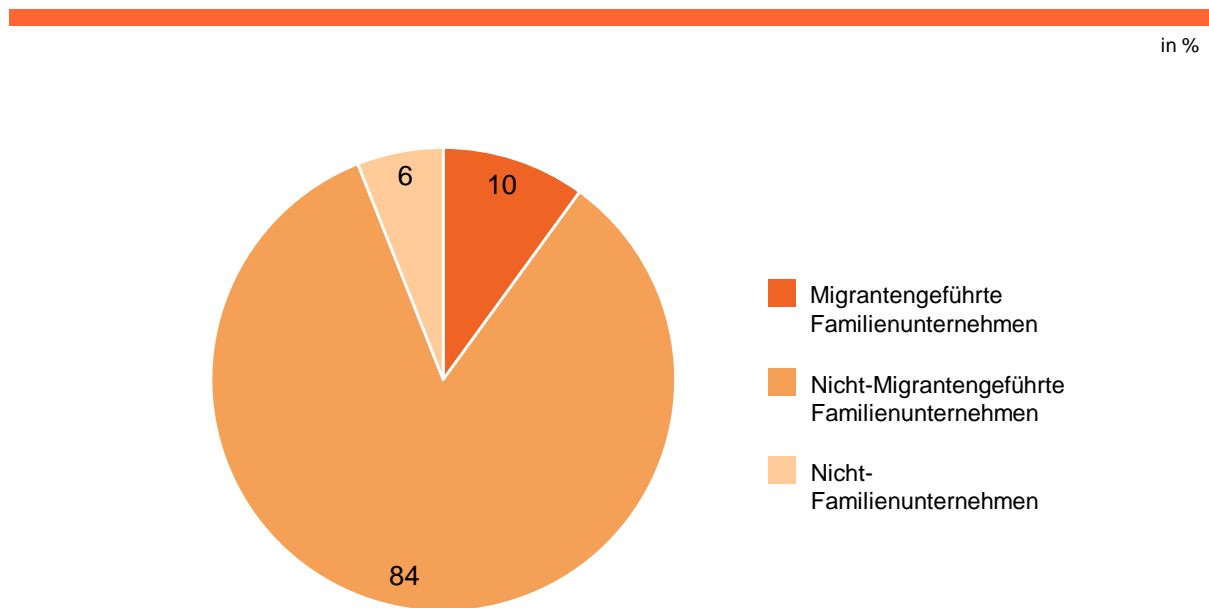
Bei der Interpretation sowohl des Anteilswertes als auch der absoluten Zahl der migrantengeführten Familienunternehmen ist zu berücksichtigen, dass diese lediglich eine ungefähre Größenordnung wiedergeben und eher als eine Untergrenze betrachtet werden sollten. Dies hängt zum einen damit zusammen, dass die in der vorliegenden Studie gewählte Definition des Migrationshintergrundes etwas enger ist als die des Statistischen Bundesamtes (vgl. Kapitel 2.1). Zum anderen können sich geringfügige Unterschätzungen bei kleineren Unternehmen aufgrund der gewählten Datenbasis für die Adressziehung ergeben (vgl. Kapitel 3). Ausgehend von der Definition des Statistischen Bundesamtes liegt eine "Obergrenze" bei 16 % bzw. 580.000 migrantengeführten Unternehmen.²¹

¹⁹ Dieser Wert liegt nahe bei dem Anteil der eigentümer- und familiengeführten Unternehmen (93,6 %), den Wolter (2017) ermittelt hat. Dies deutet auf die hohe Validität des gewählten Schätzverfahrens und der erhobenen Befragungsdaten hin.

²⁰ Da bislang keine Untersuchung zu dieser Gruppe der Familienunternehmen vorliegt, ist eine Einordnung dieses Anteilswertes nicht unmittelbar möglich. Untersuchungen zum Gründungsgeschehen in Deutschland stellen jedoch fest, dass etwa jeder zehnte Gründer (vgl. Kohn/Spengler 2007, S. 1) bzw. gut jede sechste unternehmerisch aktive Person (Leicht/Langhauser 2014, S. 22) ausländische Wurzeln hat. Vor diesem Hintergrund erscheint der von uns ermittelte Wert als plausibel.

²¹ Dies ist das Ergebnis einer groben Schätzung ausgehend von der Anzahl aller Selbstständigen mit Migrationshintergrund im Mikrozensus (vgl. Tabelle A9 im Anhang).

Abbildung 8: Anteil der migrantengeführten Familienunternehmen an allen Unternehmen in Deutschland



© IfM Bonn 17 1604 027

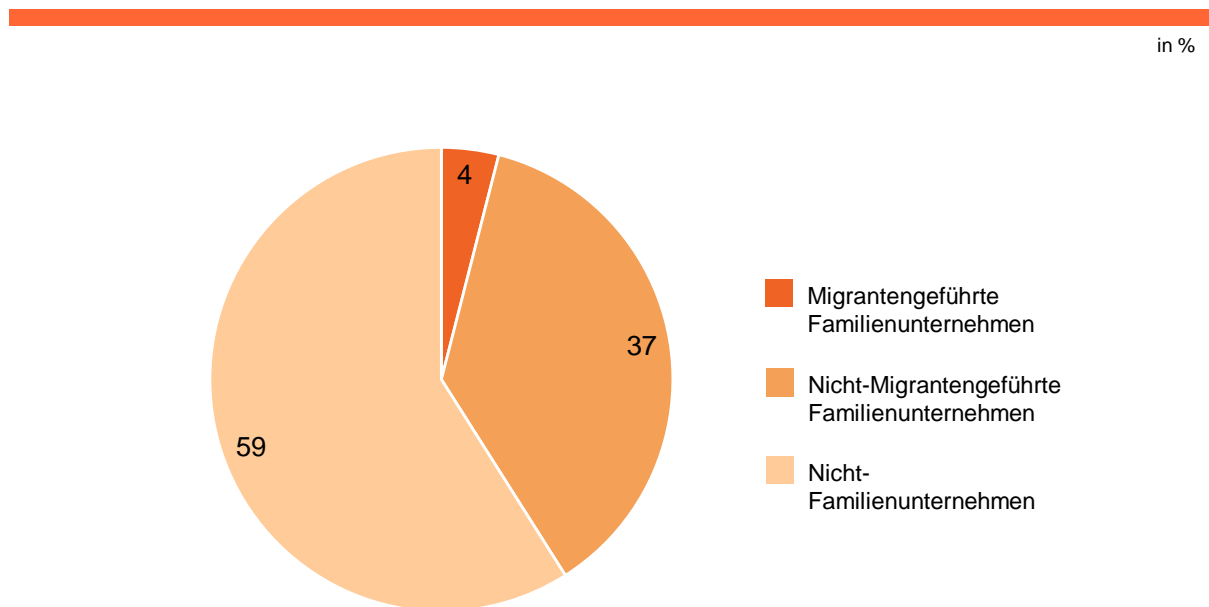
Quelle: Unternehmensregister (URS 95), Berichtsjahr 2014; Befragung des IfM Bonn 2016/2017; eigene Berechnungen.

5.2 Beitrag zum Umsatz

Der steuerbare Gesamtumsatz aller migrantengeführten Familienunternehmen belief sich im Jahr 2014 auf rund 280 Milliarden Euro. Bezogen auf den steuerbaren Gesamtumsatz aller Unternehmen von rund 6 Billionen Euro ergibt sich ein Anteilswert von rund vier Prozent (vgl. Abbildung 9). Der Anteil der migrantengeführten Familienunternehmen am Umsatz liegt somit, ähnlich wie bei nicht-migrantengeführten Familienunternehmen, unter ihrem Anteil am Unternehmensbestand (vgl. Kapitel 5.1). Dies zeigt, dass Familienunternehmen im Allgemeinen im Durchschnitt kleiner sind als Nicht-Familienunternehmen. Das Verhältnis zwischen dem Unternehmens- und dem Umsatzanteil bei migrantengeführten Familienunternehmen ist noch etwas größer als bei nicht-migrantengeführten Familienunternehmen. Dies wiederum deutet darauf hin,

dass die migrantengeführten Familienunternehmen etwas kleiner sind als die Familienunternehmen von Personen ohne Migrationshintergrund.²²

Abbildung 9: Beitrag der migrantengeführten Familienunternehmen zum steuerbaren Umsatz



© IfM Bonn 17 1604 031

Quelle: Unternehmensregister (URS 95), Berichtsjahr 2014; Befragung des IfM Bonn 2016/2017; eigene Berechnungen.

5.3 Beitrag zur Beschäftigung und Ausbildung

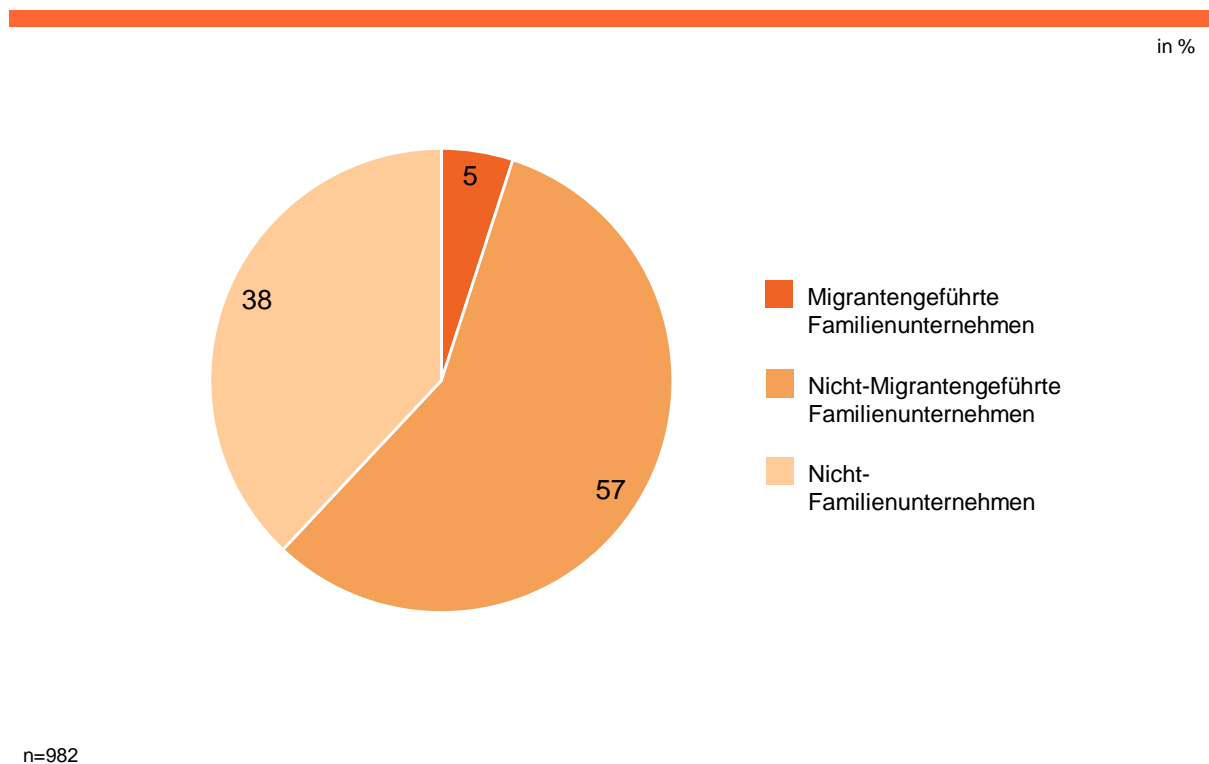
Nach unseren Hochrechnungen waren zum 31.12.2015 (der abgefragte Stand) insgesamt rund 2,1 Mio. Personen einschließlich der tätigen Inhaber in den migrantengeführten Familienunternehmen in Deutschland beschäftigt.²³ Bezogen auf alle Beschäftigten einschließlich Unternehmensinhaber bzw. Geschäftsführer in Höhe von insgesamt rund 44,3 Mio. Personen entfielen somit

²² Dieser Befund deckt sich nicht vollständig mit den Ausführungen in Kapitel 4.1.2, was in den unterschiedlichen Berechnungsmethoden begründet liegt (vgl. Kapitel 3.2).

²³ Leicht/Langhauser (2014) ermittelten für das Jahr 2010 rund 2,2 Mio. Arbeitsplätze in Migrantenunternehmen auf Basis von Mikrozensus und rund 2,7 Mio. auf Basis der eigenen Erhebung. Somit liegt unsere Schätzung unter dem von Leicht/Langhauser ermittelten Intervall, zumal die Anzahl der Beschäftigten in den Migrantenunternehmen zwischen 2010 und 2015 gestiegen sein dürfte. Allerdings haben Leicht/Langhauser eine weitere Definition des Migrationshintergrundes angelegt als wir (vgl. Kapitel 2).

rund 5 % aller Arbeitsplätze auf Familienunternehmen von Migranten (vgl. Abbildung 10). Es sei nochmals darauf hingewiesen, dass es sich bei den ermittelten Werten um Schätzwerte handelt, weshalb insbesondere die absoluten Zahlen mit einer gewissen Vorsicht zu interpretieren sind.²⁴

Abbildung 10: Anteil der Arbeitsplätze in migrantengeführten Familienunternehmen an allen Arbeitsplätzen in Deutschland



Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, hochgerechnete Werte; eigene Berechnungen.

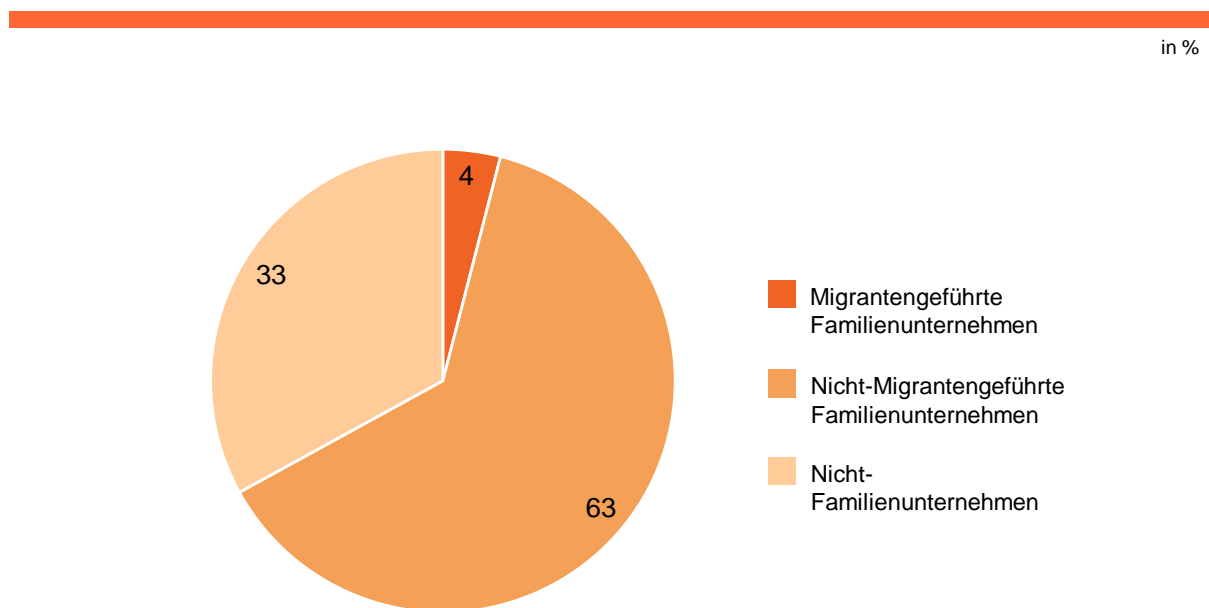
Ähnlich wie der Umsatz- liegt auch der hier ermittelte Beschäftigtenanteil der migranten- und nicht-migrantengeführten Familienunternehmen unter ihrem Anteil am Unternehmensbestand. Dies gilt in beiden Fällen in stärkerem Maße für Migrantenunternehmen, wobei der Unterschied zwischen migranten- und nicht-migrantengeführten Familienunternehmen im Hinblick auf die Beschäftigten höher ist als im Hinblick auf den Umsatz. Dies bedeutet, dass migrantengeführte im Vergleich zu nicht-migrantengeführten Familienunternehmen gemessen an den Beschäftigten im Durchschnitt kleiner sind gemessen am Um-

²⁴ Hochrechnungen auf Basis von Befragungsdaten gehen naturgemäß mit Schätzfehlern einher. So liegt bspw. die in dieser Studie ermittelte Gesamtbeschäftigtenzahl von rund 44,3 Mio. Personen um rund 900.000 über der Anzahl der Erwerbstätigen im Inland, die im Rahmen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen (Erwerbstätigenrechnung) für Dezember 2015 ausgewiesen wird (vgl. Statistisches Bundesamt 2017d).

satz. Das heißt auch, dass sie einen höheren Pro-Kopf-Umsatz erzielen als nicht-migrantengeführte Familienunternehmen.

Im Hinblick auf Ausbildungsplätze ergeben unsere Hochrechnungen, dass von den 1,32 Mio. zum 31.12.2015 besetzten Ausbildungsplätzen 54.000 auf migrantengeführte Familienunternehmen entfallen. Dies entspricht einem Anteil von rund 4 % aller Ausbildungsplätze (vgl. Abbildung 11).

Abbildung 11: Anteil der Ausbildungsplätze in migrantengeführten Familienunternehmen an allen Ausbildungsplätzen in Deutschland



n=921

© IfM Bonn 17 1604 043

Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, hochgerechnete Werte; eigene Berechnungen.

Trotz ihres relativ geringen Beschäftigungsbeitrags kommt migrantengeführten Familienunternehmen eine besondere Stellung auf dem Arbeitsmarkt zu. Wie noch zu zeigen sein wird, beschäftigten migrantengeführte Familienunternehmen überdurchschnittlich häufig Mitarbeiter mit Zuwanderungsgeschichte (vgl. Kapitel 6.1). Dies spiegelt sich auch in den aggregierten Beschäftigtenzahlen wider: Nach unseren Schätzungen waren zum Jahreswechsel 2016/2017 rund 13 % aller Arbeitnehmer einschließlich Auszubildenden mit Zuwanderungsgeschichte in migrantengeführten Familienunternehmen beschäftigt. Sie leisten damit einen überdurchschnittlich hohen Beschäftigungsbeitrag im Hinblick auf diese Beschäftigtengruppe. Gleichwohl darf nicht übersehen werden, dass die

Familienunternehmen von Migranten weit überwiegend Einheimische beschäftigen.

6 Unternehmensführung

6.1 Personalstruktur und Stellenbesetzungsprobleme

Der gesamtwirtschaftliche Beitrag migrantengeführter Familienunternehmen zur Beschäftigung resultiert aus einzelwirtschaftlichen Entscheidungen von Unternehmen im Personalbereich. Leifels (2017) und Metzger (2014) zeigen, dass Personen mit Migrationshintergrund eine höhere Bereitschaft haben, bereits zu Beginn der Selbstständigkeit Beschäftigte einzustellen, als Personen ohne Migrationshintergrund. Sind die Unternehmen allerdings bereits etabliert, stellen migrantengeführte Unternehmen weniger Personal ein als nicht-migrantengeführte Unternehmen (vgl. Leicht et al. 2005, 2012; Leicht/Langhauser 2014).

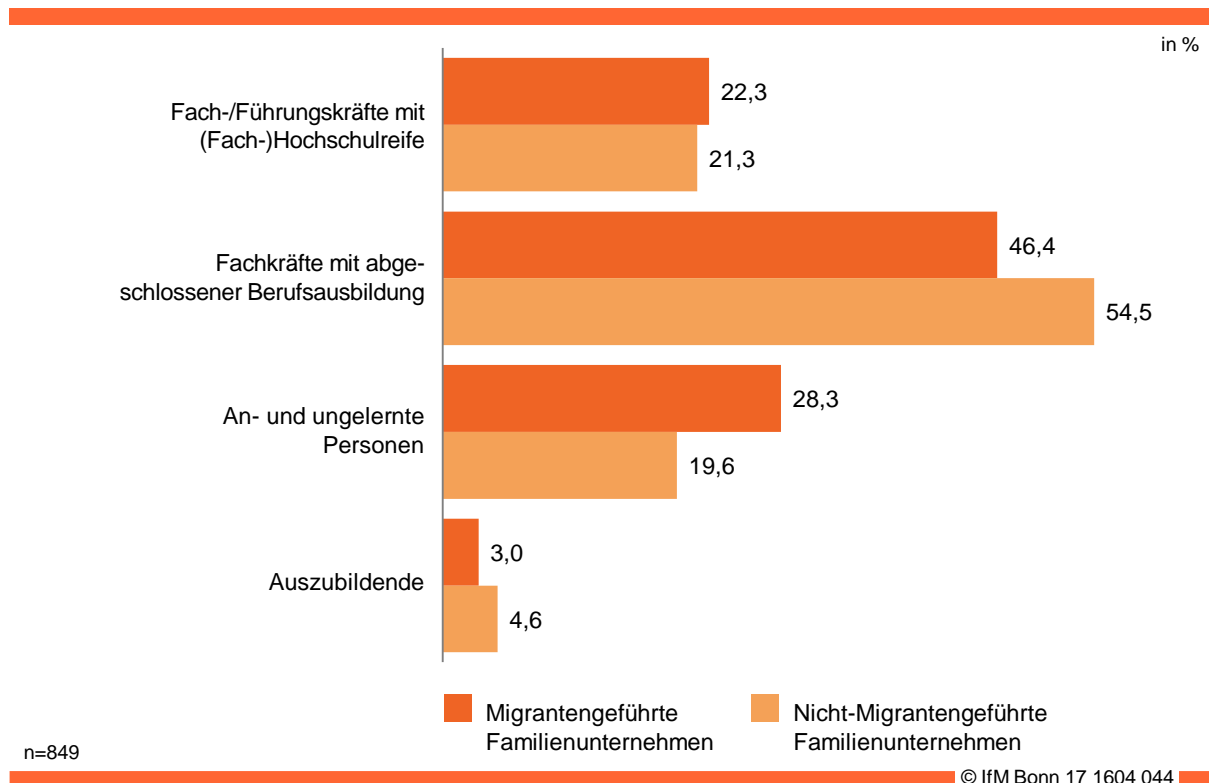
Dies führt im Ergebnis dazu, wie die vorliegende Untersuchung zeigt, dass migrantengeführte Familienunternehmen im Durchschnitt sieben und nicht-migrantengeführte Familienunternehmen neun Personen (einschließlich der Geschäftsführung) beschäftigen. Die Ergebnisse multivariater Analysen bestätigen diesen Unterschied (vgl. Tabelle A10 im Anhang).²⁵

Die Qualifikationsstruktur von migrantengeführten und nicht-migrantengeführten Familienunternehmen unterscheidet sich im Bereich der mittleren und geringen Qualifikationen (vgl. Abbildung 12). In Familienunternehmen von Migranten finden sich weniger Beschäftigte mit abgeschlossener Berufsausbildung und im Gegenzug mehr An- und Ungelernte als in Familienunternehmen von Nicht-Zugewanderten. Überdies bilden Familienunternehmen von Migranten insgesamt weniger Auszubildende aus als die der Nicht-Migranten (siehe auch z.B. Leicht et al. 2005). Die geringere Auszubildendenquote hat ihre Ursache u.a. in Unterschieden in der Branchenzugehörigkeit, der Unternehmensgröße und dem Alter. Kleinere und jüngere Unternehmen bspw. bilden seltener aus als größere und ältere (vgl. auch Leicht/Werner 2013). Die geringere Auszubil-

²⁵ Im Rahmen der multivariaten Analyse wurden weitere Faktoren, die die Anzahl der Beschäftigten eines Unternehmens beeinflussen, wie Branchenzugehörigkeit oder Alter berücksichtigt (vgl. Tabelle A10 im Anhang). Die dabei ermittelten Größenunterschiede zwischen den migranten- und nicht-migrantengeführten Familienunternehmen können nicht unmittelbar mit den deskriptiven Ergebnissen verglichen werden, da die multivariaten Berechnungen ohne Gewichtungsfaktoren durchgeführt wurden.

dendenquote der migrantengeführten Familienunternehmen ist somit weniger dem Migrationshintergrund der Geschäftsführung geschuldet als dem Umstand, dass sie unter anderem jünger und kleiner sind.

Abbildung 12: Beschäftigte nach Qualifikation



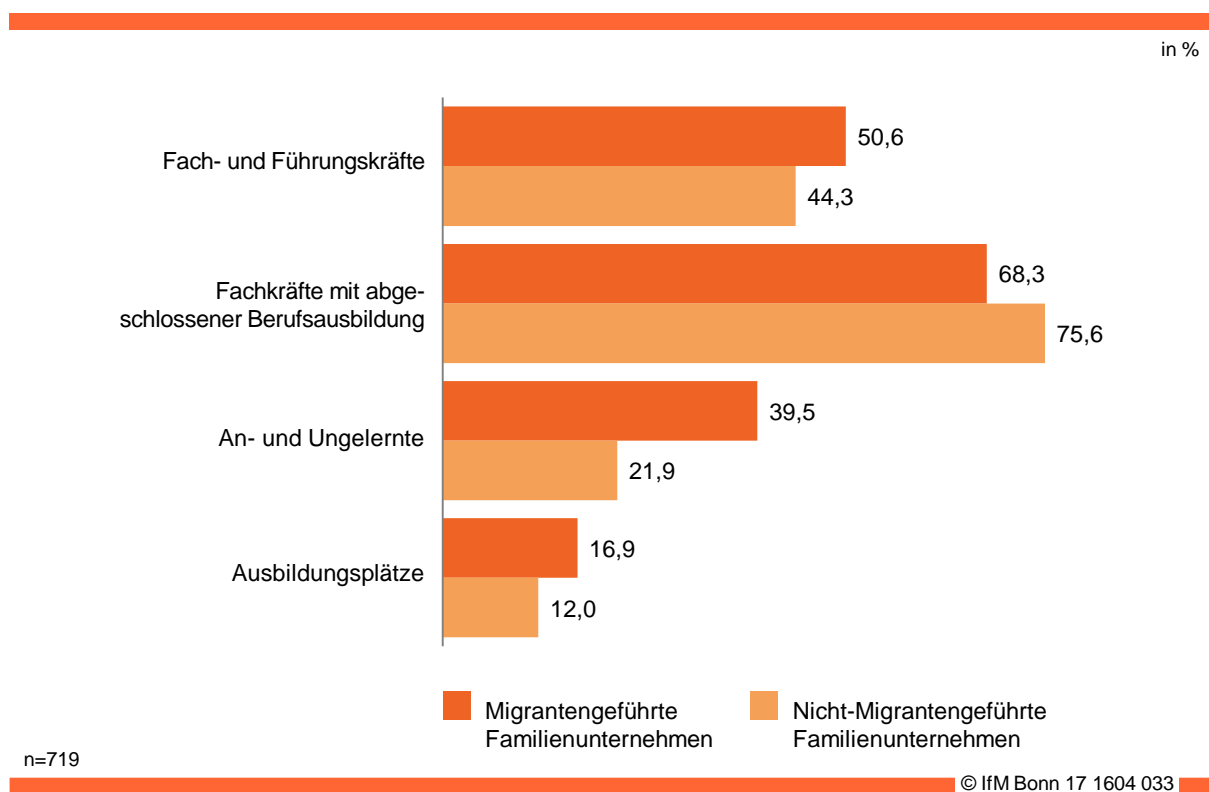
Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

Mehr als die Hälfte (56,0 %) der migrantengeführten Familienunternehmen beschäftigen Personen mit Migrationshintergrund. Dies sind mehr als doppelt so viele wie nicht-migrantengeführte Familienunternehmen (24,1 %). Der Migrantenanteil an den Arbeitnehmern liegt mit durchschnittlich 59 % in migrantengeführten Familienunternehmen deutlich über dem in nicht-migrantengeführten Familienunternehmen (29 %). Dies deckt sich mit den Ergebnissen anderer Studien, die den migrantengeführten Unternehmen eine bedeutende Integrationsfunktion in Bezug auf die Beschäftigung von Menschen mit Migrationshintergrund bescheinigen (vgl. Leicht/Langhauser 2014).

Etwa ein Drittel der Unternehmen berichtet davon, dass sie in den letzten zwei Jahren Schwierigkeiten bei der Besetzung freier Stellen hatten. Migrantengeführte Familienunternehmen scheinen mit einem Anteil von 29,1 % auf den ersten Blick seltener auf Stellenbesetzungsprobleme zu stoßen als nicht-migrantengeführte Familienunternehmen (35,6 %). Allerdings gilt es zu bedenken, dass migrantengeführte Unternehmen kleiner sind als nicht-migranten-

geführte und dass kleinere Unternehmen seltener Stellen besetzen als größere (vgl. z.B. Kay et al. 2010; Fischer et al. 2009). Multivariate Analysen zeigen dann auch, dass unter Berücksichtigung weiterer Faktoren wie beispielsweise Unternehmensgröße und -alter migranten- und nicht-migrantengeführte Familienunternehmen gleich häufig Stellenbesetzungsprobleme hatten (vgl. Tabelle A11 im Anhang).

Abbildung 13: Probleme bei der Stellenbesetzung



Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

Eine Differenzierung nach Qualifikationen ergibt ein in der Tendenz bekanntes Bild (vgl. z.B. Bachmann et al. 2014; Brink/Bijedic 2014; Kay et al. 2010): Am häufigsten treten Schwierigkeiten bei der Besetzung von Stellen für Fachkräfte mit abgeschlossener Berufsausbildung auf, gefolgt von Stellen für Fach- und Führungskräfte (vgl. Abbildung 13). Angesichts der Unterschiede in der Qualifikationsstruktur ihrer Belegschaften überrascht es nicht, dass migrantengeführte Familienunternehmen häufiger bei Stellen für Fach- und Führungskräfte sowie An- und Ungelernte und seltener bei Stellen für Fachkräfte mit abgeschlossener Berufsausbildung Besetzungsschwierigkeiten haben als nicht-migrantengeführte Unternehmen (vgl. Abbildung 12): Sie suchen häufiger nach Mitarbeitern dieser Qualifikationen.

Abbildung 13 deutet zwar darauf hin, dass migrantengeführte Familienunternehmen häufiger über Probleme bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen berichten als nicht-migrantengeführte. Werden aber weitere Faktoren wie Wirtschaftszweigzugehörigkeit oder Unternehmensgröße mitberücksichtigt, haben migranten- und nicht-migrantengeführte Familienunternehmen gleich häufig Schwierigkeiten bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen (vgl. Tabelle A11 im Anhang).

6.2 Absatz und Wettbewerbsstrategie

Die theoretischen Erklärungsansätze unternehmerischer Tätigkeit von Migranten argumentieren häufig mit deren besonderer Ressourcenausstattung (vgl. Kapitel 2.2). Diese liegen unter anderem in spezifischen Kenntnissen über ihre und in spezifischen Verbindungen in ihrer Herkunftsregion. Ob sich diese spezifischen Ressourcen in der Absatz- und der Wettbewerbsstrategie migrantengeführter Familienunternehmen niederschlagen, überprüfen wir im Folgenden.

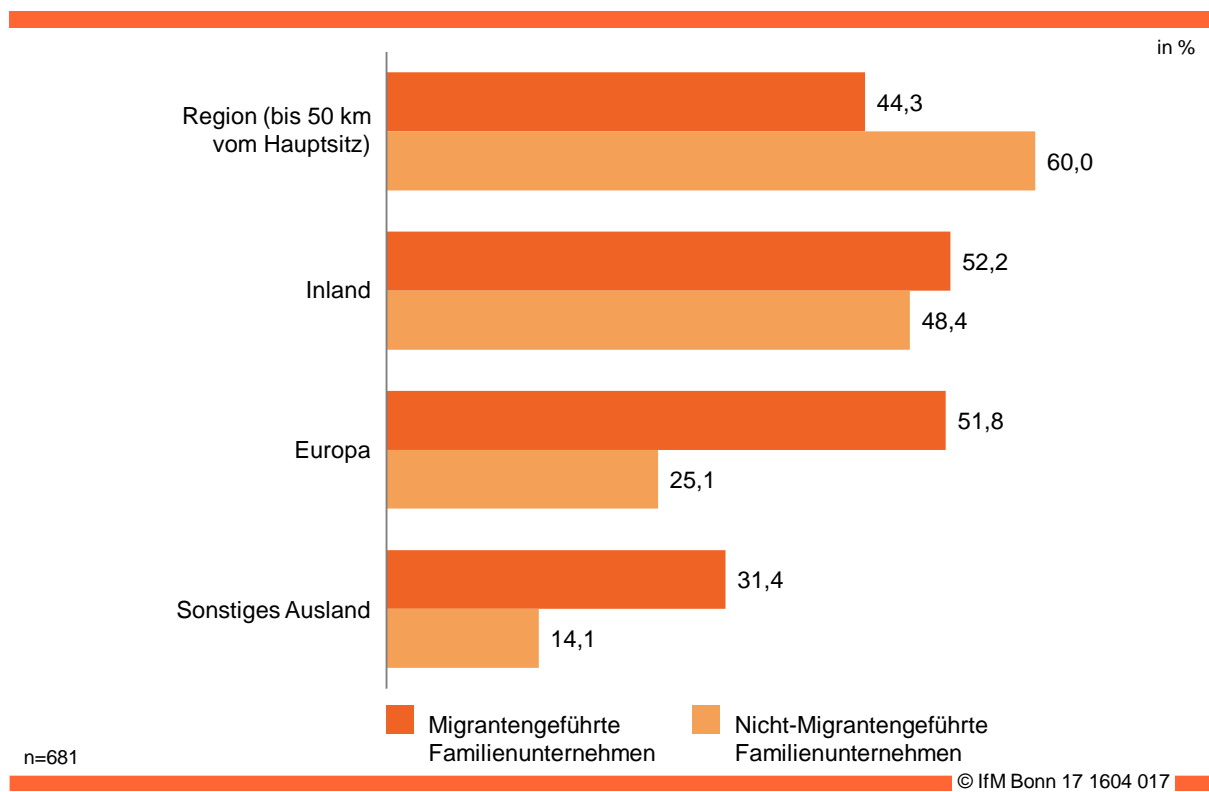
Zunächst einmal zeigt sich, dass migrantengeführte Familienunternehmen deutlich häufiger ihr Absatzgebiet im Ausland haben als nicht-migrantengeführte Familienunternehmen (vgl. Abbildung 14). Gut doppelt so viele migranten- wie nicht-migrantengeführte Familienunternehmen setzen ihre Waren und Dienstleistungen in Europa, aber auch außerhalb Europas ab. Migrantengeführte Familienunternehmen haben demnach häufiger eine internationale Marktorientierung als nicht-migrantengeführte Familienunternehmen (vgl. auch Leicht/Langhauser 2014). Werden allerdings weitere Faktoren in die Betrachtung einbezogen, die wie die Unternehmensgröße, das -alter oder die Branchenzugehörigkeit die Auslandsaktivität beeinflussen, dann verringert sich der Unterschied zwischen migranten- und nicht-migrantengeführten Familienunternehmen erheblich (vgl. Tabelle A11 im Anhang).

Unsere weiteren Befragungsergebnisse deuten darauf hin, dass diese in der Tendenz stärkere Auslandsorientierung häufiger nichts mit dem eigenen Migrationshintergrund²⁶ oder migranten-spezifischen Ressourcen zu tun hat. So geben lediglich 22,8 % der migrantengeführten Familienunternehmen an, dass die Herkunftsregion der Unternehmerfamilie(n) eine große Bedeutung für die

²⁶ Denkbar wäre aber auch, dass sich der Migrationshintergrund eher grundsätzlich auf die Auslandsorientierung auswirkt. Mit anderen Worten: Migranten könnten aufgrund der eigenen (oder elterlichen) Migrationserfahrung tendenziell über eine höhere Fähigkeit bzw. Bereitschaft zur Internationalisierung verfügen.

Geschäftstätigkeit hat. Lediglich 18,4 % dieser Unternehmen stimmen der Aussage zu, dass der Erfolg ihrer Geschäftstätigkeit von der Nutzung der Sprache des Herkunftslandes abhängt. Weitere 16 % stimmen dieser Aussage "teils, teils" zu.

Abbildung 14: Absatzgebiete der Familienunternehmen



Mehrfachnennungen möglich.

Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

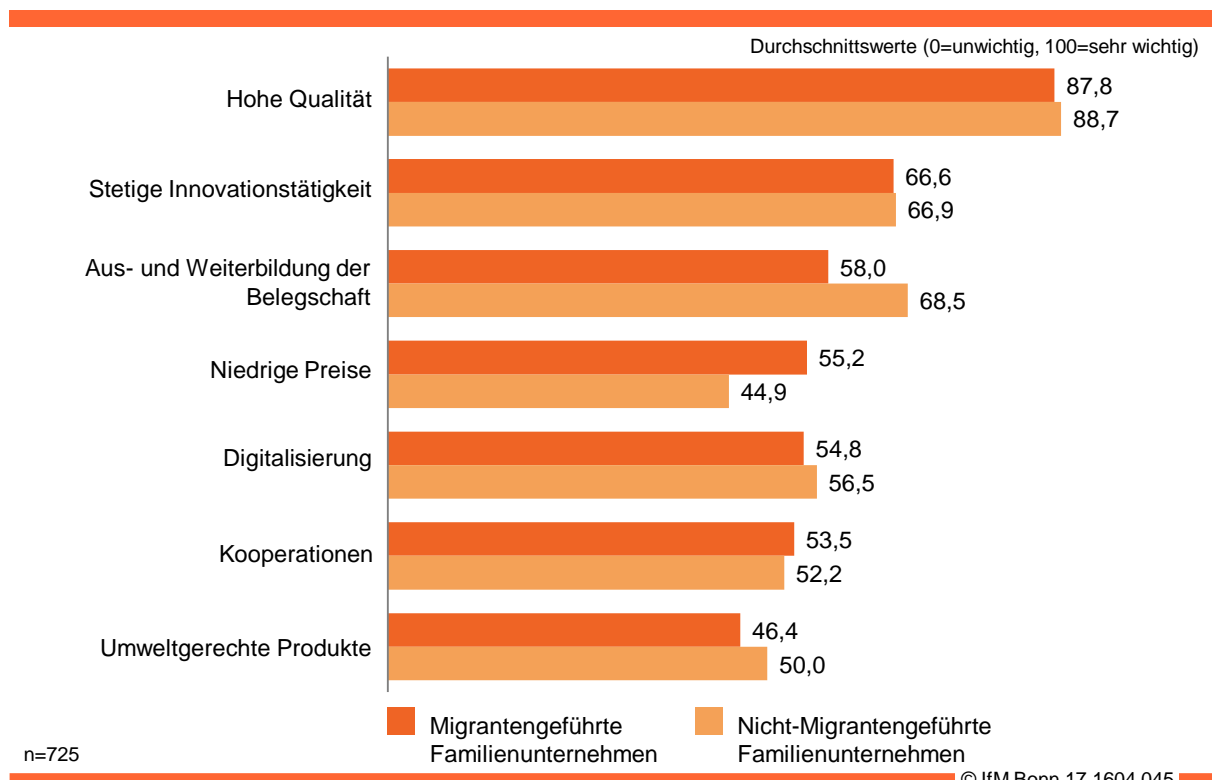
Wie aus Abbildung 14 auch zu entnehmen ist, setzen migrantengeführte Familienunternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen seltener in der sie unmittelbar umgebenden Region ab als nicht-migrantengeführte Familienunternehmen. Zusammen mit den Befunden zur Bedeutung der Herkunftsregion und dem Gebrauch der Sprache des Herkunftslandes lässt sich daraus schließen, dass die im Inland agierenden Familienunternehmen von Migranten nicht vorwiegend Nischenmärkte und Kunden gleicher Ethnie fokussieren (vgl. auch Leicht et al. 2005; Leicht et al. 2012; Leicht/Werner 2013; Leicht/Langhauser 2014).

Bei denjenigen Unternehmen, für die die Herkunftsregion der Unternehmerfamilie(n) bedeutsam für die eigene Geschäftstätigkeit ist, fungiert die Herkunftsregion in erster Linie als Absatzmarkt (vgl. auch Leicht et al. 2012). Weniger

bedeutsam ist sie als Herkunftsregion der Produkte oder Dienstleistungen, der Geschäftspartner oder der Mitarbeiter.

Trotz der teils erheblichen regionalen Unterschiede in den Absatzmärkten haben mit jeweils gut einem Viertel gleich viele der migranten- und nicht-migrantengeführten Familienunternehmen gegenwärtig Probleme im Absatzbereich. Allerdings haben die jeweiligen Absatzprobleme teils unterschiedliche Ursachen. So begründen nicht-migrantengeführte Familienunternehmen ihre Absatzprobleme tendenziell häufiger mit hohem Konkurrenzdruck als migrantengeführte Familienunternehmen. Letztere wiederum nennen häufiger eine allgemein geringe Nachfrage sowie Schwierigkeiten bei der Erschließung neuer Märkte und Kundengruppen.

Abbildung 15: Bedeutung ausgewählter Aspekte für die Wettbewerbsfähigkeit



Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

Migrantenspezifische Ressourcen beeinflussen also nur bei einem Teil der migrantengeführten Familienunternehmen die Absatzstrategie. Dieser Befund wirft die Frage auf, welche Wettbewerbsstrategien Familienunternehmen von Migranten generell verfolgen. Mit Blick auf Abbildung 15 zeigt sich, dass mit der Betonung der Qualität der Produkte und Dienstleistungen und der stetigen Innovationstätigkeit viele der migranten- und nicht-migrantengeführten Unternehmen eher eine Differenzierungsstrategie verfolgen. Die nicht-migrantenge-

fürten Familienunternehmen messen dabei der Aus- und Weiterbildung der Belegschaft noch eine größere Bedeutung bei als die migrantengeführten. Die Strategie der Preisführerschaft ist demgegenüber von geringerer Bedeutung. Allerdings messen migrantengeführte Familienunternehmen niedrigen Preisen – auch unter Berücksichtigung weiterer Einflussfaktoren – eine höhere Bedeutung für die eigene Wettbewerbsfähigkeit bei als nicht-migrantengeführte Familienunternehmen (vgl. Tabelle A11 im Anhang).

6.3 Innovation

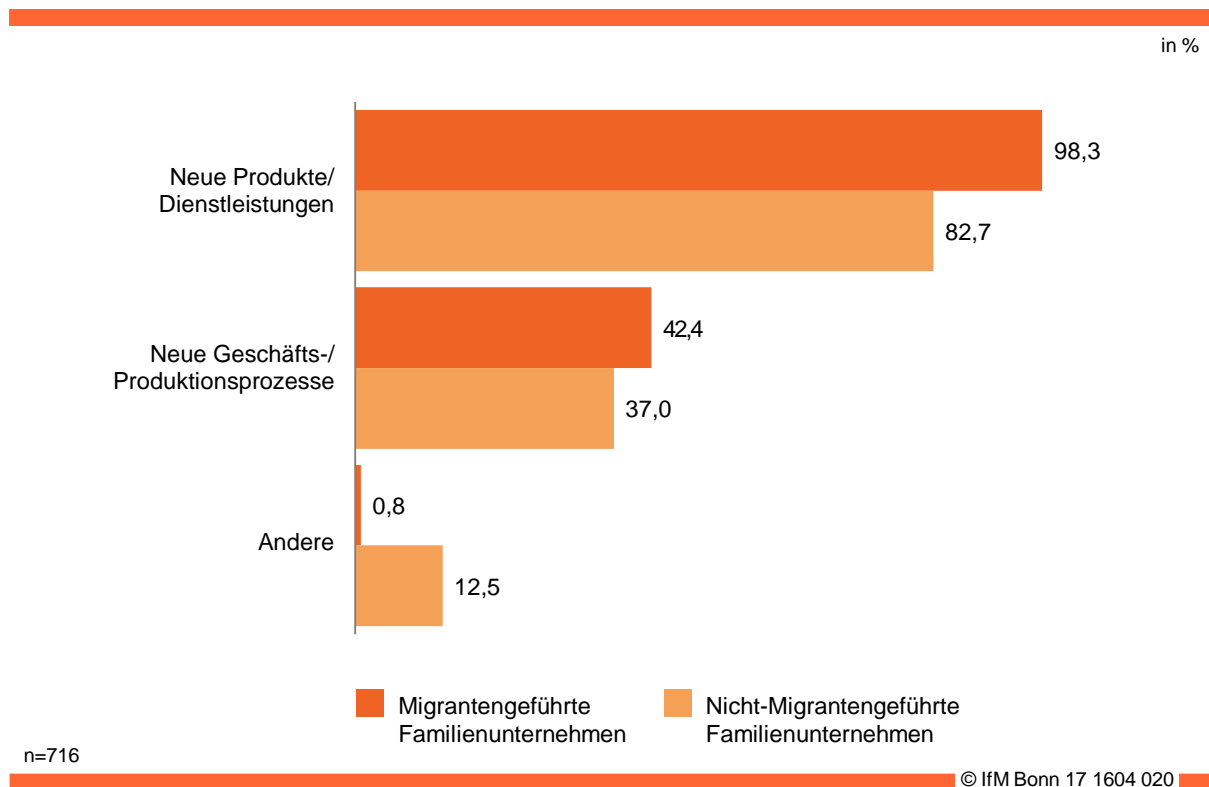
Der sog. Mixed-Embeddedness-Ansatz von Kloosterman et al. (1999) postuliert, dass migrantengeführte Unternehmen meist in den weniger kapital- und wissensintensiven Marktsegmenten agieren (vgl. Kapitel 2.2). Das ließe vermuten, dass migrantengeführte Unternehmen seltener innovieren als nicht-migrantengeführte Unternehmen. Unsere Untersuchung zeigt jedoch, dass Familienunternehmen von Migranten keinesfalls seltener in wissensintensiven Wirtschaftszweigen aktiv sind als Familienunternehmen von Nicht-Migranten (vgl. Kapitel 4.1). Wie innovationsaktiv sind migrantengeführte Familienunternehmen nun?

Wie aus Abbildung 16 hervorgeht, haben migrantengeführte Familienunternehmen in den letzten drei Jahren mit einem Anteil von knapp zwei Dritteln häufiger Innovationen eingeführt als nicht-migrantengeführte Familienunternehmen (50,8 %). Werden wiederum weitere Unternehmenscharakteristika wie Unternehmensgröße oder Branchenzugehörigkeit berücksichtigt, reduziert sich der Unterschied in der Innovationshäufigkeit zwischen den beiden betrachteten Unternehmensgruppen erheblich (vgl. Tabelle A11 im Anhang).

Nahezu jedes innovationsaktive migrantengeführte Familienunternehmen hat neue Produkte und/oder Dienstleistungen hervorgebracht. Und noch mehr als vier von zehn innovationsaktiven migrantengeführten Familienunternehmen haben in dem betrachteten Zeitraum neue Geschäftsabläufe und/oder Produktionsprozesse eingeführt. Sie sind damit in diesen Bereichen innovationsaktiver als die innovationsaktiven nicht-migrantengeführten Familienunternehmen. Allerdings zeigen die innovationsaktiven nicht-migrantengeführten Familienunternehmen ein deutlich höheres Aktivitätsniveau im Hinblick auf Innovationen, die weder den Produkt- noch den Prozessinnovationen zugeordnet werden können, z.B. Geschäftsmodell- oder soziale Innovationen. Migrantengeführte Familienunternehmen sind also in der Tendenz innovationsaktiver als nicht-

migrantengeführte Familienunternehmen und unterscheiden sich teils in der Art der eingeführten Innovationen.

Abbildung 16: Einführung von Innovationen in den letzten drei Jahren



Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

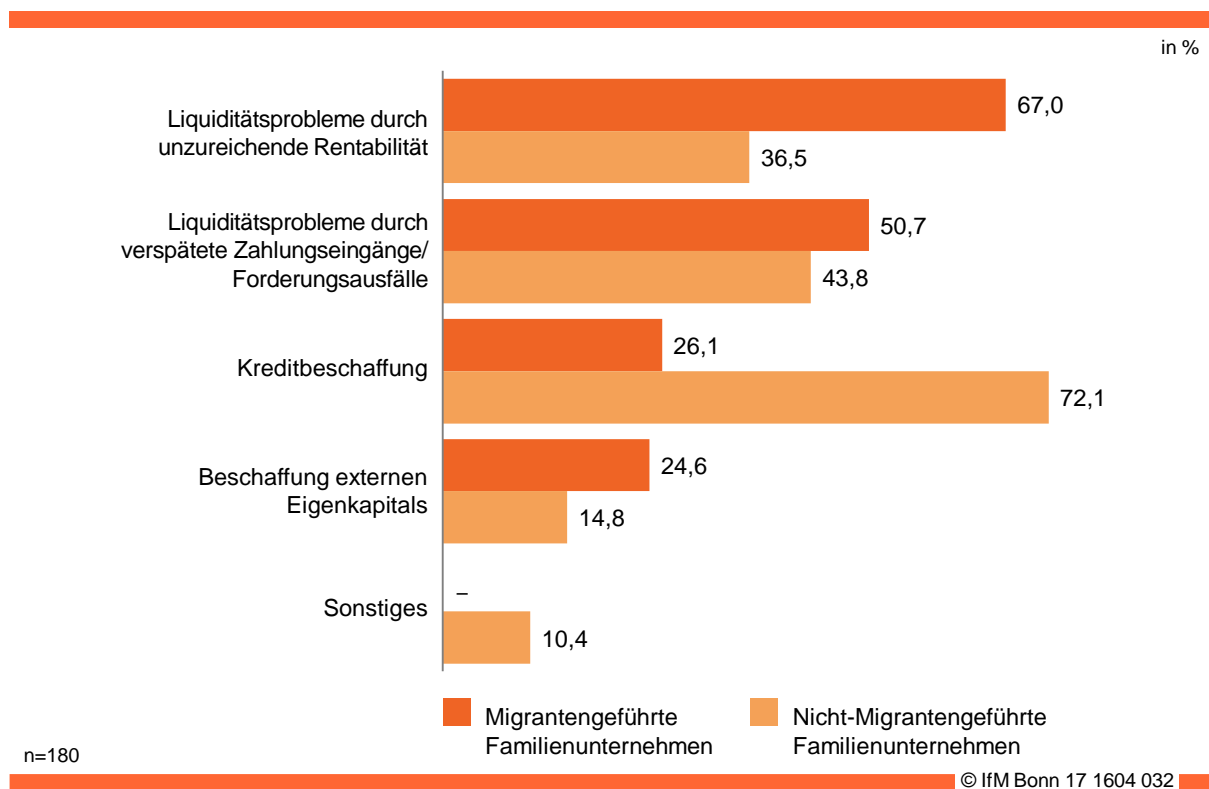
6.4 Finanzierungsprobleme

Die Finanzierungssituation der Unternehmen in Deutschland war in den letzten Jahren generell günstig (vgl. z.B. Schwartz 2016; Pahnke et al. 2015). In dieses Bild fügen sich unsere Befragungsergebnisse ein. Etwa ein Fünftel der Familienunternehmen berichtet von Problemen in der Unternehmensfinanzierung in den letzten drei Jahren. Migrantengeführte Familienunternehmen waren mit einem Anteil von 18,7 % auf den ersten Blick seltener davon betroffen als nicht-migrantengeführte Unternehmen (26,3 %). Unter Berücksichtigung weiterer Unternehmensmerkmale wie Alter, Branchenzugehörigkeit oder Unternehmenssitz zeigt sich jedoch, dass migranten- wie nicht-migrantengeführte Familienunternehmen gleich häufig Probleme in der Unternehmensfinanzierung hatten (vgl. Tabelle A11 im Anhang).

Richtet sich der Blick auf die Art der Finanzierungsprobleme, zeigen sich jedoch in der Tat Unterschiede zwischen den beiden betrachteten Unternehmensgruppen (vgl. Abbildung 17). Migrantengeführte Familienunternehmen

berichten häufiger von Liquiditätsproblemen – durch unzureichende Rentabilität oder verspätete Zahlungseingänge –, wohingegen nicht-migrantengeführte Familienunternehmen häufiger Probleme bei der Beschaffung von Krediten angeben.

Abbildung 17: Finanzierungsprobleme in den letzten drei Jahren



Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

Ob die selteneren Kreditbeschaffungsprobleme auf Seiten der migrantengeführten Familienunternehmen zumindest zum Teil darauf zurückzuführen sind, dass sie sich seltener um Kredite bemühen als nicht-migrantengeführte Familienunternehmen, kann hier nicht geklärt werden.²⁷ Gezeigt werden kann aber, dass Unternehmen, die niedrigen Preise eine hohe Bedeutung für ihre Wettbewerbsfähigkeit beimessen, häufiger mit Finanzierungsproblemen konfrontiert waren (vgl. Tabelle A11 im Anhang). Dies könnte erklären, warum Liquiditätsprobleme durch unzureichende Rentabilität bei migrantengeführten Familienunternehmen häufiger auftreten.

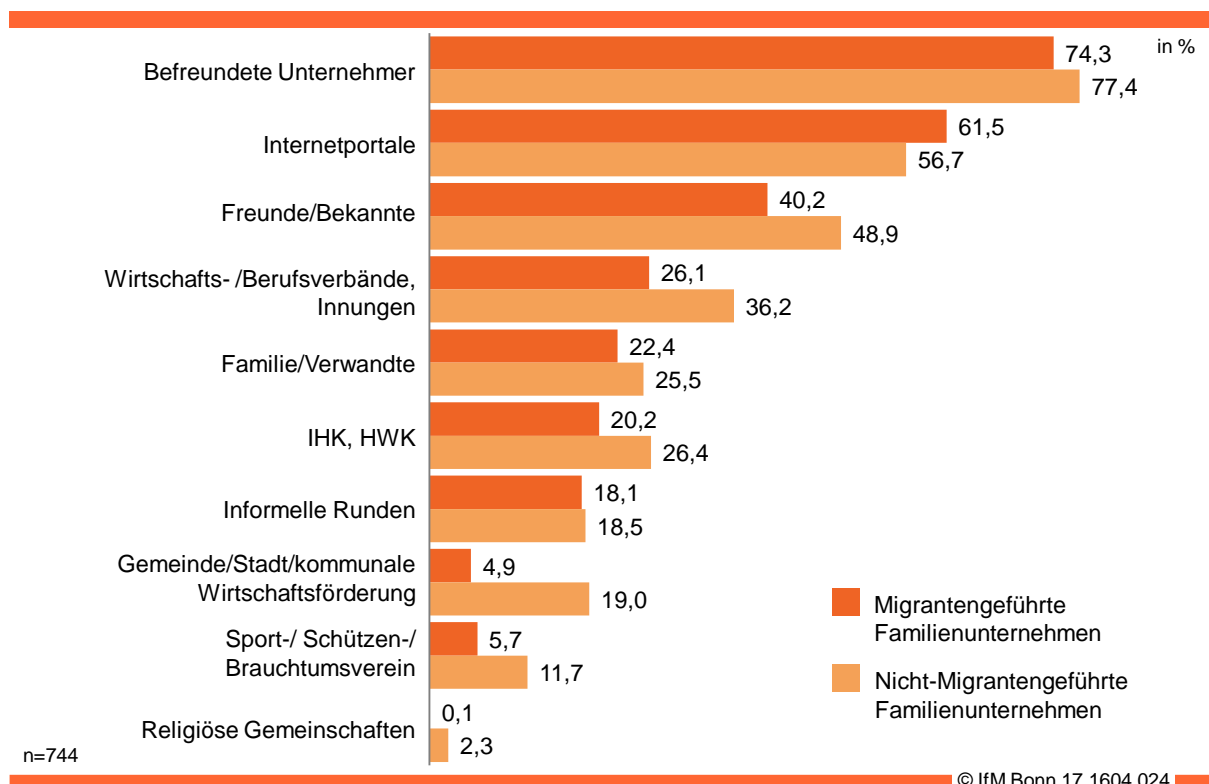
²⁷ Aus der Gründungsforschung ist bekannt, dass sich Gründer mit Migrationshintergrund seltener um Fremdkapital bemühen als solche ohne Migrationshintergrund (vgl. z.B. Metzger 2014). Wenn sie es aber tun, sind sie häufiger mit Problemen konfrontiert als Gründer ohne Migrationshintergrund (vgl. Metzger 2014; Kay/Schneck 2012; Leicht et al 2012).

6.5 Vernetzung

Soziales Kapital, zu dem Kontakte und Netzwerke im beruflichen wie im außerberuflichen Wirkungsraum gehören, stellt im Rahmen unternehmerischer Tätigkeit eine wertvolle Ressource dar. Insbesondere für Menschen mit Migrationshintergrund bietet soziales Kapital die Möglichkeit, Benachteiligung am Markt zumindest teilweise zu kompensieren und dadurch Zugang zu wichtigen Ressourcen zu erhalten (vgl. Portes/Landolt 2000).

Wie aus Abbildung 18 ersichtlich, nutzen sowohl migranten- als auch nicht-migrantengeführte Familienunternehmen eine Bandbreite an Kontakten für geschäftliche Zwecke. Es fällt auf, dass die geschäftliche Kontaktpflege in beiden Gruppen häufig innerhalb eines privaten Netzwerks – bestehend aus befreundeten Unternehmern sowie Freunden und Bekannten – stattfindet. Große Bedeutung kommt in diesem Zusammenhang auch noch Internetportalen zu.

Abbildung 18: Regelmäßige Nutzung von Personen und Organisationen, um geschäftliche Kontakte zu pflegen



Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

Auffällig ist zudem, dass migrantengeführte Familienunternehmen alle Ansprechpartner und Einrichtungen – mit der Ausnahme der Internetportale – seltener für die Pflege geschäftlicher Kontakte nutzen als die nicht-

migrantengeführten Familienunternehmen. Das heißt auch, dass sie im Durchschnitt eine geringere Netzwerkbreite aufweisen (vgl. auch Leicht et al. 2005).²⁸ Abbildung 18 legt den Schluss nahe, dass gerade Verbände, Kammern und kommunale Einrichtungen seltener von migrantengeführten Familienunternehmen regelmäßig für die geschäftliche Kontaktpflege genutzt werden.²⁹ Dies ist jedoch dann nicht mehr der Fall, wenn unter anderem die Unternehmensgröße und das Unternehmensalter berücksichtigt werden (vgl. Tabelle A11 im Anhang).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass migrantengeführte Familienunternehmen vergleichsweise stärker auf private Kontakte setzen als auf öffentliche und institutionelle Angebote (vgl. auch Leicht et al. 2005), was allerdings anhand weiterer Unternehmenscharakteristika zu erklären ist.

7 Unternehmensnachfolge

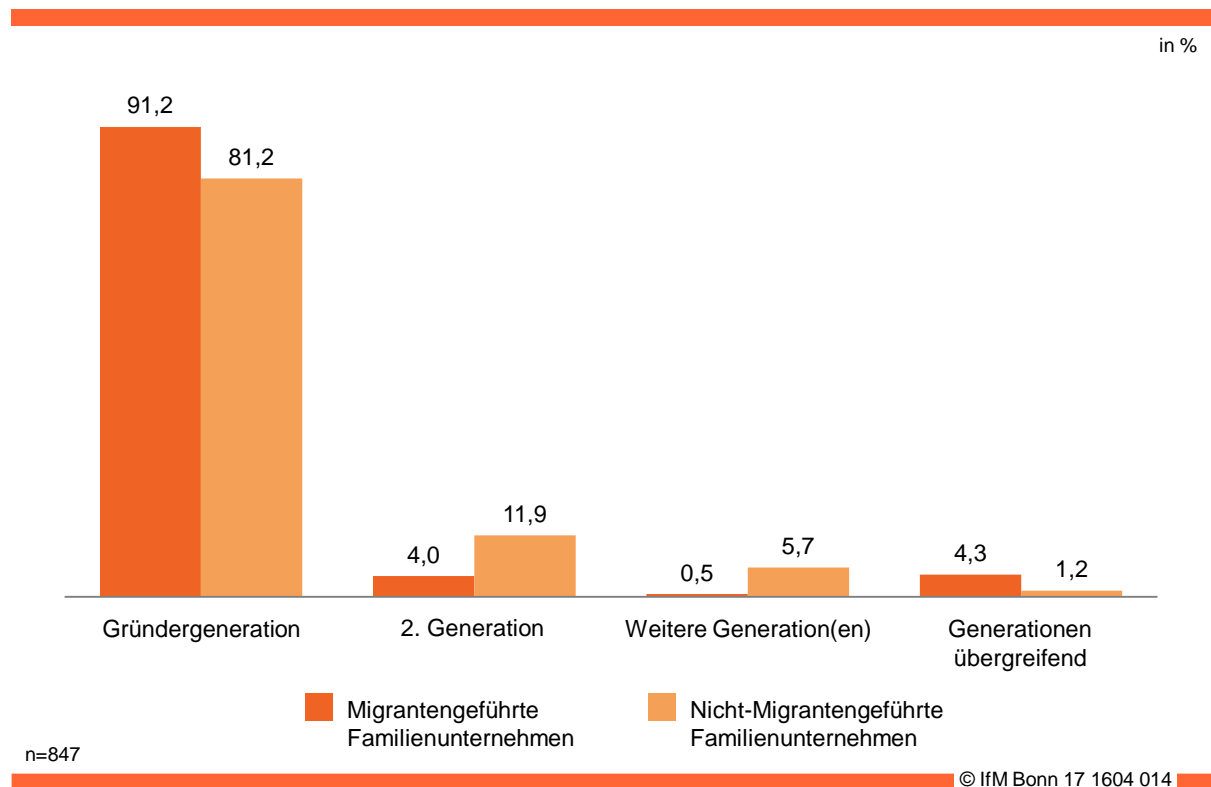
Bedingt durch die persönliche und finanzielle Verbundenheit des Inhabers bzw. der Inhaberfamilie mit einem Unternehmen kann der Generationswechsel nicht nur eine unternehmerische, sondern auch eine persönliche Herausforderung sein. Im Vorfeld des Übergabeprozesses müssen daher wohlüberlegte Entscheidungen getroffen werden. Dazu zählen die Fragen, wann und an wen die Nachfolge erfolgen bzw. welche Voraussetzungen ein potenzieller Nachfolgekandidat erfüllen soll.

Zunächst richtet sich der Blick jedoch auf die Frage, in der wievielten Generation einer Familie die Unternehmensführung liegt (vgl. Abbildung 19). Im Einklang mit dem jungen Durchschnittsalter der Familienunternehmen (vgl. Kapitel 4.1) zeigt sich, dass die weit überwiegende Mehrheit noch von den Unternehmensgründern selbst geführt wird – die migrantengeführten noch häufiger als die nicht-migrantengeführten. Entsprechend hat ein kleinerer Anteil der migranten- als der nicht-migrantengeführten Familienunternehmen bereits mindestens einen Generationswechsel vollzogen.

²⁸ Migrantengeführte Familienunternehmen nutzen im Durchschnitt 2,7 verschiedene Personengruppen und Organisationsarten für die geschäftliche Kontaktpflege, nicht-migrantengeführte 3,2.

²⁹ Block et al. (2012) zeigen, dass Selbstständige mit Migrationshintergrund seltener Unternehmer- und Freiberuflervereinigungen beitreten.

Abbildung 19: Familienunternehmen nach Generation der Unternehmensführung



Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

Aufgrund ihres durchschnittlich höheren Alters sind auch mehr der nicht-migrantengeführten als der migrantengeführten Familienunternehmen "übergabereif", d. h., in diesen Unternehmen steht in den nächsten fünf Jahren eine Unternehmensnachfolge an (vgl. Abbildung 20). Im Gegensatz zu den nicht-migrantengeführten gehen alle migrantengeführten Familienunternehmen davon aus, dass das Unternehmen in diesem und über diesen Zeitraum hinaus weitergeführt wird.

Abbildung 20: Familienunternehmen nach erwarteter Unternehmensnachfolge in den nächsten fünf Jahren



n=845

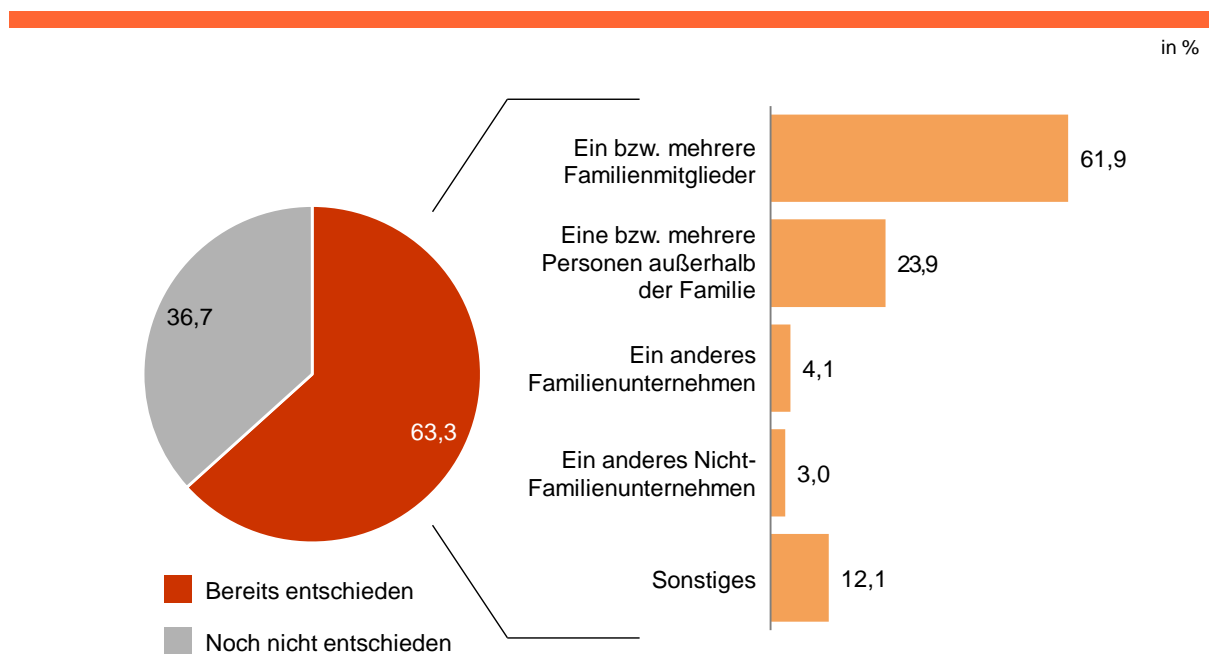
© IfM Bonn 17 1604 015

Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

Mehr als ein Drittel der Familienunternehmen hat noch nicht darüber entschieden, an wen das Unternehmen übergeben werden soll (vgl. Abbildung 21). Von denjenigen, die sich bereits entschieden haben, streben mehr als 60 % eine Übergabe innerhalb der Familie an. Knapp jedes dritte übergabereife Unternehmen könnte sich auch einen Verkauf des Unternehmens vorstellen, sei es an eine bzw. mehrere natürliche Person(en) außerhalb der Familie oder an andere Unternehmen.³⁰

³⁰ Der Anteil der unentschlossenen Unternehmen ist unter den migrantengeführten Unternehmen tendenziell höher als unter nicht-migrantengeführten Familienunternehmen. Eine Übergabe innerhalb der Familie bevorzugen sowohl migranten- als auch nicht-migrantengeführte Familienunternehmen gleichermaßen. Bezüglich anderer Übergabeoptionen sind angesichts geringer Fallzahlen keine differenzierenden Aussagen möglich.

Abbildung 21: Übergabereife Familienunternehmen nach Art des gewünschten Nachfolgers



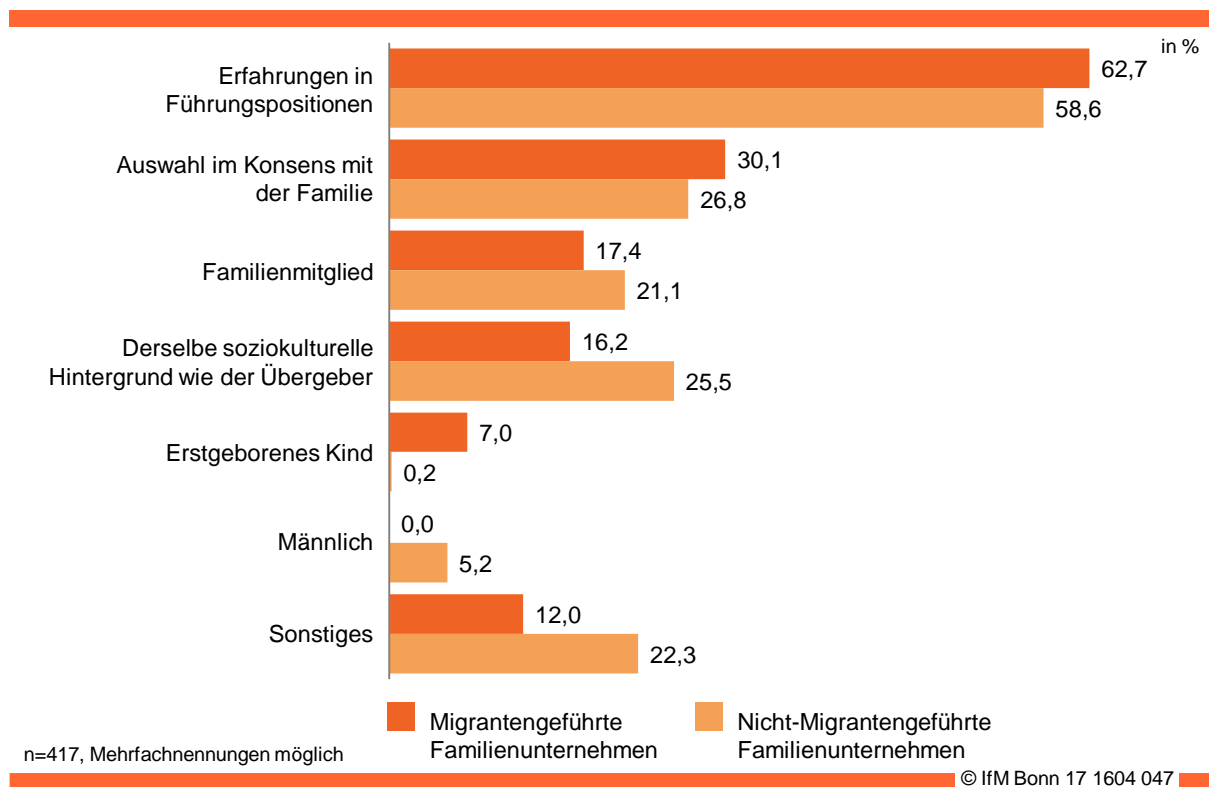
n=120, Mehrfachnennungen möglich

© IfM Bonn 17 1604 046

Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

Die Frage, welche Kriterien Familienunternehmen für die Nachfolgerwahl als wichtig erachten, richtete sich nicht allein an Familienunternehmen, bei denen in den nächsten fünf Jahren eine Unternehmensnachfolge ansteht, sondern an alle Familienunternehmen. Wie aus Abbildung 22 hervorgeht, legen die Inhaber von migranten- und nicht-migrantengeführten Familienunternehmen in der Tendenz ähnliche Auswahlkriterien an. Am häufigsten wird von beiden Gruppen naheliegender Weise das Vorliegen von Erfahrungen in Führungspositionen gefordert. Andere Kriterien wie Einigkeit in der Familie über den Kandidaten, Familienmitgliedschaft des Kandidaten oder Übereinstimmung des soziokulturellen Hintergrunds von Übergeber und Nachfolger folgen mit großem Abstand. Vormalig klassische Auswahlkriterien wie männliches Geschlecht oder Erstgeborener (Primogenitur) spielen eine untergeordnete Rolle. Bei genauem Hinsehen treten jedoch auch einige Unterschiede zwischen den beiden betrachteten Gruppen zu Tage. Besonders auffällig ist, dass migrantengeführten Familienunternehmen der soziokulturelle Hintergrund des Nachfolgers weniger wichtig ist als nicht-migrantengeführten. Letzteren wiederum ist das Kriterium "Erstgeborenes Kind" noch seltener wichtig als migrantengeführten Familienunternehmen.

Abbildung 22: Wichtige Kriterien für die Auswahl potenzieller Nachfolger



Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

Insgesamt kann festgehalten werden, dass die Qualifikation und damit die Eignung des potenziellen Nachfolgers überwiegend der entscheidende Faktor bei der Wahl des Nachfolgers darstellt.

8 Resümee

Migrantengeführte Unternehmen sind eine heterogene Gruppe. Das bestätigt unsere Studie, deren Augenmerk auf migrantengeführten Familienunternehmen liegt. So vielfältig und unterschiedlich die Motivationen und Hintergründe der unternehmerischen Betätigung von Migranten sind, geht diese bei weitem nicht immer auf ihre spezifischen Kenntnisse der bzw. Verbindungen in die Herkunftsregion zurück. Die Mehrheit der migrantengeführten Familienunternehmen baut ihre betriebliche Strategie nicht maßgeblich auf ihre ethnische Zugehörigkeit auf. Selbst wenn das Agieren in den ethnischen Nischenmärkten in der jüngeren Vergangenheit häufiger der Fall gewesen sein mag – im Zeitablauf haben sich Änderungen vollzogen, die zu einer gewissen Angleichung in den unternehmerischen Betätigungsfeldern von Migranten und Nicht-Migranten führten. Zu denken ist dabei unter anderem daran, dass sich die Zusammensetzung der Unternehmer mit Migrationshintergrund verändert hat: Zum einen kamen die Gründer mit Migrationshintergrund hinzu, die in

Deutschland aufgewachsen sind. Zum anderen stammen die in den letzten zwei Jahrzehnten zugewanderten Migranten teils aus anderen, überwiegend osteuropäischen Ländern und weisen andere Qualifikationsprofile auf als Migranten der vorherigen Migrationswellen.

Die vorliegende Studie zeichnet ein in vielerlei Hinsicht positives Bild des migrantischen Unternehmertums. Dies nicht nur insofern, als migrantengeführte Familienunternehmen sich, wie oben beschrieben, nicht ausschließlich auf spezifische Kundensegmente spezialisieren. Es zeigt sich auch, dass sie häufig in wissensintensiven Wirtschaftsbereichen aktiv, stark international ausgerichtet und häufig innovativ sind. Somit leisten sie einen wichtigen Beitrag zum Strukturwandel sowie zur Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Deutschland. Migrantengeführte Familienunternehmen fungieren überdurchschnittlich häufig als Arbeitgeber für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer mit Zuwanderungsgeschichte und erfüllen somit eine wichtige Integrationsfunktion.

Neben den positiven Aspekten lassen sich auch Besonderheiten von migrantengeführten Familienunternehmen identifizieren, die auf spezifische Hürden bzw. Schwierigkeiten hindeuten. So stehen bei migrantengeführten Familienunternehmen zwar – ähnlich wie bei allen Familienunternehmen – hohe Produktqualität und stetige Innovationstätigkeit als wichtige wettbewerbsstrategische Ziele im Vordergrund. Allerdings begegnen migrantengeführte Familienunternehmen dem Wettbewerb überdurchschnittlich häufig mit einer Niedrigpreisstrategie. Dies kann einerseits eine Folge ihrer stärkeren Internationalisierung und des hohen Konkurrenzdrucks auf dem (internationalen) Absatzmarkt sein. Andererseits kann dies auch mit einer Diskriminierung auf dem inländischen Absatzmarkt zusammenhängen, die auf ein schlechteres Image oder einer generellen Voreingenommenheit gegenüber migrantengeführten Unternehmen zurückzuführen ist. Offen bleibt, ob diese Strategie auf die mittlere und lange Sicht erfolgsbringend ist und das Bestehen der Unternehmen am Markt sichern kann.

Migrantengeführte Familienunternehmen sind insgesamt genauso häufig von Finanzierungsproblemen betroffen wie nicht-migrantengeführte Familienunternehmen. Kennzeichnend für Finanzierungsprobleme migrantengeführter Familienunternehmen ist, dass sie meist auf Liquiditätsengpässe durch unzureichende Rentabilität oder verspätete Zahlungseingänge bzw. Forderungsausfälle zurückzuführen sind. Mit Kreditbeschaffungsschwierigkeiten hingegen

sehen sie sich deutlich seltener konfrontiert als nicht-migrantengeführte Familienunternehmen. Ungeklärt bleibt jedoch, ob migrantengeführte Familienunternehmen tatsächlich erfolgreicher bei der Suche nach externen Finanzierungsquellen sind oder ob sie schlichtweg seltener externe Finanzierungsmittel nachfragen als nicht-migrantengeführte Familienunternehmen.

Auch im Hinblick auf die genutzten Netzwerke konnten Besonderheiten bei migrantengeführten Familienunternehmen identifiziert werden. Sie verfügen über eine insgesamt geringere Netzwerkbreite und sind im Besonderen schlechter mit den (regionalen) Wirtschaftsorganisationen wie Kammern, Verbänden oder kommunale Wirtschaftsförderung vernetzt. Dies liegt vor allem an ihrem geringeren Alter und ihrer geringeren Größe. In der Öffentlichkeit herrscht jedenfalls die Wahrnehmung vor, dass Migranten relativ selten in Gremien von Kammern und Verbänden vertreten sind. Allerdings ist nicht bekannt, ob die geringe Beteiligung daher rührt, dass Migranten seltener in diese Gremien hineingewählt werden oder ob sie sich für solche Wahlämter nicht aufstellen lassen. Daraus ergibt sich weiterer Forschungsbedarf im Hinblick auf die Beteiligung von Migranten in den Gremien von Kammern und Verbänden, u.a. im Vergleich der urbanen und ländlichen Gebiete sowie auf Bundeslandebene. Die genannten Institutionen sind gefragt, zielgruppengerechte Ansprachen zu finden und Unternehmer mit Migrationshintergrund zur Mitwirkung zu bewegen. Angesichts einer großen Schnittmenge bei den wichtigsten Herausforderungen in den beiden betrachteten Gruppen der Familienunternehmen (vgl. Kranzusch et al. 2017, S. 19 ff.), könnte eine verstärkte Zusammenarbeit zwischen Eigentümerfamilien mit und ohne Migrationshintergrund neue, innovative Lösungsansätze hervorbringen.

Die vorliegende Studie analysiert migrantengeführte Familienunternehmen in einem Aggregat. Dies ist die große Stärke aber zugleich auch die Schwäche des gewählten Ansatzes. Zukünftige Studien sollten daran anschließen und migrantengeführte Familienunternehmen in ihrer ganzen Bandbreite untersuchen. Eine solche differenziertere Betrachtung würde weiterführende Erkenntnisse hinsichtlich dieses noch kleinen, aber wachsenden Wirtschaftssegments liefern. Aufgrund der anhaltenden Zuwanderung weiterer Migrantengruppen nach Deutschland sowie der zunehmenden Globalisierung bei Standortentscheidungen von Unternehmensgründern ist davon auszugehen, dass migrantisches Unternehmertum weiterhin an Bedeutung gewinnen wird. Dies wird zu mehr Vielfalt im großen Mittelstandsuniversum (vgl. Welter et al. 2015) beitragen und neue Impulse für die Wirtschaft in Deutschland geben. Die Wirt-

schaftspolitik und die Selbstorganisationen der deutschen Wirtschaft sollten - diese Entwicklungen antizipierend - Maßnahmen entwickeln, die eine bestmögliche Ausnutzung dieses Potenzials ermöglichen. Das heißt auch, dass sie sich bei der eigenen Politikgestaltung sowie der öffentlichkeitswirksamen Adressierung von Migrantenunternehmen von einem zeitgemäßen und durchaus positiven Bild migrantischen Unternehmertums leiten lassen sollten. Wer mehr als Problemgruppe als Stütze der Wirtschaft betrachtet wird, fühlt sich zweifellos weniger von wirtschaftspolitischen Initiativen angesprochen. Diese verfehlen deswegen womöglich ihr Ziel.

Literatur

Bachmann, S.; Dahms, V.; Tschersich, N.; Frei, M.; Leber, U.; Schwengler, B. (2014): Betriebliche Qualifikationsanforderungen bei der Besetzung von Fachkräftestellen. Auswertungen aus dem IAB-Betriebspanel 2013, IAB-Forschungsbericht 14/2014, Nürnberg.

Becker, G.S. (1971): The Economics of Discrimination. 2. Auflage, Chicago/London.

Benzel, H.; Czepek, J.; Kubis, A.; Moczall, A.; Rebien, M.; Röttger, C.; Szameitat, J.; Warning, A.; Weber, E. (2016): Neueinstellungen im Jahr 2015. Stellen werden häufig über persönliche Kontakte besetzt, IAB-Kurzbericht Nr. 4/2016, Nürnberg.

Block, A.H.; Klingert, I. (2012): Zuwanderung von selbständigen und freiberuflichen Migranten aus Drittstaaten nach Deutschland. Ergebnisse einer schriftlichen Befragung von Selbständigen und Freiberuflern nach § 21 AufenthG, Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, Working Paper 48, Nürnberg.

Brink, S., Bijedić, T. (2014): BDI-PwC-Mittelstandspanel: Ergebnisse der Online-Mittelstandsbefragung – Herbst 2014, Untersuchung im Auftrag des Bundesverbands der Deutschen Industrie e.V. (BDI) und PwC PricewaterhouseCoopers, Berlin/Frankfurt.

Fischer, G.; Dahms, V.; Bechmann, S.; Frei, M.; Leber, U. (2009): Gleich und doch nicht gleich: Frauenbeschäftigung in deutschen Betrieben. Auswertungen des IAB-Betriebspanels 2008, IAB-Forschungsbericht Nr. 4.

Haunschild, L.; Wolter, H.-J. (2010): Volkswirtschaftliche Bedeutung von Familien- und Frauenunternehmen, in: IfM Bonn IfM-Materialien Nr. 199, Bonn.

Hauser, H.-E.; Kay, R.; Boerger, S. (2010): Unternehmensnachfolgen in Deutschland 2010 bis 2014 - Schätzung mit weiterentwickeltem Verfahren -, IfM Bonn: IfM-Materialien Nr. 198, Bonn.

IfM Bonn (2017): Rechtsformstruktur der Unternehmen – KMU nach Definition der EU-Kommission, http://www.ifm-bonn.org/fileadmin/data/redaktion/statistik/mittelstand_im_einzelnen/dokument_e/Untreg_KMU_und_GU_2014_RF-STR.pdf, Abruf am 06.07.2017.

Jung, M.; Unterberg, M.; Bendig, M.; Seidl-Bowse, B. (2011): Unternehmensgründungen von Migranten und Migrantinnen, Untersuchung im Auftrag des Bundesinnenministeriums für Wirtschaft und Technologie, Hamburg.

Kay, R.; Günterberg, B. (2015): Existenzgründungen von ausländischen Staatsbürgern, IfM Bonn: Daten und Fakten Nr. 15, Bonn.

Kay, R.; Schneck, S. (2012): Hemmnisse und Probleme bei Gründungen durch Migranten, in: IfM Bonn: IfM-Materialien Nr. 214, Bonn.

Kay, R.; Suprinovič, O.; Werner, A. (2010): Deckung des Fachkräftebedarfs in kleinen und mittleren Unternehmen. Situationsanalyse und Handlungsempfehlungen., in: IfM Bonn: IfM-Materialien Nr. 200, Bonn.

Kloosterman, R. (2010): Matching opportunities with resources: A framework for analyzing (migrant) entrepreneurship from a mixed embeddedness perspective, in: *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(1), S. 25-45.

Kloosterman, R.; van der Leun, J.; Rath, J. (1999): Mixed Embeddedness: (In)formal Economic Activities and Immigrant Businesses in the Netherlands, in: *International Journal of Urban and Regional Research*, 23(2), S. 253-267.

Kohn, K.; Spengler, H. (2007): Unternehmensgründungen von Personen mit Migrationshintergrund, in: KfW Research: *WirtschaftsObserver online*, Nr. 165, Frankfurt am Main

Kranzusch, P.; May-Strobl, E.; Levering, B. (2017): Innovation und Wachstum als Herausforderung für den Mittelstand – Update der Unternehmersicht 2017, IfM Bonn: IfM-Materialien Nr. 260, Bonn.

Leicht, R.; Di Bella, J.; Langhauser, M.; Leiß, M.; Philipp, R.; Volkert, M.; Werner, L. (2012): Bedeutung, Triebkräfte und Leistungen von Migrantenunternehmen in Baden-Württemberg (und Deutschland), Herausgegeben vom Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg, Stuttgart/Mannheim.

Leicht, R.; Humpert, A.; Leiss, M. (2005): Die Bedeutung der ethnischen Ökonomie in Deutschland. ifm/Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit (BMWA).

Leicht, R.; Langhauser, M. (2014): Ökonomische Bedeutung und Leistungspotenziale von Migrantenunternehmen in Deutschland, in: Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.): *WISO Diskurs*, September 2014.

Leicht, R.; Strohmeyer, R.; Leiß, M; Philipp, R.; Welter, F.; Kolb, S. (2009), *Selbständig integriert? Studie zum Gründungsverhalten von Frauen mit Zuwanderungsgeschichte in Nordrhein-Westfalen*. Herausgegeben vom Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen. Nr. 1101, Düsseldorf.

Leicht, R.; Werner, L. (2013): Lernen in Migrantenunternehmen. Welche Jugendliche bilden Zuwanderer unter welchen Bedingungen aus und wie können sie unterstützt werden. *Die berufsbildende Schule*, 68(7/8), 221-226.

Leicht, R.; Werner, L. (2014): Heterogenität und Ausbildung in Migrantenunternehmen, in: AGBFN/Arbeitsgemeinschaft Berufsbildungsforschungsnetz, Nr. 15, S. 81-103.

Leifels, A. (2017): Migranten gründen häufiger und größer: mehr Wochenstunden, mehr Angestellte, in: KfW Research: Fokus Volkswirtschaft, Nr. 165, Frankfurt am Main.

Metzger, G. (2014): Existenzgründungen durch Migranten: Gründungslust belebt das Geschehen, in: KfW Economic Research, Nr. 67, Frankfurt am Main.

Metzger, G. (2016): Migranten überdurchschnittlich gründungsaktiv-Arbeitsmarkt spielt große Rolle, in: KfW Research: Fokus Volkswirtschaft, Nr. 115, Frankfurt am Main.

Pahnke, A.; Schröder, C.; Leonhardt, F.; Wiedemann, A. (2015): Finanzierungsstrukturen und -strategien kleiner und mittlerer Unternehmen: Eine Bestandsaufnahme, IfM Bonn: IfM-Materialien Nr. 242, Bonn.

Portes, A. (1981): Modes of incorporation and theories of labour immigration, in: Kritiz, M.; Keeley, C.; Tomasi, S. (Hrsg.): Global Trends in Migration, New York, S. 279-297.

Ram, M.; Jones, T.; Villares-Varela, M. (2017): Migrant Entrepreneurship: Reflections on Research and Practice, in: International Small Business Journal, 35(1), S. 3-18.

Schaland, A.-J. (2009): Selbstständige Migrantinnen und Migranten in wissensintensiven Dienstleistungsbranchen in Deutschland: Eine neue Nischenökonomie?, in: HWWI Research Paper, S. 3-18.

Schneck, S.; May-Strobl, E. (2013): Wohlfandseffekte des Gründungsgeschehens, in: IfM Bonn: IfM-Materialien Nr. 223, Bonn.

Schwartz, M. (2016): KfW-Mittelstandspanel 2016: Mittelstand nutzt sein finanzielles Polster - Investitionsaufschwung bleibt trotzdem aus. Jährliche Analyse zur Struktur und Entwicklung des Mittelstands in Deutschland, KfW-Research, Frankfurt am Main.

Statistisches Bundesamt (2009): Bevölkerung und Erwerbstätigkeit. Bevölkerung mit Migrationshintergrund, Ergebnisse des Mikrozensus 2005, Fachserie 1, Reihe 2.2, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2017a): Bevölkerung und Erwerbstätigkeit. Bevölkerung mit Migrationshintergrund, Ergebnisse des Mikrozensus 2015, Fachserie 1, Reihe 2.2, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2017b): Bevölkerung und Erwerbstätigkeit. Bevölkerung mit Migrationshintergrund, Ergebnisse des Mikrozensus 2014, Fachserie 1, Reihe 2.2, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2017c): Bevölkerung und Erwerbstätigkeit. Bevölkerung mit Migrationshintergrund, Ergebnisse des Mikrozensus 2013, Fachserie 1, Reihe 2.2, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2017d): Arbeitsmarkt, Erwerbstätigenrechnung im Rahmen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen, URL: https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesamtwirtschaftUmwelt/Arbeitsmarkt/Erwerbs-taetigkeit/Tabellen_/karb812.html, Abruf am 14.07.2017.

Statistische Ämter des Bundes und der Länder Unternehmen und Betriebe - Jahreszahlen der Länder, http://www.statistik-portal.de/Statistik-Portal/de_inhalt23.asp, Abruf am 07.07.2017.

Tolciu, A.; Schaland, A.-J. (2008): Selbstständige Migranten in Deutschland, Wirtschaftsdienst, 88 (8), S. 536-542.

Volery, T. (2007): Ethnic entrepreneurship: a theoretical framework, in: Dana, L.-P. (Hrsg.): Handbook of Research on Ethnic Minority Entrepreneurship. A Co-evolutionary View on Resource Management, Cheltenham/Northampton, S. 30-41.

Waldinger, R.; Aldrich, H.; Ward, R. (1990): Opportunities, Group Characteristics, and Strategies, in: Waldinger, R.; Aldrich, H.; Ward, R. (Hrsg.): Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies, London: S. 13-48.

Welter, F.; May-Strobl, E.; Holz, M.; Pahnke, A.; Schlepphorst, S.; Wolter, H.-J.; Kranzusch, P. (2015): Mittelstand zwischen Fakten und Gefühl, in: IfM Bonn (Hrsg.): IfM-Materialien Nr. 234, Bonn.

Welter, F.; May-Strobl, E.; Wolter, H.-J.; Günterberg, u. M. v. B. (2014): Mittelstand im Wandel, in: IfM Bonn: IfM-Materialien Nr. 232, Bonn.

Wolter, H.-J. (2017): Die Bedeutung der eigentümer- und familiengeführten Unternehmen in Deutschland, IfM Bonn: IfM-Materialien Nr. 253, Bonn.

Wolter, H.-J.; Hauser, H.-E. (2001): Die Bedeutung des Eigentümerunternehmens in Deutschland - Eine Auseinandersetzung mit der qualitativen und quantitativen Definition des Mittelstands, in: IfM Bonn: Jahrbuch zur Mittelstandsforschung 1/2001, Nr. 90, Wiesbaden, S. 25-77.

Anhang

Übersicht A1: Vorgehensweise bei der Ermittlung der Anzahl der migrantengeführten Familienunternehmen auf Basis des Unternehmensregisters und der eigenen Befragung

1. Separater Ausweis der Einzelunternehmen (die per Definition als Familienunternehmen gelten) und der Unternehmen sonstiger Rechtsformen im Unternehmensregister.
2. Ermittlung der Anzahl der Unternehmen sonstiger Rechtsformen, die als Familienunternehmen geführt werden, mithilfe der branchengruppen- und beschäftigtenklassenspezifischen Anteilswerte für Familienunternehmen dieser Rechtsformen aus der Befragung (Abgrenzung der Branchengruppen und Beschäftigtenklassen wie in der Stichprobenziehung, vgl. Kapitel 3.1).
3. Aufsummierung von Einzelunternehmen und Familienunternehmen aus Punkt zwei (= alle Familienunternehmen).
4. Ermittlung der Anzahl der migrantengeführten Familienunternehmen mithilfe der in der Befragung ermittelten beschäftigtenklassenspezifischen Anteilswerte der Familienunternehmen mit mindestens einem Geschäftsführer mit Migrationshintergrund an allen Familienunternehmen.

Tabelle A1: Befragungsstichprobe nach Wirtschaftsbereichen (WZ 2008) und Beschäftigtengrößenklassen

	bis neun Beschäftigte	10-49 Be- schäftigte	50-249 Be- schäftigte	250 u. mehr Beschäftigte	Insgesamt
Produzierendes Gewerbe (B,C,D,E,F)	2.000	2.000	2.000	2.000	8.000
Distribution (G,H,I,J)	2.000	2.000	2.000	2.000	8.000
Unternehmens- nahe Dienstleis- tungen (K,L,M,N)	2.000	2.000	2.000	2.000	8.000
Sonstige Dienst- leistungen (P,Q,R,S)	2.000	2.000	2.000	1.810	7.810
Insgesamt	8.000	8.000	8.000	7.810	31.810

© IfM Bonn

Tabelle A2: Unternehmen nach Altersklassen in %

	Migrantengeführte Familienunternehmen	Nicht-Migrantengeführte Familienunternehmen
Höchstens 3 Jahre	39,0	14,7
4-9 Jahre	30,1	22,4
10-24 Jahre	10,5	39,2
25-49 Jahre	19,7	15,7
50-74 Jahre	0,4	3,5
75-99 Jahre	0,3	2,2
100 Jahre und älter	0,2	2,3
Insgesamt	100,0	100,0

© IfM Bonn

Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

Tabelle A3: Unternehmen nach Wirtschaftszweigen in %

	Migrantengeführte Familienunternehmen	Nicht-Migrantengeführte Familienunternehmen
Einzel-/ Groß-/ Versandhandel (Distribution)	19,6	15,5
Verarbeitendes Gewerbe/ Bergbau/ Energie/ Entsorgung (Prod. Gewerbe)	7,1	5,0
Baugewerbe (Prod. Gewerbe)	14,4	12,0
Hotels und Gaststätten (Distribution)	0,9	2,7
Verkehr/ Logistik(Distribution)	3,7	3,7
Informations- und Kommunikationstechnologie (Distribution)	8,2	6,9
Finanzdienste/ Versicherungen (UN-Nahe DL)	9,0	4,9
Unternehmensnahe Dienstleistungen/ Grundstücks- und Wohnungswesen (UN-Nahe DL)	13,6	14,3
Erziehung/ Gesundheit/ Personen-/ haushaltsbezogene Dienstleistungen (sonstige DL)	5,3	5,6
Kultur/ Medien/ Kreativwirtschaft (sonstige DL)	4,1	6,3
Sonstiges	14,1	23,0
Insgesamt	100,0	100,0

© IfM Bonn

Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

Tabelle A4: Beteiligungsanteile anderer Unternehmen an Familienunternehmen in %

	Migrantengeführte Familienunternehmen	Nicht-Migrantengeführte Familienunternehmen
Keine Beteiligung	95,4	98,2
Höchstens 25 %	4,6	0,7
Mehr als 25 %, höchstens 50 %	0,0	1,1
Mehr als 50 %, höchstens 75 %	0,0	0,0
Mehr als 75 %	0,0	0,0
Insgesamt	100,0	100,0

© IfM Bonn

Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

Tabelle A5: Familienunternehmen nach der Anzahl der geschäftsführenden Personen in %

	Migrantengeführte Familienunternehmen	Nicht-Migrantengeführte Familienunternehmen
Ein Geschäftsführer	65,8	67,5
Zwei Geschäftsführer	32,1	28,5
Drei und mehr Geschäftsführer	2,1	4,1
Insgesamt	100,0	100,0

© IfM Bonn

Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

Tabelle A6: Familienunternehmen nach der Anzahl der weiblichen geschäftsführenden Personen in %

	Migrantengeführte Familienunternehmen	Nicht-Migrantengeführte Familienunternehmen
Keine weiblichen Geschäftsführer	42,6	50,0
Ein weiblicher Geschäftsführer	56,0	44,8
Drei und mehr weibliche Geschäftsführer	1,4	5,2
Insgesamt	100,0	100,0

© IfM Bonn

Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

Tabelle A7: Definitiven Familienunternehmen, die sich selbst als Familienunternehmen wahrnehmen, nach Beschäftigung von Familienangehörigen in %

	Migrantengeführte Familienunternehmen	Nicht-Migrantengeführte Familienunternehmen
Beschäftigung von Angehörigen der Unternehmerfamilie im Unternehmen	70,8	79,9
Keine Beschäftigung von Angehörigen der Unternehmerfamilie im Unternehmen	62,5	46,9

© IfM Bonn

Quelle: Befragung des IfM Bonn 2016/2017, gewichtete Werte; eigene Berechnungen.

Tabelle A8: Anteil der (migrantengeführten) Familienunternehmen an allen Unternehmen nach Beschäftigtengrößenklassen in %

Unternehmen mit ... Beschäftigten	Migranten geführte Familienunternehmen (1)	Nicht-Migranten geführte Familienunternehmen (2)	Nicht-Familienunternehmen (3)	Insgesamt (4)	Davon Familienunternehmen (Summe aus 1 und 2)
bis 9	10,5	84,8	4,7	100,0	95,3
10 bis 49	8,7	75,0	16,3	100,0	83,7
50 bis 249	6,4	60,4	33,2	100,0	66,8
250 und mehr	2,3*	42,5	55,2	100,0	44,8
Insgesamt	10,3	83,5	6,2	100,0	93,8

© IfM Bonn

* Der Anteilswert ist aufgrund von einer geringeren Fallzahl mit einem höheren Schätzfehler behaftet.

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis des Unternehmensregisters (URS 95), Berichtsjahr 2014, und der Befragungsergebnisse.

Tabelle A9: Ermittlung der oberen Grenze für die Anzahl der migrantengeführten Familienunternehmen

1.	Selbstständige mit Migrationshintergrund im weiteren Sinn (Mikrozensus 2014)	750.000	Annahme: das Verhältnis zwischen Selbstständigen mit Migrationshintergrund im weiteren Sinn und Selbstständigen mit Migrationshintergrund im engeren Sinn ist seit 2013, dem letzten verfügbaren Jahr für die Anzahl der Selbstständigen mit Migrationshintergrund im weiteren Sinn im Mikrozensus, konstant geblieben. ¹⁾ Datenquelle: Statistisches Bundesamt (2017b) und Statistisches Bundesamt (2017c)
2.	Selbstständige mit Migrationshintergrund, die mit anderen Selbstständigen mit Migrationshintergrund ein Unternehmen führen	140.000	Annahmen: (1) 23 % aller migrantengeführten Unternehmen werden von Teams geführt. Der Wert stammt aus der aktuellen KfW-Studie zu Gründungen von Migranten (vgl. Leifels 2017, S. 2). (2) In den Teams sind durchschnittlich zwei Personen mit Migrationshintergrund tätig.
3.	Unternehmen, die von Inhabern mit Migrationshintergrund geführt werden	610.000	Differenz von 1 und 2
4.	Migrantengeführte Familienunternehmen	580.000	Annahme: Nur 95 % aller Unternehmen, die von Inhabern geführt werden, zählen zu eigentümergeführten Unternehmen nach der Definition des IfM Bonn (ein Schätzwert auf Basis der eigenen Erhebung) ²⁾

© IfM Bonn

- 1) Die Anzahl der Selbstständigen mit Migrationshintergrund im weiteren Sinn wurde bislang nur in den Jahren 2005, 2009 und 2013 im Mikrozensus ausgewiesen. Der wesentliche Unterschied zu den Selbstständigen mit Migrationshintergrund im engeren Sinn besteht darin, dass das breitere Konzept auch Personen erfasst, deren Migrationshintergrund sich aus den Merkmalen der Eltern ergibt und zwar einschließlich der Fälle, in denen die betreffenden Personen nicht mit ihren Eltern im gleichen Haushalt leben (vgl. Statistisches Bundesamt 2017b, S. 4 f.).
- 2) Es sind Konstellationen möglich, in denen bspw. drei Inhaber(familien) das Unternehmen führen und gleiche Unternehmensanteile halten. Ein anderes Beispiel wäre die Konstellation, in der ein Minderheitsinhaber die Geschäfte führt.

Tabelle A10: Lineare Regression zur Analyse der Determinanten der Unternehmensgröße nach Anzahl der Mitarbeiter

Variablen	Anzahl der Mitarbeiter
Migrantengeführt=1, Nicht-Migrantengeführt=0	-43.255*** (16.259)
<i>Wirtschaftszweige (Referenz: Produzierendes Gewerbe)</i>	
Distribution	-26.167 (35.005)
Unternehmensnahe Dienstleistungen	55.233 (49.407)
Sonstige Dienstleistungen	74.749 (48.984)
<i>Unternehmensalter (Referenz: 0-3 Jahre)</i>	
4 bis 9 Jahre	25.632* (15.212)
10 bis 24 Jahre	60.720*** (19.086)
25 bis 49 Jahre	102.013*** (29.380)
50 bis 74 Jahre	130.690** (56.473)
75 bis 99 Jahre	217.868** (100.102)
100 Jahre und älter	245.279*** (84.629)
Bundesgebiet (1=west; 0=ost)	54.327*** (19.570)
Rechtsform (1=Kapitalgesellschaft; 0=Personengesellschaft)	16.967 (23.029)
Konstante	-44.153 (35.111)
Beobachtungen	580
R ²	0.056

© IfM Bonn

Standardfehler in Klammern.

Signifikanzniveaus: *** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1

Tabelle A11: Probit-Modelle zur Analyse der Aspekte der Unternehmensführung

Variablen	Probleme bei Stellenbesetzung	Probleme bei Stellenbesetzung Auszubildende	Absatzgebiete Ausland	Wettbewerbsstrategie Preispolitik	Innovationstätigkeit	Institutionelle Netzwerke	Finanzierungsprobleme
<i>Qualifikationsstruktur der Belegschaft</i>							
Akademikeranteil an Mitarbeitern	-0.3159083*** (0.0961466)	-0.3937807*** (0.143295)					
Anteil ausgebildeter Fachkräfte an Mitarbeitern	-0.190518** (0.0899634)	0.1418049 (0.0913291)					
Migrantengeführt=1, Nicht-Migrantengeführt=0	0.0587946 (0.0707119)	0.0331959 (0.0792589)	0.1013809' (0.0628416)	0.1095782* (0.063624)	0.1103028' (0.068566)	0.1079589' (0.0661446)	-0.0710689 (0.0609214)
<i>Wirtschaftszweige (Referenz: Produzierendes Gewerbe)</i>							
Distribution	-0.063853 (0.0530135)	0.11192* (0.0632108)	-0.0421946 (0.0510467)	0.0299953 (0.0505096)	0.0241262 (0.0516991)	-0.0466164 (0.051001)	-0.0145547 (0.0448259)
Unternehmensnahe Dienstleistungen	-0.0813125 (0.0681697)	-0.0267771 (0.0764313)	-0.2807395*** (0.0528703)	-0.0810595 (0.0601874)	-0.1593394** (0.0649112)	0.0758559 (0.0618478)	-0.1305666*** (0.0470326)
Sonstige Dienstleistungen	0.0139254 (0.0650637)	-0.0677092 (0.070767)	-0.2032763*** (0.0575126)	-0.0976461* (0.0579437)	-0.0256515 (0.0649817)	0.0469014 (0.0609589)	-0.0218072 (0.0545732)
<i>Unternehmensalter (Referenz: 0-3 Jahre)</i>							
4 bis 9 Jahre	0.1701591* (0.0911604)	0.1214015 (0.1038522)	0.053615 (0.0774174)	0.0000068 (0.0798408)	-0.0966985 (0.0893763)	-0.1652559* (0.0889291)	-0.0546384 (0.0892956)
10 bis 24 Jahre	0.0585048 (0.087631)	0.154174 (0.1021918)	0.1086735 (0.0733696)	0.0170258 (0.0742041)	0.0150773 (0.0836116)	0.0328523 (0.0829397)	-0.182283** (0.0823305)
25 bis 49 Jahre	0.1131508 (0.0901561)	0.219467** (0.1058405)	0.0896899 (0.0738095)	0.0359455 (0.0765757)	-0.0047301 (0.086201)	0.1077583 (0.0847548)	-0.2305707*** (0.0830247)
50 bis 74 Jahre	0.1200811 (0.1169475)	0.2711239** (0.1306952)	0.0350815 (0.0931117)	0.0826688 (0.1020813)	-0.0252389 (0.1110469)	0.0953331 (0.1082266)	-0.2523302*** (0.0942972)
75 bis 99 Jahre	0.1521675 (0.1279472)	0.6035176*** (0.1322794)	0.0122575 (0.1018387)	0.0744610 (0.1177796)	0.1342509 (0.1239317)	0.0909964 (0.1228452)	-0.3173552*** (0.0922207)
100 Jahre und älter	-0.0687989 (0.121297)	0.3602017*** (0.1424276)	0.1921333* (0.101102)	0.1585869 (0.1063755)	0.1204465 (0.111332)	0.2032374** (0.1036768)	-0.2491504** (0.0974644)

Fortsetzung Tabelle A11: Probit-Modelle zur Analyse der Aspekte der Unternehmensführung

Variablen	Probleme bei Stellenbesetzung	Probleme bei Stellenbesetzung Auszubildende	Absatzgebiete Ausland	Wettbewerbsstrategie Preispolitik	Innovationstätigkeit	Institutionelle Netzwerke	Finanzierungsprobleme
Bundesgebiet (1=west; 0=ost)	-0.108929** (0.0539553)	-0.0658696 (0.0610395)	0.0425307 (0.0489136)	-0.0153973 (0.0494975)	-0.0543207 (0.0533724)	0.0254009 (0.0496742)	-0.0645994' (0.040345)
Rechtsform (1=Kapitalgesellschaft; 0=Personengesellschaft)	-0.0683788 (0.0431518)	0.0327257 (0.0487442)	0.1235169*** (0.0386619)	0.0473660 (0.0400067)	0.066198 (0.0418705)	-0.0165693 (0.0407352)	0.0012935 (0.0346765)
Unternehmensgröße nach Anzahl der Mitarbeiter	0.0006743*** (0.0001906)	0.0001827** (0.0000952)	0.0000452* (0.0000235)	-0.0000099 (0.000013)	.0004096*** (0.0001291)	0.0003568** (0.0001439)	-0.0000241 (0.0000718)
Preispolitik							0.0615516* (0.0354345)
Beobachtungen	504	313	581	581	573	581	573
Pseudo R ²	0.0777	0.1714	0.0767	0.0241	0.0490	0.0625	0.0617
Log-Pseudolikelihood	-308.44646	-163.09876	-334.22455	-352.50163	-375.025	-362.72054	-277.16266

© IfM Bonn

Durchschnittliche marginale Effekte. Standardfehler in Klammern.
 Signifikanzniveaus: *** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1 ' p<0,11